

Fernsehkongress mit Fokus Osteuropa

Die Vergangenheit hinter sich gelassen

Berlin – Die jungen und wachstumsstarken Fernsehmärkte Mittel- und Osteuropas stehen im Mittelpunkt des „European Television Dialogue 2008“, der am 20. November in Berlin stattfindet.

„18 Jahre nach der Wende – ist die TV-Branche in Polen und Tschechien erwachsen geworden?“ Das ist ein Thema des am 20. November in Berlin im Auswärtigen Amte stattfindenden „European Television Dialogue 2008“. An ihm nehmen kompetente Medienvertreter aus mittel- und osteuropäischen Ländern und aus Deutschland teil. Zu den Gästen gehören u. a. Krzysztof Koehler, Direktor des polnischen Kunst- und Kulturfernsehsenders TVP Kultura, Ondrzej Zach, Direktor des Time-Warner-Ablegers HBO Tschechien, und Alexander Rodnjanski, Chef der größten russischen unabhängigen Fernsehendergruppe CTC Media.

Eine bemerkenswerte Entwicklung bescheinigt Alexander van Dülmen, Geschäftsführer der Film- und TV-Lizenzfirma A Company, der Fernsehbranche in Mittel- und Osteuropa im vergangenen Jahrzehnt. „Heute gibt es in einigen Ländern Mittel- und Osteuropas wieder eine prosperierende einheimische Film- und Fernsehproduktionsbranche“, weiß der Veranstalter der etablierten Berliner Mediendialogveranstaltung. Auch für Jens Richter von Seven-
One International oder Alexander Coridaß von ZDF Enterprises gehören Länder wie Polen, Tschechien, Ungarn, Russland und die Ukraine inzwischen genauso zu den Kunden deutscher Fernsehproduktionen wie Frank-

reich, Italien oder Spanien. Nur der Umfang der Geschäfte habe noch nicht das Niveau der traditionellen Märkte erreicht, sei aber in den letzten Jahren beständig gewachsen. Auch vor dem Hintergrund der jetzigen Finanzkrise werden diese Märkte ihre wichtige



„Prosperierende Film- und Fernsehproduktionsbranche“

Alexander van Dülmen,
Geschäftsführer A Company

Rolle sogar noch ausbauen, mutmaßen Experten.

In Polen wird der TV-Markt vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen TVP und den beiden einheimischen kommerziellen Mediengruppen Polsat und ITI-TVN dominiert. Ausländische Unternehmen

wie RTL, CME und erst Anfang November Rupert Murdoch, der sein Engagement bei TV Puls aufgab, scheiterten hier. Der tschechische TV-Markt wird von den beiden kommerziellen Fernsehsendern Nova und Prima weitgehend beherrscht. Sie befinden sich im Besitz von zwei ausländischer Mediengruppen, der US-amerikanischen CME und der schwedischen MTG. Dagegen spielt das öffentlich-rechtliche Tschechische Fernsehen CT nur eine sekundäre Rolle. Beiden Märkten ist aber gleich, dass die Positionen der etablierten TV-Sender durch Digitalisierung und Internetfernsehen von immer mehr Spartenkanälen „angenagt“ werden. Auch Telekom-

unternehmen drängen zunehmend in die Fernsehmärkte. So startete das mehrheitlich im französischen Besitz (France Télécom) befindliche polnische Telekomunternehmen TP nach seinem Internetfernsehen Ende Oktober auch noch eine eigenen digitale Satellitenplattform, Neostrada TP. Das ist bereits nach Cyfra Plus (Vivendi), Polsat Cyfrowy und n (ITI-TVN) die vierte im Land zwischen Ostsee und Tatra.

Die TV-Branche in Mittelosteuropa scheint also weitgehend „erwachsen“ geworden zu sein und sich nicht mehr erheblich von ihren westeuropäischen Nachbarn zu unterscheiden. Fraglich ist aber, ob das auch auf die jeweiligen Landespolitiker zutrifft. Wie sonst könnte man den jüngsten Versuch der polnischen Regierung interpretieren, trotz Protesten im In- und Ausland die Gebührenfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens

TVP abzuschaffen und an ihre Stelle eine Finanzierung durch eine Mehrwertsteuer auf alle polnischen Rundfunkunternehmen zu ersetzen. Themen zur Diskussion und zum Dialog gibt es in Berlin also aus-

reichend. Weitere Panels widmen sich den Themen „Ästhetik und Fernsehen“, angesichts der Reich-Ranicki-Kontroverse sicher spannend, der Synergie zwischen Musik- und Fernsehbranche und, ohne Zweifel ein Publikumsmagnet, dem „Kaukasuskonflikt im Spiegel der Medien“ mit Diskutanten aus Georgien, Polen, Ungarn, Deutschland und Russland. *eb*

ARD und ZDF mit neuer Tochter

Frankfurt/Mainz – ARD und ZDF vermarkten ihre Werbezeiten künftig gemeinsam. Am 1. Dezember startet ARD & ZDF Fernsehwerbung. Geleitet wird das Gemeinschaftsunternehmen von den beiden Geschäftsführern der bisherigen Vermarkter: Uwe Esser (AS&S) und Hans-Joachim Strauch (ZDF Werbefernsehen). Die Verkaufsleitung übernimmt Tobias Lammert. Gemeinsame Werbeangebot und -preise soll es indes nicht geben, versichern die beiden Geschäftsführer. Stattdessen sollen die Werbezeiten effizienter vermarktet werden. *ak*