Von alt Nationalrat Peter Weigelt, St.Gallen
(Sprecher KVF NR in der RTVG- und der FMG-Revision)

Bundesbern gerät in der Medienpolitik zunehmend ins Abseits

GoogleTV – Dammbruch in der TV-Landschaft?

Über volle sechs Jahre beschäftigten sich Bundesrat und eidgenösssiche Räte mit der Revision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) sowie mit der Revision des Fernmeldegesetzes (FMG), bevor 2007 die neuen Regelungen in Kraft treten konnten. Bereits heute zeigt sich, dass beide Revisionen von den Entwicklungen im Markt überholt sind. Forderungen nach einer erneuten Revision stehen an, sind angesichts der langen Dauer helvetischer Gesetzesrevisionen jedoch nicht zielführend. Vielmehr sollte endlich erkannt werden, dass zwischen elektronischen Medien (RTVG) und Fernmeldewesen (FMG) nicht getrennt werden kann. Logische Folge wäre ein Kommunikationsgesetz, das die wichtigsten technolgischen Leitplanken für die digitale Kommunikation regelt, jedoch konsequent auf alle oberlehrerhaften Vorgaben und marktverzerrenden Auflagen verzichtet. Selbst ein solches Rahmengesetz würde Jahre der parlamentarischen Beratung in Anspruch nehmen. Angesichts von Innovationen, wie sie beispielsweise Google mit „GoogleTV“ ankündigt, eine fast schon groteske Ausgangslage für die schweizerische Medienpolitik. Die nachfolgenden Überlegung dokumentieren dies auf eindrükliche Art und Weise.

Ende Mai sorgte Google für einen Paukenschlag, der nicht nur in der Welt der Neuen Medien, sondern vor allem bei den traditionellen Fernsehanbieter einige Unruhe verursachte. Zu Recht, denn das von Google zusammen mit Sony (Hardware), Intel (Chip) und Logitech (Peripherie) präsentierte „GoogleTV“ wird nicht nur die Technolgie in der Bewegtbild-Verbreitung revolutionieren, sondern auch die heute gültigen Businessmodelle und vor allem die medienrechtlichen Rahmenbedingungen und Zwangsbeschränkungen förmlich überfahren.
Auf den Punkt gebracht bedeutet dies, dass Google das Internet unkompliziert auf das heimische Fernsehgerät bringt und damit die klassiche TV-Werbung (und damit dessen Überreglementierung) wie auch die geografischen und inhaltlichen Begrenzungen der helvetischen Konzessionspolitik aussen vor lässt. Branchenkenner begrüssen diesen Schritt, kommt damit doch endlich Bewegung in den zunehmend festgefahrenen TV-Markt; neues Werbepotenzial wird erschlossen, die Werbetreibenden müssen weniger Streuverluste in Kauf nehmen und die Kreativität im TV-Bereich wird nicht mehr durch überrissene BAKOM-Vorschriften blockiert. Zudem wird die durch das Internet eingeleitete Emanzipierung des TV-Konsumenten weitergeführt. Er kann definitiv entscheiden, wann er was konsumieren möchte.

Google hat herausgefordert – Apple und Co. werden reagieren
Natürlich lassen Skeptiker nicht lange auf sich warten. Tatsächlich ist die Marktmacht von Google imposant und dessen Vorstoss in die TV-Welt erachten viele Beobachter als weitere Bedrohung. Wer jedoch glaubt, aus der Schweiz heraus der

Dynamik des technologischen Wandels entgegen treten zu können, überschätzt unsere eigenen Möglichkeiten und unterschätzt insbesondere die Kraft der globalen digitalen Kommunikation. Vor diesem Hintergrund mutet es seltsam bis lächerlich an, wenn in Bundesbern Überlegungen zur „Disziplinierung“ angekündigt werden. Doch auch Google muss sich noch eingehend Gedanken machen, etwa wie die Content-Suche gestaltet wird, denn die neue Technologie wird den Kampf um die besten „PageRanks“ zusätzlich entfachen. Ob dabei die grossen TV-Veranstalter und Verlage oder die vielen kleinen Nischenanbieter gewinnen werden, ist heute noch völlig offen. Eine weitere Hürde stellt die banale Tatsache dar, dass der notwendige Internetanschluss in Schweizer Haushalten oftmals nicht gleich neben dem TV-Gerät installiert ist, was angesichts der zunehmend drahtlos gstalteten Kommunikation aber höchstens ein temporäres Problem bleibt.
Unbestritten bleibt; Google schlägt mit „GoogleTV“ ein neues Kapitel in der TV-Geschichte aufgeschlagen. Die Weiterentwicklung des Google-Modells durch IT-Giganten wie Apple und Co. wird nicht lange auf sich warten. Zu gross ist das Potenzial im klassischen TV-Markt und zu rasch verändert sich das Nutzungsverhalten der Konsumenten in Richtung digitale und vor allem mobile Kommunikation. Die von den Konsumenten zunehmend geforderte Zeit- und Inhalts-Souvernität gelangt mit „GoogleTV“ endlich auch ins Wohnzimmer.

Content wird zum ultimativen Erfolgs-Faktor

Der Kernfrage der TV-Welt der Zukunft werden sich aber auch die Investoren miliardenschwerer Technologien nicht entziehen können: Woher kommt der qualitativ hochwertigee Content? Mit selbstgedrehten Youtube-Videobeiträgen wird das Bedürfnis der Konsumenten nur kurzfristig gedeckt. Themen-Web-TV-Channels wie etwa www.buureTV.ch oder regionalen Nischen-Programmen wie www.fuerstenlandTV.ch gehört die Zukunft. Sie bieten hochwertigen Content und berichten webgerecht produziert aus speziellen Nischen. Damit erhalten Konsumenten kostenlosen Top-Content auf Abruf und den Channel-Sponsoren gelingt zu vertretbaren Konditionen der Schritt auf das klassische TV-Gerät.
Diese Segmentierung über die Content-Schiene ist für Google die entscheidene Voraussetzung, dass wie im Online-Geschäft bereits erprobt, ergänzende, auf das Konsumverhalten der Konumenten abgestimmte Mikrowerbung im TV ermöglicht wird. Google verdient mit dieser Mikrowerbung heute über seine Suchmaschine Milliarden. Man kann sich ausmalen, welches Potenzial für Mikrowerbung im digitalen TV besteht. Dass sich der „Goldrausch“ in Richtung Internet-TV nicht von nationalen Gesetzen, bürokratischen Bundesämtern oder Technologie-Skeptikern aufhalten lässt, liegt auf der Hand. Als eines der bestverkabelten Länder der Welt müsste die multilinguale Schweiz eigentlich die sich bietenden Chancen im InternetTV offensiv, kreativ und unbürokratisch nutzen. Dazu sind keine neuen Gesetze gefordert, sondern die rasche Entsorgung der blockierenden gesetzlichen Vorschriften im Radio- und Fernseh- sowie im Fernmelde-Bereich.

Peter Weigelt, Unternehmer
Verwaltungsratspräsident Schweizer Sportfernsehen SSF AG
Röschstrasse 18, 9006 St.Gallen
peter@weigelt.ch
www.weigelt.ch