

Gesetzliche Rahmenbedingungen, Angebot und Marktposition von BBC, ITV, Channel 4 und Channel 5

→ Der terrestrische Fernsehsektor in Großbritannien*

Von Jeanette Steemers**

Neue Medienangebote verschärfen Wettbewerb im britischen Rundfunkmarkt

In der jüngsten Vergangenheit ist das terrestrische Fernsehen in Großbritannien – wie in anderen europäischen Ländern auch – in Schwierigkeiten geraten. Die sicheren Fundamente des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in einem Umfeld von wenigen etablierten Vollprogrammen sind durch das Aufkommen von Multikanal-, Kabel- und Satellitenfernsehen erschüttert worden. Diese neuen Medienangebote, hinter denen meist große Konglomeratkonzerne stehen, haben zu einem verschärften Wettbewerb im britischen Rundfunkmarkt geführt, in dem lange Zeit ein komfortables Duopol zwischen dem Public-service-Anbieter, der BBC, und ihrem Haupttrivalen, der im Privatbesitz befindlichen ITV, einem Netzwerk von regionalen Fernsehgesellschaften, herrschte. Zum Ende dieses Jahrhunderts werden technische Entwicklungen, wie die digitale Übertragungstechnik und die zumindest von vielen vorhergesagte Konvergenz zwischen Rundfunk und Computer- bzw. Telekommunikationswelten die Rundfunklandschaft noch weiter verändern.

Lange Zeit bestand Balance zwischen BBC und privaten Anbietern

Viele Jahre haben die beiden Fernsehprogramme der BBC in komplementärer Weise mit den werbefinanzierten Angeboten der ITV sowie seit 1982 auch mit Channel 4 konkurriert. Diese Komplementarität und die Verpflichtung aller Anbieter auf Public-service-Prinzipien wurde durch ein interventionistisches Regelwerk ermöglicht, das von verschiedenen regierungsamflichen Untersuchungskommissionen, zuletzt 1977 vom Annan Committee (1), immer wieder bestätigt wurde. Mit einem System, in dem die Rundfunkveranstalter nicht um die gleichen Finanzierungsquellen konkurrierten und daher keinen Anreiz hatten, mit einem uniformen, massen- bzw. werbeattraktiven Programmangebot gegeneinander anzutreten, sollte eine Balance zwischen wirtschaftlichen Notwendigkeiten und den Prinzipien eines dem Gemeinwohl verpflichteten Rundfunks hergestellt werden. (2) So finanzierte sich der 1982 etablierte Channel 4 bis zum Broadcasting Act von 1990 durch eine Abgabe von den ITV-Gesellschaften, die im Gegenzug dessen Werbezeiten verkaufen durften.

Medienpolitische Wende durch Broadcasting Act von 1990

Diese oft als delikate bezeichnete Fernsehökologie (3) wurde jedoch Mitte der 80er Jahre in Frage gestellt, als die konservative Regierung unter Margaret Thatcher versuchte, die Prinzipien der freien Marktwirtschaft auch im Fernsehen durchzusetzen.

Stimuliert wurde diese Politik durch das Aufkommen von Satelliten- und Kabelkanälen, die die Frequenzknappheit überwinden und zu einer Expansion des Fernsehmarktes führten. Der Broadcasting Act von 1990 (4), der eine zunehmende Kommerzialisierung, eine abgeschwächte Regulierung und einen leichteren Zugang wirtschaftlicher Interessen zu den Rundfunkmedien mit sich brachte, markierte eine (medien)politische Wende ebenso wie einen Wandel in der Beziehung zwischen dem Fernsehen und seinem Publikum. Die Zuschauer wurden nunmehr vor allem als Konsumenten betrachtet und weniger als Bürger mit dem Anspruch auf Information und Unterhaltung.

Nun, da sich so viel Aufmerksamkeit auf die Zukunft des digitalen Multikanalfernsehens richtet, vergißt man allzu leicht, welche wichtige Rolle das terrestrische Fernsehen in Großbritannien heute noch spielt. Auf terrestrische Programme entfallen immer noch fast 85 Prozent des gesamten Fernsehkonsums in britischen Haushalten, verglichen mit 13 Prozent für Kabel- und Satellitenkanäle. (5) Und selbst in Kabel- und Satellitenhaushalten werden immer noch über 60 Prozent der Fernsehzeit mit den fünf terrestrischen Kanälen BBC 1 und 2, ITV, Channel 4 und 5 verbracht. (6)

Natürlich wird das terrestrische Fernsehen nicht unberührt von den weiteren Entwicklungen in der audiovisuellen Welt bleiben und sein Marktanteil aller Wahrscheinlichkeit nach mit dem zunehmenden Erfolg von Kabel- und Satellitenprogrammen weiter zurückgehen. Die Zukunft des terrestrischen Fernsehen wird auch durch Entscheidungen über das Abschalten analoger Frequenzen im Zuge des Übergangs zur digitalen Übertragungstechnik bestimmt werden. Die neue Labour-Regierung muß im Zuge ihrer Evaluierung digitaler Dienste ein solches Abschaltdatum noch festlegen und dazu weitere öffentliche Anhörungen durchführen. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden gesetzliche Rahmenbedingungen, Besitzverhältnisse und Marktanteile sowie gegenwärtige und zukünftige Strategien der Akteure im analogen terrestrischen Fernsehsektor beschrieben.

Die gesetzlichen Rahmenbedingungen

Terrestrische Rundfunkanbieter sind verschiedenen formalen und zum Teil weitgehenden programm-inhaltlichen Verpflichtungen unterworfen, die in der Royal Charter der BBC bzw. den verschiedenen Rundfunkgesetzen festgelegt sind. Während die BBC sich durch ihr Board of Governors – das als Treuhänder im öffentlichen Interesse agiert – im wesentlichen selbst reguliert, unterliegen alle anderen Fernsehangebote der Aufsicht durch die Independent Television Commission (ITC).

Terrestrischer Empfang nimmt rund 80 % des Fernsehkonsums ein

Veränderungen des terrestrischen Fernsehmarktes absehbar

* Übersetzung Media Perspektiven.

** Department of Media Arts, University of Luton, Großbritannien.

Bis 1990 regulierte IBA kommerzielles Fernsehen und Lokalradio

Bis zum Broadcasting Act von 1990 wurden das kommerzielle Fernsehen und das Lokalradio durch die Independent Broadcasting Authority (IBA) reguliert, die zugleich als Rundfunkanbieter und Regulierungsbehörde fungierte. Die IBA hatte Verträge mit den einzelnen regionalen ITV-Gesellschaften abgeschlossen und das Recht, Programme vorab zu begutachten und Programmpläne daraufhin zu prüfen, ob sie den Public-service-Kriterien genügten. Zugleich war sie für die Bereitstellung des Programms ihrer Tochtergesellschaft Channel 4 verantwortlich.

Gründung neuer Aufsichtsbehörden durch Broadcasting Act von 1990

Mit dem Broadcasting Act von 1990 trat ein neuartiges Regelwerk in Kraft. Zwei neue Aufsichtsbehörden, die Independent Television Commission (ITC) und die Radio Authority ersetzten die IBA und die für die Zulassung von Kabelsendern zuständige Cable Authority. Die ITC erhielt die Lizenzierungs- und Regulierungskompetenz für alle kommerziellen Fernsehangebote, fungierte aber nicht mehr als Programmveranstalter. (7) Die Lizenznehmer waren nun für ihre Programminhalte im Rahmen ihrer Lizenzauflagen und der Statuten der ITC selbst verantwortlich. Die früheren IBA-Befugnisse zur Vorabkontrolle der Programme waren damit abgeschafft, Programm- und Programmplanungskompetenz wurden dem von den ITV-Gesellschaften betriebenen ITV-Networkcenter zugewiesen. Hauptaufgabe der ITC ist – neben der Lizenzierung – sicherzustellen, daß die angekündigten Programme der Lizenznehmer auch tatsächlich ausgestrahlt werden und den Lizenzauflagen genügen.

Auktionssystem zur Vergabe von ITV-Lizenzen

Der Broadcasting Act von 1990 führte ein Auktionssystem für die Vergabe der ITV-Lizenzen ein, die, nachdem die Bewerber eine Qualitätsprüfung passiert hatten, gegen Höchstgebot versteigert wurden. Kabel- und Satellitenprogrammlicenzen werden dagegen quasi auf Nachfrage an Bewerber vergeben, deren Angebote den in den ITC-Codes festgelegten Minimalanforderungen des Verbraucherschutzes genügen. Mit dem Broadcasting Act von 1990 wurde Channel 4 als Non-profit-Organisation (Channel Four Corporation) institutionalisiert und durfte nun seine eigene Werbezeit verkaufen. Ferner sah das Gesetz die Einrichtung eines fünften terrestrischen Fernsehangebots (Channel 5) vor.

Broadcasting Act von 1996 setzt Rahmen für digitales Fernsehen und liberalisiert Cross-ownership-Vorschriften

Hauptanliegen des Broadcasting Act von 1996 war die Festsetzung der Rahmenbedingungen für die Einführung des digitalen Fernsehens. (8) Er trat im Juli 1996 in Kraft und beinhaltete auch eine Liberalisierung der Beteiligungs- und Cross-ownership-Vorschriften. Mit dem Gesetz wurden auch die Finanzierungsbedingungen für Channel 4 geändert, und die ITC erhielt die Kompetenz zur Regulierung neuer kommerzieller Angebote der BBC. Ferner sollte eine Liste von großen Sportereignissen, die im Free TV zugänglich bleiben sollten, er-

stellt werden. Abonnement- oder Pay-per-view-Kanäle dürfen danach nicht live über Ereignisse berichten, die auf dieser Liste stehen, wenn die Rechte nicht auch gleichzeitig einem terrestrischen Free-TV-Veranstalter angeboten werden. (9) Durch den Broadcasting Act wurde außerdem die für Zuschauerbeschwerden zuständige Broadcasting Complaints Commission (BCC) mit der für die Bewahrung von Geschmack und Anstand im Fernsehen zuständigen Broadcasting Standards Commission (BSC) verschmolzen. Die neue Broadcasting Standards Commission erfüllt nun beide Aufgaben.

Die Independent Television Commission ITC

Die ITC ist für die Lizenzierung und Regulierung sämtlicher kommerzieller Fernsehdienste in Großbritannien zuständig, das schließt die terrestrischen Angebote von ITV (jetzt Channel 3), Channel 4, Channel 5, aber auch den öffentlichen Text, Kabel- und Satellitenangebote sowie alle digitalen Programmangebote ein. Nicht lizenziert und reguliert werden von ihr die nichtkommerziellen Programmangebote der BBC sowie S4C (der walisische Channel 4). Allerdings ist sie seit dem Broadcasting Act von 1996 die für sämtliche kommerziellen Angebote dieser beiden Organisationen zuständige Aufsichtsbehörde. Die ITC überwacht auch die Qualität des terrestrischen Fernsehangebots im jährlichen Rhythmus und ist dafür bekannt, kritisch zu sein. So schreibt sie in ihrem Bericht über Carlton TV, dem Londoner ITV-Angebot an Werktagen, daß der Output dieses Senders in seinem ersten Jahr „keineswegs bemerkenswert oder von erkennbar hoher Qualität“ gewesen sei. (10) Nicht zuständig ist die ITC für die Kontrolle von Qualität und Vielfalt der Kabel- und Satellitenprogramme, da es für diese Angebote angesichts ihrer im Vergleich zum terrestrischen Fernsehen noch sehr viel geringeren Verbreitung außer einigen Verbraucherschutzvorschriften keine programminhaltlichen Auflagen gibt.

Kontrollinstrumente der ITC sind neben der Lizenzvergabe ihre sogenannten Codes of Practice zu Programminhalten, Werbung, Sponsoring und technischen Anforderungen. (11) Ihr steht ein breites Spektrum von Sanktionsmaßnahmen für die Nichteinhaltung dieser Vorschriften zur Verfügung, zum Beispiel Verwarnungen, die Verpflichtung, öffentliche Entschuldigungen auszustrahlen, Bußgelder und in Extremfällen auch die Verkürzung der Lizenzlaufzeit oder der komplette Lizenzentzug. (12) Alle ITC-Lizenznehmer einschließlich der Kabel- und Satellitenprogramme unterliegen dem ITC-Programmkodex. Dieser enthält Verpflichtungen und allgemeine Verhaltensregeln in bezug auf die Darstellung von Gewalt sowie im Hinblick auf Anstand und Geschmack, Neutralität, Wahrheit und Korrektheit. ITV, Channel 4 und 5 sind darüber hinaus konkreten Programmauflagen unterworfen, die Bestandteil ihrer Lizenzverträge sind. Sie umfassen Mindestanteile an Eigen-, unabhängigen und europäischen Produktionen, feste Anteile bestimmter Programmkategorien wie zum Beispiel Nachrichten oder Kindersendungen und eine Ver-

ITC lizenziert und reguliert sämtliche kommerziellen Fernsehdienste in Großbritannien

Codes of Practice dienen der Programmkontrolle

pflichtung auf Qualität und Vielfalt. Von Channel 4 wird ferner verlangt, einen angemessenen Anteil von Programmen für solche Geschmäcker und Interessen auszustrahlen, die von ITV-Programmen nicht bedient werden; diese Angebote müssen innovativ und experimentell sein.

Werbebeschränkungen im einzelnen

Der ITC Code of Advertising Standards and Practice enthält die Bestimmungen zum Inhalt von Fernsehwerbung, die Rules on Advertising Breaks regeln Umfang, Verbreitung und die Einbettung von Werbung ins Programm. (13) ITV, Channel 4 und Channel 5 dürfen im Durchschnitt sieben Minuten Werbung pro Stunde senden (7,5 Minuten in der Prime time), während die Kabel-, Satelliten- und digitalen Programmangebote durchschnittlich neun Minuten pro Stunde, entsprechend der Regelungen der Europäischen Fernsehrichtlinie, ausstrahlen dürfen. Die Höchstdauer von zwölf Minuten Spotwerbung in einer bestimmten Stunde gilt für alle kommerziellen Programmangebote. Terrestrische Fernsehveranstalter dürfen nicht so viel Werbung ausstrahlen, da die ITC, die verpflichtet ist, für eine bestimmte Qualität der Programmangebote zu sorgen, entschieden hat, daß weniger Werbung diesem Ziel dienlich sei. (14) Seit 1991 darf in den terrestrischen Programmen ITV, Channel 4 und Channel 5 keine Werbeunterbrechung länger als 3,5 Minuten dauern.

Sponsoring muß für Zuschauer erkennbar sein

Sponsoring wird durch den ITC Code of Program Sponsorship reguliert, der zuletzt im März 1997 novelliert wurde und für alle kommerziellen Programmangebote gilt. Ziel ist, die redaktionelle Unabhängigkeit zu sichern und zu gewährleisten, daß Sponsoring für die Zuschauer klar erkennbar ist. Nachrichten und Sendungen zum Zeitgeschehen sowie Wirtschafts- und Finanzsendungen, die Interpretationen oder Kommentare enthalten, dürfen nicht gesponsert werden; Product placement ist verboten.

Qualität, Wirtschaftlichkeit und finanzieller Betrag entscheidend für Lizenzvergabe

Lizenzierungsverfahren

Seit dem Broadcasting Act von 1990 werden alle Lizenzen für die ITV (Channel 3), Channel 5, Teletextdienste und Kabelsender versteigert. Die stärksten Auswirkungen hatte dies auf die ITV, für die das damalige Vertragssystem durch das Auktionsystem abgelöst und die Sendelizenz an den Meistbietenden vergeben wurde, sofern er einen Qualitätsvorbehalt passiert und eine Wirtschaftlichkeitsprüfung bestanden hatte. Zahlungen für die zehnjährigen ITV-Lizenzen sind an das Finanzministerium zu leisten, sie bestehen aus zwei Elementen. (15) Zum einen ist eine prozentuale Abgabe auf bestimmte Erträge (Nettowerbeumsätze, Sponsoringerlöse) zu entrichten. Diese Abgabe ist in fünf Stufen gestaffelt und reicht von 0 Prozent für die kleinsten ITV-Stationen bis 11 Prozent für die größeren (Carlton, Central, Granada, LWT, Meridian); für das landesweite Frühstücksfernsehen GMTV beträgt sie 15 Prozent. Zum anderen mußte jeder Bewerber für eine ITC-Lizenz 1991 ein Barangebot in einem verschlossenen Umschlag abgeben. Wer den Zuschlag erhielt, muß diese von ihm

genannte Summe, die an einen Index gebunden ist, jedes Jahr zahlen. Dabei gibt es große Differenzen in den Beträgen: Beispielsweise zahlte im Jahr 1997 Central, einer der größten ITV-Lizenzsender, lediglich 2 200 Pfund, während HTV, ein mittelgroßer ITV-Sender 22,62 Millionen Pfund zahlen mußte.

1991 gingen manche Bewerber leer aus, obwohl sie das höchste Gebot abgegeben hatten, weil ihr geplantes Programm nicht den Qualitätsanforderungen genügte oder Zweifel an ihrer wirtschaftlichen Überlebensfähigkeit bestanden. Es gab andererseits auch Anbieter, die dem „Qualitätsvorbehalt“ genügten, aber von Rivalen überboten wurden. Die bekanntesten Verlierer waren 1991 Thames Television, das Londoner Werktagsprogramm, TVS (Südengland) und TV-am (Frühstücksfernsehen), deren Lizenzen an Carlton, Meridian und GMTV gingen. Schließlich haben auch einige ITV-Sender, die hohe Gebote abgaben, zwischenzeitlich Einbrüche ihrer Werbeeinnahmen erlebt und sind nach der Lockerung der Beteiligungsvorschriften im Broadcasting Act von 1996 und der Expansion von Kabel- und Satellitenprogrammen zu Übernahmekandidaten für andere ITV-Gesellschaften geworden.

Im Juli 1997 gab die ITC erste Vorschläge für die Erneuerung der Lizenzen bekannt. Diese laufen im Jahr 2002 aus, können jedoch bis zu vier Jahre vorher erneuert werden. Frühzeitige Erneuerungsangebote erhöhen die Chancen für diejenigen, die besonders hohe Gebote abgegeben haben, ihre Abgabelast zu reduzieren. Wenn die ITC mit dem jeweiligen Programmangebot zufrieden ist, kann eine neue zehnjährige Lizenz mit Wirkung vom Erneuerungsdatum ohne Versteigerungsverfahren vergeben werden. Dabei kann die ITC durch Veränderungen der Abgabesätze oder der Höhe der Barzahlungen neue finanzielle Bedingungen festlegen. Ihre endgültige Entscheidung über die Art des Gebührensystems gab die ITC am 29. Januar 1998 bekannt. (16) Die ITV-Gesellschaften hoffen, daß die 400 Mio Pfund Gebühren, die an das Schatzministerium zu zahlen sind, gesenkt werden, insbesondere da sie, wie weiter unten beschrieben wird, ihre Einnahmen von Channel 4 ab 1998 verlieren. Am 1. Juni 1998 bekundeten elf ITV-Gesellschaften (mit Ausnahme der Granada Media Group und der Scottish Media Group) ihr Interesse an einer frühen Lizenzverlängerung in der Hoffnung, dabei ihre Barzahlungsverpflichtungen zu senken. (17)

Die Lizenzierung für Kabel- und Satellitenprogramme unterliegt wesentlich geringeren Anforderungen mit Ausnahme solcher Kabeldienste, die das Lizenzgebiet innerhalb eines bestimmten Zeitraums verkabeln müssen. Derzeit vergibt die ITC, wie schon erwähnt, Lizenzen quasi auf Anfrage, vorausgesetzt dem Bewerber ist es nicht von Geset-

Lizenzen laufen im Jahr 2000 aus, können aber vorher zu geänderten Konditionen erneuert werden

Kabel- und Satellitenprogramme unterliegen wesentlich einfacheren Lizenzbedingungen

zes wegen verwehrt, Lizenznehmer zu werden. Die Bewerber müssen sich außerdem den Anforderungen des Broadcasting Act von 1990 im Hinblick auf Geschmack, Anstand, Neutralität und Korrektheit unterwerfen, konkrete Auflagen bezüglich Art und Inhalte solcher Programmangebote gibt es jedoch, anders als beim terrestrischen Fernsehen, nicht.

ITV (Channel 3)

ITV durchbrach 1955 Monopol der BBC

Mit dem Start der ITV am 22. September 1955 wurde das Rundfunksendemonopol der BBC gebrochen. Zunächst stellte dieses im Privatbesitz befindliche Network von regionalen Fernsehgesellschaften eine existentielle Herausforderung für die BBC dar, deren Zuschauermarktanteil drastisch sank. Allerdings kam es schon bald zu einer Beruhigung, da die ITV strikt reguliert und nach dem Vorbild der BBC ausgestaltet wurde. (18) Hinzu kam, daß über Jahre hinweg die ITV-Gesellschaften finanziell abgesichert waren, da sie in ihrem jeweiligen Sendegebiet ein Werbemonopol besaßen und publizistischer Konkurrenz nur seitens der BBC ausgesetzt waren.

ITV besteht aus 15 regionalen Lizenznehmern und nationalem Frühstückfernsehen

Hinter der ITV stehen heute 15 regionale Lizenznehmer und ein nationales Frühstücksfernsehangebot (vgl. Tabelle 1). Sie alle tragen zu einem nationalen ITV-Programm mit separaten regionalen Fenstern zu bestimmten Tageszeiten bei. Auf den national ausgestrahlten Teil des Programms entfallen 70 Prozent der ITV-Nutzung und damit werden auch 70 Prozent der Werbeeinnahmen erwirtschaftet. Seit dem Broadcasting Act von 1990 und mit dem Inkrafttreten der neuen Lizenzen 1993 werden die nationalen Sendungen durch das ITV-Networkcenter beauftragt, erworben und zusammengestellt. Zulieferer sind sowohl ITV-Sender selbst als auch unabhängige Produzenten, wobei die größte Macht bei den drei größten ITV-Gesellschaften Granada, Carlton und United News & Media liegt.

ITV-Sender müssen neben den ITC-Codes weitere Auflagen erfüllen

Neben den schon erwähnten verschiedenen Anforderungen der ITC-Programm-, Werbe- und Sponsoringcodes müssen die ITV-Sender folgende Auflagen erfüllen, die in ihre Lizenzen hineingeschrieben sind: (19)

Mindestens 65 Prozent des ausgestrahlten Programms müssen Eigen- oder Auftragsproduktionen sein.

- Mehr als die Hälfte aller Sendungen (ohne Nachrichten, Sport, Spielshows, Werbung und Teletext) müssen europäische Produktionen sein.
- Mindestens 25 Prozent der Sendungen (ohne Kaufprogramme, Wiederholungen und Nachrichten) müssen unabhängige Produktionen sein, sie müssen inhaltlich vielfältig sein und von billig bis teuer reichen.
- Mindestens die Hälfte aller Sendungen müssen mit Untertiteln für Hörbehinderte versehen sein.
- Das Programm muß eine Vielfalt von Geschmäckern und Interessen ansprechen, es muß

① ITV-Sendegebiete, Lizenznehmer und Lizenzgebote

Veranstalter	Sendegebiet	Gebot 1991 in Mio Pfund
Anglia	Ostengland	17,800
Border	Borders/Isle of Man	0,052
Carlton	London (Werktagsprogramm)	43,170
Central	Ost-, West- und Süd-Midlands	0,002
Channel	Kanalinseln	0,001
Grampian	Nordschottland	0,720
Granada	Nordwestengland	9,000
HTV	Wales/Westengland	20,530
LWT	London (Wochenendprogramm)	7,585
Meridian	Süd- und Südostengland	36,523
Scottish	Zentralschottland	0,002
Tyne Tees	Nordostengland	15,057
Ulster	Nordirland	1,027
Westcountry	Südwestengland	7,815
Yorkshire	Yorkshire	37,700
Sunrise/GMTV	Frühstücksfernsehen	34,610

Quelle: ITC.

Fiction, Unterhaltung, Sport, Nachrichten, Nonfiction, Sendungen zum Zeitgeschehen, Bildung, Religion, Kultur- und Kindersendungen enthalten.

- Ein angemessener Anteil des Programms muß hohen Kreativitätsansprüchen bzw. Produktionsstandards genügen.

- Nachrichten müssen von einem festgelegten Provider (gegenwärtig ITN) übernommen und simultan live gesendet werden. Werktags müssen mindestens drei Nachrichtensendungen inklusive Mittagmagazine, einer Vorabend- und einer halbstündigen Prime-time-Sendung ausgestrahlt werden, hinzu kommen Nachrichtensendungen am Wochenende.

- Feste Anteile sind mit wöchentlich anderthalb Stunden für Sendungen zum Zeitgeschehen, zehn Stunden für Kindersendungen und zwei Stunden für religiöse Sendungen vorgeschrieben.

- Der vorgeschriebene Anteil für Regionalprogramme schwankt zwischen zweieinhalb Stunden und vierzehneinhalb Stunden pro Woche je nach Größe des Sendegebiets. Mindestens 80 Prozent dieser Programme müssen in der Region hergestellt sein.

Die neue ITV ist seit dem Broadcasting Act von 1990 und der Abschaffung der Vorabkontrollbefugnisse der ITC kommerzieller geworden. Das Versteigerungssystem hat dazu geführt, daß verstärkt Massenattraktivität angestrebt wird, um die Werbeeinnahmen zu steigern und die jährlichen Zahlungen an das Finanzministerium leisten zu können. Folge ist die Zunahme populärer Programme insbesondere im Bereich Fiction, Unterhaltung und Sport. (20) Ferner wurde versucht, durch Abbau von Arbeitsplätzen, durch Zeitverträge und verstärkte Fremdproduktion zu Lasten von Eigenproduktionskapazitäten Kosten zu senken. (21)

Innerhalb der ITV gibt es Auseinandersetzungen und Gerüchte über Differenzen zwischen den drei Big Players (Carlton, UN&M und Granada) dar-

Seit dem Broadcasting Act stärkere Kommerzialisierung von ITV

Big Players von ITV uneins bei strategischer Planung

über, wieviel für das landesweite Programm ausgegeben werden und inwieweit sich die ITV im digitalen terrestrischen Fernsehen engagieren soll. (22) Dieser Mangel an strategischer Kooperation hindert die ITV, auf die Herausforderung durch das Multikanalfernsehen angemessen zu reagieren und schürt Unzufriedenheit mit ihrer regionalen Struktur. Im Juni 1997 verlangte beispielsweise der Chef von Granada, Gerry Robinson, das regionale Network durch ein Angebot zu ersetzen, für das nur eine nationale Lizenz vergeben wird. (23)

Hinzu kommt, daß einzelne ITV-Gesellschaften auch in anderen Projekten engagiert sind, die letztendlich mit ihren Networkverpflichtungen konfliktieren. Granada betreibt bereits ein eigenes Satellitenfernsehangebot, das im Oktober 1996 in Zusammenarbeit mit Rupert Murdochs BSKyB gestartet wurde, allerdings mit wenig Erfolg. Carlton verfolgt eigene Kabelinteressen mit Carlton Select und dem Carlton Food Network. Zusammen mit Carlton ist Granada an British Digital Broadcasting (BDB) beteiligt, das im Juni 1997 die ITC-Lizenz für den Betrieb von drei digitalen terrestrischen Multiplexen erhalten hat.

Zuschauerresonanz bei ITV rückläufig; Marktanteil um 20 % gesunken

Eines der dringendsten Probleme der ITV ist ihr Attraktivitätsverlust bei den Zuschauern, ein Problem, dem sich der neue ITV-Network-Programmdirektor David Liddiment derzeit intensiv widmet. ITV's Marktanteil ist in fünfeinhalb Jahren um 20 Prozent gefallen, verglichen mit einem nur 5prozentigen Rückgang des gesamten Fernsehkonsums in diesem Zeitraum. Laut Liddiment muß das Prime-time-Programm reformiert werden, müssen alte Unterhaltungsserien beendet und mehr Wert auf Comedy und populäre Nonfictionangebote gelegt werden. (24)

Beteiligungs Vorschriften und Besitzverhältnisse

Bessere Wettbewerbsposition der ITV-Gesellschaften durch Beteiligungserweiterung

Als Folge des verschärften Wettbewerbs und der finanziellen Unsicherheiten, die auf den Broadcasting Act von 1990 folgten, bemühten sich die großen ITV-Gesellschaften um eine Lockerung der Beteiligungsbeschränkungen, um sich eine bessere Wettbewerbsposition im internationalen Markt zu verschaffen. (25) Im November 1993 entschied die Regierung, daß jede ITV-Gesellschaft jeweils eine andere ITV-Gesellschaft übernehmen dürfe. Es folgten Fusionen zwischen Carlton und Central sowie zwischen Granada und LWT. Im Februar 1996 kündigte der Pressekonzern United Papers die Fusion mit MAI, der Muttergesellschaft von Meridian und Anglia an - im Vorgriff auf den Broadcasting Act von 1996, der es Zeitungsunternehmen mit einem Anteil von weniger als 20 Prozent an der gesamten nationalen Zeitungsaufgabe erlaubte, sich an ITV-Gesellschaften mit einem maximal 15prozentigen Zuschauermarktanteil zu beteiligen.

Neue Beteiligungs Vorschriften und Cross-ownership-Regeln durch Broadcasting Act 1996

Die neuen Beteiligungs Vorschriften des Broadcasting Act 1996 traten am 1. November 1996 (26) in Kraft (vgl. in diesem Zusammenhang auch den Beitrag von Ulrich Pätzold und Horst Röper in diesem Heft). Die zahlenmäßige Begrenzung von Lizenzen in einer Hand wurde damit abgeschafft.

Es gibt aber immer noch Beschränkungen für den gemeinsamen Besitz an einem nationalen Channel-3-Angebot (gegenwärtig ist dies das nur das Frühstückfernsehen), an Channel 5 und an regionalen ITV-Angeboten im gleichen Sendegebiet. Daneben gibt es eine allgemeine Beteiligungsobergrenze von 15 Prozent Zuschauermarktanteil. Das heißt, niemand darf Lizenzen für Fernsehprogramme oder qualifizierte Beteiligungen an Programmen haben, auf die zusammen mehr als 15 Prozent Zuschauermarktanteil entfällt. Wer mit 20 oder mehr Prozent an einem Programm beteiligt ist, aber keine Kontrolle ausübt, dem wird die Hälfte des Marktanteils dieses Programms zugeschrieben. Diese Regeln gelten für sämtliche terrestrischen, Kabel-, Satelliten- und digitalen Fernsehangebote mit Ausnahme von BBC, Channel 4 und dem walisischen Programm S4C. Gleichwohl werden auch deren Zuschauermarktanteile bei der Gesamtberechnung der zulässigen Höchstgrenzen im kommerziellen Fernsehen berücksichtigt. Ferner darf niemand mehr als drei digitale Fernsehmultiplexe betreiben. Natürliche oder juristische Personen außerhalb der Europäischen Union dürfen keine Lizenzen an Channel 3, Channel 5 oder einheimischen Satellitenprogrammen erwerben.

Mit dem Broadcasting Act 1996 wurden auch die Cross-ownership-Regeln geändert. (27) Inhaber landesweiter ITV- oder Channel-5-Lizenzen dürfen keine kontrollierenden Anteile an landesweiten Radioprogrammen halten. Gleichmaßen dürfen Mehrheitseigentümer von regionalen ITV-Lizenzen keine lokalen Radiolizenzen im gleichen Sendegebiet halten. Zeitungsunternehmen mit mehr als 20 Prozent Anteil an der nationalen Zeitungsaufgabe dürfen keine regionalen oder landesweiten ITV- oder Channel-5-Angebote kontrollieren und ihr Anteil an solchen Angeboten darf 20 Prozent nicht überschreiten. Für ihre Beteiligung an Kabel- und Satellitenangeboten sowie digitalen Multiplexen oder digitalen Programmangeboten gibt es dagegen keine Beschränkungen. Zeitungsunternehmen mit weniger als 20 Prozent Auflagenanteil im britischen Zeitungsmarkt dürfen Kontrolle über regionale ITV-Kanäle in ihrem Verbreitungsgebiet oder landesweite ITV-Programme bzw. Channel 5 ausüben, soweit dies nicht gegen Gemeinwohlinteressen verstößt. Gleichmaßen dürfen lokale Zeitungsunternehmen mit mehr als 20 Prozent Anteil am Lokalmarkt keine kontrollierenden Anteile an regionalen ITV-Programmen in diesem Gebiet halten. Der Public-interest-Vorbehalt erlaubt der ITC zu prüfen, ob Verflechtungen zwischen Zeitungsunternehmen und terrestrischen Fernsehlicenzen gegen das öffentliche Interesse verstoßen. (28)

Die Novellierung der Beteiligungs Vorschriften bewirkte, daß Rupert Murdochs News International und die Mirror Group weiter von Beteiligungen an terrestrischen Fernsehlicenzen ausgeschlossen blieben, da ihr Pressemarktanteil die Grenzen weit

Neue Vorschriften führten zu weiterer Konsolidierung innerhalb der ITV

überschritt. Mit dem Gesetz wird jedoch nicht verhindert, daß sie ihre Kabel- und Satelliteninteressen weiter verfolgen, vorausgesetzt, sie bleiben unter dem Gesamtlimit von 15 Prozent Zuschauermarktanteil. Die veränderten Vorschriften haben eine weitere Konsolidierung innerhalb der ITV bewirkt. Auch wenn nach wie vor 15 Einzellizenzen verbleiben, gibt es jetzt vier Gesellschaften mit kontrollierenden Anteilen an mehr als einer regionalen ITV-Lizenz, nämlich Carlton, Granada, United News & Media und Scottish Media Group.

Carlton Television Ltd. ist zuständig für das werktägliche Fernsehprogramm im Gebiet von London und Tochter von Carlton Communications Plc. Carlton Communications besitzt außerdem Central Independent Television, den ITV-Lizenznehmer für die Ost-, West- und Süd-Midlands (vgl. Tabelle 1). Central wiederum hält 20 Prozent an Meridian Broadcasting Ltd., den Anbieter für Süd- und Südostengland. Carlton ist ferner mit jeweils 20 Prozent am nationalen Frühstücksfernsehen GMTV und (mittelbar) an ITN, dem ITV-Nachrichtenprovider beteiligt. Carlton kontrolliert außerdem den für Südwestengland lizenzierten Sender Westcountry Television Ltd.

Die Granada Group besitzt Granada Television Ltd., lizenziert für Nordwestengland, und kontrolliert außerdem London LWT, das Wochenendfernsehen für London. Im Sommer 1997 übernahm Granada die Mehrheit von Yorkshire-Tyne Tees (Yorkshire, Nordostengland). Granada besitzt außerdem je 20 Prozent an GMTV und an ITN.

United Broadcasting and Entertainment, eine Abteilung von United News & Media, hält über ihre Tochtergesellschaft MAI 76 Prozent an Meridian Broadcasting Ltd. Das Unternehmen ist ferner Eigentümer von Anglia Television Ltd., Lizenznehmer für Ostengland. Im Juli 1997 erwarb United Broadcasting Entertainment die Mehrheit an HTV, lizenziert für Westengland and Wales.

Die Scottish Media Group kontrolliert Scottish Television (Zentralschottland) und Grampian (Nordschottland). Die einzigen verbleibenden selbständigen Lizenznehmer sind kleinere Gesellschaften wie Border Television für das Grenzgebiet und die Isle of Man, Channel Television für die Kanalinseln und Ulster Television für Nordirland. Die Besitzstrukturen an GMTV, dem nationalen Frühstücksfernsehen der ITV, sehen folgendermaßen aus: Carlton UK Television 20 Prozent, LWT 20 Prozent, Scottish Television 20 Prozent, Walt Disney Company 20 Prozent, Guardian Media Group 15 Prozent und GM 1995 5 Prozent.

Channel 4

**Channel 4 durch-
brach Duopol von
BBC und ITV**

Mit dem Start von Channel 4 im November 1982 veränderte sich die britische Fernsehlandschaft noch einmal entscheidend. Trotz ihrer Qualitäten konnten die BBC- und ITV-Programme niemals ausreichend Angebote für Minderheiten bereitstellen. In den 70er Jahren gab es externen Druck, das Duopol von BBC und ITV zu brechen

und Channel 4 wurde angesichts der Grenzen der beiden bestehenden Rundfunksysteme ins Leben gerufen. (29) Channel 4 sollte diejenigen Interessen, Geschmäcker und Zielgruppen versorgen, die von anderen Fernsehprogrammen nicht bedient wurden, Form und Inhalte von Programmen erneuern und einen großen Teil seiner Sendezeit Bildungsprogrammen widmen. (30) Channel 4 unterschied sich auch in der Art und Weise seines Betriebs von anderen Fernsehgesellschaften: Anders als die bisherigen Kanäle fungierte Channel 4 als sogenannter Publisher broadcaster, das heißt, Channel 4 produzierte seine Programme nicht selbst, sondern gab sie bei unabhängigen Produktionsunternehmen in Auftrag.

Mit dem Broadcasting Act von 1990 wurde Channel 4 mit Wirkung vom Januar 1993 von Rechts wegen zur Non-profit-Organisation „Channel Four Television Corporation“; zuvor war Channel 4 eine Tochtergesellschaft der IBA/TTC. Wie die anderen terrestrischen Programme muß auch Channel 4 bestimmte Programmauflagen erfüllen, die in den Lizenzbedingungen festgelegt sind (31), nämlich pro Woche vier Stunden Nachrichten (ohne Frühmagazine), vier Stunden Sendungen zum Zeitgeschehen, sieben Stunden Bildungsprogramme und eine Stunde religiöse Sendungen, letzteres ist allerdings nicht verpflichtend. Pro Jahr müssen 330 Stunden Schulfernsehen ausgestrahlt werden.

Seit Januar 1993 verkauft Channel 4 seine Werbezeit in Konkurrenz zu den ITV-Sendern. Zuvor hatten die ITV-Gesellschaften die Werbezeiten auf Channel 4 in ihren eigenen Sendegebieten vermarktet im Gegenzug für eine jährliche Abgabe, aus der sich Channel 4 (80 %) und S4C (20 %) finanzierte. Mit dem Broadcasting Act von 1990 wurde ein Finanzierungssystem institutionalisiert, nach dem Channel 4 die Hälfte seiner zusätzlich erzielten Werbeeinnahmen an die ITV-Gesellschaften abgeben mußte, sobald diese 14 Prozent des gesamten Werbeaufkommens im Fernsehmarkt überschritten. Dies erwies sich als untragbar für Channel 4, da die Werbeerlöse sofort das 14-Prozent-Limit überstiegen und Channel 4 somit effektiv seine Hauptquellen mit Werbeeinnahmen subventionierte. Nach entsprechenden Vorstößen von Channel 4 erlaubte der Broadcasting Act 1996, die Verteilung der Werbeeinnahmen durch einen entsprechenden Ministeriumserlaß zu ändern. Im Juli 1997 gab der zuständige Staatssekretär Chris Smith bekannt, daß 1998 vom erzielten Überschuß nur ein Drittel an die ITV-Gesellschaften abzuführen sei. Ab 1999 sollten die Zahlungen dann auf null reduziert werden. (32)

Im Gegenzug dafür, daß mit der Institutionalisierung als Non-profit-Organisation die Gefahr der Privatisierung für Channel 4 gebannt und das Finanzierungssystem zu seinen Gunsten geändert worden war, forderte Smith eine Veränderung der Lizenzauflagen. (33) Channel 4 sollte mehr regionale Informationen und Eigenproduktionen ausstrahlen, um unabhängiger von amerikanischen

**Channel 4 ist seit
1993 Non-profit-
Organisation**

**Channel 4 subven-
tioniert bis 1999
ITV-Gesellschaften
mit Werbeeinnahmen**

**Änderung der
Lizenzauflagen für
Channel 4 gefordert**

Importen zu werden, die an bestimmten Tagen in der Prime time dominierten. ITV insbesondere beklagte sich über die zunehmende Popularisierung des Channel 4-Programmangebots und gilt als vehementer Befürworter strengerer Lizenzauflagen für Channel 4. (34) Im Mai 1998 veröffentlichte die ITC ihren jährlichen Prüfbericht, demzufolge Channel 4 „an innovativer Kraft verloren habe“ (35). Die Programmleistung von Channel 4 im Jahr 1997 wurde als die schlechteste seit 1993 kritisiert.

Neue Channel 4-Lizenz legt Anteile für Eigenproduktionen, regionale Auftragsproduktionen und Wiederholungen fest

Am 23. Februar 1998 erhielt Channel 4 seine neue Lizenz. Erstmals waren darin konkrete Vorgaben für Eigenproduktionen, für regionale Auftragsproduktionen und Wiederholungen festgelegt. (36) Danach müssen von 1999 an in der Gesamtzeit 60 Prozent des Programms, in der Prime time von 18.00 bis 22.30 Uhr 70 Prozent eigenproduziert sein; 1998 sollen bereits 55 Prozent erreicht werden. Wiederholungen müssen ab 1999 weniger als 40 Prozent des gesamten Programms und weniger als 20 Prozent in der Prime time ausmachen. Channel 4 soll außerdem ab dem Jahr 2002 30 Prozent seiner Programminvestitionen an Produktionsfirmen außerhalb von London vergeben, um ein Gegengewicht zur bisherigen London-Lastigkeit zu bilden. Vorgesehen sind ab 1999 auch ein Minimum von drei Stunden multikultureller Programme pro Woche und ein verstärktes und vielfältigeres Angebot von insgesamt sieben Stunden Bildungsprogrammen pro Woche, die Themenbereiche wie Gesundheit, Wissenschaft, Technik und Lebenshilfe umfassen sollen. Während der Prime time wird jetzt mehr Vielfalt verlangt, das ausgestrahlte Programm muß Nachrichten, Sendungen zum Zeitgeschehen, Bildungsprogramme, religiöse und multikulturelle Angebote umfassen. 1996 waren 53 Prozent des Channel 4-Programms Eigenproduktionen, 43 Prozent waren Wiederholungen und 22 Prozent der britischen Produktionen wurden außerhalb Londons hergestellt. (37)

Channel 5

Channel 5 startete im März 1997 mit durchformatiertem Programm

Channel 5, der jüngste und wahrscheinlich letzte analoge terrestrische Fernsehkanal, startete am 30. März 1997. Er will populärer sein als seine terrestrischen Gegenspieler. Seine Programmstruktur ist deutlich durchformatiert mit gestrippten Angeboten (das heißt, Programme wie Soap operas, Filme werden täglich zur gleichen Zeit ausgestrahlt). Sein Marktanteil ist noch gering, aber dies liegt hauptsächlich an der niedrigen technischen Reichweite von lediglich 70 Prozent verglichen mit der fast 100prozentigen Reichweite aller anderen terrestrischen Wettbewerber.

Zum Sendestart hatte Channel 5 außerdem Schwierigkeiten wegen der gesetzlichen Verpflichtung, die werksseitig auf bestimmte Empfangsfrequenzen eingestellten Videorecorder im Lande, die durch die Channel 5-Frequenzen gestört wurden, auf eigene Kosten umzuprogrammieren. Diese Umstellung ist inzwischen fast abgeschlossen, aber es gibt immer noch Gebiete in Südostengland, wo Channel 5 wegen dieser Interferenzen nicht empfangbar ist. Inzwischen wird Channel 5 auch via

Satellit ausgestrahlt. Hinter der Muttergesellschaft von Channel 5, der Channel 5 Television Group, stehen folgende Anteilseigner: United News & Media 20 Prozent, Pearson Television 20 Prozent, CLT UK Television 36,9 Prozent und Warburg Pincus Ventures LP 23,1 Prozent. Die Idee eines fünften Kanals wurde erst 1988 im Regierungsweißbuch „Broadcasting in the 90s: Competition, Choice and Quality“ (38) aufgebracht und im Rundfunkgesetz von 1990 festgeschrieben. Zugleich wurde 1992 eine Lizenz zur Versteigerung ausgeschrieben. Wie bei den ITV-Lizenzen mußte neben der Abgabe eines Bargebots ein Qualitätstest passiert werden. Die Kosten für die Umprogrammierung der Videorecorder sollten vom Lizenznehmer übernommen werden. Es wurde jedoch nur ein Gebot abgegeben, von der Channel 5 Holding unter Führung von Thames Television, das seine Londoner Werktagsprogrammizenz 1991 verloren hatte; dieses Gebot wurde aus finanziellen Gründen verworfen. Im November 1994 wurde die Lizenz erneut ausgeschrieben. Es gab vier Bewerber und die Lizenz wurde am 27. Oktober 1995 an die Channel 5 Broadcasting Ltd. für 22,002 Mio Pfund vergeben. (39) Diese Summe entsprach exakt der eines anderen Bieters, Virgin TV Ltd., lag aber deutlich unter der von UKTV (36 Mio Pfund), die beide den Qualitätstest nicht bestanden. New Century TV, an dem Rupert Murdoch beteiligt ist, gab ein Gebot in Höhe von 2 Mio Pfund ab. Die Bewerber mußten unter Beweis stellen, daß sie instande waren, die Videorecorder umzuprogrammieren. Angesichts der noch geringen technischen Verbreitung werden höhere Programmanforderungen erst ab dem sechsten Betriebsjahr verlangt, und der erste Teil des Lizenzzahlung, die Abgabe auf Erträge, wurde zunächst auf null gesetzt.

Channel 5 muß dreieinhalb Stunden pro Woche Kinderprogramme, steigend bis auf sieben Stunden pro Woche ab dem sechsten Betriebsjahr, ausstrahlen. Die Channel 5 Holding selbst bot sogar 14 Stunden und 40 Minuten pro Woche bzw. 15 Stunden und zehn Minuten ab dem sechsten Betriebsjahr an, was in der Lizenz festgeschrieben wurde. Auf Bildungs- und Social-action-Programme müssen fünfeinhalb Stunden Sendezeit pro Woche entfallen, auf religiöse Programme eine Stunde ansteigend bis auf eine Stunde und 30 Minuten ab Betriebsjahr sechs. Mehr als die Hälfte des Programms muß eigen- oder auftragsproduziert sein: Im ersten Betriebsjahr sind nach dem neuesten ITC-Erlaß 53,8 Prozent, für 1999 sogar nur 52,7 Prozent vorgeschrieben. Wiederholungen dürfen in den Jahren 1998 bis 2001 21 bis 30 Prozent der Gesamtzeit ausmachen. (40)

Ende Mai 1998 erreichte der neue Kanal 2 bis 4,1 Prozent Zuschauermarktanteil, verglichen mit 4 bis 5 Prozent, die Channel 4 in seinem ersten Betriebsjahr 1983 erreichte. (41) Dies ist eine respek-

Channel 5 strahlt mehr Kinderprogramme aus als ursprünglich verlangt

Channel 5 hat Marktanteil von 5 bis 4 %; weniger Werbeeinnahmen als erwartet

table Leistung angesichts der Tatsache, daß Channel 5 eine um 10 Prozentpunkte geringere technische Reichweite als Channel 4 zur damaligen Zeit hat, der Wettbewerb im Fernsehmarkt jetzt sehr viel härter ist und der Anteil des terrestrischen Fernsehens insgesamt sinkt. Auf nichtterrestrische Fernsehprogramme entfallen derzeit ungefähr 13 Prozent des gesamten Fernsehkonsums. Jedoch schalten drei Viertel aller Haushalte, die Channel 5 empfangen können, offenbar nicht täglich, und davon zwei Fünftel aller Empfangshaushalte nicht einmal wöchentlich ein. (42) Quotenerfolge erzielt Channel 5 vor allem mit Fußballübertragungen. Beim Spiel England - Polen am 31. Mai 1997 sahen 3,8 Millionen Zuschauer zu. Andererseits wirken sich Fußballübertragungen oft störend für die gesamte Programmstruktur aus, die dann insgesamt schlechtere Ratings erzielt. Channel 5 stützt sich hauptsächlich auf Kaufproduktionen der Kategorie Drama und Spielfilm, was auch schon zu Forderungen nach einer innovativeren Programmpolitik geführt hat. (43) Davon beeinflusst sind auch die Werbeeinnahmen, die 1997 nach neun Monaten Sendebetrieb nur 83,4 Mio statt der in diesem Zeitraum erwarteten 100 Mio Pfund betragen. (44)

Die BBC

Kommerzielle Aktivitäten und Joint-ventures der BBC nicht unumstritten

Die BBC nimmt weiterhin eine wichtige Rolle in der Rundfunklandschaft ein, ihre Royal Charter wurde 1996 für zehn Jahre bis zum Jahr 2006 verlängert. Obwohl sie nach wie vor den Public-service-Prinzipien verpflichtet ist, verändert sich der Charakter der BBC schleichend bei ihren Anstrengungen, sich den Herausforderungen einer immer kompetitiveren Medienumgebung zu stellen. (45) Dies schlägt sich beispielsweise nieder in Versuchen, ihre Einnahmen aus kommerziellen Sekundäraktivitäten zu erhöhen und sich Joint-ventures für neue Medienprojekte zu sichern. Auch wenn die Einnahmen aus kommerziellen Aktivitäten derzeit keinen großen Beitrag zur Finanzierung der BBC leisten, so sieht man sie doch langfristig als einen wichtigen Zukunftsfaktor an. (46) Während die BBC selber ihre kommerziellen Verbindungen forciert, sind andere darüber besorgt. Die ITV-Gesellschaften und BSkyB haben den zuständigen Minister für Kultur, Medien und Sport aufgefordert, die kommerziellen Aktivitäten der BBC stärker zu kontrollieren, andere haben auf die fehlende Kontrolle der kommerziellen BBC-Aktivitäten hingewiesen. (47) Es gibt auch das Argument, daß die Nutzung kommerzieller Angebote zur Subventionierung der Mainstream-Fernsehprogramme gefährlich ist. Die Versuchung ist groß, daß am Ende kommerzielle und zunehmend globale Ziele Gemeinwohlanliegen und nationale Interessen überlagern können mit der Folge einer geringeren kulturellen Vielfalt, was am Ende dann die Legitimation einer allgemeinen Rundfunkgebühr in Frage stellt.

Die Orientierung auf Abonnemententgelte für neue Angebote und verstärkte kommerzielle Aktivitäten zur Ergänzung der Rundfunkgebührenerträge und zur Finanzierung digitaler Projekte wurde durch das Weißbuch der konservativen Regierung von 1994 unterstützt. Darin wurde eine Entwicklung der BBC „zu einem internationalen Multimediaunternehmen auf der Basis der gegenwärtigen kommerziellen Angebote für nationale und internationale Publika“ befürwortet. (48) Der Preis, den die Regierung für den Erhalt des Status quo und der Rundfunkgebühr als Hauptfinanzierungsquelle in der Zwischenzeit verlangte, war, die BBC bei der Bereitstellung von neuen Diensten stärker in Richtung Markt zu positionieren und effizienter zu machen. So werden mit Ausnahme des kürzlich gestarteten Nachrichtenkanals sowie der Zusatz- und Wiederholungsprogramme von BBC 1 und 2 für die zukünftige digitale Ausstrahlung die meisten der geplanten neuen Fernsehangebote der BBC kommerzielle Unternehmungen sein, die sich via Abonnement finanzieren.

Die Ergebnisse der kommerziellen Anstrengungen der BBC zeigten sich im November 1997, als die BBC den ersten ihrer geplanten Kabelspartenkanäle startete. UKTV ist ein gemeinsames Joint-venture mit dem Multikanalprovider Flextech und soll bis zu acht Pay TV-Spartenkanäle bereitstellen. Flextechs Hauptaktionär ist die amerikanische Kabelgesellschaft TCI. Das UKTV-Network besteht derzeit aus UK Horizons (Nonfictionserien und Naturgeschichte), UK Arena (Musik und Kunst), UK Style (Lifestyleprogramm) und einen neu gestarteten Kanal UK Gold, der sich aus dem BBC-Programmarchiv speist. Die BBC ist an diesem Joint-venture über ihre kommerzielle Tochter BBC Worldwide beteiligt. Sie darf Rundfunkgebühren nicht zur Subventionierung dieser kommerziellen Aktivitäten verwenden, und alle Gewinne müssen in die gebührenfinanzierten Programme zurückfließen. BBC Broadcast hat die redaktionelle Kontrolle und ist verantwortlich für die Programmplanung, Programmierung und Präsentation, Flextech übernimmt Marketing und Distribution.

Ein weiteres derartiges Projekt ist ein globales Joint-venture mit Discovery Communications (zu 48 % im Besitz von TCI) zum Betrieb gemeinsamer internationaler Fernsehkanäle und zur Koproduktion von Nonfictionprogrammen. Diese Partnerschaft wurde im September 1996 angekündigt, und die Verhandlungen im März 1998 abgeschlossen. (49) Discovery wird 338 Mio Pfund in den nächsten fünf Jahren investieren. 105 Mio davon für Koproduktionen und direkte Produktionsaufträge mit und bei der BBC für Nonfictionprogramme. Zu diesem Zweck gibt es eine 50:50-Vereinbarung, die Discovery bevorzugten Zugang zur Programmbibliothek und Nonfictionprogramme der BBC gewährt, solange auf entsprechende Programmorschläge in einer festgelegten Frist eingegangen wird. 174 Mio Pfund der Investitionssumme sind für den Start und Betrieb von Dokumentationskanälen in der ganzen Welt vorgesehen, und beide

Digitale Fernseh-abonnements sollen Rundfunkgebührenerträge der BBC ergänzen

Durch Joint-venture verfügt BBC über bis zu acht Pay-TV-Spartenkanäle

Joint-venture für internationale Fernsehkanäle und Koproduktion von nonfiktionaler Unterhaltung geplant

Partner betreiben bereits gemeinsam die globalen Pay-TV-Dienste „Animal Planet“ und den Kulturkanal „People and Arts“. 60 Mio Pfund will Discovery in den BBC eigenen US-Pay-TV-Kanal „BBC America“ investieren.

BBC nimmt Rationalisierungsmaßnahmen vor; Rundfunkgebühr bis zum Jahr 2000 bewilligt

Zwischenzeitlich bleibt die BBC für ihre terrestrischen Mainstream-Fernsehprogramme abhängig von der Finanzierung durch die Rundfunkgebühr. Angesichts steigender Kosten und einer zunehmend kompetitiven Umgebung hat die BBC sehr umstrittene und weitreichende Rationalisierungsmaßnahmen vorgenommen. Sie hat einen internen Produktionsmarkt installiert als Teil der Producer-choice-Initiative, die die eigenen Produktionsabteilungen der Konkurrenz durch externe Anbieter aussetzt. Ziel war, die BBC effizienter und kosteneffektiver zu machen. Begleitet wurde dies durch eine Reorganisation innerhalb der BBC, durch die sechs neue Direktionen entstanden und Programmplanung und -auftragsvergabe unter BBC Broadcast von der Produktion unter BBC Production getrennt wurden. Im Dezember 1996 wurde die Rundfunkgebühr für fünf weitere Jahre rückwirkend vom April 1996 bis zum Jahr 2000 bewilligt, wobei für das Jahr 2001 eine erneute Prüfung vorgesehen ist. Aus Sicht der BBC war das Arrangement nicht befriedigend, da die indexgebundene Gebühr im zweiten und dritten Jahr zwar stärker als der Einzelhandelspreisindex steigen wird, der Anstieg im vierten und fünften Jahr aber darunter liegen wird. (50)

Marktanteile der terrestrischen Fernsehsender

Obwohl terrestrisches Fernsehen nach wie vor die populärste Form des Fernsehens in Großbritannien ist, gibt es alarmierende Anzeichen von Stagnation und sogar sinkenden Zuschauermarktanteilen. Besonders bedrohlich ist dies für die ITV, deren sinkende Zuschauerzahlen sie zu einer inzwischen teuren Option für Fernsehwerbung machen und deren Werbeerträge stagnieren (vgl. Tabelle 2).

② Nettowerbeumsätze 1993 bis 1997

in Mio Pfund

	ITV/ Channel 3	GMTV (Früh- stücks-TV)	Channel 4/ S4C	Channel 5	Satelliten-/Kabel- sender
1993	1 400	64	327	0	80
1994	1 501	74	391	0	130
1995	1 582	80	448	0	136
1996	1 657	79	501	0	167
1997*	1 682	73	522	82	207

* Schätzungen, endgültige Umsatzzahlen sind noch nicht bekannt.

Quelle: ITC, Laser.

Rückläufige Marktanteile der terrestrischen Fernsehsender

Anfang 1998 hatte ein Drittel aller Fernsehhaushalte Zugang zu Kabel- und Satellitenprogrammen, dennoch entfielen nahezu zwei Drittel des Fernsehkonsums auf terrestrische Programme. (51) Auf die nichtterrestrischen Programme entfallen, wie schon erwähnt, 12 Prozent des Fernsehkonsums. Läßt man Satelliten- und Kabelprogramme außer

Betracht, so fiel nach den BARB-Vierteljahreszahlen für das letzte Quartal 1997 (September bis Dezember) der Marktanteil für BBC 1 von 36,3 auf 34,8 Prozent und der der ITV von 39,6 auf 37,3 Prozent. Der Anteil von Channel 4 fiel von 12,0 auf 11,7 Prozent, Channel 5 hatte 3,9 Prozent Marktanteil. Nur BBC 2 steigerte seinen Anteil geringfügig von 12,1 auf 12,4 Prozent. Insgesamt fiel der Rückgang bei der ITV stärker aus als bei der BBC, und zwar sowohl tagsüber als auch in der Primetime. Einen Rückgang der Zuschaueranteile von BBC und ITV weisen auch die BARB-Fernsehnutzungsdaten für das Gesamtjahr 1997 aus. Dabei verliert wiederum ITV wesentlich mehr als BBC 1, während die Zuschaueranteile von Kabel- und Satellitenprogrammen sowie für BBC 2 zunehmen, möglicherweise auf Kosten von Channel 4, dessen Marktanteil sinkt (vgl. Tabelle 3). (52)

③ Zuschauermarktanteile 1993 bis 1997

in %

	1993	1994	1995	1996	1997
BBC 1	32,7	32,4	32,2	32,5	30,7
ITV/Channel 3	38,0	37,4	35,3	33,3	31,3
GMTV (Frühstücksfernsehen)	1,9	2,0	2,0	1,9	1,9
BBC 2	10,2	10,6	11,1	11,5	11,4
Channel 4	11,0	10,8	10,9	10,7	10,4
Channel 5	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	2,1
Satelliten-/Kabelsender	6,1	6,8	8,5	10,1	12,3

Quelle: BARB.

In der von der Zeitschrift Broadcast jährlich veröffentlichten Hitliste der Top 50-Serien gibt es in diesem Jahr 26 Einträge für BBC 1. (53) Die BBC hat damit erstmals eine Mehrheit erreicht, seit diese Aufstellungen 1984 begannen. Nach Genres betrachtet zeigt sich die bemerkenswerteste Veränderung in der Zunahme von Nonfiction- und Dokumentationsproduktionen von acht auf 14 verglichen einem Rückgang bei Game- und Quizshows von 12 auf zehn sowie bei Unterhaltungsshow von 24 auf 18 Einträge. Programmlich hat die BBC das ITV-Prime-time-Programm erfolgreich attackiert, wobei ihre Quotenrenner aus dem nonfictionalen Bereich kommen. Zwischen 1993 und 1996 verdoppelten sich nonfiktionalen Programme (ohne Nachrichten) von 5 auf 10 Prozent in den wöchentlichen Top 40-Charts, und der größte Teil dieses Zuwachs stammt von BBC 1. (54) Dieser Erfolg beruht auf populären Dokusoaps wie „Driving School“, „Vets in Practice“ sowie Reality shows wie „Crimewatch UK“ zur Prime time bzw. Magazine wie die Verbrauchersendung „Watchdog“ und „Holiday“ in der Frühabendzeit um 19.00 Uhr. Solche Programme wurden bei der ITV vernachlässigt und an die Programmränder verdrängt zugunsten von Fiction und Unterhaltung. Dieses Versäumnis monierte die ITC in ihrer letztjährigen Leistungsprüfung, die ergab, daß die meisten ITV-Gesellschaften zu wenig Dokumentationen ausstrahlen. (55) Verglichen mit dem Angebot der BBC erscheint das populäre nonfiktionalen Angebot der

BBC führt Hitliste der Top 50-Serien vor allem mit Nonfiction und Dokumentationen an

ITV als konservativ, statisch und überholt; ITV hat der Fähigkeit der BBC, langlaufende Programmideen dauerhaft anzubieten, niemals etwas entgegenhalten können.

Als Reaktion auf Zuschauerverluste gibt ITV Marktanteilsziele in der Prime time vor

Als Reaktion auf die fallenden Zuschaueranteile haben der neue ITV-Vorsitzende Richard Eyre und Programmdirektor Liddiment erstmals Zielvorgaben für die Zuschauerquoten in der Prime time als Teil eines Dreijahresprogramms zur Verbesserung der ITV-Performance veröffentlicht. (56) In einer Präsentation vor Werbungtreibenden anlässlich ihrer ersten 50 Tage im Amt gaben sie die angestrebten Marktanteile für die Zeit zwischen 19.00 und 22.00 Uhr bekannt. Nachdem der Prime-time-Anteil der ITV von 40 auf 38,8 Prozent gefallen ist und Eyre für 1998 mit einem weiteren Rückgang bis auf 38 Prozent rechnet, solle die Quote bereits 1999 wieder auf 39 Prozent steigen. Im Jahr 2000 werde ein ITV-Marktanteil von 40 Prozent angepeilt, wobei man der BBC die Zuschauer abjagen will. Diese Vorgaben scheinen angesichts der zunehmenden Marktanteile für Kabel- und Satellitenkanäle hoffnungslos optimistisch. Als Antwort auf den Erfolg der BBC im populären Nonfictionbereich, verspricht die ITV aber eine entsprechende Programmreform und eine neue Bewertung des als angestaubt angesehenen Teils ihres Angebots im Bereich Drama zugunsten von mehr historischen und klassischen Bearbeitungen.

Ausblick

Große Veränderungen der Fernsehlandschaft werden mit der digitalen Übertragungstechnik erwartet. Nichtsdestotrotz läßt die anhaltende Popularität der derzeit ausgestrahlten vier etablierten terrestrischen Kanäle und des neuen fünften Kanals erwarten, daß diese Programme noch eine ganze Weile dominieren werden. Dies bestätigen auch Erfahrungen aus den USA, wo die großen Networks trotz eines gut etablierten Kabel- und Satellitenmarktes nach wie vor den größten Anteil am Fernsehkonsums auf sich ziehen. Die terrestrischen Programme können sich jedoch nicht zur Ruhe setzen, sondern müssen sich den neuen Umständen anpassen. Unter den derzeitigen Bedingungen scheint die ITV wegen ihres sinkenden Marktanteils und ihrer komplizierten Struktur am stärksten durch Kabel- und Satellitenkanäle sowie den neuen terrestrischen Channel 5 gefährdet zu sein. Der Broadcasting Act von 1990 hat zwar eine schlankere, stärker kommerziell orientierte ITV-Organisation mit sich gebracht, aber mangelnde Innovationsfreudigkeit und fehlende Investitionen ins Programm haben die Akzeptanz der ITV-Angebote bei den Zuschauern sinken lassen, die sich jetzt den konkurrierenden Kabel- und Satellitenkanälen zuwenden.

Trotz zu erwartender Veränderungen durch digitale Technik werden terrestrische Programme weiterhin dominieren

Die BBC-Programme sind derzeit im Aufwind, aber ihr Marktanteil sinkt ebenfalls, wenn auch nicht so rasch wie der von ITV. In naher Zukunft könnten die kommerziellen Aktivitäten die BBC in Schwierigkeiten bringen, da sie ihren Public-service-Status gegenüber der kommerziellen Konkurrenz und der Öffentlichkeit rechtfertigen muß. Channel 4 wird sich nach heftiger Kritik in Zukunft aufgrund differenzierterer Programmaufgaben wieder stärker am Public-service-Auftrag zu orientieren haben. Gleichzeitig konnte sich Channel 4 von einem Finanzierungskonzept befreien, aufgrund dessen ein großer Teil seiner Werbemaßnahmen an den Konkurrenten ITV abgeführt werden mußte. Channel 5 hat sich trotz nach wie vor nicht optimaler technischer Reichweite nicht als das vorhergesagte große Desaster erwiesen. Mit einer höheren technischen Reichweite und mehr Investitionen ins Programm könnte Channel 5 sogar der ITV gefährlich werden.

Am 21. Mai 1998 veröffentlichte das House of Commons Media Select Committee einen Report mit dem Titel „The Multi-Media-Revolution“. Darin wird die Abschaffung sämtlicher bisheriger Aufsichtsbehörden (BBC-Governors, ITC, Telekommunikationsbehörde OFTEL und Broadcasting Standards Commission) zugunsten einer einzigen neuen Super-Aufsichtsinstitution für Rundfunk und Telekommunikation empfohlen. (57) Auch solle ein Ministerium für Kommunikation die Aufgaben des Ministerium für Kultur, Medien und Sport sowie des Wirtschaftsministeriums übernehmen. Die Regierung zeigte sich jedoch ablehnend gegenüber der Idee einer einzigen Regulierungsbehörde; der zuständige Minister Chris Smith räumte zwar Reformbedarf ein, hielt aber an der bestehenden Regulierungsinfrastruktur mit einigen Ergänzungen fest. (58)

Ein Regierungsgrünbuch wird im Sommer erwartet. Angesichts der Unsicherheiten durch die Digitalisierung und der Vision von Hunderten von Programmen, die um die Gunst des Publikums kämpfen, ist die Zukunft des Fernsehens in Großbritannien nach wie vor offen für gravierende Einbrüche und Veränderungen. Auch wird die neue Labour-Regierung dem audiovisuellen Sektor ihre eigene politische Handschrift aufdrücken wollen und in nicht allzu ferner Zukunft eine neue Rundfunkgesetzgebung einbringen.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Annan Committee: Report of the Committee on the Future of Broadcasting (Annan Report), Cmnd. 6753. London: HMSO 1977; vgl. auch Scannell, Paddy: Public Service Broadcasting: The History of a Concept. In: Goodwin, A./G. Whannel (Hrsg.): Understanding Television, London 1990.
- 2) Vgl. Broadcasting Research Unit (BRU): The Public Service Idea in British Broadcasting. London 1986.
- 3) Vgl. ITV: Television and the Role of ITV. London 1995, S. 2.
- 4) Vgl. Broadcasting Act 1990, Chapter 42. London: HMSO 1990.
- 5) Vgl. Daten der Broadcasting Audience Research Board (BARB). In: Broadcast v. 12.6.1998, S. 31.
- 6) Vgl. ebd., S. 30.
- 7) Das Sendernetz der IBA ging auf eine eigene Gesellschaft, die National Transcommunications Ltd. (NTL), über, die, wie im Broadcasting Act vorgesehen, inzwischen privatisiert wurde.
- 8) Vgl. Broadcasting Act 1996, Chapter 55. London: HMSO, 1996.

Zukunft des Fernsehens in Großbritannien wegen Digitalisierung nicht vorhersehbar

- 9) Die Liste umfaßt Cricketspiele mit englischer Beteiligung, große nationale Pferderennen, das FA Cup Finale – dem englischen Fußball-Pokal-Endspiel –, FIFA-World-Cup-Finals, Olympische Spiele, das Wimbledon-Finalwochenende und das schottische FA Cup Finale. Die Labour-Regierung prüft derzeit die aufgelisteten Ereignisse und hat dazu eine Expertengruppe u.a. aus Sportprominenten berufen. Die Gruppe empfahl im März 1998 folgende Ergänzung der Liste: Acht „A“-Ereignisse müssen terrestrisch übertragen werden, eine neue zweite Liste für Free TV umfaßt sogenannte „B“-Ereignisse, die nämlich redaktionell bearbeitet sind oder zeitverzögert ausgestrahlt werden. Eine abschließende Entscheidung über die endgültige Liste ist noch nicht gefallen. Department for Culture and Sport: Pressemitteilung 48/98 v. 20.3.1998.
- 10) ITC: ITC Performance Review 1993. London 1994.
- 11) Vgl. ITC Programme Code (January 1998), Code of Advertising Standards and Practice (1997), Code of Programme Sponsorship (1997). Darin enthalten sind auch Verpflichtungen aus dem Broadcasting Act 1990.
- 12) Vgl. Broadcasting Act 1990, Abschnitt 40 bis 42.
- 13) Vgl. ITC Rules on Advertising Breaks (1991), ITC Code of Advertising Standards and Practice (1997).
- 14) Vgl. ITC Notes, No. 8: Television Advertising Control. November 1997.
- 15) Weitere Einzelheiten in: ITC Notes, No. 4: Commercial Television: Revenues and Payments. November 1997.
- 16) Vgl. ITV-Pressemitteilung v. 29.1.1998: ITV welcomes ITC Licence Renewal Methodology; vgl. auch Horsman, Mathew: Just when they thought it was safe, along comes ITV licence renewal. In: The Guardian v. 28.7.1997, G2, S. 11; ITV companies win concession. In: Broadcast v. 30.1.1998, S. 3.
- 17) Vgl. ITV firms looking for early renewal. In: Broadcast v. 5.6.1998, S. 6; auch ITC-Pressemitteilung 58/98 v. Juni 1998.
- 18) Vgl. Wheeler, Mark: Politics and the Media. Oxford 1997, S. 90.
- 19) Vgl. ITC notes, No. 3: Channel 3 (ITV). November 1997; ebenso Broadcasting Act 1990, Abschnitt 16.
- 20) Vgl. Wheeler (Anm. 18), S. 153f.
- 21) Vgl. ebd.
- 22) Vgl. Horsman, Mathew: New ITV, same old squabbles. In: Broadcast v. 6.2.1998, S. 19. ITV teilt sich einen digitalen terrestrischen Frequenzblock (Multiplex) Channel 4 als Public-service-Veranstalter. Granada und Carlton sind mit am kommerziellen, digitalen, terrestrischen Fernsehprojekt British Digital Broadcasting (BDB) beteiligt.
- 23) Vgl. Bell, Emily: Prime suspect for an ITV revolution. In: The Observer v. 15.6.1997.
- 24) Vgl. Smith, Christine: Refreshing ITV. In: Broadcast v. 22.8.1997, S. 15.
- 25) Vgl. Humphreys, Peter/Matthias Lang: Digital Television between the Economy and Pluralism. In: Steemers, Jeanette (Hrsg.): Changing Channels: The Prospects for Television in a Digital World. Luton 1998, S. 17f.
- 26) Vgl. Broadcasting Act 1996, Schedule 2; ebenso ITC Notes, No. 7. November 1997.
- 27) Vgl. ITC Notes, No. 7. November 1997.
- 28) Vgl. Department of National Heritage: Media Ownership Regulation: An explanatory guide to the provisions in the Broadcasting Acts 1990 and 1996. London 1996.
- 29) Vgl. Blanchard, Simon/David Morley: What's this Channel 4? Comedia 1982.
- 30) Vgl. Channel 4: Producers Guide 1996-97. London 1996.
- 31) Vgl. ITC Notes, No. 29: Channel 4. November 1997.
- 32) Vgl. Department of Culture, Media & Sport: Pressemitteilung 14/1997 v. 28.7.1997; ebenso ITC Notes, No. 29. November 1997.
- 33) Vgl. Department of Culture, Media & Sport (Anm. 32).
- 34) Vgl. Brown, Maggie: In out, in out, shake it all about. In: The Guardian v. 15.12.1997, S. 4. Die ITC nimmt die Kritik an der zunehmenden Popularisierung von Channel 4 zur Kenntnis, teilt sie aber nicht; vgl. ITC Notes, No. 29; vgl. auch Broadcast v. 23.1.1998, S. 18.
- 35) Zitiert nach Snoddy, Raymond: Channel 4 stands accused of losing its originality. In: The Times v. 6.5.1998.
- 36) Vgl. Welcome for C4's licence to innovate. In: Broadcast v. 27.2.1998, S. 6.
- 37) Vgl. Handley, Claire: ITC draft holds C4 to original quotas. In: Broadcast v. 31.10.1997, S. 8.
- 38) Broadcasting in the '90s: competition, choice and quality. London: Home Office, November 1988. Cm. 517, 6.21-6.22.
- 39) Vgl. ITC Notes, No. 30: Channel 5. November 1997.
- 40) Vgl. ITC Notes, No. 22, 23, 24, 12.
- 41) BARB-Daten für die Woche vom 25.-31.5.1998. Entnommen aus: Broadcast v. 19.6.1998, S. 31.
- 42) Vgl. Phillips, William: Spice up your Five. In: Television, Dezember 1997, S. 24.
- 43) Vgl. Handley, Claire: Famous Five. In: Broadcast v. 27.2.1998, S. 17.
- 44) Vgl. ebd.
- 45) Vgl. Steemers, Jeanette (Hrsg.): On the Threshold of the Digital Age: Prospects for Public Service Broadcasting. In: Steemers (Hrsg.) (Anm. 25).
- 46) Vgl. BBC: Extending Choice in the Digital Age. London: BBC, 1996, S. 65. Im Jahr 1996/97, BBC Worldwide, der kommerzielle Ableger der BBC hat 354 Mio Pfund Umsatz, von denen 75,5 Mio Pfund an die BBC gingen. 2005 soll sich dieser Betrag auf 210 Mio Pfund verdreifachen. Dies ist immer noch wenig im Vergleich zu den Gebührenerträgen von 1,8 Mrd Pfund. Vgl. Mungo, Paul: How the BBC became a world player. In: The Independent v. 12.10.1997, S. 10.
- 47) Vgl. Handley, Claire: Lobbying Hard. In: Broadcast v. 30.1.1998, S. 17; ebenso Horsman, Mathew: The Reith Thing. In: The Guardian v. 26.1.1998, S. 2f.
- 48) Department of National Heritage: The Future of the BBC: Serving the National. Competing Worldwide. London: HMSO, Juli 1994, Cm. 2621, 1.3.
- 49) Vgl. BBC/Discovery deal finally gets all clear. In: Broadcast v. 19.3.1998, S. 8; BBC-Pressemitteilung v. 19.3.1998.
- 50) Vgl. Licence fee formula will hit BBC's digital funding. In: Broadcast v. 20.12.1996, S. 1.
- 51) Vgl. im folgenden Phillips, William: The lost audience. In: Broadcast v. 13.2.1998, S. 20.
- 52) Vgl. auch Mistry, Tina: Consumers award ITV the thumbs-up. In: Broadcast v. 6.2.1998, S. 8.
- 53) Vgl. Phillips (Anm. 51).
- 54) Vgl. Phillips, William: A Matter of Fact. In: Broadcast v. 31.10.1997, S. 21.
- 55) Vgl. ebd.
- 56) Vgl. ITV chiefs set peak targets. In: Broadcast v. 16.1.1998, S. 5.
- 57) Vgl. The Multi-Media-Revolution v. 21.5.1998, HC 520-1.
- 58) Vgl. Ministers bide time on single regulator. In: Broadcast v. 29.5.1998, S. 5.

