Öffentlicher Rundfunk in Europa

DER FOLGENDE BEITRAG VERSUCHT, AUF EINIGE DER STRUKTURELLEN UND AKTUELLEN STÄRKEN UND SCHWÄCHEN DES ÖFFENTLICHEN RUNDFUNKS IN EUROPA AUFMERKSAM ZU MACHEN. IN EINEM ERSTEN SCHRITT WERDEN DESHALB EINE REIHE VON KRISENSYMPTOMEN IDENTIFIZIERT UND DIE FUNDAMENTALEN PRINZIPIEN DES ÖFFENTLICHEN RUNFDFUNKS UND DEREN UNTERSCHIEDE GEGENÜBER DER PRIVATWIRTSCHAFTLICHEN ORGANISATIONSFORM HERAUSGEARBEITET. IN EINEM ZWEITEN SCHRITT WIRD DIE LEISTUNGSFÄHIGKEIT ÖFFENTLICHER RUNDFUNKVERANSTALTER AUFGRUND AUSGEWÄHLTER ÖKONOMISCHER UND PUBLIZISTISCHER KRITERIEN EVALUIERT. DEN SCHLUSS BILDET EINE INVENTARISIERUNG DER HERAUSFORDERUNGEN FÜR DAS SERVICE PUBLIC-MODELL IM RAHMEN EINER VERSTÄRKT KOMMERZIALISIERTEN UND GLOBALISIERTEN INFORMATIONSGESELLSCHAFT.

Werner A. Meier

1. Die endlose Krise des öffentlichen Rundfunks

Seit gut 15 Jahren wird der öffentliche Rundfunk in besonderem Masse von "Krisen" erfasst: Dabei zeigt sich, dass die Mehrzahl der dadurch entstandenen Probleme gesellschaftspolitische Ursachen hat und nicht über den Faktor "Missmanagement" abgebucht werdenkann.

Krise durch Institutionalisierung des "dualen" Systems

Durch die Zulassung neuer privatwirtschaftlicher Programmanbieter sind unternehmerische und programmliche Aktivitäten zunehmend auf allen Ebenen primär von ökonomischen, d.h. marktwirtschaftlichen Überlegungen geprägt. Diese Ökonomisierung hat eine Entfesselung, eine Verschärfung des Wettbewerbes zwischen ungleichen Anbietern sowie schnelle Innovationsschübe zur Folge. Obwohl das "duale" System eine gewisse Kompatibilität suggeriert, betonen Vetreter des öffentlichen Rundfunks gerade die Unvereinbarkeit: "In Wirklichkeit liegt jedoch die grösstmögliche Differenz vor, nämlich jene zwischen einem öffentlichen Auftrag, der unter öffentlicher Kontrolle erbracht wird, auf der einen Seite und einer Handelsware, die legitimerweise keine andere Philosophie als den Profit kennt, auf der anderen Seite" (Bacher 1993b, S. 3).

Ökonomisierung hat Entfesselung des Wettbewerbs bewirkt

Krise durch den Verlust der Monopolstellung

In der Mehrheit aller westeuropäischen Länder wurde dem öffentlichen Rundfunk lange Zeit eine privilegierte Position zur Wahrnehmung seiner Leistungsaufträge gewährt. Mit der Etablierung

privatwirtschaftlicher Rundfunkunternehmen kamen die öffentlichen Veranstalter wirtschaftlich unter Druck. In den grösseren Ländern Europas (Grossbritannien, Italien, Deutschland, Frankreich und Spanien) wirkten die privaten Anbieter nach einer Anlaufzeit als Schrittmacher und dominierender Faktor bei der audiovisuellen Medienentwicklung.

Krise durch technologische Entwicklungen

Für den ehemaligen ORF-Intendanten Gerd Bacher liegen die wesentlichen Ursachen der gegenwärtigen Krise des öffentlichen Rundfunks in den späten siebziger Jahren, in denen die Voraussetzungen für das Multi-Kanal-Ambiente von heute geschaffen worden sind: "TV-Satelliten, TV-Kabelnetze und, als kleinstes, möglicherweise aber wichtigstes Glied in der Kette, die TV-Fernbedienung, sie haben aus dem einst so raren und kostbaren Gut, nämlich einer brauchbaren Sendefrequenz im engen nutzbaren Frequenzspektrum, ein Inflationsprodukt werden lassen, das sich vermittels digitaler Kompression zudem in den nächsten Jahren so gut wie beliebig vermehren lassen wird."..."Wir werden, jenseits aller vorhandenen oder nicht vorhandenen Ordnungsvorstellungen, in erster Linie von der Technik determiniert...." (Bacher 1993a, S. 1ff.)

Die Technik determiniert die Entwicklung

Die neuen Digitalisierungs- und Vernetzungstechniken werden allerdings nicht eingesetzt, um die Programmqualität zu verbessern, sondern um die Markt- und Wettbewerbsbedingungen grundsätzlich zu ändern: Neue Rundfunktechnologien erweitern den Zugang und destabilisieren das Konzept knapper Frequenzen und Ressourcen. Darüber hinaus sind die technischen Neuerungen in der Regel kostenintensiv, sodass der öffentliche Rundfunk bei jedem Technologieschub von neuem in finanzielle Schwierigkeiten gerät.

Krise durch verschärfte Finanzierungsprobleme

Steigende Produktions- und Übertragungskosten bei stagnierenden Gebühreneinahmen und eingeschränkter Werbefinanzierung haben den wirtschaftlichen Druck auf öffentliche Veranstalter zusätztlich verschärft. Öffentliche Rundfunkanbieter agieren zwangsläufig vermehrt als Wirtschaftsunternehmen, weil sie mit den bestehenden und neuen Anbietern in Konkurrenz um Werbegelder, attraktive Ereignisse, Programme und Stars sowie um homogen zusammengesetzte, kaufkräftige Publika stehen. Auf den Beschaffungsmärkten, das heisst den Programm-, Rechte-, Personal- und Werbemärkten, findet dabei ein – fallweise ruinöser – Preis- und Kostenwettbewerb statt.

Es kommt zu einem ruinösen Wettbewerb

Krise durch wirtschafts- und parteipolitische Interessen

Jahrzehntelang bestand in Westeuropa ein mehr oder weniger stabiler Konsens bezüglich der Rolle, Leistung und Stellung des vornehmlich gebührenfinanzierten öffentlichen Rundfunks, auch wenn das Sendemonopol einer einzigen Anstalt regelmässig von politischen Parteien und Gruppierungen attackiert wurde, sobald diese ihre publizistischen Interessen zu wenig berücksichtigt fanden. In Anbetracht der privatwirtschaftlichen Alternativen haben Parteien mit ausgeprägten Wirtschaftsinteressen in verstärktem Masse ein sowohl gespanntes als auch gespaltenes Verhältnis zum binnenpluralistisch organisierten öffentlichen Rundfunk entwickelt. Einerseits sind diese vielfach das politische System dominierenden Gruppierungen nach wie vor an einer starken, parteipolitisch austarierten Kontrolle interessiert, um ihre politischen Ziele auch publizistisch artikulieren zu können. Andererseits wird aber auch versucht, mit neuen Anbietern neue Märkte zu erschliessen, um verstärkt auf die wirtschaftlichen und politischen Entscheidungsprozesse – sowohl gesamtgesellschaftlich als auch kommunikationspolitisch – Einfluss zu nehmen. Im Falle von Deutschland bestand die Politik des ehemaligen Postministers Christian Schwarz-Schilling darin, auf der einen Seite die damals noch führende ARD programmlich-publizistisch zu "entautorisieren" und auf der anderen Seite durch eine konsequente Verkabelung der Republik den privaten Programmveranstaltern zu Reichweiten bzw. Werbeeinnahmen respektive weitreichenden Geschäftsaktivitäten zu verhelfen. Darüber hinaus hat sich im Laufe der Zeit die aktuelle medien- und telekommunikations-

Parteipolitische Interessen wirken auf die Rundfunkentwicklung ein

politische (De-)Regulierung zunehmend von der Staats-, Kultur- und Sozialpolitik auf Industrie-, Technologie-, Standort- und Beschäftigungspolitik verlagert.

Krise durch nationale Medienpolitik

Die Krise des öffentlichen Rundfunks ist allerdings auch zu einem gewissen Grade konzeptuell bedingt und entsprechend politisch zu verantworten, weil die Wettbewerbssituation auf der einen Seite und die politische Kontrolle über Gebühren, Leistungsaufträge, Werberegelungen und personelle Entscheidungen auf der anderen Seite Strukturbedingungen schafft, die Konflikte und Widersprüche geradezu provozieren. So wird eine Entbürokratisierung mit mehr Effizienz und unternehmerischem Verhalten gefordert und gleichzeitig dieses unternehmerische Verhalten kritisiert, weil dadurch die Chancen der neuen privatwirtschaftlichen Programmanbieter reduziert und die Erfüllung der vielfältigen und anspruchsvollen Leistungsaufträge in Frage gestellt wird. So werden die Gebühren- und Werbeeinnahmen stark reglementiert – die Werbeeinnahmen fallweise sogar ganz den privatwirtschaftlichen Anbietern überlassen – und auf der andern Seite werden attraktive, qualitativ hochstehende, eigenproduzierte Programme verlangt sowie die Berücksichtigung von gesellschaftlichen Minderheiten gefordert. Zusätzlich wird der durch die Reregulierung zwangsläufig erfolgte Reichweitenrückgang verstärkt als Legitimitätsverlust und Leistungsdefizit des öffentlichen Rundfunks interpretiert, insbesondere vor dem Hintergrund aufkommender Alternativen in Form des vermeintlichen "Gratisfernsehens".

Spannungen zwischen Wettbewerb und Leistungsaufträgen wurden politisch nicht bewältigt

Krise durch unternehmerische "Selbstkommerzialisierung"

Die Krise des öffentlichen Rundfunks hat nicht nur das politische System zu verantworten, sondern auch die Institutionen selbst sind in der Regel nicht frei von Selbstverschulden. Die Übernahme der Sprache des Marktes zur Repositionierung öffentlicher Veranstalter und zur Legitimation marktwirtschaftlicher Strategien führt zur Entfremdung gegenüber dem eigenen Konzept und den eigenen Zielsetzungen. So kritisiert beispielsweise Wolfgang Langenbucher die Semantik von Legitimationsstrategien öffentlicher Programmveranstalter: "Statt über Kritik am Markt aus der intellektuellen Tradition zu sprechen, aus der der öffentlichrechtliche Rundfunk 1945 entstanden ist, hat ein terminologischer Paradigmenwechsel stattgefunden. Die neuen Stichworte sind: Marktvorsprung, Wettbewerbsfähigkeit, Effizienz, Break-even-point, Massenattraktivität, Mischkalkulation, Wettkampf der Systeme, Konkurrenz, Produktivitätsstrategien, Verkäuflichkeit, Angebote, Marktwert etc." (Langenbucher 1992, S. 34). Die fundamentalen Prinzipien des öffentlichen Rundfunk werden allerdings nicht bloss von Vertretern bestimmter politischer Parteien und Wirtschaftsgruppen in Frage gestellt, sondern auch fallweise von Repräsentanten und Medienschaffenden des öffentlichen Rundfunks selbst.

Öffentlich-rechtliche Veranstalter haben die Sprache des Markts übernommen

Krise durch privatwirtschaftliche Monopolisierung

Die Krise des öffentlichen Rundfunks und die Etablierung der dualen Rundfunkstruktur in Europa führen gleichzeitig aber auch zu Veränderungen der unternehmerischen und publizistischen Machtverhältnisse in Europa. Der Machttransfer findet auf verschiedenen Ebenen statt, nämlich von öffentlichen zu privaten Rundfunkmedien, von normativen zu kommerziellen Zielsetzungen, von Medienschaffenden zu Eigentümern und Managern, von nationalen Institutionen zu transnationalen, multimedialen Wirtschaftsunternehmen (Blumler 1993, S. 404). Die marktwirtschaftliche Durchdringung der audiovisuellen Massenkommunikation fördert nicht nur die wirtschaftliche und publizistische Konzentration, sondern ermöglicht auch das Entstehen von Rechte- und Vermarktungsmonopolen. Das staatlich geförderte "Crossownership" und die staatlich geförderten Medienkonzentrationsprozesse innerhalb und zwischen den Medien-, Telekommunikations- , Computer- und Unterhaltungselektronikindustrien erhöhen die Gefahr des publizistischen und

Marktwirtschaftliche Durchdringung fördert Konzentrationsprozesse bis zur Monopolisierung

wirtschaftlichen Machtmissbrauchs durch dominierende Medienkonzerne. Solche Zusammenschlüsse gefährden nicht nur die Meinungspluralität, sondern verstärken den strukturellen Wettbewerbsnachteil auch für den öffentlichen Rundfunk. In Deutschland sind gegenwärtig die Konzerne Bertelsmann, Kirch und Telekom daran, einen gemeinsamen Verbund zur Kommerzialisierung des digitalen Rundfunks aufzubauen. Die Marktmacht dieser "Gemeinschaftslösung" scheint so überwältigend, dass alle weiteren potenziellen Anbieter das Nachsehen haben werden.

Krise durch medienpolitische Vorschriften und Steuerung auf europäischer Ebene

Als 1986 die Errichtung eines Europäischen Binnenmarktes zuoberst auf der politischen Agenda stand, wurden die Prinzipien der Römer Verträge auch auf das Fernsehen angewandt. Ausfluss dieser Aktivitäten war die Schaffung einer EG-Fernsehrichtlinie, die verbindlich festlegt, welche Anforderungen ein Fernsehveranstalter zu erfüllen hat (Programmquoten, Werbung, Teleshopping, Exklusivrechte, Jugendschutz, etc.). Die fast ausschliesslich wirtschaftliche Sichtweise vertritt die Interessen der privaten Rundfunkveranstalter und ignoriert die unterschiedliche Institutionalisierung und Zielsetzung des öffentlichen Rundfunks gänzlich. Mit der Verlagerung der Steuerungskompetenzen von der nationalen auf die europäische Ebene wird der öffentliche Rundfunk marginalisiert und mit neuen Legitimationsproblemen konfrontiert.

Europäische Regelungen tendieren zur Marginalisierung des öffentlichen Rundfunks

2. Die Stärken des öffentlichen Rundfunks

Auch wenn die formulierten "Krisensymptome" durchaus zutreffen können, so vermitteln sie nicht das gesamte Bild. Es gibt auch Konstellationen und Charakteristiken, die begründen helfen, warum der öffentliche Rundfunk – trotz eindeutigen Wettbewerbsnachteilen – ein grosses Überlebenspotential kennt. Der öffentliche Rundfunk verkörpert und propagiert nämlich Werte, die im vorherrschenden Demokratieverständnis zentral sind. Folgende Prinzipien können als konstitutiv betrachtet werden:

Öffentlicher Rundfunk hat den Vorteil, auf demokratischen Werten aufzubauen

- Geografische Universalität: Für die ganze Bevölkerung eines Landes besteht eine prinzipielle Empfangsmöglichkeit für Rundfunkleistungen.
- Thematische Universalität: Alle Programmformen und Genres werden angeboten, um möglichst alle Geschmäcker und Lebensbereiche in einem angemessenen Zeitraum und zu einem angemessenen Zeitpunkt zu befriedigen, d.h. Unterhaltung, Information und Bildung.
- Kompensation: Gesellschaftliche und sozialen Minoritäten, die generell eher Schwierigkeiten haben, sich Gehör zu verschaffen, werden explizit berücksichtigt (Ausgleich zu dominierenden Mehrheiten).
- Integration: Nationale, staatliche bzw. staatspolitische Erfordernisse werden berücksichtigt (Klammerfunktion und Identitätsstiftung).
- Qualität: Multidimensionale Qualitätsstandards kommen bei der Produktion und Programmierung von Sendungen und Beiträgen zur Anwendung.
- Finanzierung: Die Hauptfinanzierung erfolgt in der Regel als Direktfinanzierung durch die Haushalte als Empfangskonzessionäre. Damit wird eine gewisse Autonomie von der werbetreibenden Wirtschaft und dem politischen Establishment angestrebt.
- Zugang: Die Öffentlichkeit hat Zugang zu allen wichtigen Ereignissen.
- Diskurs: Der öffentliche Rundfunk versteht sich als Forum für den gesellschaftlichen Diskurs.
- Programmleistung: Ein Beitrag zur nationalen und regionalen Kulturproduktion wird durch den Primat der Eigenproduktion geleistet.

Typisierung des dualen Rundfunksystems

Dimensionen	öffentliche Institution als Akteur	privatwirtschaftliches Unternehmen als Akteur
Organisation	kulturelle Institution unter gesellschaftlicher Kontrolle	marktwirtschaftliches Unternehmen unter der Kontrolle der Kapitaleigner und Manager
Organisationszweck	Erfüllung des Leistungsauftrags	Gewinnmaximierung bei der Kapitalverzinsung
Eigentum	öffentlich	private Investoren
Finanzierung	pauschale Gebühren	Werbeeinnahmen
Umverteilung	kostendeckende Finanzierung	gesellschaftliche Subventionierung privater Gewinne
Primat der Zielsetzung	Aufklärung und Integration	wirtschaftliche Effektivität und Effizienz
Normative Zielsetzung	gesellschaftliche Wohlfahrts-maximierung	individuelle Nutzenmaximierung
Hauptorientierung	Programmauftrag u. unternehmerischer Auftrag (Sachzielerreichung)	Kundschaft auf dem Werbe- und Rezipientenmarkt
Tendenz	Integration/Segmentierung	Individualisierung/Fragmentierung
Angebot	Programm für alle	Programm für kaufkräftige und ausgabefreudige Zielgruppen
Programmschwerpunkt	Politik und Kultur	Unterhaltung und Dienstleistung
Orienitierung des Leistungsangebotes	angebotsorientiert	nachfrageorienitiert
Programmkriterien	Qualität, Vielfalt, Relevanz, Originalität, Konformität	Akzeptanz, Popularität, Unterhaltung, Spektakel, Emotion und Zerstreuung
Performanz	gemessen am Leistungsauftrag und an unternehmerischen Zielsetzungen	gemessen an der Rentabilität und an weiteren unternehmerischen Zielsetzungen
Versorgungsart	Vollversorgung gemäss Auftrag	Versorgung gemäss Rentabilität
Nachfrage	Öffentlichkeit, Staat und Gesellschaft	werbetreibende Wirtschaft und individuelle Konsumentin
Rolle des Publikums	mündige Bürgerin (homo politicus)	souveräne Konsumentinnen (homo oeconomicus)
Regulierungsmodus	zielgerichtete Steuerung	offene Selbststeuerung
Regulierungsziel	publizistische Vielfalt	ökonomische Vielzahl
Primärer Steuerungs-mechanismus	öffentliche Aufgabe als Gemeinwohlorientierung	marktwirtschaftliche Mechanismen (z.B. Wettbewerb)
Verantwortung	Rechenschaft gegenüber Gesellschaft	Rechenschaft gegenüber Aktionären
Vielfaltsicherung	organisationsintern (Binnenpluralität)	Vielzahl von Veranstaltern (Aussenpluralität)
traditionelle Funktionsmängel	Staats- und Parteinähe Bürokratisierung Paternalismus	wirtschaftliche Vermachtung Imitation von finaziell erfolgreichen Programmen
Abhängigkeit	politische Instanzen	werbetreibende Wirtschaft

Quellen: Meier/Bonfadelli/Schanne 1993, Prott 1991, Jarren/Vowe 1995, Kiefer 1996.

Diese Leitlinien des öffentlichen Rundfunks sind nicht nur Ursachen für Krisen, sondern schaffen auch Voraussetzungen für Vorteile und Vorzüge des öffentlichen Rundfunks. Für die European Broadcasting Union (EBU) sind es die folgenden (EBU 1996):

– Lange Erfahrung bei der Programmarbeit im öffentlichen Interesse;
– Können und Professionalität bei der audiovisuellen Programmproduktion;
– Erfahrung bei der Bereitstellung pluralistischer, ausgewogender Informationsangebote;
– Kenntnis der Bedürfnisse des Publikums;
– Ethische Verantwortung der Programmschaffenden und des Managements;
– Reichtum des eigenen audiovisuellen Archivmaterials;
– Bereitschaft, neue Technologien einzusetzen/anzuwenden.

3. Die Reaktion des öffentlichen Rundfunks im dualen System

Betrachtet man das öffentliche und private Rundfunkmodell idealtypisch, so sind die Unterschiede eklatant. Gleichzeitig bilden diese zusammen aber das "duale Rundfunksystem", das sich in vielen Ländern Europas institutionalisiert hat.

Marie-Luise Kiefer (1996, S. 9ff. u.a.) und Jürgen Heinrich (1993, S. 269) machen bei ihrer Gegenüberstellung der beiden Idealtypen auf folgende medienökonomisch und kommunikationspolitisch relevanten Punkte aufmerksam:

– Die normativen Zielsetzungen der beiden Medienorganisationsformen unterscheiden sich grundsätzlich;
– beim öffentlichen Rundfunk kommen die Steuerungsmechanismen Markt und Wettbewerb gar nicht oder nur sekundär zum Zuge;
– beide Rundfunksysteme agieren mehrheitlich auf verschiedenen Märkten;
– bei beiden Rundfunksystemen sind unterschiedliche Funktionsmängel virulent;
– beide Rundfunksysteme sind unterschiedlichen Kontrollmechanismen unterworfen;
– das duale Rundfunksysteme bevorteilt durch den Wettbewerb auf dem Werbemarkt die attraktive Zielgruppe der 14- bis 49Jährigen;
– Wettbewerb und Markt sind für das duale Rundfunksystem kontraproduktive Handlungsstrukturen zur Erreichung der medienpolitisch vorgegebenen politisch-publizistischen Ziele.

Das duale System hat eher Kosten- als Qualitätswettbewerb ausgelöst

Strukturelle Defizite privater und öffentlicher Rundfunkveranstalter sind folglich durch die Etablierung des dualen Rundfunksystems keineswegs reduziert, sondern vielfach noch verstärkt worden. Der Zwang zum ökonomischen Wettbewerb hat die Kostenspirale in Gang gesetzt und die grundsätzlichen strukturellen und programmlichen Unterschiede eher in den Hintergrund gedrängt. Die Folgen des Kostenwettbewerbs wirken sich viel stärker aus als diejenigen des Qualitätswettbewerbs (vgl. Heinrich 1996). Dazu hat die Krise des gesellschaftlichen Wertsystems vor allem die Position des öffentlichen Rundfunks geschwächt, weil deren Werte gesellschaftpolitisch vermehrt in Frage gestellt werden.

Wie reagiert der öffentliche Rundfunk? Wohin steuern die Veranstalter beim öffentlichen Rundfunk? Wie stellen sie sich der neuen Herausforderung? Welche Strategien stehen ihnen zur Verfügung? Aufgrund einer Analyse der Programmation unterscheiden Yves Achille und Bernhard Miège (Achille/Miège 1994, S. 34) bei den europäischen öffentlichen Programmveranstaltern vier unterschiedliche Strategien, nämlich: die Erhaltung des status quo; die oppositionelle Strategie; die Konfrontationsstrategie und die partielle Konfrontationsstrategie. Etwas umfassender der Vorschlag von Olaf Hulten und Kees Brants (Siune/Truetzschler 1992, S. 116ff.), die idealtypisch eine fundamentalistische Strategie, eine Anpassungstrategie und eine Kompensationsstrategie unterscheiden.

Die *fundamentalistische,* orthodoxe Strategie besinnt sich auf die Traditionen des öffentlichen Rundfunk und konzentriert sich vor allem auf diejenigen Programme und Genres, die einerseits konstitutiv für den öffentlichen Rundfunk sind und andererseits auf solche, die von den übrigen (kommerziellen) Anbietern eher vernachlässigt werden, wie beispielsweise Minderheiten-, Kultur- und Bildungsprogramme. Werbung wird dabei als Finanzierungsmittel aus grundsätzlichen Gründen eher abgelehnt, um den Auftrag nicht zu gefährden.

Strategie des Rückzugs auf die Traditionen des öffentlich-rechtlichen Systems

Bei der *Anpassungsstrategie* stellen sich die öffentlichen Programmveranstalter auf die neue Entwicklung selbstbewusst ein. Das breite Publikum soll mit populären Programmen angesprochen werden. Werbung wird als wichtiges Finanzierungsmittel betrachtet und deren Konsequenzen werden in Kauf genommen. Mit der programmlichen Annäherung an die private Konkurrenz hofft man die wirtschaftliche Basis für das Überleben am Markt gelegt zu haben.

Strategie der Anpassung an die Kommerziellen

Die *Kompensationsstrategie* versucht, so etwas wie einen marktorientierten *Service public* zu gestalten. Man glaubt, dass die Legitimation des öffentlichen Rundfunks am ehesten bei der Durchsetzung am Markt erbracht werden kann. Dies erfordert eine konsequente und flexible Anpassung an Bedürfnisse und Erwartungen der potentiellen Publika. Gleichzeitig sollen vor allem jene Programmleistungen gepflegt werden, die als Markenzeichen für den öffentlichen Rundfunk gelten: Auf ernsthafte Meinungsbildung ausgerichtete Information, die Vermittlung kultureller und bildender Inhalte sowie Orientierung und Beratung als echte Lebenshilfe.

Vermittelnde Kompensationsstrategie, die öffentlichen Rundfunk mittels Akzeptanz zu legitimieren sucht

Nach Marie-Luise Kiefer hat der öffentliche Rundfunk im dualen System keine grossen Entscheidungsfreiheiten. Da es immer schwieriger wird, sich der Kommerzialisierung und Trivialisierung zu entziehen, verbleiben dem öffentlichen Rundfunk lediglich einige Optionen oder Handlungsmöglichkeiten zur Existenzsicherung (s. Kiefer 1994, S. 134ff. und Kiefer 1996, S. 26):

Öffentlicher Rundfunk hat nur geringen Handlungsspielraum

- Definition und Konkretisierung des Programmauftrages in bewusster Abgrenzung zu privaten Anbietern;
- Schaffung von Konzepten zur Zielerreichung und Überprüfung des Programmauftrages;
- Förderung einer vom kommerziellen Rundfunk unterscheidbaren Unternehmenskultur und Identität;
- Durchführung von Marketingmassnahmen zur Optimierung der komplexen Umweltbeziehungen (u.a. Publikum!) und zur Sicherung einer ausreichenden Publikumsakzeptanz;
- Durchsetzung von Massnahmen zur Sicherung des Qualitätswettbewerbs;
- Ausreichende Bereitstellung meritorischer Güter und Dienstleistungen im Sinne des Gemeinwohls;
- Durchsetzung von Massnahmen zur Konterkarierung der steigenden Kommerzialität bei Radio und Fernsehen.

4. Die Stellung des öffentlichen Fernsehens in Westeuropa

Wie hat sich die europäische Fernsehlandschaft in den vergangenen 15 Jahren verändert? In welchem Umfeld haben die öffentlichen TV-Veranstalter ihre zugewiesenen Aufgaben zu bewältigen?

- Die Bevölkerung in allen westeuropäischen Ländern hat Zugang zu mindestens zwei national verbreiteten Kanälen. Das Angebot an Kanälen hat sich mehr als verdoppelt.
- Die Zahl der privatwirtschaftlich operierenden Kanäle ist viel stärker angewachsen als die Zahl der öffentlichen Kanäle, die ebenfalls stieg (Tab. 1) Zwischen 1993 und 1995 allein stieg die Zahl der TV-Kanäle um 30 Prozent und bewegt sich auf auf die Zahl 300 zu.
- Die Zugänglichkeit zu ausländischen Kanälen ist stark angewachsen, da die Distributionsmöglichkeiten erweitert wurden. Allein zwischen 1993 und 1995 sind sechs europäische Satelliten mit 64 Transpondern gestartet worden. Astra und Eutelsat sind bereit, in ihrem Angebot über

Öffentliche TV-Kanäle in westeuropäischen Kleinstaaten (Tab. 1)

Land	TV-Kanäle 1980	Zahl	TV-Kanäle 1996	Zahl
Österreich	ORF 1 u. ORF 2	2	ORF 1 u. ORF 2	2
Belgien (fl.)	BRT 1 u.BRT 2	2	TV1 u. TV2	2
Belgien (wall.)	RTBF 1 u. RTBF21	2	RTBF1 u. RTBF21	2
Schweiz /dt.)	SF-DRS	1	SF DRS, Schweiz 4	2
Schweiz (fr.)	TSR	1	TSR, Suisse 4	2
Schweiz (it.)	TS	1	TSI, Svizzera 4	2
Dänemark	DR	1	DR 1 u. TV2	2
Finnland	YLE 1 u. 2 (MTV)	2	YLE 1 u. YLE 2	2
Irland	RTE 1 u. 2	2	RTE 1 u. RTE 2	2
Holland	NED 1 u. NED 2	2	NED 1, NED 2, NED 3	3
Norwegen	NRK 1	1	NRK 1	2
Portugal	RTP 1 u.RTP 2	2	RTP 1 u. RTP 2	2
Schweden	SVT 1 u. SVT 2	2	SVT 1 u. SVT 2	2
Total		21		27

200 Kanäle zu führen. Mehr als die Hälfte aller neuen Kanäle werden als Pay-TV Kanäle vermarktet.

– Das Publikum nimmt das vergrösserte Angebot nur sehr zögerlich an. Nach wie vor konzentriert sich das Hauptinteresse auf vergleichsweise wenige nationale bzw. nachbarstaatliche Kanäle (öffentliche und/oder privatwirtschaftliche).
– Trotz – oder vielmehr gerade wegen – der Zulassung vieler neuer Kanäle (im Zuge der Deregulierung) erscheint die europäische Rundfunklandschaft noch stark reglementiert; die privatwirtschaftlich operierenden Kanäle sind davon in der Regel nicht grundsätzlich ausgenommen.
– Nicht nur viele private Kanäle konnten von der Deregulierung profitieren und sich auf dem europäischen Markt etablieren, sondern auch die öffentlichen Kanäle verzeichneten ein leichtes Wachstum von 21 auf 27 Kanälen zwischen 1980 und 1996. Das durchschnittliche Wachstum an Sendestunden zwischen 1988 und 1994 betrug bei den öffentlichen Veranstalter auf den kleinstaatlichen TV-Märkten 37 Prozent. Sendestunden abgebaut haben lediglich NRK (Nor-

Marktanteile (24 St.) einheimischer öffentlicher TV-Kanäle in ausgewählten europäischen Kleinstaaten (Tab. 2)

Land	Kanal	1988	1990	1992	1994	1996	1988/96
Dänemark	DR/TV 2	k.A.	k.A.	k.A.	74%	68%	k.A.
Österreich	ORF	89%	80%	73%	65%	63%	- 31%
Irland	RTE	68%	67%	63%	60%	53%	- 20%
Schweden	SVT	76%	72%	71%	65%	50%	- 34%
Finnland	YLE	61%	57%	54%	50%	47%	- 23%
Norwegen	NRK	85%	81%	63%	54%	43%	- 49%
Portugal	RTP	98%	98%	95%	70%	39%	- 60%
Holland	NED	80%	60%	47%	43%	37%	- 54%
Schweiz	SRG	40%	38%	33%	34%	35%	- 12%
Belgien	RTBF/BRTN	44%	27%	25%	25%	20%	- 55%
Durchschnitt		71%	64%	58%	54%	46%	- 35%

Quelle:EBU, GEAR, eigene Berechnungen.

wegen), BRTN (Belgien) und DR (Dänemark). Im gleichen Zeitraum fiel allerdings die Zahl der Beschäftigten bei öffentlichen TV-Veranstalter auf den kleinstaatlichen TV-Märkten um 4 Prozent (Trends 1993). Die Mehrzahl der öffentlichen Veranstalter bauten Personal ab, am stärksten wurden RTP (Portugal), RTBF (Belgien) und RTE (Irland) vom Personalabbau betroffen (Trends 1993).

– Konnten die einheimischen öffentlichen Veranstalter auf den kleinstaatlichen Märkten vor zehn Jahren noch fast drei Viertel des jeweiligen TV-Zuschauermarktes für sich beanspruchen, so betrug dieser Anteil 1996 noch 46 Prozent. Die Zulassung privater Anbieter in Belgien, Holland und Portugal traf die öffentlichen Veranstalter in diesen Ländern am stärksten, während die SRG in diesem Zeitpunkt lediglich einen Rückgang von 12 Prozent zu verkraften hatte. In Dänemark, Österreich, Schweden, Finnland, Irland und der Schweiz befinden sich die öffentlichen Veranstalter auch beim 24-Stunden Marktanteil in der Pole-Position (Tab. 2).
– Der Einfluss der ausländischen Kanäle ist abhängig von der Sprache und wirkt sich dementsprechend sehr unterschiedlich aus (Tab. 3). Portugal, Finnland, Schweden, Norwegen, Dänemark

Marktanteile (24 Std.) ausländischer TV-Kanäle beim einheimischen Publikum in ausgewählten europäischen Kleinstaaten (Tab. 3)

Land	1988	1990	1992	1994	1996
Schweiz (3)	60%	62%	67%	66%	65%
Irland	32%	33%	37%	40%	47%
Belgien (2)	41%	37%	38%	38%	44%
Österreich	11%	20%	27%	35%	37%
Dänemark	k.A.	k.A.	k.A.	22%	29%
Holland	20%	20%	23%	22%	20%
Norwegen	5%	5%	7%	6%	7%
Schweden	24%	15%	7%	8%	7%
Finnland	6%	4%	5%	5%	5%
Portugal	2%	2%	5%	3%	2%
Durchschnitt	22%	22%	24%	25%	26%

Quelle:EBU, GEAR, eigene Berechnungen.

und Holland bilden eigentliche Sprachinseln und deshalb ist der Einfluss aus dem Ausland entsprechend gering. Die Schweiz, Irland, Belgien (Wallonien) und Österreich sind seit der Entwicklung der elektronischen Medien mit Veranstalter auf grossen, gleichsprachigen Nachbarmärkten konfrontiert und entsprechend hoch ist der Marktanteil ausländischer privater und öffentlicher Kanäle. Insgesamt ist allerdings die private Konkurrenz aus dem Inland stärker auf dem Vormarsch als die private Konkurrenz aus dem benachbarten Ausland. Dies gilt allerdings noch nicht für die Schweiz, Österreich und Irland, wo die Markteintrittsbarrieren sowohl aus wirtschaftlichen wie auch aus medienpolitischen Gründen hoch angesetzt sind.

– Die Zahl der öffentlichen und privaten Veranstalter mit mindestens 5 Prozent Marktanteil während der Prime Time auf den jeweiligen nationalen TV-Märkten ist fast gleich, nämlich 37 zu 35. Auch die Marktanteile sind gegenwärtig im Durchschnitt noch ausgeglichen (53% zu 47% zugunsten der öffentlichen Veranstalter). In den fünf grossen TV-Märkten hingegen dominieren insgesamt die privaten Unternehmen im Verhältnis von 53 Prozent zu 47 Prozent (Tab. 4).
– Bemerkenswert sind die Unterschiede beim Medienkonsum. Während sich in der Deutschschweiz die Bevölkerung mit 132 Minuten TV-Konsum pro Tag zufrieden gibt, sind es in Italien immerhin 226 Minuten, also gut anderthalb Stunden länger.

Zahl und Marktanteille öffentlicher und privater TV-Kanäle in ausgewählten Ländern Westeuropas (Tab.4)

TV-Markt	Zahl der öff. Kanäle	Zahl der priv. Kanäle	TV-Konsum in Minuten	Marktanteil öff. Kanäle	Marktanteil priv. Kanäle
Belgien (2)	5	5	217	35	59
Dänemark	2	1	161	78	14
Deutschland	2	3	198	46	51
England	2	2	220	45	48
Finnland	2	1	154	54	44
Frankreich	2	2	189	45	55
Holland	3	4	163	41	43
Irland	3	2	k.A.	71	18
Italien	3	3	226	50	50
Norwegen	1	3	153	45	46
Österreich	2	0	143	74	22
Portugal	2	2	175	43	56
Schweden	2	2	153	57	42
Schweiz (3)	4	3	152	61	30
Spanien	2	2	222	50	47

Anmerkung: Zahl der Kanäle mit mindestens 5% Marktanteil; Marktanteil: Prime Time; es wird keinen Unterschied gemacht zwischen in- und ausländischen Kanälen. Da viele private Kanäle nur sehr geringe Marktanteile für sich beanspruchen können, ergeben die öffentlichen und die privaten Marktanteile nicht immer 100%.
Quelle: EBU/GEAR 1996

Tab. 5: Inhaltliche Aufteilung (in %) der TV-Programme ausgewählter europäischer Sender (1995)

	SRG	ORF	RTBF	BRTN	DR	TV2	YLE	N0S	NRK	SVT
Fiktion	34,4	45,9	24,1	40,4	28,4	40,8	30,2	20,8	23,2	26,4
Unterhaltung	5,5	2,9	6,7	6,4	4,4	6,9	5,3	12,4	12,2	8,8
Musik	2,6	8,5	2,4	3,4	4,0	5,3	4,3	3,9	3,4	3,5
Sport	14,7	5,6	20,8	7,1	9,2	10,4	8,3	8,8	15,3	6,0
Nachrichten	10,4	4,8	9,2	9,6	10,9	12,3	7,8	5,7	7,6	10,4
Information	6,1	13,7	16,6	10,0	19,3	9,3	21,5	21,5	16,8	28,2
K/KW	10,9	3,9	1,8	7,5	12,5	3,6	8,3	6,9	8,7	12,2
Bildung	1,3	0,0	1,7	5,3	4,5	-	5,7	11,0	4,0	-
Religion	0,9	0,7	2,1	0,9	1,5	0,0	0,7	3,3	1,7	1,4
Rest	6,1	11,1	-	1,8	0,7	0,2	3,6	0,0	4,2	3,0
Vorschau	3,2	0,9	9,1	6,7	4,8	4,9	4,2	0,0	2,9	0,0
Werbung	3,6	1,9	5,5	0,9	-	6,2	0,0	5,9	-	-
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Bemerkungen: *K/K/W ist die Abk. für Kunst, Kultur und Wissenschaft*
Quelle: *EBU/Europäische audiovisuelle Informationsstelle*

– Was das Programm betrifft, so sind die Ergebnisse aufgrund einer eher oberflächlichen Analyse nicht immer eindeutig. So nimmt auch bei den angeführten öffentlichen Sendern das fiktionale Angebot zu und belegt im Durchschnitt gut 30 Prozent des Gesamtprogramms. Das Angebot an leichter Unterhaltung hingegen blieb mit rund sieben Prozent eher bescheiden. Rund ein Viertel aller Sendungen sind der Kategorie Information und Nachrichten zugeordnet. Zum Vergleich: Während die BBC in diesen Genres 1995 auf 32 Prozent kam, brachten es die drei grossen privaten Kanäle aus Deutschland auf lediglich 12 Prozent. Die Behauptung, dass sich öffentliche und kommerzielle Programme sich immer mehr angleichen würden und letztlich austauschbar seien, kann durch dieses Programmprofil nicht erhärtet werden, umso mehr als die privaten Anbieter fast durchwegs fiktionale Stoffe und Unterhaltungsprogramme während der Prime-Time anbieten. Bei den Sportprogrammen weisen die öffentlichen nach wie vor ein sehr umfangreiches Angebot aus, nämlich im Durchschnitt über 10 Prozent (Tab. 5).

Tab. 6: Erträge in Prozent ausgewählter europäischer TV-Sender (1995)

	SRG	ORF	RTBF	BRTN	DR	TV2	YLE	NED	NRK	SVT
Öffentliche Ergträge	71,0	44,7	64,6	77,7	93,6	0,0	76,1	66,4	93,7	93,1
Kommerzielle Erträge	29,0	45,6	27,5	16,1	6,4	96,0	23,9	32,1	3,4	5,9
Sonstige Erträge	0,0	9,7	7,9	6,2	0,0	4,0	-	1,5	2,9	1,0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: EBU/Europäische audiovisuelle Informationsstelle 1997

– Was die Finanzierung betrifft, so sind alle öffentlichen Kanäle – mit Ausnahme des dänischen Senders TV2 – stark von den Gebühren abhängig (Tab. 6). Dabei müssen oder wollen SVT, NRK und DR nach wie vor auf die Ausstrahlung von Spotwerbung verzichten. In Finnland hat sich YLE 1993 Jahre von seinem kommerziell ausgerichteten "Untermieter" und "Juniorpartner" MTW nach jahrzehntelanger Zusammenarbeit getrennt. Das Zusammengehen von privatem und öffentlichem Unternehmertum hatte sich überlebt. Heute versorgen zwei öffentliche (YLE: TV1 und TV2) und ein kommerzieller Kanal (MTW) landesweit die finnische Bevölkerung. Demgegenüber steht dem Kanalsharing von SF2 und Presse TV die Bewährungsprobe noch bevor.

5. Die Herausforderungen des öffentlichen Rundfunks

Aufgrund der bisherigen Inventarisierung der europaischen Radio- und Fernsehlandschaft ergeben sich für den öffentlichen Rundfunk eine Reihe von Herausforderungen:

Das Monopol der öffentlichen Rundfunkunternehmen ist vorbei. Private Anbieter sind auf den gleichen Märkten tätig und bieten ähnliche, gleichwertige oder sogar bessere Leistungen für die werbetreibende Wirtschaft und für bestimmte Zielgruppen. Dies hat zur Folge, dass Werbeeinnahmen und Marktanteile unweigerlich sinken. Gleichzeitig steigt gesamthaft der Legitimationsbedarf. Aus dem relativen Verlust an wirtschaftlicher und publizistischer Leistungsfähigkeit erfolgt die Kardinalfrage nach der Notwendigkeit eines mehrheitlich auf Gebühren basierenden öffentlichen Rundfunks rasch.

Öffentlicher Rundfunk unterliegt einem wachsenden Legitimationsdruck

Sofern der Markt genügend gross ist, werden laufend neue Angebote von den ständig sich vermehrenden Distributionstechniken auf den Markt geworfen. Gerade die einsetzende Digitalisierung ermöglicht einen weiteren Angebotsschub. Dazu gehören auch minderheitenorientierte Spartenprogramme, die als Pay-TV vermarktet werden und deshalb auch bei kleinen Marktanteilen wirtschaftlich überlebensfähig sind.

Digitalisierung ermöglicht neue Arten der Vermarktung

Der Wettbewerb um knappe Ressourcen wie lukrative Spotwerbung und einzelne herausragende Sportereignisse nimmt zu. Dabei können die Resultate dieses Wettbewerbs ganz unterschiedlich ausfallen. Auf der Programmebene können Tendenzen ausgemacht werden, die die Konvergenzthese stützen, d.h. es erfolgt eine Angleichung der Programme. Auf der anderen Seite können Entwicklungen gezeigt werden, die eher die Divergenzthese stützen, das heisst der Versuch, sich programmmässig möglichst unterschiedlich zu positionieren. Mit dieser Absetzungstrategie läuft der öffentliche Rundfunk allerdings Gefahr, marginalisiert und in ein kulturelles und politisches Ghetto abgeschoben zu werden.

Es gibt Anzeichen der Angleichung, aber auch der Pofilierung

In grossen europäischen Märkten dominieren – zumindest marktmässig – bereits die privatwirtschaftlich institutionalisierten Rundfunkunternehmen. In Verbindung mit Teilen des politischen Systems versuchen diese Medienunternehmen, ihre Aktivitäten auf Kosten der öffentlichen Veranstalter auszudehnen. Ihr Ziel besteht darin, die öffentlichen Veranstalter in ihrer Entwicklung einzuschränken und sie möglichst auf solche Aufgaben und Leistungen zu verpflichten, die von den privaten Unternehmen aus Rentabilitätsüberlegungen nicht wahrgenommen werden.

Die marktmässig dominierenden privaten drängen die öffentlichen Rundfunkunternehmen weiter zurück

Die grossen privaten Rundfunkunternehmen und ihre Dachverbände in Europa versuchen, den nationalen Regierungen die Kontrolle über die öffentlichen Unternehmen aus der Hand zu schlagen. Für die grossen transnational und sogar global ausgerichteten Firmen wäre es von Vorteil, wenn die Rundfunkkompetenz nicht mehr bei den einzelnen Mitgliedstaaten innerhalb der EU läge, sondern bei der EU-Kommission. Bei ihrem jüngsten Treffen Mitte Juni in Amsterdam haben sich die Regierungschefs der EU-Staaten auf einen Kompromiss geeinigt. Einereits ist zukünftig auch die EU für den öffentlichen Rundfunk zuständig, andererseits ist die zuständige EU-Kommission an die Vorgaben der Mitgliedstaaten gebunden. Somit dürfen die einzelnen Staaten die öffentlichen Rundfunkunternehmen weiterhin mit Gebühren finanzieren, sofern damit lediglich diejenigen Aufgaben erfüllt werden, die tatsächlich den öffentlichen Veranstaltern aufgetragen worden sind. Diese Prüfungskompetenz liegt zukünftig bei der EU. Diese Einschränkung soll verhindern, dass die öffentlichen Veranstalter – möglichwerweise auf Kosten der privatwirtschaftlichen Anbieter – eine expansive Entwicklungsstrategie fahren. Die EU-Kommission hat dabei die Tendenz, auch das Fernsehen vornehmlich als Ware zu betrachten. So betrachtet EU-Kommissar Martin Bangemann – zuständig für Informations- und Telekommunikationstechnologien – das Fernsehen in erster Linie als dynamischen Wirtschaftszweig, wo das Kulturgut Rundfunk ausschliesslich nach wirtschaftsrechtlichen Kriterien behandelt wird. Der Kommissär gesteht den TV-Programmen denn auch keine sinnstiftende Wirkung zu und plädiert für offene Programmmärkte auf europäischer und globaler Ebene. Für Martin Bangemann ist es unannehmbar, wenn gebührenfinanzierte Kanäle den privatwirtschaftlichen Kanälen Konkurrenz machen. Daher versucht die EU-Kommission ständig, die Entwicklungsparameter der privatwirtschaftlichen Rundfunkunternehmen gegenüber den öffentlichen Veranstaltern zu verbessern und kulturpolitische Anliegen und Auflagen zu ignorieren.

Die EU tendiert dazu, Rundfunk als wirtschaftliches Gut zu behandeln

Die EBU dagegen ist bestrebt, den öffentlichen Rundfunk im Rahmen der sich entwickelnden globalen Informationsgesellschaft zu positionieren. Dabei nimmt der öffentliche Rundfunk für sich in Anspruch, die Interessen der Bevölkerung bezüglich des ungehinderten Zugangs *(universal access)* zu allen relevanten Dienstleistungen und Ereignisse zu vertreten und dabei die gesellschaftliche Köhäsion zu verstärken. Die EBU ist der Meinung dass im Zentrum der sich herausbildenden Informationsgesellschaft auch der Rundfunk steht. Im Zuge der Individualisierung und Frag-

Die EBU tritt für allgemein zugängliche, gemeinnützige Programme ein

mentierung der Kommunikationsprozesse käme dem öffentlichen Rundfunk in besonderer Weise eine integrative Aufgabe und Funktion zu. Der öffentliche Rundfunk könnte wegen seinen Fähigkeiten zu Hintergrundinformationen und Analysen, wegen seiner in jahrelanger Arbeit erworbenen Glaubwürdigkeit und wegen seinem institutionalisierten, qualitätsorientierten Programmauftrag eine Art Referenzstruktur inmitten der durch das globale Datennetz und das WWW zusätzlich angehäuften Informationsmengen bilden.

Der öffentliche Rundfunk soll in der Informationsgesellschaft eine orientierende Funktion übernehmen

Aus der Sicht der EBU braucht es besonders in der Informationsgesellschaft die informationssouveräne Bürgerin und den gutinformierten Bürger, die Anschluss und Zugang haben zu allen wichtigen Informationsverarbeitungszentren und Technologien. Der öffentliche Rundfunk hätte dabei als tragende Säule der Informationsgesellschaft eine wichtige Leitfunktion wahrzunehmen.

6. Zusammenfassung und Folgerungen

Der öffentliche Rundfunk in Europa ist aus einer gesellschaftlichen Krisensituation entstanden, nämlich jeweils nach dem ersten bzw. zweiten Weltkrieg. Das Misstrauen gegenüber einer einseitigen politischen Instrumentalisierung auf der einen Seite und den Fehlleistungen ausschliesslich marktwirtschaftlicher Produktionsweisen und Ordnungsprinzipien beim Rundfunk auf der anderen Seite waren Hauptgründe für eine öffentlich-rechtliche Institutionalisierung des Rundfunks in Europa. Doch von einer einheitlichen, kohärenten Philosophie des öffentlichen Rundfunks auszugehen, wäre verfehlt. Im Gegenteil: Die problematische, widersprüchliche Nähe zum jeweiligen politischen System bzw. deren Steuerung und Kontrolle versetzt den öffentlichen Rundfunk in eine permanente Krise, da er allen gesellschaftspolitischen Spannungen innerhalb nationaler Gesellschaften unmittelbar und konstitutiv ausgesetzt ist. Dadurch wird jedes übergreifende Konzept durch die jeweilige gesellschaftliche und medienpolitische Realität fragmentiert. Die gleiche Nähe, die dem öffentlichen Rundfunk publizistische und wirtschaftliche Probleme schafft, entwickelte sich gleichzeitig auch zu einer Art "Bestandesgarantie". Das Nebeneinander von neoliberalen und merkantilistischen Konzepten führt zu dieser paradoxen Stabilität. Erkauft wird diese medienpolitische Konstellation durch Anpassungsprozesse aller Art. Diese Anpassungsprozesse wandeln die scheinbar trägen Organisationen in erheblichem Masse. Die strukturelle Abhängigkeit des öffentlichen Rundfunks von politischen, wirtschaftlichen und gesamtgesellschaftlichen Interessen ist gleichzeitig auch eine strukturelle Stärke, die den öffentlichen Rundfunk in die Lage versetzt, auch die zukünftigen Herausforderungen am Ende des 20. Jahrhunderts zu überstehen.

Widersprüchliche wirtschaftliche Vorgaben stabilisieren ungewollt den öffentlichen Rundfunk, falls dieser zu Anpassungen fähig ist

Unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Logik dualer Rundfunksystme scheint der öffentliche Rundfunk am ehesten sich durch folgende Anpassungsstrategien das Überleben am politischen und wirtschaftlichen Markt zu sichern:

- Konsequente Anpassung an die Wünsche und Bedürfnisse des Publikums;
- Mischung zwischen populären Programmen und den Anforderungen des *Service public*;
- Verstärkte Transparenz und Rechtfertigung gegenüber Öffentlichkeit, Staat, Wirtschaft und Kultur (z.B. Kulturberichte, Leitbilder, Sozialbilanzen, Publikumsrat/Ombudsstelle, etc.);
- Verstärktes Kostenbewusstsein und verstärkte betriebswirtschaftliche Effizienz. Dazu gehört auch ein angemessenes Outsourcing, um den Aufbau einer unabhängigen, aber qualitätsorientierten Programmproduktionsindustrie zu forcieren;
- Erschliessung neuer, offener Märkte. Dabei muss auch die unternehmerische Expansion möglich sein und zwar auch mit Hilfe von Pay-Services und weiteren Dienstleistungen in anderen Medien;
- Aktive Bearbeitung des politischen Systems und der Kundschaft (Zielpublika);
- Aktive, führende Rolle bei der Implementierung technologischer Innovationen;
- Optimierung der von der Politik geforderten publizistischen Leistungen;
- Permanente Relativierung und ständige Reformulierung spezifischer in Verfassung und Gesetz formulierter Leistungserwartungen (Fernsehen ist ein Unterhaltungsmedium);

– Austausch von Qualitätskriterien zugunsten von Erfolgskriterien;
– Schaffung des Zugangs zu verlässlichen Informationsquellen, Datenbanken und Archiven;
– Zugang zu Bildungsprogrammen durch die Benutzung von interaktiven und multimedialen Technologien in Zusammenarbeit mit Erziehungsinstitutionen wie Schulen und Universitäten;
– Aufrechterhaltung eines ausreichenden Binnenpluralismus als Gegengewicht zur Medienkonzentration bei den privaten Medienunternehmen;
– Zugang zu bedeutungsvollen Sport- und Kulturgrossereignissen, damit der durch Gebühren legitimierte Anspruch auf Grundversorgung eingelöst werden kann und breite Bevölkerungskreise nicht aufgrund finanzieller Unterprivilegierung ausgeschlossen werden.

Öffentlicher Rundfunk gehört zur Basis der Kulturindustrie und verdient entsprechenden politischen Schutz

In vielen Ländern Westeuropas bildet der öffentliche Rundfunk die Basis der Kulturindustrie. Deshalb sind auch die jeweiligen Staaten grundsätzlich daran interessiert, angesichts der Globalisierung der Märkte die zentrale Position des öffentlichen Rundfunks zu sichern und zu stärken, um die nationale Kommunikations- und Kulturindustrie als Ganzes nicht zu gefährden. Denn der öffentliche Rundfunk muss sich sowohl in der Informationsgesellschaft als auch im Zeitalter des digitalen Fernsehens behaupten können. Diese Forderung ergibt sich aus den Strukturmerkmalen der Informationsgesellschaft im allgemeinen und aus den Folgen der Digitalisierung im besonderen. Diese hochgesteckten Erwartungen gelingt es dem öffentlichen Rundfunk allerdings nur dann zu erfüllen, wenn sich globale, europäische und nationale Medien- und Kommunikationspolitik nicht ausschliesslich auf die Kräfte des Wettberwerbes verlässt.

Akzent: Zukunft des Service public

Literatur:

- Achille, Yves and Bernhard Miège: The limits to the adaption strategies of European public service television. In: Media, Culture & Society, Vol. 16 (1994), S. 31-46
- Bacher, Gerd: Die Zukunftsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: Vortrag im Rahmen des Kolloquiums der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität München. In: ORF-Spezial. Wien, 2. Juni 1993a
- Bacher, Gerd: The difference. Statement im Rahmen der EBU-Konferenz Brüssel / Korr. Redeexemplar vom 29. November 1993b.
- Blumler, Jay G.: Meshing Money with Mission. Purity versus Pragmatism in Public Broadcasting. In: European journal of communication 8, 1993, 4., S. 403-424
- Blumler, Jay G.: Neue Funktionen für öffentlich-rechtliches Fernsehen in Westeuropa. Herausforderungen und Perspektiven / In: Media Perspektiven, 1992, 7., S. 402-415
- Dries, Josephine / Runar Woldt: The Role of Public Service Broadcasting in the Information Society. Europäisches Medieninstitut Düsseldorf 1996
- EBU/UER-Conférence: Declaration / EBU, UER. An information society for all / Une société de l'information pour tous. Bruxelles 6./7. mars 1996
- Europäische Audiovisuelle Informationsstelle: Statistisches Jahrbuch 1997, Stassburg 1997
- Group of European Audience Researchers: Euro-Factbook, ORF. Wien 1996
- Heinrich, Jürgen: Ökonomische und publizistische Konzentration im deutschen Fernsehsektor 1992/93. In: Media Perspektiven 6/1993, S. 267-277
- Heinrich, Jürgen: Qualitätswettbewerb und/oder Kostenwettbewerb im Mediensektor. In: Rundfunk und Fernsehen, 44 jg. 1996, Heft 2, S. 165-184
- Hoffmann-Riem, Wolfgang: Rundfunk als public service – ein überholtes Konzept? / Wolfgang Hoffmann-Riem. In: Ralph Weiss (Hrsg.) Aufgaben und Perspektiven des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Hamburg 1991, S. 21-47
- Hultén, Olof / Göran Sellgren: Neue Entwicklungen im dualen Rundfunksystem Schwedens. In: Media Perspektiven (1997) 3., S. 150 -156
- Kiefer, Marie-Luise: Optionen: nein – Handlungsmöglichkeiten: ja. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk im dualen System. In: Silke Holgersson et al. (Hrsg.). Dualer Rundfunk in Deutschland. Beiträge zu einer Theorie der Rundfunkentwicklung, Münster 1994, S. 129-146
- Kiefer, Marie Louise: Unverzichtbar oder überflüssig? : öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Multimedia-Welt / Marie Louise Kiefer. In: Rundfunk und Fernsehen 1996, 1., S. 7-26
- Langenbucher, Wolfgang R.: Kritik am Markt. Was kosten Qualität und Quote? In: Fernsehkritik: Kritik am Markt. Mainzer Tage der Fernsehkritik 1992. Mainz 1993, S. 33-45
- Prehn, Ole: Vom Public service zum dualen System. In: Media Perspektiven, 1997, 3., S. 141 -149
- Qualität hat ihren Preis: die Zukunftssicherung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens / ZDF, Peter Christian Hall (Hrsg.). Mainz, ZDF, 1995, 354 S.; 21 cm., Mainzer Tage der Fernseh-Kritik, Bd. 27
- Siune, Karin and Wolfgang Truetzschler (eds.): Dynamics of Media Politics. Broadcast and Electronic Media in Western Europe. London 1992
- Sturgess, Brian: Report on public television financing and obligations in the European Union: Final Report / Brian Sturgess, Monique Aubel, Stephanie Pistre, Laurence Argimon. Putman, Hayes & Bartlett 1995
- Technau, Claudius: Das finnische Rundfunksystem im Wandel. In: Media Perspektiven, 1997, 3., S. 157 -164
- Tongue, Carole: Draft Report on the role of public service television in a multi-media society / Committee on Culture, Youth, Education and the Media. Strassburg, mai, 1996, S. 2-17
- Tracey, Michael: Unsere besseren Engel. Über den Zustand des öffentlichen Rundfunks. In epd / Kirche und Rundfunk, 1992, 96., S. 3-10
- Trends in European Public Service Broadcasting: An economic analysis. Bruxelles 1993