

Nach dem Urknall

6. BERLINER MEDIEN DISKURS

Es gilt das gesprochene Wort!

Herzlichen Dank für die Einladung!

Das aufgerufene Thema kann medienrechtlich, medientechnisch, medienpolitisch oder auch als ein sich über Jahrzehnte erstreckender Verteilungskampf zwischen Zeitungsverlegern und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten verstanden werden. Im ersten Falle handelte es sich um eine ordnungspolitische Frage, im zweiten um eine nach Frequenzhoheit und Verteilung der Sendefrequenzen, im dritten um eine macht- beziehungsweise programmpolitische und im vierten schließlich um eine Existenzfrage der Zeitungsverleger, die sich vom Aufkommen und der Expansion des Fernsehens wirtschaftlich bedroht sahen.

Konrad Adenauer, machtbewusster Kanzler der Bonner Republik, versuchte 1961 alle vier Fragestellungen mit seinem Finanzminister Fritz Schäffer durch die Gründung der Deutschland Fernseh GmbH mit einem Schwertschlag zu lösen. Der Gordische Knoten wurde bekanntlich nicht durchgeschlagen. Im Gegenteil!

Er löste eine Klage der Länder vor dem Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe aus. Mit seinem Urteil vom 28. Februar 1961 sprach das Gericht den Ländern die Zuständigkeit für Rundfunk als Teil ihrer Kulturhoheit zu. Der Knoten war damit fester gezurrt worden. Er hielt zwei Jahrzehnte und er zeigt bei vielfältigen Gelegenheiten auch heute noch seine Haltbarkeit.

Das Fernsehurteil von 1961, das aus gegebener Veranlassung etwa alle 10 Jahre vom höchsten Deutschen Gericht bestätigt, be-

ziehungsweise fortgeschrieben wurde, knüpfte die Entwicklung des Privatfernsehens an folgende vier Bedingungen:

- die Entstehung des Privatfernsehens sollte erst dann möglich sein, wenn bundesweit genügend Sendefrequenzen zur Verfügung stehen, um neben der flächenmäßigen Vollversorgung von ARD/ZDF auch privaten Interessenten einen Gestaltungsspielraum einzuräumen zu können;
- ARD/ZDF erhielten mit dem Recht zur Grundversorgung der Bürger die Pflicht auferlegt, durch ihre Angebote die inhaltlichen Defizite der Privatveranstalter auszugleichen;
- Neben der Finanzierung aus Gebühren, die bis heute in der Regel in einen Vierjahresrhythmus angehoben werden, wurde das Recht auf Ausstrahlung von Werbesendungen (wenn auch zeitlich begrenzt) erstmals gesetzlich verankert. Der Gesetzgeber wollte damit die Sozialverträglichkeit der Rundfunkgebühr garantieren;
- Die Gewährleistung von Rundfunkveranstaltungen (Hörfunk wie Fernsehen) als nationale Kulturleistung sollte durch eine jeweilige Lizenzierung überprüft und festgeschrieben werden.

Es waren vornehmlich ordnungs- und standortpolitische Gründe, die die Entstehung des Privatfernsehens beflügelten. Sie verbanden sich mit politischen Erwartungen nach Programmviefalt und politischer Unabhängigkeit. Dabei hatte die inhaltliche Vielfalt und liberale Verfassung der deut-

schon Presse die Illusion genährt, diese Geisteshaltung ließe sich ohne weiteres auf das Fernsehen übertragen. Dabei wurde übersehen, dass Fernsehen eine Sache des großen Geldes ist, die mit der mittelständischen Eigentums-Struktur der deutschen Zeitungslandschaft schwer zu vereinbaren war. Hinzu kam ihre regionale Verankerung, die sich allenfalls mit lokalen Radioprogrammen verbinden ließ. Wirtschaftliche Synergien waren hier möglich und wurden im Laufe der Zeit auch tatsächlich gehoben. Für das Fernsehen galt das nicht; es blieb von Anfang an eine Domäne der großen Medienunternehmen wie Kirch, Springer und Bertelsmann, die bereit und in der Lage waren, Millionenbeträge in zwei- beziehungsweise dreistelliger Höhe zu investieren. Diese Beträge wurden entweder auf dem Kapitalmarkt aufgenommen oder stammten aus Geschäftstätigkeiten, die sie auf anderen Märkten (Lizenzhandel, Zeitungen, Filmproduktionen) verdient hatten. Leo Kirch war dabei von allen der weitsichtigste und risikofreudigste Unternehmer.

Die Einführung des Privatfernsehens im Jahre 1984 war zwangsläufig und folgerichtig. Die sich aus dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts ergebenden Voraussetzungen waren gegeben. Ein weiteres Hinauszögern hätte dazu geführt, dass es in grenznahen Gebieten zur Bundesrepublik Deutschland (Luxemburg, Österreich, Holland und der Schweiz) zu Produktions- und Sendestandorten gekommen wäre. Arbeitsplätze wären im Ausland entstanden. Ertragssteuern dort angefallen. Die inzwischen entwickelte Satellitentechnik (zuerst ECS Ost und Westbeam, dann Astra, Eutelsat und Intelsat) führte schließlich dazu, dass der Himmel über Europa für Rundfunkaktivitäten grenzfrei wurde. Der free flow of information bekam europaweite Geltung.

Trotz aller Zwangsläufigkeiten war es erstaunlich, dass sich die Repräsentanten der öffentlich-rechtlichen Anstalten mit Vehemenz gegen diese neue Entwicklung stemmten. Mitunter konnte man den Eindruck gewinnen, es ginge darum, den Heiligen Gral zu verteidigen. Der Gral, das war die Gesellschaft. Und wie immer bei politischen Auseinandersetzungen, wenn die

Begriffe unscharf werden, konnte man bei ihrem Gebrauch verbergen, was es an handfesten Eigeninteressen bei der Aufgabe eines Oligopols, aber auch an berechtigten Sorgen hinsichtlich einer zu erwartenden Programmverflachung gab. Für letztere gab es aufgrund der Entwicklung kommerzieller Systeme in den Vereinigten Staaten, in Südamerika und Asien hinreichende Beweise.

In den Auseinandersetzungen um die Ablösung des Oligopols von ARD/ZDF spielte das ZDF im Vergleich zur ARD eine moderate Rolle. Das hing nicht damit zusammen, dass seine Wortführer (Karl Holzamer, Karl-Günther von Hase und auch ich selbst) weniger glaubensstark gewesen wären, sondern dass sie aufgrund der Entstehungsgeschichte des ZDF schon sehr früh gezwungen waren, unternehmerischer zu denken als die ARD. Das ZDF ist im Wettbewerb mit der ARD groß geworden, die ihrerseits alle Chancen des Erstgeburtsrechts nutzte und konsequent ausspielte. Während das ZDF unter seinem Gründungsintendanten Karl Holzamer auf die Zusammenarbeit mit Freien Film- und Fernsehproduzenten setzte und auf den Aufbau von eigenen Ateliers, Musik- und Synchronstudios verzichtete (es gab derer genug und man konnte freie Kapazitäten kostengünstig anmieten), beharrte die ARD darauf, dass ihre Aktivitäten hoheitlichen Charakter haben. Das galt nicht zuletzt auch für das personalintensive Sendernetz.

Das ZDF sah sich sowohl von ARD-Kollegen wie von linken Kulturkritikern alsbald dem Vorwurf der Selbstkommerzialisierung ausgesetzt. Das war falsch, ideologiebehaftet, aber in der öffentlichen Meinung eine höchst wirksame Instrumentalisierung. Das ZDF musste sich auch immer wieder gegen Privatisierungswünsche verteidigen, die sowohl aus dem Lager der Zeitungsverleger wie von der FDP (MdB Hans-Joachim Otto) kamen.

Die Einführung des Privatfernsehens, der 1984 mit dem Urknall in Ludwigshafen unter Bernhard Vogel und mit Unterstützung von Christian Schwarz-Schilling begann, setzte auf vielfältigen Ebenen Kräfte frei und leite-

te Prozesse ein, die in ihren Konsequenzen auch heute noch nicht abgeschlossen sind:

- Die entscheidenden qualitative Veränderung betraf das Programm selbst. Die Angebote der Privaten waren unterhaltsamer, jugendlicher, frecher, zynischer, frivoler und in jeder Hinsicht bedenkenloser. Getreu dem Motto von Helmut Thoma – „Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler“ – wurde angeboten was gefällt, was ankommt, gleichgültig, welche Nebenwirkungen dabei zu erwarten waren. Nach anfänglichen Bemühungen, eine von den Verlegern ausgerichtete Nachrichtensendung „Blick“ zu schaffen, die die journalistischen Standards der Tageszeitungen auf das Fernsehen übertragen sollte (siehe die Gründung der APF unter seinem Geschäftsführer Gerhard Naehrer), setzte sich immer mehr ein Formatfernsehen durch (Tutti Frutti, Dschungelcamp, Deutschland sucht den Superstar, Der heiße Stuhl), das in Verbindung mit der Entwicklung eines audience flow alles daran setzte, dem Zuschauer nicht mehr die Ruhe und Geduld einer Wahlentscheidung zu belassen, sondern durch den rasanten Ablauf des Programms im eigenen Kanal zu halten. Abspänne wurden verkürzt, beziehungsweise auf geteilten Bildschirmen angeboten, auf jeden Fall aber so schnell abgespielt, dass sie als Hinweis auf die an der Produktion Beteiligten nur noch eine Farce darstellten. Hinzu kamen ständige Verweise mit Programm-Trailern oder Journalisten, die den Stab zur nächsten Sendung weitergaben. Selbstreferenzielles Fernsehen, das keine Programmzeitschriften für die Programmauswahl mehr braucht! ARD und ZDF haben hier schnell dazugelernt und sind inzwischen in der Handhabung solcher Marketinginstrumente Weltmeister.

- Die verhängnisvollste Veränderung betraf die Rezeption und Bewertung der Programme in Marktanteilen und Quoten. Das hatte seinen Ausgangspunkt in den Werbeangeboten. Die Werbewirtschaft brauchte für ihre Buchungen eine verlässliche Währung, um die Effizienz der Werbeschaltungen nachweisen und vergleichen zu können. Außerdem setzte sie nach amerikanischem Vorbild auf jugendliche Zielgruppen, in der

Annahme, dass sie (trotz geringeren Einkommens) das Kaufverhalten der Gesellschaft nachhaltig prägen würden. Damit wurde im Wettbewerb der Veranstalter ein Totschlaginstrument etabliert, das die Privatveranstalter konsequent gegen ARD/ZDF einsetzten, dabei vor gehässigen Formulierungen nicht zurückschreckend: Rheumadecken-Sender, Kukident-Sender etc..

- Mit der gesetzlichen Auflage zum Vielfaltangebot und zur Integration in die Gesellschaft, gerieten ARD/ZDF in eine Seriositätsfalle, aus der sie sich nur mühsam befreien konnten. Dabei kamen Konvergenzprozesse in Gang, bei denen sich die Programmprofile der Veranstalter einander annäherten. Die Privaten zeigten, dass auch sie gute Fernsehfilme produzieren können, die Öffentlichen bewiesen, dass Trivialität (siehe die Entwicklung von Daily Soaps!) auch bei ihnen einen Sendeplatz haben kann. Allein bei den Informationsangeboten zeigen ARD/ZDF bis heute unangefochten Klasse. Die Nachrichtensendungen sind informativ, die zeit-kritischen Magazine von analytischer Schärfe, die Reportagen nah am Menschen und die wissenschaftlichen (vor allem historischen) Dokumentationen von einer thematischen Breite und formalen Qualität, die international ihresgleichen sucht.

- Der Wettbewerb zwischen öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Veranstaltern führte zu einem gigantischen Preiskampf um Rechte und Lizenzen. Während auf dem Gütermarkt die Regel gilt, dass Wettbewerb das Geschäft belebt, die Qualität steigert und die Preise senkt, ist auf dem Medienmarkt das Gegenteil der Fall. Das hängt mit der Verknappung von Eigentumsrechten besonderer Art ab: Es gibt nur eine Bundesliga, nur eine Olympiade und nur wenige A-Pictures. Das Gleiche gilt für Autoren, Spitzenregisseure und vor allem Stars der Showbranche.

- Insgesamt führte die Einführung des Privatfernsehens zu einer Belebung des Arbeitsmarktes. Tausende von Arbeitsplätzen entstanden. Insbesondere junge Menschen erhielten in Produktion, Technik und Redaktion Ausbildungsplätze und neue Möglichkei-

ten, ihre Talente zu entfalten. Vor allem für junge Frauen eröffneten sich Berufschancen als Moderatorin, Reporterin, Dramaturgin und Fernsehredakteurin. Sie bestimmen heute im fiktionalen Bereich weitgehend das Programm. Im Gegensatz zu Wirtschaft und Finanzen sind Frauen in der Leistungsebene des Rundfunks präsent: Dagmar Reim (rbb), Monika Piel (WDR), Susanne Schäferkordt (RTL), Verena Kuhlenkampff (WDR).

- Der einsetzende Wettbewerb war auch ein Akt der Befreiung, der ARD/ZDF aus einer beamtenähnlichen Struktur löste, die teils aufgezwungen, teils eingebildet war. Auf einmal waren Konstellationen und Entscheidungen möglich, die vorher für undenkbar gehalten wurden: Ausgründungen von Anstaltsabteilungen, Outsourcing von Dienstleistungen, die auf dem Markt preisgünstiger zu haben waren, Kooperationen mit privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen. In diesem Prozess waren die einen flexibler und schneller als die anderen. Insbesondere das ZDF war Schrittmacher. Die Privaten waren alsbald darüber verärgert, dass die „Beamten“ keine Deppen mehr sein wollten und malten das Gespenst der Wettbewerbsverzerrung an die Wand. Vergeblich! Selbst Bruxelle ließ sich auf die Dauer nicht instrumentalisieren, legte allerdings Wert darauf, dass keine Beihilfetatbestände eintraten.

Die Einführung des Privatfernsehens führte zu einer Entspannung der Beziehung zwischen Politik und Medien. Begriffe wie Rotfunk oder Schwarzfunk waren in den sechziger und siebziger Jahren Gang und Gebe und sie hatte bei einigen Sendern und Sendegefäßen auch eine Berechtigung. Ich erinnere in diesem Zusammenhang an die von Elisabeth Noelle-Neumann entwickelte Theorie von der Schweigespirale, die dem Fernsehen von ARD und ZDF eine erhebliche Mitschuld beim Verlust bürgerlicher Regierungsmehrheiten zuwies. Ich habe mich seinerzeit als Planungschef des ZDF, der zugleich für die Medienforschung verantwortlich war, gegen diese These gewandt, wie ich auch heute noch bei der Gewaltdebatte nicht an monokausale Zusammenhänge glaube. Richtig aber ist, dass die Vermehrung von Fernsehprogrammen unter-

schiedlicher Provenienz zu einer Entautorisierung der Medien im Allgemeinen und des Fernsehens im Besonderen geführt hat. Die Vermehrung der Angebote führte zu einer Pluralität der Meinungen und Lebensstile. Die Zeit war vorbei, in der man gebannt auf den Erscheinungstermin des „Spiegels“ oder auf die neuen Ausgaben von „Panorama“ oder „ZDF-Magazin“ wartete. Nicht Enthüllungsjournalismus war gefragt, sondern Orientierung in einer komplizierter gewordenen Welt.

Aber jede Medaille hat ihre zwei Seiten. Mit der Entautorisierung der Medien ging auch ein Prozess der Veralltäglichen einher. Fernsehen verlor den Ereignischarakter; normatives Denken war nicht mehr gefragt, erlaubt war, was gefällt, das heißt, was Auflagen oder Quoten machte. Die Trivialisierung und Verflachung der Inhalte nahmen zu.

Es wäre gewiss falsch, alles über einen Leisten zu scheren. Es gibt sie noch, die Leuchttürme des Programms – und zwar in allen Sparten. Es wäre auch ungerecht, die negative Programmentwicklung allein der Einführung des Privatfernsehens in die Schuhe zu schieben. Der Wind hatte sich gedreht. Die Zeit, in der das Fernsehen sich zu Recht als Kulturmedium verstehen konnte, war zu Ende gegangen. Fernsehen war nun ein Teil der Freizeit-Industrie geworden; mal mit Stil, mal ohne ihn.

Zum Dualen System hat es keine Alternative gegeben. Insofern ist Medienpolitikern wie Bernhard Vogel, Christian Schwarzschilding, Kurt Biedenkopf in der CDU, Friedrich Zimmermann in der CSU, Peter Glotz und Wolfgang Clement in der SPD auch im Rückblick für ihren Weitblick zu danken. Sie haben bei allen Licht- und Schattenseiten den richtigen Weg eingeschlagen. Im Vergleich zu anderen Ländern in Europa zeichnet sich Deutschland bis heute durch eine stabile Medienordnung aus, die gesellschaftlich akzeptiert ist. Wir haben allen Anlass, darauf stolz zu sein.