

New Media Development in the United States and the Effect on Local Communication

Eli M. Noam

Als mich Herr Kamm anrief oder als er nach New York schrieb und wir uns jedenfalls dann darüber unterhielten, daß ich ihm die Wahl ließe, ob ich auf englisch fließend sprechen oder auf deutsch stottern sollte, sagte er, ich sollte ruhig auf deutsch stottern, das müßten Sie dann eben in Betracht nehmen. Und er meinte auch, vielleicht würde ein deutsches Bier zum Mittagessen weiterhelfen – vielleicht tut es das.

Makrotendenz und Mikroentwicklung der Neuen Medien in den USA

Ich werde Ihnen also über die amerikanische Entwicklung berichten und versuchen, sie etwas zu verallgemeinern. Europäer kennen ja meistens die großen Züge der amerikanischen Medientendenz, nennen wir das die Makrotendenz, wenn man so will. Die ist etwa so: 7000 Kabelnetze gibt es jetzt etwa in den USA, die 60% aller Haushalte erreichen, von denen etwa $\frac{2}{3}$ das Kabelfernsehen tatsächlich bestellen. Also: 40% der Haushalte sind verkabelt, wahrscheinlich werden noch 20% dazukommen. Die Haushalte der Landbevölkerung sind meistens nicht verkabelt.

In den letzten zwei, drei Jahren hat sich eine starke Tendenz zu einem ‚Einkauf‘ von privaten Satellitensendern, sogenannten ‚Pay-TV‘, die jetzt in 1,5 Millionen Haushalten stehen, entwickelt. Die Kabelnetze, also die älteren, haben meistens noch 12 Kanäle; und das wird wohl der normale Standard sein. In einigen Orten gibt es jedoch sogar über 100 Kanäle, die zum Teil aber nicht aufgefüllt sind. Interessanter für diese Gruppe sind die Mikroentwicklungen in den USA auf der lokalen, der kommunalen Ebene, die viel weniger bekannt sind; und darüber werde ich in nun folgendem Referat sprechen.

42



*Professor Eli M. Noam,
Director of Research Program in
Telecommunications and Information Policy,
Columbia University of New York*

Mediale Vielfalt und Kultur

Natürlich weiß man etwas, aber zum Teil sind die Fakten nicht ‚faktisch‘ – und ich erinnere mich da an einen französischen Kultusminister, Jacques Lang, der vor zwei Jahren in einer französischen Diskussion, in der darüber gesprochen wurde, ob man zulassen könnte, daß Buchgeschäfte Bücher unter dem Listenpreis verkaufen dürften, argumentierte, daß die Abwendung von den Listenpreisen in Amerika dazu geführt hätte, daß es in der ganzen Stadt New York nur fünf Buchgeschäfte geben würde. Nun, allein 100 Meter von wo ich arbeite – in der Columbia University – gibt es sechs Buchgeschäfte. Das ist also ein Beispiel der ‚Fakten‘.

ni: Institut für Film und Bild
in Wissenschaft und Unterricht (IfWU)

Bildungsforum und Neue Medien
an der kommunalen Kulturbildung

Kongress 1986, 23. u. 24. Juni 1986 in Grinwald

d the

Da gibt es natürlich auch umgekehrt bei den Amerikanern falsche Vorstellungen über Europa. Solche Gespräche sind also wichtig.

Meine allgemeine Beobachtung über Amerika ist, daß die Neuen Medien die Infrastruktur heute für die lokale, elektronische Kommunikation geschaffen haben. Aber diese Infrastruktur wird nur teilweise benutzt. Sowohl die ‚Seitenstraßen‘ als auch die ‚Autobahnen‘ der Video-Telekommunikation sind geschaffen worden in technischer Hinsicht und auch zum Teil in juristischer Hinsicht. Aber bisher werden sie doch mehr von den schweren kommerziellen Lastwagen benutzt und weniger von den lokalen Milchwagen, Mopeds, Schulbussen und Kinderwagen.

Also: das Potential der Kommunikationsseitenstraßen ist noch nicht genutzt. Das ist eine der Aufgaben lokaler Kommunikationspolitik in den USA. Dies dauert lange: Das muß man einfach verstehen. Die Entwicklung von der Kultur des gedruckten Wortes hin zur Videokultur – in der wir im Moment mitten drin sind – ist ein langer historischer Prozeß. Er braucht viel Geduld und noch mehr Geld.

Ich werde Ihnen also jetzt einige Beobachtungen der amerikanischen Situation geben. Und zwar wird einmal das amerikanische Fernsehen immer mehr zu einer Form der allgemeinen Publizistik, der Videopublizistik; es wird gesetzlich und juristisch immer mehr wie die Presse und das Verlagswesen auch behandelt, nicht anders, wie es auch in der Vergangenheit war. An reiner Menge, an Quantität ist das Fernsehen jedoch in den letzten 15 Jahren ungeheuer gestiegen. Es gibt viele Dutzende von Programmkanälen. Die Wahl ist sehr groß – wenn man sie bekommt, wenn das Kabelfernsehen genügend Kanäle hat, um dies zeigen zu können.

Eine Tabelle, ein Vergleich dessen, was zur gleichen Zeit in New York und London zur Auswahl steht, macht den riesigen Vorsprung New Yorks deutlich. Und zwar handelt es sich da nicht nur um solche normalen, banalen kommerziellen Produkte, sondern hier sieht man auf der Liste ein spanisches Drama, einen Dokumentarfilm über die Kennedyjahre, ein Seminar über Atomrüstung, ein Baseballspiel, ein spanisches Stück, eine Ballettaufführung, eine Oper, chinesische Kochkunst usw. und so fort.

Nun kann man sagen: Das ist vielleicht New York! Und das stimmt natürlich auch. In New York ist es besser. Aber in anderen Städten ist es auch viel besser geworden, als es früher war: Wir hatten bei uns, in unserem Institut, eine Programmstudie gemacht – über die Stadt Tulsa, Oklahoma, das natürlich kein kulturelles Zentrum ist. Und dort, also in den Jahren, in denen man sich von den drei ursprünglichen Fernsehkanälen entwickelt hat zu den 35 Kabelkanälen heute, hat es sich also ergeben, daß man heute pro Woche 612 Nachrichtenstunden hat, 1015 Dokumentarsendungen pro Woche, 400 Stunden religiöse Programme, 50 Stunden Theater, 30 Stunden Informationsprogramme für Kinder und so fort. Allerdings ist es natürlich nicht in jeder Beziehung so: z. B. die Sendung für Indianer, von denen es in Oklahoma viele gibt; da gab es vor 15 Jahren zwar nur eine Stunde doch jetzt gibt es null Stunden im Programm in Tulsa, Oklahoma.

Die ‚Kaskade der Distribution‘

Jetzt kommen wir also zum Kommerzialisismus. Das amerikanische Thema ist immer kommerziell, es ist noch kommerzieller geworden. Das hängt natürlich auch mit der Reagan-Regierung zusammen, aber das war schon vorher so: Das Fernsehen, das Multikanalfernsehensystem in Amerika, das ist ganz klar, hat das kommerzielle System gestärkt. Und die Tendenz in den anderen Staaten ist ja auch so, daß ein Multikanalsystem meistens ein teilkommerzialisiertes System bedeutet.

In Amerika ist es nun so, daß man sagt, wenn Fernsehen zu einer Form der Publizistik, des Publishing wird und Publishing in den meisten westlichen Gesellschaften relativ frei und relativ kommerziell ist, wird somit ergo auch Fernsehen teilkommerzialisiert. So ist die Entwicklung dort. Die weitere Entwicklung ist, daß es darüber hinaus eine globale Tendenz zu dieser Entwicklung gibt. Der Medienvertrieb wird immer mehr integriert, internationalisiert und globalisiert.

Medienprodukte werden auch immer internationaler und weniger national. Und wieso ist das so? Weil die verschiedenen Formen des Medienvertriebes – ob es nun Bücher sind, Filmproduktionen, Fernsehen, Computer sogar

m Teil sind
h erinnere
usminister.
einer fran-
er gespro-
ante daß
istenpreis
aß die Ab-
Amerika
zen Stadt
te geben
wo ich ar-
gibt es
n Beispiel

– immer mehr ineinander integriert sind und zum Teil von den gleichen Firmen beherrscht werden. Warum werden sie von den gleichen Firmen beherrscht? Da gibt es auch eine ökonomische Logik: die ist, daß man den größten Profit macht, indem man die verschiedenen Vertriebskanäle kontrolliert und die Vorführung dann zeitmäßig voneinander differenzieren kann – und deswegen von einigen Kunden mehr Geld dafür bekommt als von anderen. So hat sich also eine Sequenz, eine Art Kaskade der Distribution entwickelt, die immer mehr von einigen Firmen beherrscht wird.

Globalisierung und Integration

Die Aufgabe ist, die Preise zu diskriminieren. Denn es gibt im Moment noch eine Größe, die die Ökonomen eine Konsumentenrente nennen. D. h., man braucht weniger zu bezahlen, als man zu zahlen bereit wäre: Das Beispiel der Fußballweltmeisterschaft im Moment, wo man wahrscheinlich 10,- oder 20,- DM vielleicht für das Endspiel – oder um ein anderes Spiel sehen zu können – bezahlen würde. Man muß es aber nicht. Aber diese neuen Medientendenzen schaffen die Möglichkeit, solche Erlebnisse auch dann zu verkaufen.

Dies ist natürlich auch nicht nur die Entwicklung in den USA. Es gibt ja auch in Europa Berlusconi, Murdoch in Australien – der jetzt Amerikaner geworden ist –, Bertelsmann, sowie Time in Amerika und Houwers in Frankreich, die auch integrierend wirken.

Das hat nun mehrere Konsequenzen. Eine Konsequenz ist natürlich, daß Fernsehen sehen teurer wird. Die zweite ist positiver, nämlich daß mehr Medienproduktionen gefördert werden in dem Sinne, daß es mehr Fernsehen gibt; also muß mehr gezeigt werden, also muß mehr produziert werden. Andererseits natürlich wird nicht von allem mehr produziert, sondern nur solche Produkte, die sich mehr dafür hergeben, international – und in dieser Verteilersequenz – verteilt zu werden, also vom Buch zum Fernsehen, zum Kino, zum Kabelfernsehen, usw.; solche Produkte werden dann natürlich mehr produziert, als die, die reine Lokal- oder Regionalbedeutung haben.

Das ist natürlich hauptsächlich der Fall bei den kommerziellen Anbietern. Aber nicht nur

bei den kommerziellen, auch bei den öffentlichen gibt es einige der gleichen ökonomischen Tendenzen. Da brauchen Sie gar nicht weiter zu gehen als nach München: Das Dritte Programm des Bayerischen Rundfunks selbst wird außerhalb von Bayern vertrieben – über Satellit glaube ich – und man kann es also in anderen Kabelnetzen sehen bzw. gezeigt bekommen; und natürlich nicht nur in Deutschland, sondern dann auch in anderen Ländern.

D. h., die bestehenden Anstalten gehen über ihre beschränkten geographischen Grenzen hinaus, wenn dies technisch möglich ist, was ja jetzt nun der Fall ist. Die Gründe dafür sind sehr vielseitig, denn es hat sicher etwas mit den Gesetzmäßigkeiten von Parkinson zu tun. Aber da gibt es auch eine gewisse ökonomische Logik: Das Programm wird ja produziert, der Satellitenvertrieb ist relativ billig, die Grenzkosten sind relativ klein und warum also nicht – wenn man das Programm schon produziert hat – nicht über ganz Europa hin vertreiben? Und wenn man noch Werbeeinnahmen davon hat, dann sowieso. Denn Geld braucht man ja immer mehr, das ist nicht nur hier in Deutschland der Fall. BBC z. B. verkauft ihre Produktion auch immer mehr nach Kanada, Australien, Kontinentaleuropa, USA; in den USA sogar an die kommerziellen Netze. Und ein beträchtlicher Teil der Einnahmen der BBC kommt jetzt schon aus solchen Verkäufen.

Bei einem solchen System, BBC oder Bayerischer Rundfunk, spielt natürlich die Themewahl der öffentlichen Anstalt eine Rolle. Wenn man ganz Europa oder die halbe Welt erreichen kann oder will, werden die Programme weniger lokal, sondern vielmehr international sein.

Die öffentlichen Anstalten sind nun überall in finanzieller Bedrängnis. Das hat damit zu tun, daß das natürliche Wachstum der Fernsehhaushalte bei praktisch 100% gestoppt ist; die Kosten aber nicht! Und, um mehr Einnahmen zu bekommen, kann man entweder die Steuern daraufhin erhöhen – oder sich neue Einnahmequellen schaffen. Und das ist eben das, was jetzt passiert. Wir sind sicher mit dieser Entwicklung erst am Anfang. Wenn man dies nicht gesetzlich zuläßt, dann muß man den Anstalten ihre entfallenen Einnahmen irgendwie anders wiedergeben, d. h. sie stärker subventionieren. Diese Globalisierung und Integration

der Medien – bedeutet das nun, daß es keinen Raum für lokale Formen der elektronischen Kommunikation mehr gibt? Ich glaube es nicht. Im Gegenteil; aber es ist schwieriger, viel schwieriger geworden.

Lokale Formen der elektronischen Kommunikation in den USA

Das Potential für lokale Kommunikation hat sich technisch erhöht. Die Realität aber hängt vom Finanzierungsmechanismus ab. Freud sagte: „Anatomy is destiny“, Anatomie ist Schicksal; man kann das vielleicht auch auf die Medien beziehen; economics is also destiny; das Problem der lokalen Medien hängt von der finanziellen Unterstützung ab.

Ich berichte Ihnen jetzt von den verschiedenen amerikanischen lokalen Medien, die sich in den letzten Jahren entwickelt haben. Da gibt es also nun zunächst mal die Videokassetten, die jetzt natürlich bereits in sehr vielen Haushalten sind. Und es gibt mehr und mehr Bibliotheken, die diese Kassetten ganz normal ausleihen: bei uns die öffentliche Bibliothek um die Ecke. Da können Sie schon Hunderte von Kassetten bekommen, die Sie zum Teil dort schon haben bzw. über einen regionalen Verbund bestellen können: In einigen Tagen kriegt man sie dann und kann sie für zwei, drei Tage mit nach Hause nehmen. Da spezialisiert man sich vor allen Dingen auf solche Filmklassiker, die eventuell die Kommerziellen nicht bekommen können, sowie auf Dokumentar- und Instruktionsfilme.

Im Fernsehen selbst, dem gesendeten Fernsehen, also Rundfunk, ist Amerika immer lokal gewesen: Es gibt jetzt mehr als 1000 relativ unabhängige Stationen. Die sogenannten **Networks** besaßen in der Vergangenheit nur bis zu 7 Stationen, jetzt dürfen sie bis zu 12 Stationen besitzen. Aber wie gesagt, es gibt mehr als 1000, und man braucht etwa 100, um das ganze Land zu erfassen.

Die Zahl der **unabhängigen**, d. h. also nicht an Networks affilierten Stationen – ist in den letzten paar Jahren um fast 300 gestiegen. Das hat damit zu tun, daß gerade in Gebieten, wo es kein Kabelfernsehen gibt, der Wunsch nach größerer Programmvielfalt gestiegen ist. Das **Public Television**, also das zum öffentlich-rechtlichen Fernsehen hier analoge, ist in Amerika

total unterfinanziert. Das ergibt große Schwierigkeiten. Die Schwierigkeiten sind zum Teil aber auch strukturell; Ihnen zu erklären, wie das Public Television in Amerika organisiert ist, würde nochmal 30 Minuten dauern. Denken Sie einfach an das Heilige Römische Reich: das ist etwa analog, da gibt es also mehr als 300 Stationen mit den kompliziertesten Kontrollsystemen, die man sich vorstellen kann.

In den letzten zwei Jahren gibt es eine andere interessante Entwicklung, die nennt sich **Low-Power-Television**, LPTV – also ‚schwache Sendekraft‘ – mit etwa 15 bis 40 Meilen Sendenumkreis. Seit 1984 gibt hierzu die Zentrale Kommission, die FCC (Federal Communications Commission), Lizenzen aus. Antizipiert werden 4000 solcher lokalen Low-Power-Television-Stationen. Innerhalb von einem halben Jahr bekam die FCC 28000 Bewerbungen für diese Lizenzen. Dann brach der Computer zusammen, und die FCC stoppte die weiteren Bewerbungen.

Solch eine Station aufzubauen, kostet etwa 50- bis 200000 Dollar. 50000 bis 200000 Dollar für eine total ausgerüstete, bescheidene Station. Das kostet also nicht viel mehr, als heute benötigt wird, um eine Tankstelle in guter Lage zu kaufen. Die meisten der Bewerber waren die üblichen business people, aber zum Teil gab es da auch andere Gruppen. Z. B. hat sich die amerikanische Automobilgewerkschaft um 23 Stationen beworben, um ein nationales Netz für ihre Mitglieder zu haben. Andere Bewerber waren lokale Gruppen, etliche religiöse Gruppen, Bürgergemeinschaften, Fernsehaktivisten diverser Gruppen, eine Indianergruppe eines Reservats und verschiedene andere Gruppen.

Übrigens ist es interessant, sich anzusehen, wer diese Low-Power-Television bekämpfte: Da sieht man also, daß es in Amerika nicht nur um Privat gegen Öffentlichkeit geht, sondern die Gegnerschaft gegen dieses Low-Power-Television kam sowohl von den Öffentlichen als auch von den Privaten; das war mehr das Establishment gegen die Newcomers, als Privat gegen Public.

Inzwischen gibt es etwa 400 dieser Stationen, die schon senden, die zum Teil sehr billig sind. Die meisten sind kommerziell, aber nicht alle. 30 Sekunden Werbung kosten etwa 4 bis 6 Dollar in manchen Gegenden: Das kann der

Gemüseläden an der Ecke sich schon leisten für 30 Sekunden. Um eine solche Station über Wasser zu halten, braucht man natürlich schon sehr viele Gemüseläden. Das ist nur eines der Probleme.

Insgesamt geht es vielen dieser Stationen heute nicht sehr gut: Einige sind in Konkurs gegangen; aber andere existieren, und das alles hat ja erst angefangen. So etwas braucht immer seine Zeit. Zum Teil liegt der Mißerfolg daran, daß die Gruppen, die diese Station leiten, keine Medienerfahrung haben, sie erst entwickeln müssen. Zum Teil sind es auch Gruppen, die im Wirtschaftssystem noch nicht integriert sind und denen die Zulassung dazu gegeben wurde, diesen Prozeß zu intensivieren: Minoritätsgruppen, z. B. rassische Minoritätsgruppen. Diese Lizenzen wurden verlost, eine doppelte Chance; und um die Situation zu verbessern, eine Medienkontrolle.

Fernsehestationen für Erziehung und Unterricht

Nun gibt es auch noch ein anderes System, und das nennt sich **Instructional Television Fixed Services, ITFS**. Das gibt es schon seit etwa 10 Jahren. Es handelt sich dabei um einen Mikrowellenrundfunk, also im Gigahertzbereich, der vergeben wurde für Erziehungsinstitutionen, z. B. Schuldistrikte, katholische, private Schulen, Universitäten usw., die auf die neue Weise ihre Schüler, Studenten erreichen können – oder ihre ganzen Schulen erreichen können.

Vor zwei Jahren gab es eine interessante Entwicklung: Als die FCC sah, daß es Probleme der Finanzierung dieser Kanäle gab und sie deswegen nicht genügend benutzt wurden, hat sie diesen Institutionen erlaubt, bestimmte Stunden der Sendezeit an kommerzielle Nutzer zu verpachten – gerade am Abend, wo die Bildungsnotwendigkeit weniger stark ist. Wie das also bekannt wurde, bewarb sich auch unsere Universität, also Columbia, um 30 Lizenzen in den ganzen USA mit einem kommerziellen Anbieter zusammen. Columbia wollte also auf diese Weise sozusagen ihre Instruktionen über das ganze Land verbreiten – aber natürlich auch eine Einnahmequelle erschließen, denn von dem kommerziellen Lieferer bekäme man dann eine Menge Geld. Das wurde aber nicht zugelassen.

Nun, da die Zeit jetzt langsam, nein, schnell vergeht, werde ich Ihnen noch kurz etwas über das Kabelfernsehen mitteilen und dann zusammenfassen.

Kabelnetze in den USA

Es gibt verschiedene Formen der **lokalen Kommunikation im Kabel**: Die eine nennt sich **'Local Origination'** oder LO. Dabei handelt es sich um lokale, kommerzielle Kanäle. Des weiteren gibt es **'Leased Channels'**, das sind sogenannte Mietkanäle, wo jeder kommerziell einen Kanal mieten kann, für den ganzen Tag oder für zwei Stunden. In der Praxis hat sich das leider meistens zu einem System der Pornographie entwickelt – bzw. der Religion; bisher gibt es also noch nichts dazwischen.

Dann gibt es eine dritte Form von Kanälen, das sind die **Bildungs- oder Staatlichen Kanäle**, die eine **kommunale Verwaltung** für ihre eigenen kommunalen Zwecke benutzt, z. B. für das Bildungssystem – also das Schulsystem – oder die Sozialämter, die mit verschiedenen Zielgruppen – z. B. Altersheim usw. – in Verbindung stehen, so daß sie also ihre Leute erreichen können bzw. manchmal sogar im Two-Way-System miteinander reden können, entweder übers Fernsehen oder übers Telefon.

Und dann die vierte Art; das sind die sogenannten **offenen Kanäle**, auf **englisch Public Access**, die natürlich, vor allen Dingen in der Anfangsphase der Verbreitung des Kabelfernsehens, sehr wichtig waren, als es sich in der Praxis noch nicht so besonders entwickelt hatte. Es kommt immer darauf an, von wo man spricht. In New York z. B. sind diese Kanäle relativ aktiv, wobei es sich dabei zum Teil um sogenanntes **'Vanity Television'**, also Eitelkeitsfernsehen, handelt; wenn man sich also selbst sehen will oder seine Freunde einladen kann. Aber dann gibt es auch andere interessante Sendungen: Es ist einfach anders, man muß einfach verstehen, daß die Gruppen, die sich auf diesem offenen Kanal zeigen, von der Definition her Randgruppen sind. Wenn sie keine Randgruppen wären, sondern schön in der Mitte sitzen würden, könnten sie über das offizielle Fernsehen sowieso ihr Anliegen verbreiten. Und es gibt dann eben Programme, wo der Moderator mit einer Marihuanazigarette im Mund dasitzt –

wird nun, wie ich ausgeführt habe, immer weniger möglich, so daß, wenn man den ‚Mix‘ noch einigermaßen beibehalten will, man dies nicht durch Subtrahieren machen kann, sondern man muß addieren, Programme hinzufügen, die von sozialem Wert sind.

Nun! Die Frage ist dann auch, warum die lokalen und nicht wie bisher die Landesbehörden oder der Bund, also das Federal Government? Mir scheint die Antwort zu sein, daß man nicht erwarten kann, daß die Landesbehörden sich aus dem gleichen Budget auf weniger als auf die ganze Landesebene konzentrieren würden. Also: für lokales Fernsehen müssen dann schon die lokalen Institutionen hauptsächlich verantwortlich sein.

Gott sei Dank sinken die Preise, zumindest die Preise der Technik stark. Man kann sich heute in Amerika schon, habe ich mir sagen lassen, für 30000 Dollar ein relativ gutes Schwarzweiß-Studio einrichten, mit Kameras, die man auch mitnehmen kann. Der Hauptengpaß jedoch sind ausgebildete Leute in der lokalen Fernsehproduktion. Die Rolle der lokalen Behörden ist deshalb, so scheint es mir,

- a) anständige technische Produktionsstudios und Vorrichtungen zu schaffen und bereitzustellen, so wie man es auch mit Sälen und anderen Facilities tut,
- b) Leute zu trainieren, die das Equipment benutzen können,
- c) Programmsubsidien zu geben für verschiedene lokale Programme, wobei man das Problem der politischen Kontrolle über die Programme irgendwie eingrenzen muß, eine gewisse Unabhängigkeit schaffen muß.

Woher soll das Geld dazu kommen? Nun, in den USA ist es so, daß das Kabelfernsehen, das ja hauptsächlich lokal kontrolliert ist, per Gesetz mit bis zu 5% des Umsatzes besteuert werden kann. Unglücklicherweise wurden in Amerika diese 5% aber automatisch in den allgemeinen Topf der Kommunen gegeben, und die werden jetzt dazu benutzt, Schlaglöcher zu flicken und anderes zu tun, alles außer Kulturarbeit.

Eine der Hauptaufgaben deswegen – und hier komme ich zum Abschluß – für lokale Mediengruppen in Amerika ist es, zu versuchen, wieder die Kontrolle über diese 5% zu erreichen und sich damit ein relativ gesichertes, finanzielles Minimum zu schaffen. Das Problem des Public Television in Amerika ist nun genau das Problem, daß es keine Finanzierungsquellen gibt. Hier nun gäbe es eine Finanzierungsquelle! Die muß man sich allerdings erst wieder zurückerkämpfen.

Die deutsche Situation kann ich damit nicht so vergleichen, aber ich glaube, daß wenn man ein lokales Fernsehen erreichen will, man sich von Anfang an das finanzielle Fundament schaffen muß, sonst wird es nie etwas werden und man ist dann erst einmal enttäuscht. Dann wird es politisch auch weniger tragbar. Dann kommen die kommerziellen Anbieter, wir können hier viel Geld verdienen. Und der Stadt auch Geld geben, wenn sie uns das überlassen – und damit ist der Traum des lokalen Zugangs zum Fernsehen ausgeträumt.

Ich habe meine Zeit überschritten. Wenn Sie mehr wissen wollen, schicke ich Ihnen mein Paper. Recht herzlichen Dank.