

Fernsehen

Gefährdete Vielfalt

Die neue Medienpolitik zugunsten der großen TV-Konzerne stößt auf Widerstand. Vielen SPD-Politikern gehen die Pläne zu weit.

Privatfernsehen – das ist Massenvergnügen bei „Traumhochzeit“ und „Glücksrad“, ist der Flitter des „Arabella-Model-Wettbewerbs“ und der ehrbare Plausch der Dirne: „Domenica – Auf ein Wort.“

Privatfernsehen – das ist aber auch die TV-Monographie für Minderheiten über Pferde, Diamanten oder Zeppeline, ist das nachdenkliche Grundsatzgespräch mit Lord Dahrendorf oder Gräfin Dönhoff im „Zeit TV Magazin“, ist das 100-Minuten-Kaleidoskop aus 350 Jahren Oper von Monteverdi bis Ligeti.

Der Regisseur und Fernsehproduzent Alexander Kluge rechnet die gediegene Vielfalt in den Winkeln, losgelöst von Quatsch und Quoten der Prime Time, zum „Artenreichtum“ der Programme. Hier, am Rande der großen Sehnsucht, sieht Kluge fruchtbare Bildschirm-Biotope, aus denen frische Ideen und neue Talente hervorspringen. Es sei denn, so Kluge, „Magazine wie ‚Stern TV‘ oder ‚SPIEGEL TV‘ verschaffen dem Programm von vornherein ein scharfzahniges Image“.



Medienpolitiker Stoiber: Alleinherrschaft zugestanden

Die Artenvielfalt ist, aus Kluges Sicht, gefährdet. Sie würde den Vorstellungen der Politiker von einer „formierten Öffentlichkeit“ geopfert, glaubt der Kultur-Professor, wenn die jüngsten Medienpläne von Union und SPD wahr werden. Kluge wäre selbst betroffen, seine Münchner Produktionsfirma dctp* trägt zur störrischen Andersartigkeit der kleinen Anbieter nach Kräften bei.

Auf der Medientagung der Ministerpräsidenten in Bad Neuenahr wurde Mitte Oktober den großen Medienkonzernen überraschend die bisher verbotene Alleinherrschaft über jeweils ein Programm zugestanden (SPIEGEL 43/1995). „Eine hundertprozentige gesellschaftsrechtliche Beteiligung soll möglich sein“, heißt es im Ergebnis-Papier der rheinland-pfälzischen Staatskanzlei.

Nun aber formiert sich, nach der ersten Verblüffung, heftiger Widerstand

gegen die neue Freiheit auf dem Fernsehmarkt. Die medienpolitische Kommission der SPD legte für den – an diesem Dienstag beginnenden – Parteitag in Mannheim einen Leitantrag vor, in dem vor „massiven ökonomischen und publizistischen Konzentrationserscheinungen im privatwirtschaftlichen Medienbereich“ gewarnt wird.

Die Kritiker wollen auch in Zukunft in jedem größeren oder konzernbeherrschten TV-Kanal ein „Fensterprogramm“ beibehalten. So werden die Sendungen der Kleineren genannt, weil sie, mit eigenständigen Lizenzen ausgestattet, ihre Kultur- und Magazinsendungen wie Fenster in die Vollprogramme der Medienkonzerne einklinken, etwa in Sat 1, RTL und Vox.

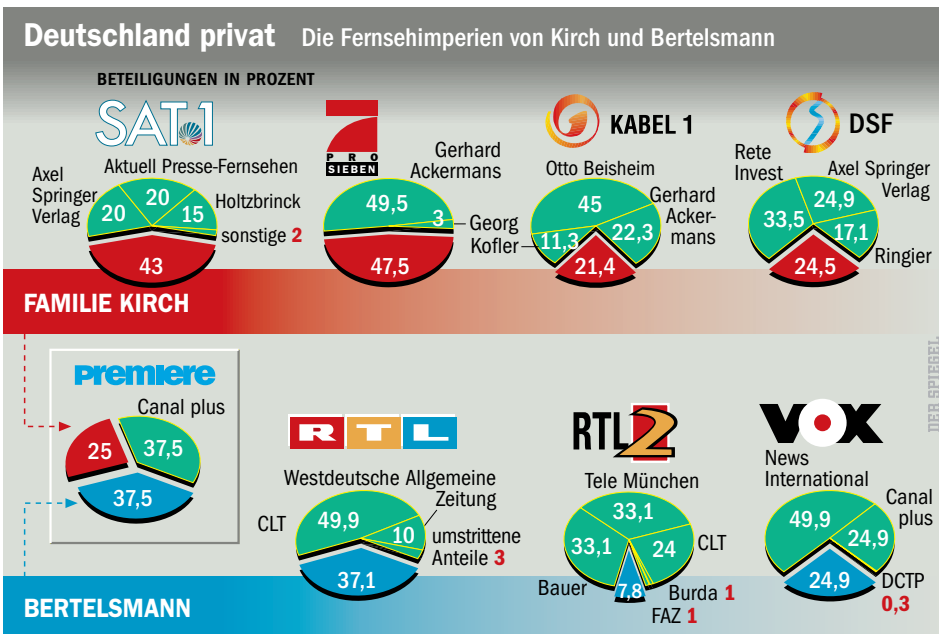
Die eigenständigen Klein-Lizenzen, fürchtet Kluge, würden nach der neuen Regelung auf den Status von „Zubringerdiensten“ für weisungsberechtigte Programmzentralen herabgedrückt.

Solche Fenster hält der nordrhein-westfälische Wirtschaftsminister Wolfgang Clement aber auch künftig noch für möglich. Der SPD-Politiker gilt, zusammen mit Bayerns Ministerpräsident Edmund Stoiber (CSU), als Motor der Medienwende.

Die beiden wollen, nach eigener Einschätzung, der neuen Medienwelt Rechnung tragen. Künftig werden, dank digitaler Technik, Hunderte von Programmen zu empfangen sein. Diese Entwicklung war in den alten Mediengesetzen nicht vorgesehen. Die Landespolitiker wollen mehr: In Zukunft sollen auf dem Medienmarkt die bisherigen Beschränkungen weitgehend beseitigt werden, soll mehr Freiheit herrschen.

Oder das, was die Mediengiganten unter Freiheit verstehen. Sie wollen Herr im eigenen Hause sein, Herr ih-

* Development Company for Television Programs.



rer Sendefrequenz, denn die ist das eigentliche Kapital eines Senders. Die Reichweite über Antenne, der Platz im Kabel entscheidet weitgehend über den Erfolg – oder zumindest die Chance eines Senders auf Erfolg.

Deshalb darf nach dem derzeit noch gültigen Staatsvertrag kein Unternehmen 50 Prozent oder mehr an einem Fernsehprogramm besitzen. Anteile an zwei weiteren Programmen sind nur erlaubt, wenn sie jeweils unter 25 Prozent liegen. Mit diesen Bestimmungen haben die Bundesländer eine Balance geschaffen: In jedem Sender müssen mehrere Gesellschafter in Anbietergemeinschaften kooperieren (siehe Grafik).



J. DIETRICH/NETZHAUT

Medienpolitiker Clement Motor der Wende

Damit war den Warnungen des Bundesverfassungsgerichts vor „Tendenzen zur Konzentration“ und dem „Entstehen vorherrschender Meinungsmacht“ Genüge getan. Doch „die Konzentrationskontrolle soll nun geschleift werden“, bemängelt der frühere hessische Staatskanzleichef und jetzige dctp-Anwalt Paul Leo Giani (SPD).

Erhöht eine Medienfirma wie Bertelsmann oder die Münchner Kirch-Gruppe künftig ihr Paket bei einem Sender auf 100 Prozent, soll sie sich, so das Ergebnis von Bad Neuenahr, mit 50 Prozent bei einem zweiten Programm und bis zu 25 Prozent bei weiteren Stationen beteiligen dürfen. Als letzte Konzentrationsschranke gilt ein

Marktanteil von 30 Prozent, gemessen an der Zuschauerquote.

In dieser politischen Kehrtwende sehen Kritiker wie der NDR-Intendant Jobst Plog „eine reine Standort-Allianz zwischen den Ländern Nordrhein-Westfalen und Bayern“ – in NRW ist der Medienmulti Bertelsmann, in Bayern die Kirch-Gruppe zu Hause. Plog: „Die beiden sind erhebliche Wirtschaftsfaktoren, die massiv Geld in die Standorte pumpen“ (siehe Interview).

Besonders umstritten ist die im Mainzer Ergebnis-Papier festgehaltene 30-Prozent-Grenze für die Marktmacht der Konzerne. Die SPD-Kommission Medienpolitik reduzierte im Leit Antrag für Mannheim die Marktanteilsbegrenzung auf 25 Prozent.

Die fünf Prozent Differenz zum Papier von Bad Neuenahr würden viel bewirken. Denn die öffentlich-rechtlichen TV-Anstalten halten im ganzen etwa 40 Prozent am Fernsehmarkt. Von den restlichen 60 Prozent würde also, nach Adam Riese, ein 30-Prozent-Wettbewerber die Hälfte des privaten Marktanteils erreichen. Skeptiker bei SPD und den Grünen halten die Marge für viel zu hoch.

Da der jeweils andere Großkonkurrent alles daran setzen würde, um nachzuziehen, entstünde eine Art brüderlich geteiltes Monopol, sagt Giani voraus. Er spricht von der „gesetzlichen Erlaubnis eines Duopols“.

Den gewichtigsten Einwand erhebt Ernst Benda (CDU), früher Präsident des Bundesverfassungsgerichts. Die Karlsruher Richter hätten 1986 in einem Urteil zum Privatfernsehen gefordert, erinnert Benda, jetzt Vorsitzender der Medienanstalt Berlin-Brandenburg, den „Tendenzen zur Konzentration rechtzeitig und so wirksam wie möglich entgegenzutreten, zumal Fehlentwicklungen gerade insoweit schwer rückgängig zu machen sind“.

Ausgerechnet der Kern der künftig vorgesehenen Konzentrationskontrolle, die Marktanteilsbegrenzung, sei aber in der laufenden Debatte bereits verfassungsrechtlich in Zweifel gezogen worden, so Benda. Der Riegel könnte sich leicht als unwirksam erweisen. Schließlich sei es problematisch, „wirtschaftlichen Erfolg zu bestrafen“, erläutert der Staatsrechtler.

Benda sibyllinisch: „Ich sehe die Regelung noch lange nicht.“

Doch unverdrossen kämpfen die Medienmultis aus NRW und Bayern mit Hilfe ihrer politischen Büchsenpanzer für das Monopolmodell – so, als seien die Frequenzen den Kirchs und Bertelsmännern qua Erstgeburtsrecht in die Wiege des Kommerzfernsehens gelegt worden.

„Banal wie in Amerika“

Interview mit NDR-Intendant Jobst Plog über drohende Fernseh-Monopole

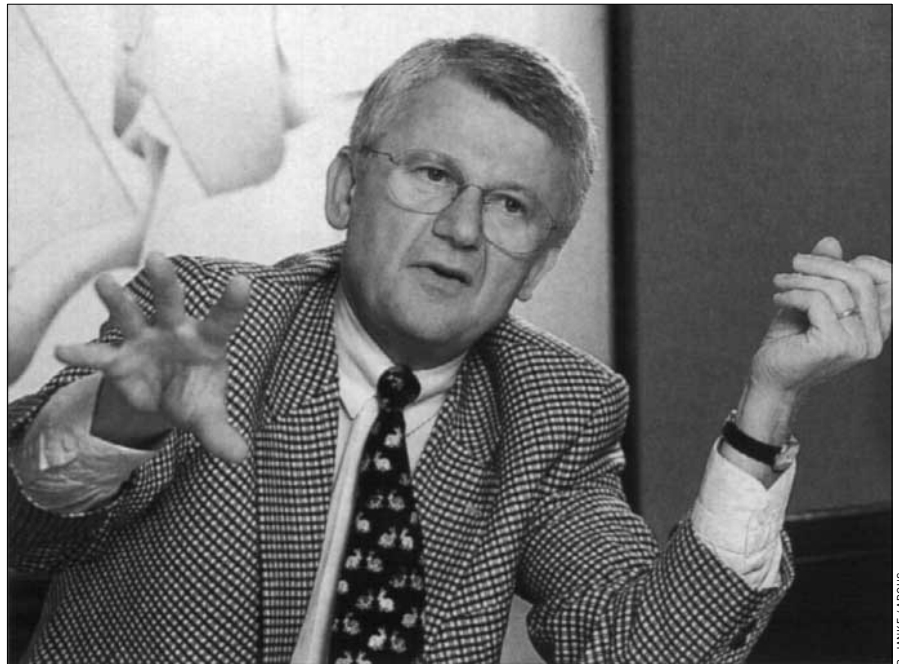
SPiegel: Der SPD-Politiker Wolfgang Clement hat zusammen mit Bayerns Ministerpräsident Edmund Stoiber (CSU) die Bundesländer auf einen neuen Medienkurs eingeschworen. Was halten Sie davon?

Plog: Zu diesem Verhandlungsergebnis, wenn es denn eines sein sollte, kann man Herrn Stoiber nur beglückwünschen. Mit welcher seiner Positionen hat er sich eigentlich nicht durchgesetzt? Die Sozial-

beiden sind erhebliche Wirtschaftsfaktoren, die massiv Geld in die Standorte pumpen.

SPiegel: Warum soll nicht auch im Mediengewerbe Marktwirtschaft herrschen?

Plog: Die große Frage ist, wie unabhängig auf Dauer öffentliche Meinungsbildung möglich ist. Die Medienhäuser Bertelsmann und Kirch, wenn sie denn einmal den Markt unter sich aufgeteilt haben,



ARD-Manager Plog: „Die Strategie heißt Schwachsparen“

demokraten, die immerhin in 14 von 16 Ländern in der Regierung sitzen, hatten mit allerlei Forderungen aufgerüstet – doch am Ende erreichten sie nur, was das Bundesverfassungsgericht ohnehin seit Jahren garantiert. Entweder die wollten nichts herausholen, oder sie können nicht verhandeln.

SPiegel: Werden sich die Gewichte im Medienmarkt nun entscheidend verschieben?

Plog: Eine reine Standort-Allianz zwischen den Ländern Nordrhein-Westfalen und Bayern will vor allem eines: Wachstum der Kommerziellen zu Lasten der Öffentlich-Rechtlichen. Die kommerziellen Konzerne, die schon groß sind, dürfen noch größer werden. Man muß konkreter hinsehen, welchen Interessen die Medienwende dient – und das sind die von Leo Kirch in München und von Bertelsmann im westfälischen Gütersloh. Die

sind kein Garant für Pluralität, noch nicht einmal für Informationsprogramme.

SPiegel: Neue Satelliten fürs digitale Fernsehen können Hunderte von Programmen ausstrahlen. Da fällt es schwer, Monopole zu entdecken.

Plog: Frequenzvielfalt heißt nicht Vielfalt im Programm. Wenn künftig kommerzielle derzeit solidar-finanzierte Programmware von ARD und ZDF individuell anbieten, dann nur gegen besondere Bezahlung. Dann verschwänden attraktive Informationsmagazine, Sportsendungen und Spielfilme im Pay-TV. Und die frei empfangbaren Hauptketten wie RTL und Sat 1 strahlten mittelmäßige Sendungen aus. Wir bekämen amerikanische Verhältnisse.

SPiegel: Gerade US-Giganten wie Time Warner, Disney oder Viacom drängen auf den deutschen Markt. Müssen die heimischen Unternehmen nicht ein we-