



International Media Conference 2005

ZUSAMMENFASSUNG des EUROPEAN TELEVISION DIALOGUE Literaturhaus München am 25. Oktober 2005

Panel I: "Programm zum Erfolg"

Moderation: Patrick Jucaud, Gründer und Geschäftsführer, Discop

Trotz fortschreitender Digitalisierung wird das frei empfangbare terrestrische Fernsehen auf längere Sicht das Leitmedium in Osteuropa bleiben, darin waren sich alle Panelteilnehmer einig.

Ryszard Sibilski (President, ITI Film Studio, Warschau) wies aber auf die stetig wachsenden Synergieeffekte zwischen den einzelnen elektronischen Medien hin, eine Entwicklung, die in Osteuropa genauso rasant verläuft wie in Westeuropa.

Die auch in Osteuropa im Zuge wachsende Anzahl der Spartenkanäle wird laut **Vladimir Repčík (CEO, Markiza TV, Bratislava)** jedoch nicht zu einer völligen Konvergenz und Umwälzung des Marktes führen. Gerade in einem relativ jungen Land wie der Slowakei hätten die großen Fernsehsender immer noch eine wichtige identitätsstärkende Funktion.

Bei der Debatte über die Programmgestaltung der (ost)europäischen Fernsehsender zeigte sich deutlich, dass der Markt immer noch in starker Bewegung ist.

Während die Reality-Welle im westlichen Europa weitgehend von einem Revival der Fiction abgelöst wurde, halten sich in Osteuropa nach wie vor die beliebtesten Reality-Formate. Dabei gibt es einige Formate, die innerhalb Osteuropas auch Grenzen überschreiten. So liefert sich ein ungarisches Konkurrenzformat zu Big Brother inzwischen auch in der Slowakei einen Quotenkrieg mit dem Original, dokumentierten Repčík und **Gábor Bánay (Produzent, Interactiv Fiction, Budapest)**.

Allerdings ist der neue Programmtrend Telenovelas auch in Osteuropa stark am Kommen. Durch die größere kulturelle Nähe hätten sich dabei deutsche Formate als echte Konkurrenz zu lateinamerikanischen Produkten in Osteuropa entwickelt, berichtete **Jens Richter (Geschäftsführer SevenOne International, München)**.

Internationale Formate werden kaum mehr 1:1 übernommen, sondern immer stärker länderspezifisch variiert. Laut Bánay unterscheidet sich beispielsweise die Realität in Ungarn stark von der glitzernden Lebenswelt amerikanischer Serien. Deshalb sind in Ungarn Formate, die der Lebenswelt der Zuschauer visuell und inhaltlich angepasst sind, erfolgreicher. Die Grundidee wird übernommen und den jeweiligen – auch innerhalb Osteuropas unterschiedlichen – kulturellen und gesellschaftlichen Gegebenheiten angepasst.

Panel II: "Gesetzliche Rahmenbedingungen: Wie, wie viel und wie (EU-)einheitlich?"

Moderation: Dr. Christian Ziegler, Steuerberater und Partner, PricewaterhouseCoopers, Moskau

Nach der provokativen Eröffnung durch den Moderator, der die Notwendigkeit jeglicher Regelungen für Fernsehsender in Frage stellte, kam es zu einer heftigen Debatte über Sinn und Unsinn rechtlicher Rahmensetzung durch die EU. Dabei zeigte sich auch hier der Gegensatz zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern.



International Media Conference 2005

Die Vertreter der Privatsender **Rudolf Matter (Redaktionsleiter Wirtschaft n-tv und Geschäftsführer TV Media)** und **Ross Biggam (General Director, ACT Europe, Brüssel)** hielten die meisten Regulierungen für die Fernsehbranche für unpassend und eher hinderlich. Laut Biggam stellt dabei vor allem die langsame Reaktionszeit der EU-Gesetzgebung auf die sich schnell verändernde reale Medienlandschaft ein großes und kaum lösbares Problem dar.

Die Verfechter eines Dualen Systems von privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern **Marianne Mikko (Medienpolitikerin, EU-Parlament, Tallin)** und **Martin Stadlmaier (Leiter, Staatskanzlei Rheinland-Pfalz, Mainz)** brachten vor allem Argumente für einen durchgehenden Jugend- und Verbraucherschutz (z.B. Werberestriktionen) und Regelungen zu Eindämmung von Darstellungen, die die Menschenwürde verletzen, vor.

Stadelmaier reklamierte aber auch die nationale Zuständigkeit für das „Kulturgut“ Rundfunk, während Mikko darauf verwies, dass ohne EU-Regulierung in einigen EU-Ländern die Pressefreiheit gefährdet wäre, weil eine zu große Nähe zwischen Akteuren der Politik und der Medien bestünde.

Völlige Übereinstimmung herrschte immer dann, wenn es um den Schutz der Presse- und Meinungsfreiheit ging.

Panel III: "Quoten: Die Währung der TV Sender - Wechselwirkungen zwischen Werbewirtschaft und Fernsehen"

Moderation: Sigrid Eck, Redakteurin, Ressort Medien, "w&v - werben&verkaufen"

Das heißeste Thema aus deutscher Sicht, war – durch die aktuelle Debatte in der Bundesrepublik angeheizt – „Product Placement“, was bei Vertretern Osteuropas zum Teil große Verwunderung auslöste, kennt man solche strikten Regelungen dort nicht.

Während **Dr. Arnold Seul (Referent Programmdirektion, MDR, Leipzig)** von einer „Hexenjagd in Deutschland“ sprach, sind laut **Petr Dvořák (CEO, TV Nova, Prag)** in realistisch aufgenommenen Fernsehbildern immer auch reale Produkte enthalten und die Zuschauer hätten sehr feine Antennen dafür, wann ein vertretbares Maß an Product Placement überschritten wird. Daher würde sich die Problematik Schleichwerbung auch ohne detaillierte Vorschriften durch den Markt selbst regulieren.

Das zweite zentrale Thema des Panels waren die Herausforderungen der Zukunft an Werbewirtschaft und Fernsehmarkt, die beide starken Konzentrationsprozessen unterworfen sind.

Neue technische Entwicklungen zwingen die Werber zu neuen Ideen, um nahe am Publikum zu bleiben. **Jens Kollat (Geschäftsführer, Kollat Media Team, Berlin)** wies bei neueren Entwicklungen wie Programming oder Markenfernsehen jedoch darauf hin, dass bei Markenartiklern häufig eine hohe Innovationsbereitschaft, aber kein Programm-Know-How vorhanden sei. Innovative Werbeformen stecken auch nach **David Linn (Geschäftsführer, Aegis Media/HMS Carat Gruppe, Wiesbaden)** noch in den Kinderschuhen und müssten durch einen noch kooperativeren Umgang miteinander verbessert werden.



International Media Conference 2005

Panel IV: "TV, Medien und Demokratie"

Moderation: Reinhard Klimmt, Ministerpräsident des Saarlands und Bundesminister a.D

Nach einleitenden Worten von **Mark Galenko (Künstler/Bildhauer, Kiew)**, der Politik und Medienlandschaft der Ukraine aus der Sicht eines neutralen „Betroffenen“ beschrieb, wurde am Beispiel der Ukraine und Italiens lebhaft und kontrovers über das Thema TV, Medien und Demokratie sowie die Erhaltung der Meinungsvielfalt diskutiert.

Die Ukraine kämpft noch mit dem demokratischen Transformationsprozesses, der nach **Dr. Jaroslav Sonka (Medienwissenschaftler Osteuropa, Berlin/Prag)** in den betroffenen Ländern verblüffende Regelmäßigkeiten und chronologische Übereinstimmungen aufweist.

Laut **Miodrag Soric (Chefredakteur DW-RADIO, Leiter der Mittel- und Osteuropa-Redaktion, Deutschen Welle, Bonn)** ist während dieses schwierigen Prozesses die Pressefreiheit ein Ziel, das es noch zu erreichen gilt - wie die Fälle von ermordeten Journalisten in der Ukraine zeigen. Eine sehr wichtige Rolle kommt dabei der unabhängigen ausländischen Berichterstattung wie BBC World oder Deutsche Welle zu, die häufig die einzige verlässliche objektive Informationsquelle in den betroffenen Ländern darstellen.

Die ukrainische Medienlandschaft wird derzeit von sog. Oligarchen dominiert, die über eine wirtschaftliche Einflussnahme auch die faktische Kontrolle über die Berichterstattung haben, wie **Oleksandr Bohutskyy (General Director, ICTV, Kiew)** berichtete.

Währenddessen gerät in Italien, einem Gründungsmitglied der EU, die Medienmacht immer stärker in die Hände des Regierungschefs Berlusconi. Italien entfernt sich damit immer mehr von den Prinzipien der EU, die sonst den Beitrittsländern bzw. Bewerbern als Mindeststandards abverlangt werden und sollte, laut **Domenico Affinito (Journalist, Vice President "Reporter ohne Grenzen", Mailand)**, für Länder wie die Ukraine kein Vorbild bezüglich der Pressefreiheit darstellen. Die Sicherstellung der Pressefreiheit im italienischen Fernsehen könnte nur durch einen Regierungswechsel oder durch europäische Regulierung erreicht werden.