

## → Zusammenfassungen

*Udo Michael Krüger*  
**Stabile Programmstrukturen trotz besonderer Fernsehereignisse**  
 Programmanalyse 1998: ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Vergleich.  
 MP 7/1999, S. 322-339.

Wahlen und große internationale Sportereignisse prägten das Fernsehjahr 1998. Wegen der Übertragungen u. a. von Olympischen Winterspielen, Fußball-WM (ARD/ZDF) und Tour de France (ARD) fällt der Sportanteil bei den öffentlich-rechtlichen Sendern 1998 besonders hoch aus. Bei den Privatsendern ist für RTL ein Zuwachs an Information um 3,5 Prozentpunkte, ein Rückgang an Fiction und eine Zunahme nonfiktionaler Angebote zu verzeichnen. SAT.1 weist gegenüber dem Vorjahr kaum Änderungen in der Programmstruktur auf, während ProSieben deutlich mehr nonfiktionaler Unterhaltung und deutlich weniger Kinder- und Jugendsendungen ausstrahlte.

Die systematischen Unterschiede zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen auf der einen und den drei großen Privatsendern auf der anderen Seite bleiben aber auch 1998 bestehen: Bei ARD und ZDF dominieren die Informationsangebote (Anteil am Gesamtprogramm jeweils rund 42%), bei den Privaten die fiktionalen und nonfiktionalen Unterhaltungsangebote (RTL 29% Fiction, 22% Nonfiction, SAT.1 38% Fiction, 18% Nonfiction, ProSieben 50% Fiction, 10,5% Nonfiction). Auch innerhalb des Informationsangebotes gibt es klare Unterschiede zwischen den Systemen. Politik-, wirtschafts- und gesellschaftsrelevante tagesaktuelle und nichttagesaktuelle Informationsangebote sind weiterhin vorrangig bei den öffentlich-rechtlichen Sendern zu finden. Dagegen stammen beispielsweise zwischen 23 und 30 Prozent der Themen in nichttagesaktuellen Informationssendungen bei den untersuchten Privatsendern aus dem Bereich Human interest/Prominenz, weitere 10 bis 12 Prozent aus dem Sektor Kriminalität.

Die Unterhaltungsangebote der Privatsender sind stärker als bei ARD/ZDF von Dauerformaten wie Daily talks und Serien geprägt. Insbesondere bei RTL haben Spielfilme im Vergleich zu Serien mit 2 Prozent der Sendedauer nur noch einen geringen Stellenwert. Boulevardorientierte unterhaltende Informationssendungen sind inzwischen zwar fester Bestandteil aller untersuchten Programme geworden, im breiten und vielfältigen Informationsangebot der öffentlich-rechtlichen Sender haben sie jedoch als eine von vielen Offerten keinen prägenden Einfluß auf das Programmprofil.

*Heinz Gerhard*  
**Programmanalysen im Vergleich**  
 Anmerkungen zu Unterschieden in Methode, Aufgabenstellung und Ergebnissen.  
 MP 7/1999, S. 340-344.

Die ARD/ZDF-Programmanalyse untersucht seit 1985 kontinuierlich die Programmleistungen der öffentlich-rechtlichen und der kommerziellen Fernsehprogramme. Der Autor beschreibt deren methodisches Instrumentarium im Vergleich zu den beiden anderen regelmäßigen Programmanalysen in Deutschland, der AGF-Sendungscodierung und der Studie der Landesmedienanstalten. Trotz unterschiedlicher Aufgabenstellung, Zielsetzung und Auswertungsmodalitäten ermittelt die

ARD/ZDF-Programmanalyse ähnliche aggregierte Programmspartenanteile wie die AGF-Sendungscodierung, die sich auf ein von den AGF-Sendern gemeinsam erstelltes Codierschema stützt: Beide Analysen bestätigen, daß der Informationsanteil bei ARD und ZDF mehr als doppelt so hoch wie bei den kommerziellen Anbietern RTL, SAT.1 und ProSieben ist. Außerdem zeigen sie, daß der Informationsanteil bei öffentlich-rechtlichen und bei den kommerziellen Sendern zwischen 1992 und 1998 stabil geblieben ist.

Die Studie der Landesmedienanstalten von 1997 kommt dagegen für RTL, SAT.1 und ProSieben zu wesentlich höheren Informationsanteilen. Der Grund dafür ist, daß sie Talkshows, die vor allem die Privatsender am Vor- und Nachmittag reichlich anbieten, pauschal der Programmsparte Information zurechnet. Die LMA-Studie beruft sich dabei auf die AGF-Codierung, die ebenso verfährt. Dies ist aber nicht der Fall: Talkshows werden dort von allen Sendern je nach Inhalt entweder der Information oder der Unterhaltung zugeordnet – lediglich ProSieben vercodet seine Talkshows pauschal als Information. Die ARD/ZDF-Programmanalyse weist solche und andere „mehrdeutige“ Programmangebote mittels eines differenzierten Indikatorensystems der am genauesten zutreffenden Inhaltskategorie zu und bestätigt – außer für ProSieben aus den genannten Gründen – die Ergebnisse der AGF-Sendungscodierung. Der von interessierter Seite immer wieder erhobene Vorwurf, öffentlich-rechtliche und kommerzielle Sender glichen sich zunehmend an, läßt sich nicht belegen. Durch die Codierpraxis der LMA-Studie wird eine Ähnlichkeit kommerzieller mit öffentlich-rechtlichen Programmprofilen im Informationsbereich ausgewiesen, die sich in der Programmrealität nicht wiederfindet.

Die weltweit anhaltende Fusionswelle von Wirtschaftskonzernen hat mit dem Zusammenschluß von CLT und UFA längst auch die deutsche Medienbranche erreicht. Wie das Beispiel Rupert Murdoch zeigt, investieren ausländische Konzerne hierzulande verstärkt in den Fernsehmarkt, während ausländisches Kapital bei den Printmedien bisher kaum eine Rolle spielt.

Zwar konnte der mit Abstand größte deutsche Medienkonzern Bertelsmann 1998 durch Unternehmensverkäufe eine Steigerung des Jahresüberschusses erwirtschaften, zeigte aber Schwächen in einzelnen Bereichen. Börsennotierungen sollen den Handlungsspielraum für Expansionen erweitern. Gruner + Jahr, an dem Bertelsmann beteiligt ist, gelang im Geschäftsjahr 1997/98 ein neuer Rekordüberschuß, der vor allem auf das Auslandsgeschäft zurückzuführen ist. Markteintritte bei den Sonntagszeitungen und Wirtschaftsblättern (deutsche Ausgabe der Financial Times) sind aber nicht ohne Risiko.

*Horst Röper*  
**Formationen deutscher Medienmultis 1998/99**  
 Entwicklungen und Strategien der größten deutschen Medienunternehmen.  
 MP 7/1999, S. 345-378.

Die Fusion von CLT und UFA wirkte sich 1998 noch negativ auf das Geschäftsergebnis aus, wobei man sich jedoch durch den Verkauf der Anteile am Pay-TV-Sender Premiere an Kirch von einem wesentlichen Verlustbringer befreien konnte, und RTL stattliche Gewinne abwirft. Der Kirch-Konzern zeigte sich vor allem wegen des erfolglosen Engagements mit dem digitalen Pay-TV-Sender DF 1 wirtschaftlich angeschlagen. Die neue Konzernstruktur mit drei Holdings sowie eine umfangreiche Partnerschaft mit Berlusconi sollen das Unternehmen festigen. Das Beteiligungsunternehmen ProSieben ist dagegen weiterhin auf Wachstumskurs.

Ob der im Hause Springer geplante Aufstieg zu einem internationalen Medienkonzern zum Erfolg führen wird, darf aufgrund der bisherigen Entwicklungen bezweifelt werden. Die finanzielle Basis für die angestrebte Expansion ist jedoch vorhanden. Holzbrinck verdankt seinen Erfolg vor allem den Wirtschaftstiteln und seinem Engagement im Hörfunk, während der WAZ-Konzern seine Stärken eindeutig im Zeitungsmarkt besitzt. Bauer stagniert weiterhin auf hohem Niveau, wobei einerseits die Auslandsaktivitäten erfolgreich verliefen, die Engagements bei TM 3 und RTL II aber zunächst hohe Verlust bescherten. Burda hat schließlich seine Verlagsaktivitäten weiter internationalisiert und die Partnerschaft mit dem italienischen Verlagskonzern Rizzoli ausgebaut. Jenseits der aktuellen Geschäftsergebnisse stellt in einigen Medienkonzernen die Führungsnachfolge ein ungelöstes Problem dar, so etwa bei Kirch und beim WAZ-Konzern.

Die Neuregelung der Konzentrationskontrolle (RfStV) hat die kontroverse öffentliche Debatte um die Begrenzung von Medienkonzentration keineswegs beendet. Ungebrochene Konzentrationsimpulse, ungeminderte verfassungsrechtliche Vielfaltsanforderungen sowie ein Standortwettbewerb, der die Interessen einflussreicher Unternehmen spiegelt, umreißen das Feld, auf dem sich die Medienkonzentrationskontrolle bewegt. Der dritte Rundfunkänderungsstaatsvertrag hat den Bewegungsraum der Unternehmen durch den Übergang vom Anbietergemeinschafts- zum Zuschaueranteilsmodell beträchtlich erweitert. Gleichzeitig wurden den Aufsichtsinstanzen Ermittlungsbefugnisse zugeteilt, die denen des Bundeskartellamtes entsprechen, sowie zwei neue Kontrollinstanzen als gemeinsame Organe der Landesmedienanstalten geschaffen: die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), deren Beschlüsse für die jeweilige Landesmedienanstalt bindend sind, sowie die Konferenz der Direktoren der Landesmedienanstalten (KDLM), die wiederum Beschlüsse der KEK mit Dreiviertelmehrheit abändern oder aufheben kann.

Die sich aus dieser Konstruktion ergebenden Probleme liegen auf der Hand. So ist das Verständnis des § 26 RfStV, demzufolge Unternehmen im Prinzip eine unbegrenzte Zahl bundesweiter Fernsehprogramme veranstalten dürfen, sofern sie nicht eine vorherrschende Meinungsmacht erlangen, kontrovers. Während die KEK die Entstehung vorherrschender Meinungsmacht als eigenständigen Tatbestand auch qualitativ prüfen will, sei sie nach Ansicht der KDLM ausschließlich quantitativ anhand des Zuschauermarktanteils festzustellen. Dafür habe der RfStV einen Höchstwert von 30 Prozent mit einem geringfügigen Spielraum nach unten – für die KDLM liegt diese Grenze bei 28 Prozent – vorgegeben. Dies hat in der Praxis zu einer Quasi-Blockade der Konzentrationskontrolle und „radikalen“ Reformvorschlägen geführt. Sachdienlicher als, wie gefordert, die Medienkonzentrationskontrolle auf das Bundeskartellamt zu verlagern, die KEK abzuschaffen oder der KDLM als „abschließender Instanz“ unterzuordnen, wäre nach Meinung des Autors allerdings, die KEK durch Streichung der Revisionsbefugnis der KDLM zu stärken.

*Friedrich Kübler*  
**Medienkonzentrationskontrolle im Streit**  
 Komplexe Randbedingungen und aktuelle Konflikte.  
 MP 7/1999, S. 379-385.