

Michael Gedatus

Wilfried Ahrens: ASTRA - Fernsehen ohne Grenzen. Eine Chronik

1994

<https://doi.org/10.17192/ep1994.1.4681>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Gedatus, Michael: Wilfried Ahrens: ASTRA - Fernsehen ohne Grenzen. Eine Chronik. In: *medienwissenschaft: rezeptionen*, Jg. 11 (1994), Nr. 1, S. 85–87. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1994.1.4681>.

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.

VI HÖRFUNK, FERNSEHEN UND ANDERE BILDSCHIRMEDIEN

Wilfried Ahrens: ASTRA - Fernsehen ohne Grenzen. Eine Chronik

Düsseldorf, Wien, New York, Moskau: ECON Verlag 1993, 255 S., DM 49,80

In Zeiten der wirtschaftlichen Rezession stechen unternehmerische Erfolgsgeschichten besonders hervor, und selbst scharfe Konkurrenten der privaten ASTRA-Betreibergesellschaft Societe Europeenne des Satellites (SES) werden heute einräumen müssen, daß es sich bei der noch jungen Geschichte dieses Unternehmens mit Sitz im luxemburgischen Schloß Betzdorf um eine solche Erfolgsgeschichte handelt. Keine fünf Jahre nach dem Aufschuß von ASTRA 1A verfügt das System gegenwärtig über zwei weitere kopositionierte Satelliten, versorgt 45 Millionen europäische TV-Haushalte via individuellen oder gemeinschaftlichen Direktempfang, konzentriert im wichtigen Markt Deutschland 90 Prozent aller Schüsseln auf seine Position, hat allein 1992 den privaten TV-Anbietern in Europa mehr als vier Milliarden Mark Einnahmen generiert und wirft für die SES-Aktionäre satte Gewinne in Millionenhöhe ab. Die Expansion des Systems auf insgesamt sechs Medium-Power-Satelliten ist bereits projektiert, damit zugleich ab 1995 der Quantensprung mit ASTRA 1E und 1F: Durch die Anwendung digitaler Kompressionstechnik wird die Verbreitung von hunderten TV- und Hörfunkprogrammen sowie anderen Datendiensten möglich.

Die Faszination dieses rasanten ökonomischen und technologischen Take-Off hat auch den Autor voll erfaßt und bricht sich gegen Ende seines Berichtes noch einmal Bahn: "Wie war das möglich? Wie konnte gleichsam auf der Tabula rasa ein ganz neuer Markt entstehen, in diesem Umfang, in so kurzer Zeit? Ohne staatliche Subventionen, ohne den Apparat von Großbürokratien und die Protektionismuspolster irgendeiner "Industriepolitik"? Was hat sie gemacht, diese Revolution mit den Waffen der Marktwirtschaft? Cherchez l'homme" (S.175). Drei großen Männern gilt denn auch des Chronisten uneingeschränkte Bewunderung: zunächst dem luxemburgischen Premierminister Werner und dessen Nachfolger Santer als politische Promotoren des Satellitenfernsehens ohne Grenzen aus dem kleinen Großherzogtum; schließlich und insbesondere jedoch richtet sie sich auf die Inkarnation der "Heldenfigur der Marktwirtschaft" (S.175), den wahren Unternehmer als Berufsrevolutionär im Schumpeterschen Sinne: Dr. Pierre Meyrat, Kapitän auf der SES-Kommandobrücke, "mit der sanften Art des Auftretens und der Hartnäckigkeit, ja: Härte" (S.176) beim Brechen von Widerstand, Elektronikingenieur und Volkswirt, aktiver Wintersportler und Mitglied der Schweizerischen Offiziersgesellschaft.

Schillernde Personen sind es, die Ahrens uns im Laufe seiner Chronik näherbringt, die insgesamt sehr stark personalisiert. Unter den Darstellern

finden sich erbitterte persönliche Feinde des schweizerischen Generaldirektors, zum Beispiel der Belgier Vicomte Etienne Davignon, Vorsitzender des SES-Exekutivkomitees, ein in der Tradition französischer Aristokraten aufgewachsener brillanter Rhetoriker. Oder der amerikanische Manager Clay T. Whitehead, während des ASTRA-Vorläuferprojektes CORONET Berater der luxemburgischen Regierung, der rasch US-Banker einschleust und schließlich das Projekt als "trojanisches Pferd in Europa" (S.48) mißbrauchen will, um den profitversessenen Yankees das potentiell äußerst lukrative Satellitengeschäft in die Hände zu spielen. Auf der anderen Seite treten aber auch Freunde des 'großen Plans' und Vertraute auf, so etwa sehr frühzeitig schon - als "die Dame im Spiel" (S.193) - die junge Amerikanerin Candace Johnson, Gattin eines luxemburgischen Diplomaten, Journalistin, ausgebildete Opernsängerin und Marketing-Expertin: Sie ist es auch, die später auf den unternehmerischen 'Berufsrevolutionär' Meyrat als SES-Chef kommt.

Politiker, Aristokraten, Manager und Diplomaten, Schurken und Lichtgestalten - all diese Rollen verwebt Ahrens zu einer spannungsvollen 'satellite opera' mit vorläufigem Happy-End und sonnenhell leuchtender Vision: Für die ASTRA-Aktionäre und die Medienindustrie regnet es (weiterhin) Sterntaler, und die Konsumenten atmen glücklich auf, die Freiheit grenzenloser Kommunikation genießend; und auch die Technik-Freaks unter den Lesern läßt Ahrens nicht im - diesmal profanen - Regen stehen: Flüssigkeitshilfsraketen, Solargeneratoren, Transponder und Satelliten-Apogäum-Kick-Motoren dürften deren Hände feucht werden lassen.

Der Herausgeber des Brancheninformationsdienstes Medien Dialog knetet diesen "Stoff, aus dem die Geschichte des Unternehmens ASTRA ist" (S.192), mit bemerkenswertem journalistischen Geschick. Für Regisseure von Wirtschafts-Polit-Krimis etwa könnte das Buch zum Geheimtip werden, denn es beinhaltet bereits viele für ihr Genre so wichtige Zutaten. Somit ist auch klar, daß es Ahrens um keine wissenschaftliche Fachabhandlung über TV-Satellitenkommunikation geht. Seine Zielgruppe ist ein breiteres Publikum. Unschwer zu erkennen ist ebenfalls, daß die Darstellung parteilich ist. Der ASTRA-Fan präsentiert eine unternehmerische Erfolgsstory letztlich ohne Wenn und Aber. Eine umfassende, erst recht kritische Auseinandersetzung mit dem Thema ASTRA liegt nicht innerhalb seines Zielkorridores. Die Problematisierung der Tatsache beispielsweise, daß sich ASTRA in Deutschland zum Fast-Monopolisten entwickelt hat, sucht man ebenso vergeblich wie die Diskussion um ordnungspolitische und programmliche TV-Europäisierung im Sinne der Herausbildung eines eigenständigen und übergeordneten europäischen Kommunikationsraumes. Hierauf bezogen zeigt die dargestellte ASTRA-Praxis allerdings: Die Reise geht jedenfalls bislang höchstens in Richtung Sprachraumprogramme. Wer sich auf die beschriebenen Merkmale des Buches

einläßt, erhält die Schilderung einer beeindruckenden technologischen und Marketing-Leistung - Infotainment mit guter Schreibe.

Michael Gedatus (Düsseldorf)