

Michael Gedatus

Weirich, Dieter (Hg.): Europas Medienmarkt von morgen

1989

<https://doi.org/10.17192/ep1989.4.6108>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Gedatus, Michael: Weirich, Dieter (Hg.): Europas Medienmarkt von morgen. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 6 (1989), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1989.4.6108>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Dieter Weirich (Hrsg.): Europas Medienmarkt von morgen.- Berlin: Vistas Verlag 1989, 177 S., DM 19,80

Die Veranstaltung 'Medienmarkt Nordrhein-Westfalen' im Herbst 1988 bot erneut die Gelegenheit, die Programmatik des Marktbegriffs grenzüberschreitend auf Europa auszudehnen. Zu diesem Zweck versammelte der Herausgeber im Rahmen der Düsseldorfer Medientage auf einem CDU-Medientreff Rundfunkpolitiker und -betreiber, die in teils unterschiedlicher Weise differenzierte Marktmodelle für den Rundfunk befürworteten. Die Unterschiedlichkeiten - trotz der weitgehend gemeinsamen Vorzeichen Deregulierung und Internationalisierung im Bereich der audiovisuellen Medien - resultieren aus zum Teil differierenden Partikularinteressen sowie divergierenden Kompetenz- und Legitimationsverortungen hinsichtlich der Ausgestaltung des künftigen europäischen Kommunikationsraumes. Die originären Europapolitiker lassen denn auch keinen Zweifel an der Regelungszuständigkeit von Europäischem Parlament (EP) und EG-Kommission (EG-K) für den Rundfunk und an der Fortführung und Befestigung der Anfang der achtziger Jahre vom deutschen Euro-Parlamentarier Hahn wesentlich mit initiierten medienpolitischen Traditionslinie der EVP-Fraktion. Kommt dies bereits im Vorwort der Straßburger CDU/CSU-Politiker Luster und Pirkel zum Ausdruck, so gewinnt eine solche Kompetenzauffassung bei W. Münch, EVP-Sprecher für Medienfragen, noch an Deutlichkeit und Schärfe: Den deutschen Bundesländern beispielsweise wird ihre verfassungsrechtlich verbrieft Rundfunkhoheit unter der Prämisse des europäischen TV-Binnenmarktes bestritten und auf ein lediglich "formaljuristisches" Begründungsgerüst ohne inhaltliche medienpolitische Substanz verdünnt (S. 101). So erscheint auch der Bundesratsbeschluß vom 22.2.1987, der sich für eine Europarats-Konvention und gegen eine EG-Rundfunkrichtlinie ausspricht, als pure "Kosmetik" (S. 105). Gäbe es nennenswerte Verzögerungen bei der Verabschiedung des Richtlinienentwurfs im Ministerrat, so wolle das EP notfalls "(...) den Rat zur öffentlichen Begründung seiner Nichtbehandlung zwingen" (S. 106).

Auch der Göttinger Jurist Chr. Starck gesteht der EG zumindest eine "wirtschaftspolitische Teilkompetenz" (S. 118) zu, indem er sich auf die langjährige Entscheidungspraxis des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) beruft, der die Rundfunkverbreitung über Kabel und Satellit eindeutig als Dienstleistung im Sinne des Art. 60 EWG-Vertrag auffaßt. Allerdings gilt für Starck auch die Einschränkung, daß die EG dadurch nicht ermächtigt sei, "spezifische rundfunkrechtliche Ziele zu verfolgen" (S. 118). Werden dergestalt noch Allgemeinkompetenzen der EG akzeptiert, so widersetzt sich D. Weirich einer "Vergemeinschaftung der Medienpolitik durch die EG" (S. 19) und präferiert eine Europarats-Konvention, um eine europäische Kommunikationszone zu schaffen, die nicht durch EG-Programmquotendirektivismus und protektionistische Binnenmarktabschottung determiniert sei, sondern mittels einer eigenen konkurrenzfähigen audiovisuellen Industrie sowie des Funktionierens von Marktmechanismen vitalisiert werden könne. In der Betonung der Eigenverantwortlichkeit der Staaten weiß sich der Herausgeber einig mit seinem CSU-Kollegen C.-D. Spranger, der im Einklang mit der Bundesregierung "keine generelle und umfassende

Kompetenz der EG zur Regelung des Rundfunks" (S. 97) anerkennt. Allerdings sei eine Rahmenordnung für grenzüberschreitenden Rundfunk unabdingbar, um die rundfunkrechtliche Sicherung der transnationalen Programmempfangs in die geschaffenen technischen massenkommunikativen Infrastrukturen zu garantieren.

Während Spranger bei denkbaren Praktikabilitätsproblemen einer TV-Konvention auf EG-Richtlinien zurückkommen will, negiert B. Vogel generell den "weiteren Gesetzgebungsbedarf auf EG-Ebene" unter Rekurs auf die hinreichende und "klare Judikatur" (S. 48) des EuGH. Handlungsbedarf bestehe hingegen im "Bereich des den Rundfunk betreffenden europäischen Wirtschafts- und Kartellrechts" (S. 55), um z.B. Multimedia-Konzerne nicht expandieren zu lassen, die der Sicherung nationaler kultureller Vielfalt in Europa zuwiderlaufen könnten. Vogel profiliert sich hier als Verfechter eines differenzierten Marktmodells der dualen Rundfunkordnung, indem er in mittelfristiger Perspektive eindringlich vor einer denkbaren massiven Gefährdung öffentlich-rechtlichen Rundfunks - etwa hinsichtlich seiner Finanzierungsgrundlagen - warnt (S. 51) und damit in der Tendenz ähnlich argumentiert wie DLF-Intendant E. Gruber, der eine gemeinsame europäische Medienordnung nicht allein den Marktkräften überlassen und ein nationenübergreifendes Public-Service-Konzept entwickeln will. Ein öffentlich-rechtlicher "Kantonalismus" (S. 66) in der Bundesrepublik würde dieser Aufgabe allerdings nicht gerecht.

Ein europäischer Medienmarkt wird jedoch nicht allein schon durch ein ordnungspolitisches und technisches Grundgerüst realisierbar, sondern benötigt entsprechendes Programmmaterial. Der Spielfilmproduzent F. Seitz fordert die Verbesserung der Rahmenbedingungen für den auch als Wirtschaftsgut verstandenen europäischen Film, und auch C. Hardt prognostiziert durchaus Entwicklungschancen des kreativen Potentials der europäischen TV-Programmindustrie - wenn bürokratische Hemmnisse und gewerkschaftliche Interessen reduziert würden.

Hemmnisse jedweder Art für die ökonomische Prosperität privaten Fernsehens möchten J. Theye und W. Klatten (SAT 1) beseitigt wissen; Programmquoten und Werbebestimmungen aus Richtlinien und Konvention verschmelzen bei ihnen zu einem "düsteren Traum" (S. 129) und werden zur "dirigistischen Brechstange" (S. 143). Obwohl die EG-Richtlinie letztlich zur 'Nichtregelung' führt, wie W. Hoffmann-Riem anderenorts dargelegt hat, ist den Privaten der EG-Regelungsgehalt bereits deutlich zu weitreichend. Ihr Votum: "Es muß uns gelingen, den europäischen Autoritäten das nötige Vertrauen in die Marktmechanismen einzuflößen." (S. 144). H. Thoma vom Wettbewerber RTL plus bilanziert den rundfunkmarktlichen Dualismus in Europa und bescheinigt auf dieser Basis den intereuropäischen Unternehmenskonzepten - wie sie z.B. von der CLT realisiert werden - gegenüber den paneuropäischen eine ertragreiche Zukunft. Schließlich werden die Vorzüge der 'hot bird'-Unternehmensphilosophie der ASTRA-Betreibergesellschaft SES von P. Meyrat dergestalt dargelegt, daß die Leser teilweise eine interne Vorstandsvorlage zu PR und Marketing zu rezipieren glauben: "Wer die Zeichen der Zeit versteht, setzt auf die Stichworte Liberalisierung und Deregulierung, die zugleich Synonyme für eine erfolgreiche Wirtschaftsordnungspolitik sind." (S. 176)

Der Sammelband zu Europas Medienmarkt der Zukunft beinhaltet vorwiegend medienpolitische Argumentationen und Stellungnahmen, wobei sich der ordnungs- und wirtschaftspolitische Spannungsbogen der weithin befürworteten Rundfunkmarktphilosophie von dezidiertem Euro-Enthusiasmus bis zu tiefem und antiregulatorischem Euro-Mißtrauen erstreckt. Was noch anzumerken bliebe: vielleicht hätte man die vorhandenen Werbeanzeigen (u.a. von SAT 1, RTL plus, TechniSat und aus dem Hause Schwarz-Schilling) auch in Form von 'Unterbrecherwerbung' zwischen die Textzeilen der Beiträge schalten können - Dirigismen irgendwelcher Richtlinien und Konventionen wären hier jedenfalls nicht zu beachten gewesen.

Michael Gedatus