



3. Mai 2002: Ist mehr Markt im Radio- und Fernsehbereich möglich (und wünschenswert)?

**Referat von Prof. Dr. Helmut Thoma,
Medienberater des Ministers von Nordrhein- Westfalen**

Ja, besser Werbung für Rheumadecken als gar keine Werbung, aber es ist halt so, dass man diese Landschaft, wenn man sie so betrachtet und diese Diskussionen hier, dann staune ich ein bisschen, denn irgendwo hat es fast einen nostalgischen Charakter. Diese Diskussionen haben wir eigentlich in dieser Form anfangs der 90er Jahre in Deutschland geführt und wenn ich die Ausführungen des Herrn Prof. für Kommunikation höre, dann kommt mir so ein bisschen der Gedanke an diese eingefrorenen Trompeten von Münchhausen, die dann wieder aufgetaut werden und so eine Diskussion, die vor 10 Jahren beendet wurde, noch einmal zum Gehör bringt.

Wenn ich das so verfolge, ist dies ja spannend. Ich selber bin seit 1966 jetzt im Rundfunkfernsehen tätig, zuerst wie gesagt öffentlich rechtlich, als Justiziar, die ja sozusagen die Bramanen des Rundfunks darstellen, das sind die einzigen, die die Regel beherrschen im öffentlich rechtlichen, und danach eben im Aufbau des privaten Hörfunks oder besser gesagt Fernsehens und ganz erfolgreich.

Die Frage „Mehr Markt oder nicht?“, ich meine, das ist eigentlich eine rein rhetorische Frage, weil natürlich mehr Markt möglich ist, und es fragt auch niemand danach. Natürlich wird es jeder Monopolist mit Klauen und Zähnen verteidigen, sein Monopol oder sein vermeintliches Monopol, das man ja bei einem Marktanteil von ein bisschen über 30% nun mehr wirklich sehr bedingt als Monopol bezeichnen kann, aber man kann von niemandem verlangen, dass er sagt, ja jetzt wollen wir noch mehr Konkurrenten haben und das freut uns. Das ist erst dann möglich, wenn wirklich die Konkurrenten da sind, dann muss man das sagen, sonst schaut man als schlechter Verlierer aus. Aber bis dahin muss man das schlicht und einfach verteidigen und natürlich nicht mehr Markt und das ist alles schrecklich usw.

Nur, ich warne davor, das wird nichts helfen, es wird immer mehr Markt entstehen, weil ganz einfach die ganze europäische Entwicklung so läuft. Und ob das alles finanzierbar ist, ja das muss man dem Markt auch überlassen, das ist sicherlich etwas, das ich glaube, in einer Volkswirtschaft wie die Schweiz, eigentlich ein bisschen unverständlich empfinde, dass man sich darüber sozusagen in dieser Form Gedanken macht.

Die Schweiz ist wirklich einer der spannendsten Werbemärkte Europas, das hat mich auch dazu geführt, dass ich sehr früh versucht habe, nach der Gründung von RTL, diesen Markt anzuzapfen. Damals war's ja schwierig genug in Deutschland, da hab ich mir gedacht, warum kann man nicht in die Schweiz kommen, da hab ich vielleicht noch mehr zu holen, wie damals in Deutschland.

Und ich hab mit allen verhandelt. Ich war unter anderem mit der Gruppe Ringier ziemlich weit, die haben sich nur dann für die vermeintlich stärkere SAT 1/ Kirchgruppe entschieden, die auch damals viel stärker erschienen. Ich hab glaub ich auch mit Herrn Walpen verhandelt, damals noch beim Tagesanzeiger, über ein Schweizer Fenster, da sind wir nicht sehr weit gekommen, damals war das Interesse noch nicht so vorhanden und dann entstand eben dieses Schweizer Fenster, was glaub ich eine der lukrativsten Aktivitäten von RTL heute darstellt.

Ich muss ehrlich sagen, dass mich das immer ein bisschen überrascht hat, denn, dass man sozusagen einen Markt in einer Idealfunktion als Privaten angehen kann, nämlich, dass man eigentlich keine Aufwendungen für Programme hat, nur Einnahmen von der Werbung, das scheint mir irgendwie bedenklich. Ich hatte dann am Anfang der 90er Jahre die Planung gemeinsam mit einer Reihe von Verlagshäusern, ich glaube Basler Verlagshäuser, und auch der Tagesanzeiger und andere dabei, ein richtiges Schweizer Fenster zu machen, allerdings unter Schweizer Führung, und hier das Programm von RTL drüber zu geben, mit dem Aspekt, na ja, dann kann man heute dieses Programm wirklich als das private Programm in der Schweiz sehen. Das ist dann nach einer seltsamen Diskussion 1993, glaub ich, von dem damaligen Bundesrat Ogi abgelehnt worden. Dann haben wir gesagt, wenn sie kein Schweizer Fenster haben wollen - und ich hab zugesagt, 25 Jahre bleiben alle Erlöse aus diesem Schweizer Fenster in der Schweiz, ja das war eine freie, klare, offenbar demokratische Entscheidung - also dann gehen wir weiter so, und so ist es heute, dass doch relativ viel Geld heraus fließt.

Ich hab's dann noch einmal versucht, ein Schweizer Fenster zu machen, diesmal ohne unmittelbare Schweizer Zeitungsbeteiligung, weil die auch nicht wollten, weil die ihre eigenen Aktivitäten hatten. Das war dieses Fenster, welches ich gemeinsam mit PRO 7 etabliert habe, mein Nachfolger und der bei PRO 7, der Nachfolger von Koffler, haben's dann aus Gründen, die mir nicht ganz verständlich sind, sehr schnell eingestellt, obwohl das sich sicherlich durchgesetzt hätte, denn die zwei grössten Sender in Deutschland, die viel Geld verdienen, hätten das natürlich durchsetzen können, aber wenn man natürlich sagt, das ist unnötig, warum soll man das tun, wenn sie das auch ohne Fenster akzeptieren, ist es auch verständlich, es wieder einzustellen.

Also ich glaube, dass da eine ganz spannende Entwicklung eingetreten ist, die auch schwer wieder zurückzuschrauben ist, aber, dass man doch schauen müsste, wie sich jetzt die Landschaft weiter entwickelt.

Diese öffentlich-rechtliche Fernsehen - ich meine, wie gesagt ich war selber da drin und heute als Berater des Ministerpräsidenten von Nordrheinwestfalen bin ich ja auch aus diesem unmittelbaren, sozusagen privaten Bereich wieder heraus und kann das auch sozusagen objektiver betrachten, es spielt immer ein bisschen das Bewusstsein, das stimmt schon. Dann muss ich aber trotzdem fragen, auch nach all dem, sind denn die öffentlich-rechtlichen wirklich so, sozusagen gottgegeben? Warum sind sie entstanden?

Sie sind entstanden aus der Tatsache, dass es Frequenzmangel gab. Dadurch hat man sich fast in ganz Europa nach dem Zweiten Weltkrieg für öffentlich-rechtliche entschieden, mit dem Gesichtspunkt, das soll also der Allgemeinheit, wenn damit einen Frequenzbereich den man nur hat, nicht einem zusteht, soll es sozusagen allen zustehen. Sehr vernünftiger Gedanke. Nur, an sich ist das irgendwo zu Ende. Mit der Digitalisierung, mit dem Kabel, mit dem Satellit ist das jetzt zu Ende, es gibt diese Notwendigkeit nicht, und wenn man sich überlegt, wie liberalisiert sich

jetzt z.B. der Bereich von Daseinsvorsorge im Energiebereich, ist wieder alles in Bewährung gerät, ist es wirklich spannend wie lange noch das öffentlich-rechtliche System bestehen bleibt. Denn an sich, man kann sagen, man hat vielleicht Glück gehabt, dass es immer genügend Papier gegeben hat, denn wenn's wenig Papier gegeben hätte, hätte der Staat wahrscheinlich in verschiedenen Ländern öffentlich-rechtliche Zeitungen gegründet, und jeder, der des Lesens überführt wurde, hätte dann eine Gebühr monatlich zu bezahlen. So ähnlich ist es ja hier, es ist im Grunde genommen eine archaische Konstruktion, die aber jetzt etabliert ist und die natürlich von den Inhabern, jetzt im Sinne der Funktion, verteidigt wird.

Gut, ist in Ordnung, und ich glaube, dass das auch eine Zeit lang bestehen bleibt. Nur es gibt schon immer wieder so eine Art Wetterleuchten auf der EU-Ebene, wo immer wieder versucht wird, darzustellen, ist das nicht eigentlich eine Subvention, die hier gegeben wird in der Form der Gebühr. Und das wäre ja dann höchstwahrscheinlich sehr angreifbar. Und wenn man sich die Erfahrungen anschaut, die beispielsweise die Bundesrepublik mit der Gewährträgerhaftung für die Sparkassen hat, wie schnell das weg war, da muss ich nur sagen, wenn da mal ein grosser Staat in Europa aus irgendeinem Grund, diese öffentlich-rechtliche Finanzierung abschafft, dann wird das ganze System höchstwahrscheinlich ins Rutschen kommen. Und was dann passiert, da muss man sich rechtzeitig vorbereiten.

Nun, was kann man in einem kleineren Land wie die Schweiz tun? Man muss bei aller Kleinheit immer wieder sagen, dass es ja ein sehr reiches Land ist, dass es die höchsten Werbeaufwendungen pro Kopf hat in ganz Europa, dass man da natürlich Möglichkeiten hat, dass man etwas Eigenständiges entwickelt, und mich wundert eigentlich, bei dieser sonst ungeheuren kommerziellen Tüchtigkeit, dass auf dem Sektor so wenig passiert ist. Denn natürlich hat man in den 80er Jahren viel versäumt, und auch gab's ja Pläne, so etwas wie ein europäisches Fernsehen zu machen, das wurde damals fast ausgelacht, die Luxemburger haben's gemacht, das Satellitenfernsehen war die Chance der kleinen Ländern, das einzige kleine Land, das es genutzt hat war Luxemburg, und natürlich hat man heute noch etwas davon. Die Zentrale von RTL ist in Luxemburg, es sind durchaus noch erhebliche Geldmengen, die nach Luxemburg fließen, und die Schweiz ist ja höchstwahrscheinlich in einer viel besseren Position.

Aber gut das sind vergebene Chancen. Mit der heutigen Situation muss man also anders umgehen. Und wenn man das jetzt so betrachtet, dann glaube ich, dass bei einem über 30, leider nunmehr über 30% befindlichen Marktanteil, schlicht und einfach, ja schon wirklich eine, ja sagen wir, schwierige Situation für den Schweizer Fernsehmarkt entstanden ist. Daher glaub ich, dass man sehr schnell hier mehr Möglichkeiten einräumen müsste, um hier die Chance zu eröffnen, neue Formen zu entwickeln. Es doch auch nicht so, dass man sich immer wieder an den grossen Strukturen der Grossen organisieren muss, es gibt auch in Deutschland eine Reihe von Sendern, die mit ganz geringen Kosten durchkommen. Und natürlich ist der Markt nicht einfach.

Wenn Sie die deutsche Situation betrachten, gibt's eigentlich nur einen einzigen privaten Sender, der wirklich viel Geld verdient, das ist eben RTL, die seit 1990 in der Gewinnzone sind und etwa in diesen zehn Jahren bis 2000 ungefähr 2.5 Milliarden D-Markt verdient haben. SAT 1 ist bis heute nicht aus den roten Zahlen heraus, wenn man die Anfangsverluste berücksichtigt. PRO 7 ist es bei weitem, Kabel 1 auch, RTL 2 verdient Geld, aber ob die Anfangsverluste schon zurückbezahlt sind, glaub ich auch nicht. Bei VOX ist es sicherlich nicht der Fall, die haben ja diese

berühmte Schleifspur in der Bilanz von Bertelsmann damals verursacht, mit 700 Millionen Markt, die sind aber heute mit einem kleinen Programm durchaus profitabel. D.h. es geht ja, wenn man sich sozusagen anpasst an die Marktmöglichkeiten. Und die Spezialkanäle, NTV hat 2000 sehr viel Geld verdient, jetzt verdienen sie wieder nichts, aber es geht mit kleinen Reichweiten durchaus, auch ein erfolgreiches Fernsehen zu machen, und ich meine, die Abschirmung für die Zukunft, und das muss man ja immer wieder sagen, die wird überhaupt nicht funktionieren. Wir stehen am Beginn der Breitbandentwicklung, die sicher in die Internet-mässig sehr gut ausgestattete Schweiz, voll herein schwappen wird, es wird dieses Breitband geben, in dem sie Bewegtbilder transportieren aus der ganzen Welt, es kommen zusätzliche digitale Satellitenkanäle dazu, also die Landschaft wird sich eher immer mehr aufteilen.

Und dann, wenn man dann gar nichts Eigenständiges dagegen setzt, in den kleinen Märkten, dann wird's höchstwahrscheinlich ein weiteres Rückzugsgefecht werden, das auf Dauer ja nur zu verlieren ist. Also die Frage „Mehr Markt, ja oder nein?“, die ist eigentlich illusorisch, natürlich wird's mehr Markt geben, und natürlich wird man sich diesem stellen müssen. Und wenn es auch unangenehm ist und wenn es auch verschiedenen Bedenken auslöst, was die Qualität oder was immer, wobei ich dazu sage, Qualität, mein Gott, wenn man sich heute die Situation in Deutschland anschaut zwischen dem öffentlich-rechtlichen und dem privaten, da laufen bei der ARD zwei Soaps am Nachmittag, bei RTL laufen auch zwei Soaps, und bei RTL läuft „Wer will Millionär werden“, sozusagen die grösste Bildungssendung, die man sich momentan in Deutschland vorstellen kann, Sie müssen sehen, das verschwindet natürlich. Das ist am Anfang vielleicht so, dass man mit wenig Geld natürlich nicht so stark agieren kann, wie wenn man dann einmal Geld verdient. Also das ganze nähert sich auch qualitativ durchaus an, weil die privaten mehr Geld ins Programm stecken können, als es die öffentlich-rechtlichen, die schlicht und einfach auch einen zu grossen Apparat mitschleppen. Also, diese ganzen wunderbaren Befürchtungen, dass dies alles schlecht ist, verstehe ich unter dem Gesichtspunkt eines noch vermeintlichen Monopolisten, aber in Wahrheit, um es zum Ende zu bringen, „Mehr Markt, ja oder nein?“, so stellt sich die Frage nicht. Es wird mehr Markt geben und was tut man damit.

Danke schön.