Jan Tonnemacher

Die neuen Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland

Kommunikationsrechtliche und wettbewerbspolitische Vorbedingungen

Wie in allen Industrieländern war der Wirtschaftsbereich der Massenmedien in den vergangenen dreißig Jahren von starkem Wachstum und erheblicher Prosperität gekenzeichnet. Rechnet man Zeitungs- und Zeitschriftenverlage sowie die Rundfunkanstalten zusammen, so wurde in diesem Bereich von 230.000 Arbeitnehmern ein Gesamtumsatz von mehr als 25 Milliarden DM bei insgesamt etwa 300 Zeitungs- und 1.300 Zeitschriftenverlagen, neun ARD-Länder-Rundfunkanstalten, zwei Bundes-Rundfunkanstalten (Deutsche Welle und Deutschlandfunk) sowie dem Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF) erwirtschaftet. Dies ist – verglichen mit einem Bruttosozialprodukt, das bereits seit langem die 1.000 Milliardengrenze hinter sich gelassen hat – ein kleinere Wirtschaftsbereich, der dennoch in den öffentlicher Diskussionen eine erheblich größere Rolle gespielt hat als verschiedene andere Wirtschaftszweige und in dem besonders seit den Ankündigungen der neuen Informations- und Kommunikationstechniken erhebliche medien- und kulturpolitische Kontroversen entstanden sind.

Nur vordergründig geht es bei diesen Auseinandersetzungen um die Beteiligung privatwirtschaftlicher Anbieter von Hörfunk- und Fernsehprogrammen, was jetzt über Kabel- und Satellitenfernsehen möglich erscheint. Langfristig zeichnen sich wesentliche Veränderungen in einem Kulturbereich ab, der bisher von einem zwar umkämpften, aber doch bestehenden Gleichgewicht gekennzeichnet war, in dem der Rundfunkbereich – nicht zuletzt aufgrund leidvoller Erfahrungen mit dem Mißbrauch eines Staatsrundfunks im Dritten Reich – in einer öffentlich-rechtlichen Konstruktion gesellschaftlicher Verantwortung und Kontrolle unterstellt und das Wirtschaftsprinzip des freien Wettbewerbs nur im Print-Medien-Bereich zugelassen worden war. Konsequent war hierbei das Bundesverfassungsgericht geblieben, das in drei Urteilen (zuletzt 1981) den öffentlich-rechtlichen Charakter des Rundfunks bestätigte, kommerziellen Rundfunk aber nur wegen der Frequenz-Beschränkungen sowie wegen der hohen Kosten der Errichting eines Senders ausschloß, da ein angemessenes Zu-Wort-Kommen auch weniger gewichtiger Meinungen und gesellschaftlicher Gruppen anders nicht zu gewährleisten war. Es hat niemals – wie dies hin und wieder interpretiert worden ist – privaten Rundfunk ausgeschlossen, sondern zum Ausdruck gebracht, daß die Voraussetzungen nicht gegeben sind (dies allerdings in schwindendem Maße, und somit sei bei Erfüllung bestimmter, allerdings eher restriktiver Bedingungen kommerzieller Hörfunk und kommerzielles Fernsehen durchaus nicht unmöglich). Inkonsequent waren aber in der Vergangenheit schon die Regierungen der Bundesländer, die eine wachsende Teil-Kommerzialisierung des Rundfunks zugelassen hatten, denn heute besteht ein Fünftel der Einnahmen der ARD-Anstalten, die das erste und die dritten Programme machen, schon aus Werbeeinnahmen; beim ZDF, dem bundesweit ausgestrahlten zweiten Fernsehprogramm, macht dieser Anteil im Vergleich zu den Einnahmen aus den Teilnehmergebühren sogar schon mehr als 40 Prozent aus. Außerdem werden in wachsendem Maße Fernsehsendungen und Filme durch Aufträge an kommerzielle Produktionsgesellschaften hergestellt.

Es ist also wahrscheinlich nicht unbe-

rechtigt, festzustellen, daß trotz vielfacher Bekenntnisse zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk von Seiten der Politiker und der gesellschaftlich relevanten Gruppierungen keine konstruktive Politik gemacht worden ist, die die Weiterentwicklung der Technik und die sich formierenden Interessen berücksichtigt hätte und in einem Planungsentwurf für ein Kommunikationssystem der Zukunft einbezogen hätte. Anstatt kompromißlos auf der Aufrechterhaltung des "Dualismus" zwischen privatwirtschaftlicher Presse und öffentlich-rechtlichem Rundfunk zu bestehen, der praktisch schon gar nicht mehr bestand, und schlimme Folgen auszumahlen, deren Beweis man schuldig bleiben mußte (ebenso wie die Gegenseite das Nicht-Eintreten dieser Folgen beweisen konnte), hätte man die Vorbereitungen für eine geplante und kontrollierte Einführung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken vorantreiben sollen. Auch die Kommunikationswissenschaft hat hier das Versäumnis begangen, nicht verhindert zu haben, von der einen wie von der anderen Seite für das Bild des Medien-Wunschtraums oder das des Medien-Alptraums eingespannt zu werden.

Zur Entwicklung der Massenmedien in der Vergangenheit

Im Zeitraum der vergangenen dreißig Jahre ist als neue Medientechnik das Fernsehen hinzugekommen, das sich rasch ausbreitete und heute in mancher Hinsicht zum dominierenden Medium geworden ist, für das die meiste Zeit und (unter Einbeziehung der Ausgaben für Empfangsgeräte) auch das meiste Geld aufgewandt wird. Dieses Medium brachte durch die Tatsache, daß nunmehr "bewegte Bilder" zu Hause empfangen werden konnten, für den Nutzer tatsächlich eine neue Qualität in den Massenkommunikations-Prozeß, wie sie von den heute diskutierten neuen Kommunikationstechniken nicht erreicht werden kann. Es hat durch das "neue Medium" Fernsehen keine Verdrängung eines anderen Massenmediums gegeben; dagegen gab es ein sich ergänzendes Aufeinander-Einstellen mit einer weitgehenden Funktionsteilung.

Heute is weitgehend die Vollversorgung mit Massenmedien erreicht (vgl. Tabelle 1). Praktisch jeder Haushalt verfügt über Radio (mehrere Geräte), Fernsehen (zum großen Teil schon zwei Geräte), eine Zeitung und mehrere Zeitschriften. Vier Fünftel aller Haushalte haben Telefon, und fast vier Fünftel haben ein Farbfernsehgerät; für beide ist die Vollversorgung Mitte der 80er Jahre zu erwarten. Der Hörfunknutzer kann unter einer Vielzahl von Programmen, und der Fernsehzuschauer zumindest unter drei Programmen (etwa ein Drittel durch Grenzlage auch unter mehr als drei) mit einer täglichen Sendezeit von durchschnittlich zwischen 6 und 10 Stunden auswählen. In Berlin kommen zum beispiel zwei DDR-Programme sowie je nach Lage und Ausstattung mit Empfangsgeräten ein bis drei Fernsehprogramme der Allierten hinzu.

Das Wachstum des Medienbereichs fand vor dem Hintergrund allgemeinen ökonomischen Wachstums statt, was allerdings mit nicht unerheblichem Strukturwandel verbunden war (Pressekonzentrationstendenzen, Spezialisierung, Zielgruppenansprache etc.). Es is fraglich, ob die günstigen Ausgangsbedingungen, wie sie sich im Wachstum der Werbung und den wachsenden Zeit- und Geldbudgets der privaten Haushalte sowie deren Bereitschaft bzw. Fähigkeit, dies für die Massenmedien aufzuwenden, zeigen, auch in Zukunft noch gegeben sein werden.

Die Einflußfaktoren der zukünftigen Medienentwicklung

Auf der Angebotsseite wird aus Tabelle 1 deutlich, daß praktisch jeder Haushalt in der Bundesrepublik über alle wesentlichen Medien verfügt bzw. verfügen kann. Dies ist ein Faktor, der

Tabelle 1: Entwicklung der Medienversorgung der Bevölkerung der Bundesrepublik

	Anzahl (in Mio.)			Anzahl pro HH bzw. HH-Sättigung (%)		
	1960	1970	1980	1960	1970	1980
Bevölkerung (15 Jahre u.m.)	44,0	46,6	46,9			
Privathaushalte	19,2	22,0	24,8			
Tageszeitungen (verk. Auflage)	15,4	17,3	20,4	0,8	0,8	0,8
Publikumszeitschriften (verk. Auflage)	39,1	60,4	84,6	2,0	2,7	3,4
Radiogeräte (Anmeldungen [1]) für Erstgeräte,	15,9	19,4	23,3	83%	88%	94%
Fernsehgeräte (Anmeldungen [1]))	3,4	15,9	21,2	18%	72%	86%
Videorecorder	—	—	0,5 [2])	—	—	2% [2])
Farbfernsehgeräte	—	1,5	17,6 [3])	—	7%	71% [3])
Telefonanschlüsse [4])	3,5	8,8	18,6	18%	40%	75%

Quellen: IVW-Auflagenlisten, ZAW-Veröffentlichungen, Amtliche Statistik, "Daten zur Information und Kommunikation" des Bundesministers des Inneren, Bonn 1982, sowie eigene Berechnungen.

[1]) Der tatsächliche Wert liegt über diesen Werten, da die Zahl der Anmeldungen nicht identisch ist mit der Zahl der Anschlüsse. Es ist praktisch heute die Vollversorgung erreicht.
[2]) 1981 wurde die Millionengrenze überschritten; heute haben laut Auskunft des Deutschen Video Instituts rund 10% der Haushalte einen Videorekorder (in Berlin sind es bereits erheblich mehr).
[3]) Geschätzte Zahlen.
[4]) Ohne Geschäftshauptanschlüsse; Anfang 1983 liegt die Haushaltssättigung schon bei über 80%, in Berlin sogar über 90%.

bei der Einführung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken zu berücksichtigen ist, wenn er natürlich auch noch nichts über Qualität und inhaltliche Vielfalt des Angebots aussagt. Bei der Nachfrage nach den Produkten oder Diensten der traditionelien Massenmedien (auch diese Vergangenheitstendenz kann man als einen Einflußfaktor für die zukünftige Entwicklung ansehen) zeigen sich ebenfalls Sättigungstendenzen, die sich bisher weniger auf die Geldausgabe-Bereitschaft als vielmehr auf die Nutzungszeit erstrecken (vgl. Tabelle 2). Die Zeit, die der einzelne Bürger mit der Zeitung und beim Fernsehen zubringt, ist in den Haushalten mit Fernsehgerät mit etwas mehr als einer halben Stunde bzw. mehr oder weniger zwei Stunden (beim Fernsehen) zwischen 1964 und 1980 etwa konstannt geblieben. Nur durch die starke Ausbreitung des Fernsehens in dieser Zeit ist die durchschnittliche Gesamt-Nutzungszeit des Fernsehens noch angestiegen. Anders dagegen der Hörfunk, dessen Nutzung sich sowohl insgesamt als auch in Haushalten mit Fernsehen im gleichen Zeitraum stark ausgedehnt hat.

Tabelle 2: Die tägliche Mediennutzung (in Stunden: Minuten pro Werktag)

	Gesamtbevölkerung				Personen in Fernsehhaushalten			
	1964	1970	1974	1980	1964	1970	1974	1980
Fernsehen	1:10	1:53	2:05	2:05	1:58	2:10	2:11	2:08
Hörfunk	1:29	1:13	1:35	2:15	1:11	1:11	1:52	2:14
Tageszeitung	:35	:35	:38	:38	:34	:35	:38	:38
Drei Medien zusammen	3:08	3:34	4:26	4:46	3:39	3:50	4:31	4:49

Quelle: Massenkommunikation 1964 bis 1980, in: Media Perspektiven Nr. 4/1981, S. 266.

Allerdings wäre es sicherlich verfehlt, hieraus zu schließen, daß die Grenzen in der Fernsehnutzungszeit erreicht sind. Von den USA und Japan beispielsweise ist bekannt, daß das Fernsehen dort im tägliche Durchschnitt mehr als doppelt so lang genutzt wird wie bei uns, und die wahrscheinlich kommenden Arbeitszeitverkürzungen werden auch ein Potential für solche Mehrnutzung darstellen. Es ist davon auszugehen, daß die verfügbare Zeit kaum einen limitierenden Faktor bei der Einführung der neuen Kommunikationstechniken sein wird. Eher wird es schon der Faktor "Geld" sein, und hier sind die ökonomischen Prognosen der Forschungsinstitute über die Zukunftsentwicklung der Wirtschaft eher skeptisch. Was den Massenmedienbereich betrifft, hat die Prognos AG Basel beispielsweise vorausgeschätzt, daß das Geldbudget der privaten Haushalte in Zukunft nur für die Finanzierung eines kleinen Teils (20 Prozent) des Angebots an neuen Informations- und Kommunikationstechniken ausreichen wird.

Während die Werbeausgaben in den Jahren von 1975 bis 1980 überproportionale Wachstumsraten aufwiesen, ist auch hier seit 1981 Stagnation, bzw. unter Berücksichtigung der Preissteigerungen sogar Rückgang festzustellen. Langfristige Vergleiche zwischen der Entwicklung des Bruttosozialprodukts bzw. des privaten Verbrauchs einerseits und den Bruttowerbe-ausgaben andererseits haben beispielsweise in den USA ergeben, daß die Werbeausgaben über einen Zeitraum von 40 Jahren hinweg einen konstanten Anteil von etwa 3 Prozent am gesamten privaten Verbrauch ausgemacht haben. Ein solcher Vergleich ist für die Bundesrepublik angesichts des hier mangelhaften Zahlenmaterials und der Unterschiedlichen und im Zeitablauf mehrfach gewechselten Erhebungsmethoden nicht durchgeführt worden, aber es liegt angesichts der verschiedensten ökonomischen Parallelen zwischen diesen beiden Ländern nahe, davon auszugehen, daß sich die Entwicklung in den Bundesrepublik ähnlich vollzogen hat. Bei einer beständigen langfristige Konstanz kann aber vorausgesetzt werden, daß sich diese auch in Zukunft fortsetzen wird, so daß insgesamt eher mit Umverteilung anstatt mit Wachstum der Werbeausgaben durch Hinzukommen neuer Werbeträger zu rechnen ist.

Zusammengefaßt bedeutet dies, daß eine in Zukunft wachsende Zahl von Anbietern bzw. Angeboten im Massenmedienbereich bei feststellbaren Sättigungstendenzen vor allem auf der Nachfrageseite um relativ knapper werdende Geldbudgets sowohl der Privathaushalte wie auch der werbungtreibenden Wirtschaft kämpfen muß. Hieraus darf eine Verschärfung des Wettbewerbs im Medienbereich angenommen werden.

Entwicklungstendenzen der Informations- und Kommunikationstechniken

Bei den neuen Informations- und Kommunikationstechniken handelt es sich in der Bundesrepublik wie in allen anderen Ländern um Verteil-Techniken, um Informationsabrufsysteme und um wirkliche "Kommunikations-Techniken": die Dialogsysteme.
Rechnet man die Videorecorder und Bildplattenspieler zu den neuen Verteil-Techniken (streng genommen sind sie entweder nur Zusatzgeräte, die den Teilnehmer vom Programmschema der Rundfunkanstalten unabhängig machen oder im Verbund mit einer Videokamera eine zusätzliche Produktionstechnik), so läßt sich feststellen, daß diese sich bereits – ähnlich wie in den USA, Japan und Großbrittannien – erhebliche Marktanteile erobert haben. In knapp jedem zehnten Haushalt mit Fernsehgerät in der Bundesrepublik steht heute schon ein Videorecorder, während sich über den Markterfolg der konkurrierenden Bildplattenspieler noch keine Aussage machen läßt, da sie erst 1982 eingeführt wurden. Die Prognose der Prognos AG Basel, daß im Jahre 1990 mehr als die Hälfte aller Haushalte über einen videorecorder und mehr als 20 Prozent über einen Bildplattenspieler verfügen werden, wird von dem bisherigen Entwicklungs-"boom" jedenfalls bestätigt. Ein ARD-Rundfunkintendant beispielsweise wird mit der Äußerung zitiert: "Bei der heutigen Videorecorder-Verbreitung haben wir längst ein kommerzielles Fernsehen in der Bundesrepublik".
Die neuen Fernseh-Verteil-Techniken Kabelfernsehen und Satelliten-Fernsehen gibt es bisher in der Bundesrepublik noch nicht. Zwar sind mehr als 40 Prozent der Haushalte an eine Gemeinschaftsantenne angeschlossen, aber nur etwa 1-2 Prozent aller Haushalte haben einen Anschluß an ein Insel-Kabelverteil-Netz, das von der Deutschen Bundespost bisher nur in Gebieten mit schlechter Empfangslage verlegt worden ist und in das überdies nur die am Ort auch drahtlos empfangbaren Programma eingespeist werden dürfen. Allerdings wird sich dies ändern, nun die neue CDU/FDP-Koalition nach der Wahl am 6. März im Ambt bleibt, denn der neue Post-minister hat bereits angekündigt, mit der großflächigen Verkabelung der Bundesrepublik (wie es sie in Europa in Belgien, den Niederlanden und Irland beispielsweise schon gibt) nicht auf die Anwendungsreife der Glasfasertechnik warten zu wollen, sondern noch 1983 in Kupfer-Koaxialkabel-Technik zu beginnen. Dies hat eine heftige medienpolitische Kontroverse mit der SPD ausgelöst, die hierin eine Doppelinvestition sieht, da später das veraltete Material und die entsprechende Technik durch die Glasfaser-Technologie ersetzt werden müssen; außerdem könne mit Kupfer-Koaxialkabeln nur eine Vermehrung der Verteilprogramme erreicht werden, die wirkliche neue Kommunikationsqualität entstehe aber erst in einem Breitband-Kommunikationssystem auf Glasfaser-Basis.
Unabhängig von dieser Diskussion laufen die in mehreren Bundesländern betriebenen Vorbereitungen für vier Pilotprojekte, in denen allerdings Kabelfernsehen nicht allein für neue Verteilprogramme, sondern auch mit Rückkanal, also als Kabel-Kommunikationssystem, erprobt werden soll. Seitdem die Regierungskommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems (KtK) die Empfehlung für Pilotprojekt ausgesprochen hatte, mit denen der Bedarf nach und die Auswirkungen von Kabelfernsehen getestet werden sollten, sind sieben Jahre vergangen. Im Verlauf dieser Entwicklung können zwei Daten hervorgehoben werden: Am 11. Mai 1978 hatten sich die (für Rundfunkfragen zuständigen) Ministerpräsidenten der Bundesländer auf die gemeinsame Durchführung von Pilotprojekten geeinigt, und am 14. November 1980 kam in demselben Kreis eine Einigung über die gemeinsame Finanzierung der vier ge-

planten Projekte in Dortmund, Ludwigshafen, München und Berlin in Höhe von 140 Millionen DM durch einen Innovationsbeitrag im Rahmen der Rundfunkgebühren von monatlich DM 0,20 zustande. Außerdem wurde der Beschluß gefaßt, die sozialwissenschaftlichen Begleituntersuchungen für die Pilotprojekte mit 10 Millionen DM zu finanzieren, was jedoch bei vier Projekten nicht weit reichen dürfte, wenn man bedenkt, daß bereits für die Vorarbeiten zur Begleitforschung in Berlin und in Baden-Württemberg Beträge von 1 Million DM und mehr aufzubringen waren. Die Projekte werden voraussichtlich ein Mehrfaches dieser Summe kosten, da beispielsweise der gesamte Bereich der Programmproduktion nicht einbezogen ist, für den die jeweiligen Programmproduzenten aufkommen sollen. Rundfunkanstalten müssen dies aus dem laufenden Etat, private Anbieter können teilweise Werbespots bringen.

Nachdem es eine ganze Weile so schien, als würden die Pilotprojekte überhaupt nicht stattfinden, ist seit diesem Ministerpräsidentenbeschluß einiges in Bewegung gekommen: In Rheinland-Pfalz wurde ein Landesgesetz über einen Versuch mit Breitband-Kabel verabschiedet, in München wurde ein "Grundvertrag" abgeschlossen, in Dortmund wurde ein Gesetzesentwurf vorgelegt, in Berlin wird an einem Entwurf gearbeitet. Die Planungen wurden von Kommissionen in allen vier Städten vorangetrieben, in Ludwigshafen gibt es bereits eine Trägergesellschaft mit entsprechenden Gremien und Organen sowie einen Bau für das Kabelfernseh-Studio, für den kürzlich Richtfest gefeiert wurde. Mit Ausnahme von Berlin, wo nach einem Frühstart zunächst einmal zurückgesteckt worden war, sollen die Projekte sämtlich spätestens 1984 beginnen, und gegenwärtig sieht alles danach aus, daß es dazu auch kommt.

Kritisiert worden sind vor allem drei Punkte an diesen Projekten: Zum einen handelt es sich um Großprojekten mit jeweils 10.000 Teilnehmern – zu groß, als daß man sie damit noch als Versuche bezeichnen könnte. Alle vergleichbaren Projekte in den USA, in Japan und im europäischen Ausland sind meist mit wenigen Hundert Teilnehmern ausgekommen und haben Bruchteile der für die vier Pilotprojekte anzusetzenden Summen gekostet. Zweitens sind alle Projekte in Großstädten bzw. Ballungsgebieten angesiedelt, wo ein größeres und vielfältigeres Angebot für Freizeit, Unterhaltung und Kommunikation exisitert als im ländlichen Raum. Nur in Ludwigshafen werden einzelne Landgemeinden in die Verkabelung einbezogen. Drittens und vielleicht am wichtigsten sollen bei drei dieser vier Projekte (mit Ausnahme von Dortmund im sozialdemokratisch regierten Nordrhein-Westfalen) kommerzielle Anbieter eigenverantwortlich unter einem öffentlich-rechtlichen Dach Fernsehprogramme anbieten können. Schließlich wird angemerkt, daß die Projekte viel zu spät kommen, um noch Entscheidungen beeinflussen zu können, denn mit Ergebnissen wird frühestens ab 1986 zu rechnen sein.

Ebenfalls nicht vor 1985/1986 ist mit einem deutschen Satelliten als Teil des deutsch-französischen Gemeinschaftsprojekts zu rechnen. Als offizieller (bisher aber schon mehrmals verschobener) Starttermin gilt der April 1985. Wenige Monate später soll dann – ebenfalls mit der europäischen Rakete Ariane – der französische Partner-Satellit folgen.

Das Ziel der Entwicklung und Erprobung besteht vor allem darin, Erfahrungen darüber zu sammeln, ob die künftige Rundfunkversorgung in der Bundesrepublik Deutschland überhaupt über Satelliten erfolgen soll, und ob dazu ein Rundfunk-Satellit (mit Direkt-Empfang) oder ein Fernmeldesatellit, dessen Programme dann in Kabelnetze eingespeist werden müßten, sinnvoller ist. Es sollen aber auch Erfahrungen gemacht werden, die "Voraussetzung für die Wahrnehmung von Exportchancen" für die Industrie darstellen, da insbesondere großflächige

Entwicklungsländer aus Kostengründen am Kauf von Rundfunksatelliten interessiert sein werden. Die Kosten für Bau, Start und Betrieb sind zwar hoch und ein Satellit hat nur eine Lebensdauer von 7 bis 10 Jahren, die Errichtung erdgebundener Sendernetze ist jedoch erheblich teurer.
In der sogenannten "präoperationellen" Phase von zwei Jahren wird sich der Empfängerkreis erst allmählich herausbilden. Die Bundespost hat zunächst die Errichtung von etwa 100 Antennen verschiedener Größe bei Institutionen aus Wissenschaft, Industrie, Rundfunk und Verwaltung vorgesehen. Über die Teilnahme von privaten Empfängern wird in dem Bericht der "Arbeitsgruppe Satellitenrundfunk", der dem Beschluß der Ministerpräsidenten zugrundelag, nur gesagt, daß die Bundespost "für die Teilnahme privater Interessenten ein einfaches Verfahren für die Genehmigung von Empfangsantennen in Aussicht gestellt" habe.
ARD und ZDF haben ihre Vorstellungen von der zukünftigen Nutzung ebenfalls präzisiert. Man will auf der Grundlage des geltenden Rechts neue Formen der Kooperationen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit Dritten, beispielsweise aus dem Bereich der Printmedien oder des Films, erproben, wobei diese ihre Beiträge selbständig gestalten können, die Sendung aber im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Verantwortung liegt. Bei der ARD denkt man an Sendezeiten zwischen 18 und 20, beim ZDF eher zwischen 19.30 und 21.45 Uhr. ARD und ZDF wollen jeweils die rundfunkrechtliche Verantwortung für einen Satellitenkanal übernehmen. Erprobt werden sollen u.a. auch "Regionen-programme" über Satellit. ARD und ZDF schätzen ihre jährlichen Programmkosten bei 2 1/4 Stunden täglicher Sendedauer auf 130 bis 140 Millionen DM.
Die Gesamtkosten für Bau und Start des Satelliten belaufen sich auf 280 Millionen DM.
Neben dieser "offiziellen" Satellitentätigkeit gibt es Absichtserklärungen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger, sich mit Fernsehprogrammen am geplanten Luxemburgischen Rundfunksatelliten, der große Teile Westdeutschlands mit abdecken wird, zu beteiligen. Auch dieser Satellit ist jedoch kaum vor 1986 zu erwarten, und überdies erscheint das Finanzierungskonzept nicht gesichert.
Im Bereich der Informationsabrufsysteme läuft ein Feldversuch mit Videotext, einem von den Rundfunkanstalten zusammen mit dem Fernsehsignal in dessen "Austastlücke" übertragener Textinformationsdienst, der mit einem speziell dafür anzuschaffenden Decoder empfangen werden kann (international hat sich hierfür der Name Teletext eingebürgert). Eine zentrale Videotext-Redaktion beim Sender Freies Berlin macht ein "Programm", das auf etwa 150 Text-Tafeln von inzwischen bundesweit 130.000 Empfängern abrufbar ist. Schwerpunkte des inhaltlichen Angebots sind neben Nachrichten, Wetter, Sport, Kultur-Veranstaltungskalender die Informationen zum Programm von Hörfunk und Fernsehen. Die Zeitungsverleger hatten dieses neue Medium wegen seiner Erscheinungsform in Schrift auf dem Bildschirm als Pressemedium für sich beansprugt, während die Rundfunkanstalten auf den Übertragungsweg hingewiesen und es daher als Rundfunk bezeichnet hatten. Der daraus resultierende Kompromiß bestand dann darin, daß mehrere große Zeitungen auf 15 Text-Tafeln eine Vorschau auf wichtige Beiträge ihrer Ausgabe des folgenden Tages gestalten dürfen. Unter solch restriktiven Bedingungen hatten jedoch die Zeitungsverleger zunächst das Interesse an diesem neuen Medium verloren, und die medienpolitische Kontroverse wurde neutralisiert. Kabel- und Satellitenfernsehen erscheinen auch als wesentlich lukrativeres Geschäft für zukünftige verlegerische Aktivitäten.
Die Begleitforschungsergebnisse haben bisher eine durchaus positive Akzeptanz des Videotextes durch die

Nutzer gezeigt. Am meisten abgerufen werden Nachrichten (vor allem die jeweils letzte Meldung) und Informationen zum Programm der Rundfunkanstalten, gefolgt von Sport-, Wetter- und Verbraucherinformationen. Der 1983 ins dritte Jahr gegangene Versuch ist kürzlich um ein weiteres Jahr verlängert worden, was auch ein Zeichen dafür sein kann, daß man noch nicht so recht weiß, was mit bzw. aus diesem Medium werden soll.
Der einzige Bereich, in dem bisher in größerem Umfang empirische sozialwissenschaftliche Begleitforschungsarbeiten durchgeführt worden sind, ist der Bildschirmtext (Videotext). Unter Übernahme des britischen Viewdata-Systems laufen seit 1980 in Düsseldorf und Berlin zwei Feldversuche mit Bildschirmtext, die 1983 zu Ende gehen. Beide Versuche werden mit jeweils 3.000 Teilnehmern durchgeführt, die ausführlich im Hinblick auf ihre Akzeptanz sowie eventuelle Auswirkungen auf Freizeitverhalten, Medienkonsum oder anderes befragt und beobachtet worden sind.
Zieht man ein Fazit der ebenfalls gegenwärtig abgeschlossenen Untersuchungen, soweit sie bisher bekannt geworden sind, dann ist die Akzeptanz durchaus als positiv zu bezeichnen. Allerdings differiert dies stark und wird in erheblichem Maße von den Kosten bestimmt. Geschäftliche Nutzer beispielsweise zeigen sich generell wesentlich mehr angetan als die privaten Nutzer, bei denen nach dem zunächst großen Interesse an der technischen Neuerung sich dieses doch relativ schnell abnutzt. Die Auswirkungen von Bildschirmtext sollen zwar nicht unterschätzt, dürfen sicherlich aber auch nicht überschätzt werden. Allgemein werden als die Hauptprobleme der Datenschutz und die langfristigen und nur im Verbund mit anderen Informationstechniken zu sehenden weiter gehenden Rationalisierungsmaßnahmen, die in Arbeitsplatzabbau münden werden, betrachtet.

Zur Rolle der Sozialwissenschaften bei der Evaluation der neuen Medien

Sozialwissenschaftler sind ebenso an der Begleitung und Auswertung der Bildschirmtext-Feldversuche beteiligt wie an der Erforschung der Akzeptanz von Videotext, und auch bei den Pilotprojekten zum Kabelfernsehen wird es Begleitforschungsarbeiten geben. Auch eine Kommission des Deutschen Bundestags hat sich mit den Fragen der Auswirkungen neuer Medien befaßt, und auch in deren Arbeit sind in erheblichem Umfang wissenschaftlicher Sachverstand und Auswertungen empirischer Forschungsarbeiten eingeflossen. Dennoch muß man konstatieren, daß die wesenlichen Beschlüsse über die Einführung neuer Informations- und Kommunikationstechniken gefallen sind, ohne daß Ergebnisse der Begleitforschung vorlagen. So hatte noch die SPD/FDP-Regierung 1981 beschlossen, den Bildschirmtext (zunächst nur als Medium der Individualkommunikation) einzuführen, obwohl die Versuche damals gerade erst ein Jahr gelaufen waren.
Im gleichen Jahr war dann ferner die Entscheidung gefällt worden, ein integriertes Breitband-Kommunikationsnetz auf der Basis der optischen Nachrichtenübertragung über Glasfaserkabel aufzubauen. Diese Entscheidung für ein integriertes Netz als vorläufige Endstufe der Kommunikationssysteme, auf dem dann sämtliche Dienste von den einfachen Fernmeldediensten wie Telefon, Telex, Telefax und Teletext, zahlreiche Hörfunk- und Fernsehprogramme, die gesamte Datenkommunikation bis hin zum Bildtelefon übertragen werden, hat ja auch praktisch die Forderung nach "Rückholbarkeit" der Pilotprojekte, also nach einer Einstellung der Versuche, falls sich erweisen sollte, daß entweder die Kosten oder der Schaden größer sein würden als der Nutzen obsolet gemacht. Solche Entscheidungen wurden damit begründert, daß für die beteiligten Wirtschaftszweigen Planungs-

sicherheit geschaffen werden müsse, und die Sozialwissenschaft mußte akzeptieren, daß sie bei der Frage des "ob" einer Einführung neuer Kommunikationstechniken keine ausschlaggebende Rolle spielen konnte. Teilweise hat sie sich dies auch selbst zuzuschreiben, denn sie hat bisher den Nachweis, wirkliche Entscheidungshilfen liefern zu können, nu sehr partiell erbracht, teilweise lag dies aber sicherlich auch an fehlenden Arbeitsmöglichkeiten oder nicht gegebenen Finanzmitteln. Umso wichtiger, den Anspruch aufrechtzuerhalten (aber auch zu erfüllen), daß der vermeintliche Zwang zu schnellen Entscheidungen nicht dazu führen darf, daß die bereits entstandene Kluft zwischen Technik und Sozialwissenschaft nicht noch größer werden darf. Letztlich gibt es bei allen Schwächen der sozialwissenschaftlichen Methoden und den Grenzen ihrer Aussage- und Interpretationsfähigkeit kein anderes Mittel, Entscheidungshilfen für eine planerisch gestaltete Kommunikations-Zukunft zu liefern.