

Aufbruch zu einem dualen Fernsehsystem

→ Entwicklungen in der ungarischen Fernsehlandschaft

Von Markus Poll*

Nach politischer
Wende 1989
zunächst keine
grundlegende
Medienreform in
Ungarn

Das ungarische Fernsehsystem blieb nach dem Zusammenbruch des kommunistischen Regimes durch die politische Wende 1989 zunächst von grundlegenden Veränderungen verschont. Die landesweite Freigabe terrestrischer Frequenzen an private Rundfunkveranstalter blieb aufgrund einer entsprechend fehlenden Mediengesetzgebung zunächst aus. Das staatliche Fernsehen Magyar Televízió – mit seinen beiden Sendern MTV 1 und MTV 2 – sah sich auf dem Fernsehmarkt keiner ernsthaften Konkurrenz ausgesetzt, da die privaten Kabel- bzw. Satellitensender keine ausreichende landesweite technische Verbreitung erreichen konnten. Erst nach der Verabschiedung eines neuen Mediengesetzes im Januar 1996 wurden die staatlichen Rundfunksender in öffentlich-rechtliche Anstalten umgewandelt und die Voraussetzungen für die Gründung landesweiter privater Rundfunksender geschaffen.

Mit der Vergabe terrestrischer Frequenzen an private Rundfunkveranstalter im Juni 1997 setzte sich nun die Transformation des audiovisuellen Mediensektors in ein duales Mediensystem fort. Über die terrestrischen Frequenzen des vormals zweiten Kanals von MTV wird dem ungarischen Publikum seit November 1997 landesweit ein privates Fernsehprogramm (TV2) geboten. Darüber hinaus ist ein zweiter terrestrischer Privatsender (RTL Klub) gegründet worden, der sich beim ungarischen Publikum wachsender Beliebtheit erfreut. Damit hat Magyar Televízió seine Monopolstellung verloren und ist einer privaten Konkurrenz ausgesetzt, die in ihrem Programm vor allem publikumswirksame Unterhaltung anbietet.

Schon seit 80er Jahren
ansatzweise
Konkurrenz durch
ausländische Satel-
litenprogramme

Doch nicht erst seit der Vergabe von landesweiten terrestrischen Fernsehlicenzen an private Veranstalter, sondern schon mit dem Beginn des Satellitenempfangs seit den frühen 80er Jahren verlor das staatliche ungarische Fernsehen seine Exklusivität. Der Empfang ausländischer Satellitenprogramme war zwar strengstens verboten, wurde aber dennoch praktiziert. Unter dem Druck von „Glasnost“ und „Perestroika“ erlaubte man 1987 den Empfang westlicher Satellitenprogramme, die nachfolgend von einem Drittel der Bevölkerung regelmäßig genutzt wurden. (1) 1988 wurde darüber hinaus im „Gesetz zur wirtschaftlichen Zusammenarbeit“

(Gesetz Nr. 6/1988) auf lokaler/regionaler Ebene die Zulassung privater Fernsehprogramme ermöglicht, und in der Folge sind auch eine Reihe in Ungarn ansässiger Sender mit jeweils begrenzter technischer Reichweite entstanden. (2)

Der „Medienkrieg“ nach der politischen Wende

Nach der Wende von 1989 war die Periode zwischen den ersten freien Wahlen von 1990 und 1994 vom sogenannten „Medienkrieg“ der politischen Parteien geprägt. Dieser martialische Begriff beinhaltet Phänomene wie die angestrebte Entlassung der Generalintendanten durch den Ministerpräsidenten, staatliche Eingriffe in das Programm, die politisch motivierte Kündigung von Mitarbeitern sowie Massendemonstrationen für die Pressefreiheit. (3)

Die Auseinandersetzungen zwischen der rechtskonservativen Regierung des damaligen Ministerpräsidenten József Antall und den Intendanten der ungarischen Hörfunk- und Fernsehanstalten gelten als beispielhaft für die Neugestaltung der osteuropäischen Medienlandschaft. Mangels eines gültigen Mediengesetzes bediente sich seinerzeit die Regierung einer alten Verordnung des kommunistischen Regimes aus dem Jahre 1974, um die unliebsamen Intendanten zu entlassen. Dieses Vorhaben scheiterte jedoch an Staatspräsident Árpád Göncz, der die Entlassungsurkunden nicht unterschrieb. Für Göncz hätte die Zustimmung zur Entlassung der Medienpräsidenten eine ernste Gefährdung der Demokratie und eine Verletzung der Medienfreiheit bedeutet. (4)

Regierung und Opposition konnten trotz langwieriger Diskussionen keine Einigung über die Grundsätze eines neuen Mediengesetzes erzielen, die einer Zweidrittelmehrheit des ungarischen Parlaments bedarf. Erst am 21. Dezember 1995 wurde vom Parlament ein neues Medien-gesetz beschlossen, dessen Ratifizierung am 12. Januar 1996 erfolgte. (5) Nach fünfjähriger Diskussion hatte die Parlamentsmehrheit das neue Mediengesetz gebilligt. Die Umwandlung des staatlichen Mediensystems in ein duales Mediensystem stand hierbei im Vordergrund. Dazu wurde – wie eingangs erwähnt – zum einen die Frequenz des zweiten ungarischen Fernsehens (MTV2) einem privaten Fernsehsender zugeteilt. Zum anderen werden Radio und Fernsehen, die bislang direkt der Regierung unterstellt waren, künftig von unabhängigen öffentlich-rechtlichen Stiftungen betrieben. Die Mitglieder dieser Stiftung werden je zur Hälfte von der Regierung und der Opposition benannt. (6)

Zudem wurde eine nationale Rundfunkkommission, die aus Parteivertretern besteht und dem Parlament verantwortlich ist, als oberstes Kontrollorgan gegründet. Aufgaben der Kommission sind neben der Frequenz- und Lizenzvergabe

In Nachwendezeit
heftige politische
Auseinandersetzungen
um Medien-
einfluß

Neues Gesetz leitet
Medienreform zum
dualen System hin
ein

Nationale Kommis-
sion als oberstes
Kontrollorgan

* Europäisches Medieninstitut, Düsseldorf.

hauptsächlich die Programmbeobachtung, die Kontrolle der Medienwirtschaft sowie die Entgegennahme von Beschwerden. Die Vergabe der Sendelizenzen durch die siebenköpfige Rundfunkkommission soll sich laut Mediengesetz an einer „künftigen Vielfalt der ungarischen Medienszene“ orientieren. (7)

CLT-Ufa und MTM-SBS strahlen jeweils landesweites Privatprogramm aus

Ende Juni des vergangenen Jahres wurden die beiden ersten Lizenzen für landesweites Privatfernsehen vergeben. Neben dem internationalen Konsortium von MTM-SBS, das TV2 betreibt, hat die CLT-Ufa mit ihrem Konsortium Magyar RTL Televízió (M-RTL), dem auch das nationale ungarische Telekommunikationsunternehmen, die Pearson-Gruppe, verschiedene TV-Produktions- und -Distributionsgesellschaften sowie die Raiffeisen Unicbank angehören, den neuen Fernsehsender RTL Klub ins Leben gerufen. Die Lizenzvergabe an CLT-Ufa erfolgte dabei auch aufgrund der Zusage, für „politische Neutralität“ zu sorgen und ungarische Kultur sowie „Public service“ in zugänglicher und unterhaltsamer Weise zu präsentieren. RTL Klub wird wie TV2 seit November 1997 landesweit ausgestrahlt und hat eine technische Reichweite von rund 90 Prozent (vgl. Tabelle 1). (8) Die Konzessionen über die Zeit von zehn Jahren hat für jeden der beiden Kanäle mehr als 50 Mio Dollar gekostet. (9) Nicht berücksichtigt bei der Lizenzvergabe wurde unter anderen die amerikanische Gesellschaft Central European Media Enterprises (CME), die in anderen osteuropäischen Medienmärkten eine wichtige Rolle spielt.

Die Finanzierung der privaten Fernsehsender findet über Werbeeinnahmen statt. Hingegen können die drei öffentlich-rechtlichen Sender MTV1, MTV2 und das Satellitenprogramm Duna TV neben den Werbeeinnahmen aus öffentlichen Geldquellen schöpfen. Seit 1996 wird eine Fernsehgebühr von 530 Forint pro Monat erhoben – dies entspricht ungefähr 5,3 US-Dollar. (10) Radiogeräte sind nicht lizenzpflichtig. Die Gebühreneinnahmen werden jedoch zwischen Fernsehen und Hörfunk geteilt. Zudem wird das öffentliche Fernsehen durch umstrittene Zuschüsse aus dem Staatsbudget unterstützt. Kritische Stimmen der Opposition und der Presse sehen hier ein verfassungswidriges Mittel der Eingrenzung der Pressefreiheit.

Während die neuen privaten Kanäle über die terrestrischen Frequenzen von MTV2 und einem ehemals sowjetischen Fernsehkanal gesendet werden, wird MTV2 nunmehr ebenso wie Duna TV, das 1992 für ungarische Minderheiten und Emigranten im Ausland eingerichtet wurde, über den Satelliten Hot Bird3 (demnächst Hot Bird4) von Eutelsat ausgestrahlt. Die privaten Fernsehsender sorgen dabei für einen enormen Wandel in der Programmzuwendung der Zuschauer. (11) MTV1 hat seit dem Sendestart der privaten Konkurrenz im November 1997 drastische Einbrüche bei den Einschaltquoten zu verzeichnen und ist von rund 55 Prozent auf 30,8 Prozent Marktanteil zurückgefallen. Gleichzeitig verzeichnet das neu gegründete TV2 einen Marktanteil von 23,2 Prozent, gefolgt von RTL Klub mit immerhin 18,2 Prozent. (12) Die übrigen, über geringere technische Reichweiten verfügenden privaten Programme erreichten vor dem Sendestart von TV2 und RTL Klub lediglich Marktanteile in der Größenordnung von etwa 5 Prozent. (13) Insgesamt verteilten sich 1996 und 1997 die Sehdaueranteile, die Tagesreichweiten und die Prime-time-Marktanteile der verschiedenen Fernsehsender wie folgt (vgl. Tabellen 2 und 3):

Neue kommerzielle Programme von Beginn an mit Zuschauererfolgen

① **Angebot und Empfangssituation ungarischer Fernsehsender**
in %

	Status	Sendestart	Techn. Reichweite	
			1996	1997
Terrestrische Sender				
MTV1	ö.-r.	1957	98	98
MTV2 *	ö.-r.	1971	97	97
RTL Klub **	priv.	1997	-	90
TV2 **	priv.	1997	-	87
Satelliten-/Kabelsender				
Duna TV	ö.-r.	1992	52	55
M-Sat	priv.	1996	20	36
TV3 Budapest	priv.	1996	24	35
Sziv TV	priv.	1990	37	40
ATV	priv.	1996	22	25
Pay-TV-Sender				
HBO Hungary	priv.	1992	9,2	9,2
Spektrum (CPC)	priv.	1996	-	7,3

* MTV2 wird seit dem 1. Oktober 1997 nur noch über den Satelliten Hot Bird3 von Eutelsat ausgestrahlt, technische Reichweite seitdem 40 bis 50 %.
** Seit 1. November 1997 auf Sendung.

Quelle: GfK Hungaria-Szonda Ipsos Media-Analysis/AGB Ungarn/Cable and Satellite Yearbook 1998/Europäisches Medieninstitut.

Die Attraktivität des privaten Programmangebots entspricht offenbar dem Interesse des ungarischen Publikums an Unterhaltung und Infotainment. Der Einfluß westlicher Kanäle in Ungarn dürfte dabei die Präferenzen des Publikums in bezug auf die privaten ungarischsprachigen Fernsehsender entscheidend prägen. In diesem Zusammenhang ist auch darauf hinzuweisen, daß sich bereits in den 80er Jahren das Interesse an den politischen Inhalten der landeseigenen und westeuropäischen Programme in Grenzen hielt. Angesichts der stundenlangen Übertragungen von ZK-Sitzungen im Staatsfernsehen dienten bereits damals die westlichen Medien vornehmlich Unterhaltungszwecken. Offen ist derzeit, wie sich das Angebot an Informationssendungen in Ungarn entwickeln wird, sowohl auf seiten der unterhaltungsorientierten privaten Sender als auch auf seiten der unter zunehmendem Konkurrenzdruck stehenden öffentlich-rechtlichen Anbieter.

Wenig Interesse ungarischer Zuschauer an politischen Themen

② **Tägliche Sehdauer des ungarischen Fernsehpublikums nach Programmen**
auf der Basis aller Personen in den Fernsehhaushalten, in Minuten

	1996	1997 ¹⁾
Gesamt	212	221
MTV1	103	97
MTV2	42	30
Duna TV	8	7
TV3	3	5
Msat	3	6
Sziv TV	4	4
HBO	7	7
Video	12	11

1) Vor Sendestart RTL Klub/TV2.

Quelle: AGB Ungarn/Europäisches Medieninstitut.

③ **Reichweiten und Marktanteile ungarischer Fernsehsender**
in %

	1996	1997 ¹⁾
Tägliche Reichweiten ungarischer Fernsehsender		
MTV1	70	72
MTV2	43	37
Duna TV	11	11
HBO	5	7
M-Sat	4	7
TV3	3	7
Sziv TV	4	3
Zuschauermarktanteile Prime time		
MTV1	54	55
MTV2	19	16
Duna TV	5	4
HBO	6	6
M-Sat	4	5
TV3	4	5
Sziv TV	3	2

1) Vor Sendestart RTL Klub/TV2.

Quelle: GfK Hungaria-Szonda Ipsos Media-Analysis/Europäisches Medieninstitut.

Fast 40 % der Haushalte mit Kabelempfang

Der Kabel- und Satellitenmarkt

Die ungarischen Kabelnetzbetreiber gehören mittlerweile zu den größten und technisch fortschrittlichsten in Mittel- und Osteuropa. Rund 1,5 Millionen Haushalte sind in Ungarn an die

Kabelnetze angeschlossen. Dies entspricht einer Versorgung von knapp 40 Prozent der ungarischen Fernsehhaushalte (vgl. Tabelle 4).

Einige wenige Kabelnetze werden von kommunalen Verwaltungen betrieben. Überwiegend befinden sich die Kabelnetze in privater Hand. Der größte private Anbieter, Kabelkóm, ist ein Joint venture zwischen Time Warner und United Communications International (UCI, unter Beteiligung von TCI, USWest und UIH) und versorgt über 200 000 Haushalte mit Kabelfernsehen. Das Unternehmen betreibt die Pay-TV-Kanäle HBO Ungarn (Film), Spektrum TV (Dokumentation) und seit Mitte 1997 Z+ (Musik). Weitere größere Anbieter sind zum Beispiel Sziv TV, Kabeltel und DSP.

Die ungarischen Kabelnetzbetreiber befinden sich derzeit in einer Phase der Konsolidierung in einem hart umkämpften Markt. So glaubt László Lennert, der Präsident von KHÜSZ, daß die Anzahl der Kabelnetzbetreiber von derzeit 400 auf nur noch fünf oder sechs in den nächsten Jahren fallen könnte.

Eine wichtige Gesellschaft im ungarischen Satellitensektor ist Antenna Hungaria. Das Unternehmen stellt die Übertragung von MTV2 und Duna TV zum Satelliten Hot Bird3 bereit und bedient einen Kurzwellensender in Budapest und Umgebung. Antenna Hungaria versorgt fast ein Drittel der ungarischen Bevölkerung mit 17 Kanälen, von denen zehn in ungarischer Sprache übertragen werden. (14)

Die Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung von AGB Hungary zur Entwicklung der Fernsehempfangssituation - bei einer Grundgesamtheit von rund 9,3 Millionen Personen ab vier Jahren - in den Jahren 1995 bis 1997 geben Aufschluß über Trends der Empfangsmöglichkeiten in Ungarn (vgl. Tabelle 5). Während der terrestrische Empfang einen leichten Rücklauf (um 3,3 Prozentpunkte) im Untersuchungszeitraum verzeichnet, zeigt der Kabel- und Satellitenempfang aufsteigende Tendenzen. Der Kabel- und Satellitenmarkt ist dabei durch vier verschiedene technische Systeme gekennzeichnet. Der Vielkanalfernsehempfang ist in Ungarn über Kabel, Gemeinschaftsanlagen und Direkt-

Kabelnetze überwiegend in privater Hand

AGB Hungary führte Untersuchung zur Entwicklung der Fernsehempfangssituation durch

④ **Die ungarische Medienlandschaft im Überblick**

	1996		1997	
	in Tsd	in % d. Haush.	in Tsd	in % d. Haush.
Bevölkerung	10 198		10 271	
Haushalte	3 869	100,0	3 940	100,0
Fernsehhaushalte	3 638	94,0	3 715	94,3
Haushalte mit Videorecorder	1 389	35,9	1 445	36,7
Haushalte mit Videokamera	99	2,6	88	2,2
Haushalte mit Kabelanschluß	1 394	36,0	1 490	37,8
Haushalte mit privater Satellitenempfangsanlage	269	7,0	278	7,1
Fernsehhaushalte mit Teletext	750	19,4	730	18,5
Haushalte mit Personal Computer	259	6,7	273	6,9

Quelle: GfK Hungaria-Szonda Ipsos Media-Analysis/AGB Ungarn/Europäisches Medieninstitut.

empfang üblich, in geringem Umfang aber auch über das sogenannte Multipoint Microwave Distribution System (MMDS).

⑤ **Entwicklungen der Fernsehempfangssituation in Ungarn**

Personen ab 4 Jahre, in %

Empfang	1995	1996	1997
terrestrisch	40,0	41,4	36,7
Kabel und Satelliten *	60,0	58,6	63,3
davon Kabelempfang	40,3	40,9	41,6
Direktempfang	16,7	14,5	19,4
MMDS	5,6	6,3	7,7

* Inklusive Gemeinschaftsanlagen, Direktempfang und Multipoint Microwave Distribution System (MMDS), Überschneidungen möglich.

Quelle: AGB Hungary Establishment Survey.

Erst 1991 unabhängige Filmstiftung gegründet

Die ungarische Film- und Videoindustrie

Die ungarische Filmindustrie befand sich bis zur Wende von 1989 unter staatlicher Kontrolle. Alle Produktionsfirmen lagen sowohl in technischer als auch künstlerischer Hinsicht in staatlicher Hand. Das Zentralkomitee der Kommunistischen Partei entschied letztendlich darüber, welche Filme produziert werden durften. Dabei oblag dem Kulturministerium die Durchführung der einzelnen Filmprojekte. Die Produktion der Kino- und Fernsehfilme wurde von der Firma MAFILM durchgeführt, die hierin eine Monopolstellung genoß.

Nach den Wahlen im Jahr 1990 initiierten Video- und Filmproduktionsfirmen die Gründung einer Filmstiftung, um dieses Monopol zu durchbrechen. Im April 1991 schließlich wurde gemeinsam mit dem Kultur- und dem Finanzministerium diese Filmstiftung ins Leben gerufen.

Die ungarische Filmstiftung verwaltet die öffentlich finanzierten Filmprojekte in Ungarn. In den ersten drei Jahren beliefen sich die Ausgaben der Filmstiftung auf 800 Mio Forint (etwa 8 Mio Dollar). Bedingt durch die ständig steigende Inflationsrate und das Budget der Filmstiftung war die Förderung begrenzt. Der Europarat unterstützt seit 1993 die ungarischen Filmproduktionen im Rahmen verschiedener Förderprojekte. Darüber hinaus traf die ungarische Filmstiftung 1996 ein Abkommen mit MTV über die Beteiligung an der Produktion ungarischer Filme in Höhe von 350 Mio Forint (etwa 3,5 Mio US-Dollar). (15)

1995 in Ungarn 43 Produktionsgesellschaften und 17 Verleihfirmen aktiv

1995 gab es in Ungarn 43 Produktionsgesellschaften, die im Zeitraum zwischen 1993 und 1994 insgesamt 21 Filme produzierten (inkl. Koproduktionen). Einige dieser Gesellschaften betrieben gleichzeitig aus steuerlichen Gründen eine Stiftung. Zu den wichtigsten Produktionsgesellschaften gehören das Ungarische Filminsti-

tut, die Innovative Spielfilmstiftung, die Monday Workshop Studio Stiftung und die Balázs Béla Studio Stiftung.

Im Filmverleihgeschäft waren 1995 insgesamt 17 Filmverleihfirmen eingetragen, zu denen auch die Marktführer UIP-Duna, InterCom, Flamex und Mokép gehören. Die Verleihfirmen können jedoch ohne Hollywood-Produktionen kaum überleben. Vor allem InterCom und UIP-Duna verdanken ihre starke Marktposition den amerikanischen Streifen. (16)

Gesicherte Angaben über die ungarische Videoindustrie sind rar. Es gibt in Ungarn etwa 48 eingetragene Videoverleiher, die der zunehmenden Ausstattung der Haushalte mit Videorecordern Rechnung tragen. Seit Mitte der 80er Jahre wurden schätzungsweise 8 000 Filme auf Videokassetten verbreitet. Heutzutage werden in Ungarn, ohne geltende Vorschriften, durchschnittlich 80 Filme pro Monat für den Verkauf oder den Verleih freigegeben. Die großen amerikanischen Filmproduzenten verkaufen etwa 1 000 Kopien pro Film an die Händler und Videoverleiher. Die Händler wiederum verkaufen die Videokassetten für etwa 4 000 Forint (ca. 40 Dollar) an die Kunden. Die Leihgebühr für einen Videofilm kostet in Ungarn durchschnittlich 150 Forint (etwa 1,50 Dollar) pro Tag. (17)

Insgesamt 1,39 Millionen Haushalte waren 1996 im Besitz von mindestens einem Videorecorder. Rund 36 Prozent aller Haushalte verfügten somit über einen Videorecorder, etwa 70 000 Haushalte sogar über mindestens zwei Videorecorder. Im Jahr 1997 ist die Anzahl der Videohaushalte auf mittlerweile 1,45 Millionen (37%) gestiegen (vgl. Tabelle 4).

Der ungarische Werbemarkt

Die ungarische Werbeindustrie wird hauptsächlich von multinationalen Agenturen dominiert. Schätzungen zufolge arbeiten 80 bis 90 Prozent aller Werbungtreibenden mit diesen Agenturen zusammen, die etwa 80 Prozent des Fernsehmarktes kontrollieren. Die Zulassung kommerzieller Fernsehanbieter zeigt einen deutlichen Einfluß auf die Strukturen des Werbemarktes, der künftig über vielfältigere Werbemöglichkeiten verfügt. Zudem sind mit den gesetzlichen Vorschriften zur Regulierung des Werbemarktes - Artikel 4 Abs. 11f. des Mediengesetzes legt die Werbebeschränkungen und Werbeverbote fest - eindeutige Regeln für Werbezeiten und Werbeinhalte vorgegeben worden.

Die neuen Privatsender TV2 und RTL Klub beeinflussen nach ihrer Einführung den ungarischen Werbemarkt nachhaltig. Aufgrund des starken Rückgangs der Einschaltquoten bei MTV1 zum Ende des Jahres 1997, waren die Werbepreise vorläufig stark gefallen und machten den ungarischen Fernsehmarkt zu einem der billigsten in Europa. Bereits einige Woche nach dem Sendestart der beiden Privatkanäle suchten die größten Werbungtreibenden Ungarns (Hen-

Videorecorder bereits relativ weit verbreitet

Dominanz multinationaler Agenturen bestimmt den ungarischen Werbemarkt

Programmstart der Privatsender beeinflusst den Fernsehwerbemarkt stark

kel, Procter & Gamble, Unilever, Masterfoods und SmithKline Beecham) die Zusammenarbeit mit den neuen Sendern. (18)

Werbezielgruppe der 18- bis 29jährigen bei den Privatsendern stärker vertreten

Wie erste Einschaltquotenmessungen zeigen, weisen die neuen landesweiten Privatsender in den ersten Programmwochen eine hohe Fernsehnutzung aus. Besonders bei den 18- bis 29jährigen erzielten die neuen Sender TV2 und RTL Klub wesentlich höhere Marktanteile als MTV1. Entsprechend groß ist das Interesse der werbungstreibenden Industrie an den neuen Sendern, um die jungen Käuferschichten gezielt zu erreichen.

Anteil des Fernsehens am Werbemarkt auf über 52 % gestiegen

1996 konnte das Fernsehen seinen Anteil an den gesamten Werbeausgaben von 47 Prozent auf 52,7 Prozent (292 Mio DM) erhöhen. Auf Magazine entfielen 15,7 Prozent (87 Mio DM), Zeitungen verbuchten 13,8 Prozent, das Radio 10,4 Prozent (57 Mio DM) und schließlich die Außenwerbung 7,1 Prozent (39 Mio DM). An der Spitze der Werbungstreibenden lagen 1995 und 1996 Procter & Gamble (27 Mio DM), gefolgt von Unilever (24 Mio DM) und auf Platz drei TV Shop (16 Mio DM). (19)

Prognosen zufolge wird die Fernsehwerbung in den kommenden Jahren spürbar zulegen, von 249 Mio Dollar 1997 auf 443 Mio Dollar im Jahr 2000 (vgl. Abbildung 1).

Fazit

Die audiovisuellen Medien haben einen entscheidenden Einfluß auf die demokratische Konsolidierung in Ungarn. (20) Auch die jüngsten Entwicklungen haben eine große Bedeutung für

die Meinungsvielfalt in Ungarn. RTL Klub und TV2 werden künftig als landesweite Programmveranstalter die politische Kultur Ungarns wesentlich mitgestalten, indem sie als primär unterhaltungsorientierte Sender eine Konkurrenz zu den meinungsprägenden Nachrichten- und Informationsprogrammen von MTV1 bilden.

Mit der Zulassung landesweit verbreiteter kommerzieller Programme 1997 ist in Ungarn erst acht Jahre nach der politischen Wende ein duales Rundfunksystem eingeführt worden, das gemeinsame Züge mit anderen Systemen in Westeuropa, aber auch eigenständige Merkmale aufweist.

Es wurden ferner Voraussetzungen geschaffen, die den Zugang europäischer Unternehmen zum ungarischen Fernsehmarkt erlauben. Die nationale Exklusivität ist einer Öffnung für europäische Investoren gewichen.

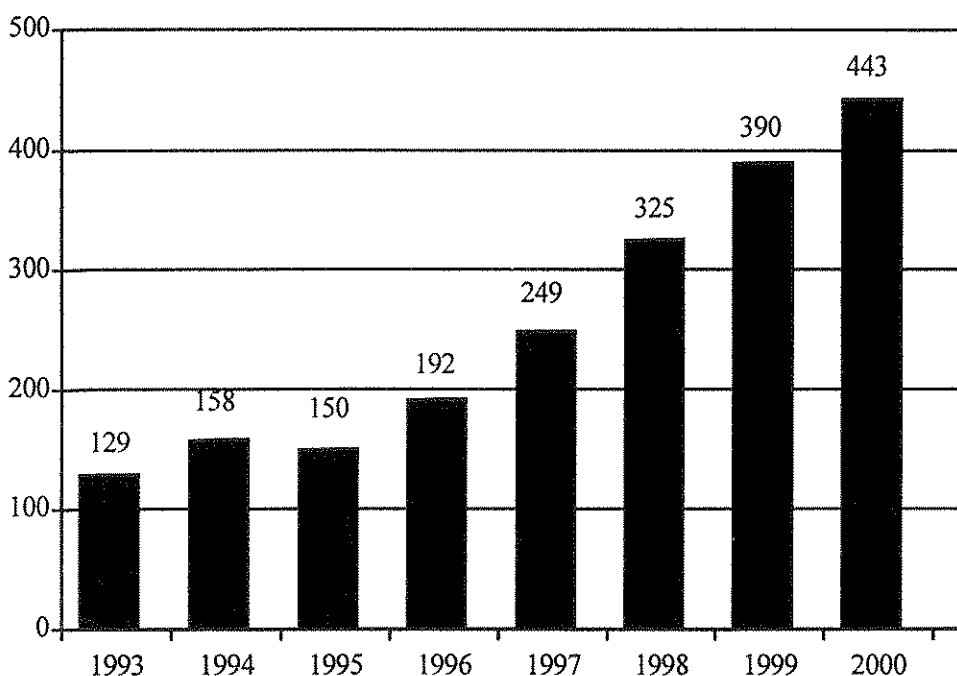
Ungarn beabsichtigt, in nächster Zeit als erstes Land in Mittel- und Osteuropa eine digitale Plattform für Multimediaangebote einzurichten. Unter der Führung von Eutelsat wird Antenna Hungaria diesen Service bereitstellen, der sowohl digitales Satellitenfernsehen als auch einen schnellen Internetbetrieb sicherstellen soll. (21)

Die Einbeziehung Ungarns in die europäische Rundfunkordnung ist nicht erst durch das neue Mediengesetz möglich geworden. Bereits am 29. Januar 1990 hat Ungarn die europäischen Konventionen des Europarates zum grenzüberschreitenden Fernsehen unterschrieben.

Einbeziehung Ungarns in europäische Medienordnung

Verzögerte Einrichtung eines dualen Fernsehsystems in Ungarn

Abb. 1 Umsätze und Prognosen zum ungarischen Fernsehwerbemarkt in Mio Dollar



Quelle: Zenith Media.

Zudem wurden erste Weichen durch die geänderte ungarische Verfassung gestellt, die in Artikel 61 das Recht auf freie Meinungsäußerung und auf den Zugang sowie die Verbreitung von Informationen, die im öffentlichen Interesse stehen, garantiert und darüber hinaus die Pressefreiheit schützt.

Die Einbeziehung Osteuropas in die europäische Medienordnung lag allerdings auch im Interesse der westeuropäischen Länder. Aufgrund der technischen Möglichkeiten wäre es nämlich ebenso denkbar gewesen, daß sich private Veranstalter in den Ländern des ehemaligen Ostblocks niederlassen, um über die Grenzen hinweg Programme zu senden, die in keiner Weise den Mindeststandards der Fernsehrichtlinie bzw. der Konvention des Europarats genügen. (22)

Anmerkungen:

- 1) Vgl. SzeKFü, András: Intruders welcome? The beginnings of Satellite Television in Hungary. In: *European Journal of Communication* 2/1989, S. 161-171, hier S. 163.
- 2) Vgl. Gergely, Ildikó: Understanding the Media in Hungary, Europäisches Medieninstitut 1997, S. 9f.
- 3) Vgl. Donges, Patrick: Der „Medienkrieg“ und seine Ursachen. In: Schatz, Heribert/Otfried Jarren/Bettina Knaup (Hrsg.): *Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft*. Opladen 1997, S. 274-287, hier S. 274.
- 4) Vgl. ebd., S. 280.
- 5) Vgl. SzeKFü, András/Susanna Großmann-Vendrey: Ein Lehrstück in praktischer Demokratie. In: *Studienkreis Rundfunk und Geschichte* 1/1993, S. 30-32, hier S. 30.
- 6) Vgl. epd/Kirche und Rundfunk v. 24.1.1996, S. 23.
- 7) Vgl. epd medien v. 2.7.1997, S. 22.
- 8) Vgl. epd medien v. 12.7.1997, S. 28.
- 9) Vgl. epd medien v. 2.7.1997, S.22.
- 10) Vgl. *IP Television* 1997, S. 147-154.
- 11) Vgl. *Die Welt* v. 8.1.1998.
- 12) Vgl. *IP network* Nr. 17, Winter 1997/98, S. 2
- 13) Vgl. ebd.
- 14) Vgl. ebd.
- 15) Vgl. Gergely (Anm. 2), S. 79f.
- 16) Vgl. ebd., S. 82f.
- 17) Vgl. ebd., S. 86f.
- 18) Vgl. *IP network*, Nr. 17, Winter 1997/98, S. 2.
- 19) vgl. *Horizont* v. 24.7.1997, S. 36.
- 20) Vgl. Poll, Markus: *Öffentlichkeit und Massenkommunikation im ungarischen Transformationsprozeß*. Düsseldorf 1996.
- 21) Nach Auskunft von Balázs Horváth, Nationale Radio- und Fernsehkommission in Ungarn, Januar 1998.
- 22) Vgl. Kleinwächter, Wolfgang: *Rundfunkrecht in Osteuropa*. In: Erbring, Lutz (Hrsg.): *Kommunikationsraum Osteuropa*. Konstanz 1995, S. 100.