

Fernsehen und Rundfunk in Polen: Marktentwicklung und politische Einbettung

Maliszewski, Michał

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Maliszewski, M. (2007). Fernsehen und Rundfunk in Polen: Marktentwicklung und politische Einbettung. *Polen-Analysen*, 6, 2-7. <https://doi.org/10.31205/PA.006.01>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Analyse

Fernsehen und Rundfunk in Polen Marktentwicklung und politische Einbettung

Michał Maliszewski, Leipzig

Zusammenfassung:

Der Medienmarkt macht in Polen eine ähnliche Entwicklung durch, wie sie in anderen Ländern Europas zu beobachten ist: Öffentlich-rechtliches Fernsehen und Radio verlieren Hörer an Privatsender, kleinere Anstalten werden von der Konkurrenz geschluckt, internationale Medienkonzerne teilen den Markt unter sich auf. Dennoch hat in Polen das öffentlich-rechtliche Fernsehen bislang seine dominante Position verteidigen können. Dies macht es zu einem begehrten Instrument für die Politik zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung. Der Versuch, politische Kontrolle über die Medien auszuüben, hat sich unter der gegenwärtigen Regierung verschärft. Sie hat den Rundfunk- und Fernsehrat in ein gefügiges Organ umgewandelt und sich damit den personellen und programmatischen Zugriff auf die öffentlich-rechtlichen Medien gesichert.

Geht das Fernsehen den Bürgern oder den Politikern? An dieser Frage führt kein Weg vorbei, wenn man die Entwicklung der polnischen öffentlich-rechtlichen Medien wie der Medien überhaupt seit 1989 untersucht (Anm.d.Red.: Öffentlich-rechtlich ist nicht zu verwechseln mit dem Status der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten in Deutschland: Das öffentlich-rechtliche polnische Fernsehen und Radio sind Aktiengesellschaften im alleinigen Besitz des Staates und unterliegen der Kontrolle des Landesrundfunk- und Fernsehrats.). In der Volksrepublik stellte sich diese Frage gar nicht. Die Sache war klar und ließ sich auf die knappe Formel bringen: „Das Fernsehen lügt“. Das Fernsehen gehörte „ihnen“, der kommunistischen Staatsmacht, und nicht „uns“, den Bürgern. Doch seit einiger Zeit gewinnt – so paradox es scheinen mag – diese im kommunistischen Polen populäre Losung, die das Verhältnis der Gesellschaft zur offiziellen Propaganda umschrieb, erneut an Aktualität. Dabei ist die seit Herbst 2005 amtierende Regierung der Partei *Recht und Gerechtigkeit* (*Prawo i Sprawiedliwość* – PiS) in dem, was sie tut, keineswegs originell. Seit der demokratischen Wende von 1989 hat es in Polen noch keine einzige Regierung gegeben, die mit den Medien und vor allem mit dem Fernsehen zufrieden gewesen wäre. Was die gegenwärtige Regierung jedoch von all ihren Vorgängerinnen unterscheidet, ist die Tatsache, dass die PiS es in kurzer Zeit geschafft hat, einen praktisch unbegrenzten Einfluss auf die elektronischen Medien (und nicht nur auf diese) zu gewinnen, u.a. indem sie die Aufsichtsräte und Vorstände der öffentlich-rechtlichen Medien unter ihre Kontrolle gebracht hat.

Dies ist im Grunde genommen nicht weiter erstaunlich, erklärte der gegenwärtige Ministerpräsident Jarosław Kaczyński vor Jahren doch einmal: „Wenn

eine Regierung keine Macht über das Fernsehen hat, das seit jeher als superstrategische Institution gilt, so hat sie keine Chance. Und wenn der Ministerpräsident keine Gewalt über das Fernsehen hat und sich von ihm auf dem Kopf herumtrampeln lässt, ist sein politisches Ende nah.“

Gleiches hatten 2001 nach ihrem Sieg bei den Parlamentswahlen die Politiker der *Demokratischen Linksallianz* (*Sojusz Lewicy Demokratycznej* – SLD) verkündet. Im Übrigen hatte bereits die erste nichtkommunistische Regierung unter Tadeusz Mazowiecki sehr schnell erkannt, dass der Einfluss auf die Medien für den politischen Erfolg unverzichtbar ist.

Der Kampf um das Fernsehen, insbesondere um das öffentlich-rechtliche, hat hohe politische Priorität, weil nach wie vor etwa 50 Prozent aller polnischen Fernsehzuschauer regelmäßig die öffentlich-rechtlichen Programme schauen. Neu an der Politik der gegenwärtigen Regierung ist, dass sie versucht, ihren Einflussbereich auf die kommerziellen Medien auszuweiten.

Die polnische Medienlandschaft

In Polen kann man zwischen 600 Fernseh- und Radioprogrammen wählen. Sie werden terrestrisch, über Satellit, Kabel oder über das Telefonnetz übertragen. Im polnischen Fernsehen sind 15 terrestrische Programme, 28 Satellitenprogramme und 199 Kabelprogramme empfangbar, im Radio 233 terrestrische und 4 Kabelprogramme. Mit über 600 Kabelanbietern, die 4,5 Millionen Haushalte bedienen, ist Polen nach Deutschland und Holland der drittgrößte Markt für Kabelfernsehen in der Europäischen Union.

Die Hauptakteure auf dem Markt der elektronischen Medien sind das öffentlich-rechtliche Fernsehen *Telewizja Polska* (TVP), *tvn*, *tvn24*, *Polsat*



und im Bereich des Radios das (öffentlich-rechtliche) *Polskie Radio* sowie kommerzielle Radiosender wie *Radio ZET* und *RMF FM*.

Der Durchschnittspole verbringt mehr als vier Stunden täglich vor dem Fernseher. Am beliebtesten ist dabei wie erwähnt das öffentlich-rechtliche Fernsehen: Das Erste Programm von *TVP* hält einen Anteil von über 24 Prozent der Zuschauer, *TVP 2* erreicht rund 22 Prozent, *Polsat* etwa 16 Prozent und *tvn* knapp 15 Prozent.

Ähnlich wie in anderen europäischen Ländern ist in Polen derzeit eine Konzentration des Medienmarktes zu beobachten, in deren Folge kapitalstarke Medienkonzerne entstehen. Die Aufhebung der Beschränkungen beim Erwerb und Besitz von Medien nach dem EU-Beitritt Polens hat die Voraussetzungen dafür geschaffen. Besonders schnell schreitet die Konzentration bei den Betreibern von Kabelnetzen und lokalen Radiosendern voran. Hierfür sind hauptsächlich ökonomische Faktoren verantwortlich: Beim Kabelfernsehen wird das geschäftliche Engagement unterhalb einer bestimmten Abonnentenanzahl unrentabel; die Schwäche der lokalen Reklamemärkte beschleunigt wiederum den Zusammenschluss kleinerer Radiosender zu überregionalen Netzen. Diese Entwicklung macht jedoch auch vor den großen Rundfunk- und Fernsehanstalten nicht halt.

Öffentlich-rechtliches Fernsehen

In keinem anderen europäischen Land kommen die Öffentlich-rechtlichen Medien auf einen so hohen Zuschaueranteil wie in Polen. Die privaten Fernsehsender konnten *TVP* bislang nicht als Marktführer verdrängen. Damit unterscheidet sich die polnische Entwicklung entscheidend von der in Tschechien, Ungarn und der Slowakei. Das Erfolgsgeheimnis des öffentlich-rechtlichen Fernsehens liegt u.a. in seiner dualen Finanzierung: Zum einen fließen *TVP* Rundfunk- und Fernsehgebühren zu, zum anderen lebt es von Einnahmen aus Werbung und Sponsoring. Dem stehen aber auch Herausforderungen gegenüber: Als Aktiengesellschaft hat *TVP* die Pflicht, Gewinne zu erwirtschaften. Als öffentlich-rechtliches Medium hat es einen öffentlichen Auftrag zu erfüllen, das Informationsbedürfnis der Zuschauer zu bedienen und öffentliches Problembewusstsein zu schaffen. Als kommerzielles Medium muss es dem Zuschauer aber auch Unterhaltung liefern. Dieser Spagat ist für *TVP* wie für öffentlich-rechtliche Sender in anderen Ländern nicht leicht zu bewältigen.

TVP wird seit 1956 ausgestrahlt. 1994 wurde aus *TVP* eine Aktiengesellschaft (polnisch *spółka akcyjna* – S.A.) gebildet. *TVP S.A.* strahlt zwei

landesweite Programme aus, *TVP 1* und *TVP 2*. Hinzu kommen das Regionalprogramm *TVP 3* und der Auslandssender *TV Polonia*. Zudem verfügt *TVP* über einen Satellitenkanal, den Kanal *TVP Kultura*. Seit November 2006 ergänzt *TVP Sport* das Spektrum, für Anfang 2007 war zudem der Start des Geschichtskanals *TVP Historia* geplant.

TVP 1 verfügt über ein allgemeines Sendeformat. Eines seiner Zugpferde ist die Informationssendung *Wiadomości* (Nachrichten), die den alten regimetreuen *Dziennik Telewizyjny* ersetzt hat. Zwar hält *TVP* schon lange nicht mehr das Monopol am Informationsmarkt, doch bringen es die *Wiadomości* immer noch auf einen durchschnittlichen Zuschaueranteil von erstaunlichen 12,1 Prozent (September 2006), was 4,8 Mio. Zuschauern entspricht.

TVP 2 profiliert sich dagegen deutlich als Unterhaltungskanal. Hier finden die Polen beliebte Serien und Shows. Leider ist die Glanzzeit des Nachrichtenprogramms *Panorama* von *TVP 2* vorbei, das sich vorwiegend an ein gebildetes Publikum richtete, ähnlich wie die der ins Dritte Programm verlegten Diskussionssendung *7 dni świat* (7 Tage Welt), einer politischen Runde von Journalisten, die sich mit dem Presseclub der *ARD* vergleichen lässt.

Das Polnische Fernsehen *TVP* besitzt 16 regionale Studios, die lokale Programme ausstrahlen. Sie sind jedoch kaum mit so profilierten regionalen Sendern wie etwa den deutschen Medienpotentaten *Bayerischer Rundfunk* oder *WDR* vergleichbar. Gemeinsam produzieren sie das Programm *TVP 3*, umgangssprachlich *Regionalna Trójka* (das regionale Dritte) genannt. *TV Polonia* ist ein Programm für Auslandspolen. Die Sendungen in polnischer Sprache sind mit englischen Untertiteln versehen und können in Deutschland über Kabel empfangen werden.

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

Noch größerer Popularität als das Fernsehen erfreut sich in Polen das Radio. Nach einer im Mai 2002 durchgeführten Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Demoskop hören nahezu alle Polen, nämlich 99 Prozent, Radio, 69 Prozent sogar täglich, und von diesen gaben 43 Prozent an, mindestens drei Stunden pro Tag Radio zu hören. Am beliebtesten ist der Privatsender *RMF FM*; er erreicht einen Zuhörerschnitt von 21,8 Prozent. An zweiter Stelle steht *Radio ZET* mit 19,3 Prozent, gefolgt vom Ersten Programm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (*Polskie Radio Jedynka*) mit 14,1 Prozent. Das Dritte Programm (*Polskie Radio Trójka*) kommt immerhin auf einen Anteil von 5,8 Prozent.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk besteht aus dem überregionalen Sender *Polskie Radio S.A.* und



17 separaten regionalen Rundfunkanstalten. Anders als das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist der Rundfunk in Polen also dezentralisiert. *Polskie Radio S.A.* strahlt von Warschau aus vier landesweite Programme aus. Das Erste Programm hat ein sehr allgemeines Profil und zielt auf den durchschnittlichen Radiohörer, wobei es besonders bei älteren Hörern beliebt ist. Das Programm existiert (mit einer Unterbrechung während des Zweiten Weltkriegs) seit über 80 Jahren. Neben einer starken Informationskomponente liegt ein Schwerpunkt des Programms auf Hörspielserien. Zwei Serien sind allein schon deshalb legendär, weil sie die ältesten ohne Unterbrechung ausgestrahlten Rundfunkserien der Welt sind (Sendestart 1956 bzw. 1960).

Das Zweite Programm (*Polskie Radio Dwójka*) sendet ein elitäres Programm für ein Auditorium mit hohen Ansprüchen, Liebhaber von klassischer Musik, Jazz und Kultur. Es wird von rund zwei Prozent der Bevölkerung gehört. Ein Spezifikum des Ersten und Zweiten Programms ist das Teatr Polskiego Radia (Theater des Polnischen Radios), dessen breites Repertoire Hörspiele, Dramen-Adaptationen, literarische und publizistische Programme u.ä. umfasst.

Das Dritte Programm ist ein Radio für anspruchsvolle Hörer im mittleren Alter. Es ist bekannt für dynamisch aufbereitete Informationen, Reportagen und andere journalistische Sendungen sowie für niveauvolle Musik. *Polskie Radio Bis* (bis 1994 *Polskie Radio Program IV*) war ursprünglich ein Sender mit einem populärwissenschaftlichen Programm für Schüler und Lehrer, hat sich aber mit der Zeit zu einem typischen Jugendsender gewandelt. Unter dem Dach von *Polskie Radio* überträgt zudem das Parlamentsradio *Radio Parlament* Sitzungen des Sejm und des Senats in voller Länge.

Privatfernsehen

Der Startschuss für das polnische Privatfernsehen fiel am 5. Dezember 1992 um 16.30 Uhr: Zu diesem Zeitpunkt ging *Polsat* auf Sendung. Mit dem Auftritt des ersten privaten Fernsehsenders, dem rasch weitere folgen sollten, wandelte sich der polnische Medienmarkt grundlegend.

Polsat will mit seinem Programm den Massengeschmack treffen und seiner Zielgruppe der 10- bis 49-jährigen vor allem Spaß und Unterhaltung bieten. Entsprechend machen Spielfilme, ausländische Sitcoms und polnische Serien den Löwenanteil des Programms aus. Ein Wendepunkt für *Polsat* war das Jahr 2004, als Tomasz Lis, der journalistische Star und Mitschöpfer der Nachrichtensendung *Fakty* (Fakten) des Konkurrenten *tvn*, zum Unternehmen stieß. Damit

demonstrierte *Polsat* seine Entschlossenheit, die informativ-journalistische Komponente seines Programms zu stärken. Für das neue Nachrichtenprogramm *Wydarzenia* (Ereignisse) wurde die populäre Anchorwoman Hanna Smoktunowicz gewonnen, die zuvor die Informationssendung *Teleexpress* bei *TVP 1* präsentiert hatte. Tomasz Lis wiederum hat mit der politischen Talkshow *Co z tą Polską?* (Was ist los mit Polen?) sein eigenes ambitioniertes Projekt.

Hauptteilhaber von *Polsat* (*Telewizja Polsat S.A.*) ist der Gründer des Senders Zygmunt Solorz-Zak, der zusätzlich Anteile am Unternehmen *Polsat Media B.V.* hält, was ihm praktisch die volle Kontrolle über den Sender sichert. *Polsat* bereitet sich seit einigen Jahren auf den Börsengang vor. Am 4. Dezember 2006 unterzeichnete der Axel-Springer-Konzern einen Vertrag über den Erwerb einer Minderheitsbeteiligung in Höhe von 25,1 Prozent an der Fernsehgruppe *Polsat*. Der Kaufpreis liegt bei 250 Mio. Euro. Der Erwerb steht unter dem Vorbehalt der kartellrechtlichen Genehmigung sowie einer zufrieden stellenden Unternehmensprüfung. Zuvor hatte sich bereits *RTL*, eine Tochter des Gütersloher Bertelsmann-Konzerns, um eine solche Beteiligung bemüht.

War *Polsat* der erste kommerzielle Fernsehsender auf dem polnischen Markt, so ist *tvn* der Sender mit der größten Dynamik und Popularität. *tvn* gehört – ebenso wie der Nachrichtensender *tvn24* und weitere Sender – zur Medienholding ITI, die einen Anteil von 52,7 Prozent an *tvn* hält. Die Gruppe ITI ist auch Eigentümer der Internetplattform *Onet.pl*, des Verlags *Pascal* sowie eines Netzes von Multiplex-Kinos. Seit der Gründung des Senders 1997 wächst die Zahl der Zuschauer kontinuierlich. Hauptzielgruppe sind Personen zwischen 16 und 49 Jahren mit höherer Bildung und überdurchschnittlichem Einkommen.

tvn übernimmt bewährte Programmformate wie *Big Brother*, *Milionerzy* (Wer wird Millionär?), *Taniec z gwiazdami* (Tanz mit Stars), präsentiert aber auch eigene Produktionen. Das Programm von *tvn* umfasst zudem Talkshows, Fernsehserien und andere Unterhaltungssendungen. Im Unterschied zu *Polsat* setzte *tvn* von Anfang an auf ein doppeltes Profil aus Unterhaltung und Information. So „importierte“ *tvn* vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen gleich in der Anfangsphase so bewährte Köpfe wie den bereits erwähnten Tomasz Lis und schuf die Nachrichtensendung *Fakty* (Fakten), welches die journalistische Glaubwürdigkeit von *tvn* begründete.

Ende September 2006 landete *tvn* einen besonderen Coup, der ihm einen sprunghaften Anstieg der Zuschauerzahlen um drei Prozent brachte. Der Sender strahlte ein heimlich aufgenommenes Video



aus, auf dem zu sehen war, wie zwei Staatssekretäre der *PiS* eine Sejm-Abgeordnete der Koalitionspartei *Selbstverteidigung (Samoobrona)* mit Geldangeboten abzuwerben versuchten. Als kommerzieller Sender machte *tvn* aus der Angelegenheit eine emotionale Politik-Show. Die Ausstrahlung der Videobänder, die die Regierung Kaczyński in eine tiefe Krise stürzte, entspricht der offiziell propagierten Haltung von *tvn*, dass es die Aufgabe der Medien sei, den Mächtigen auf die Finger zu schauen.

Der erste 24-Stunden-Nachrichtenkanal in Polen ist *tvn24*. Seit August 2001 auf Sendung, ahmt er (ähnlich wie der deutsche Sender *n-tv*) *CNN* nach. Halbstündlich werden die aktuellsten Nachrichten und Wetterprognosen gesendet. *tvn24* strahlt außerdem das Programm *itvn (TVN International)* aus, das kommerzielle Pendant zu *TV Polonia*.

Besondere Erwähnung verdient der Sender *TV Trwam* (wörtlich „ich halte durch, ich harre aus“), der seit Mitte 2003 via Satellit und Kabel zu empfangen ist. *TV Trwam* ist ein religiöser Sender, eine weitere Gründung des bekannten Redemptoristenpaters Tadeusz Rydzyk, von der sich die Amtskirche distanzieren. Zuvor war der Franziskanerordner an dem Ziel gescheitert, mit *TV Puls* kommerziellen Erfolg und kirchliche Mission zu verbinden. *TV Trwam* ist das Pendant zum katholischen Rundfunksender *Radio Maryja* (s. u.).

Privatradio

Das erste Privatradio Polens, *Radio RMF FM (Radio Muzyka Fakty)*, ging Anfang 1990 in Krakau auf Sendung. Seit 1994 hat der Sender eine Lizenz zur landesweiten Ausstrahlung seines Programms. Heute ist *RMF FM* einer der größten und modernsten Rundfunksender Europas. Er gehört zusammen mit einigen anderen Unternehmen zur Medienholding *Broker FM*, die Ende Oktober 2006 von der *Bauer Media Invest GmbH* übernommen wurde.

Der zweite landesweit empfangbare Radiosender ist *Radio ZET*. Seit November 1999 arbeitet *Radio ZET* mit dem amerikanischen Nachrichtennetz *CNN* zusammen. Inhaber von *Radio ZET* ist die internationale Medienholding *Eurozet*.

Der dritte Radiosender mit landesweiter Sendelizenz ist *Radio Maryja*, das dem Redemptoristenorden gehört und seinen Sitz in Thorn hat. Den Kern der Zuhörerschaft bilden Personen über 55 Jahre. *Radio Maryja* ist ein Gebetsradio, ein Format, das an US-amerikanische Vorbilder angelehnt ist. Der Sender überträgt Gottesdienste und religiöse Feierlichkeiten und beschäftigt sich mit kirchlichen und Glaubensfragen. Dank seines Chefs, des Redemptoristenpaters

Tadeusz Rydzyk, der aus seiner politischen Haltung keinen Hehl macht, gilt *Radio Maryja* als Bollwerk des strengsten Konservatismus. Seine Kritiker werfen ihm eine antisemitische, fremdenfeindliche und homophobe Demagogie vor. Der Einfluss des Senders ist dermaßen stark, dass manche Soziologen der katholischen Kirche in Polen eine Spaltung prophezeien. *Radio Maryja* ist also entschieden mehr als bloß ein Radiosender – es ist ein gesellschaftliches Phänomen. Mit normaler Antenne kann man den Sender auch in Kanada und in den USA empfangen, per Satellit und Internet ist er weltweit zu hören.

Nach jüngsten Umfragen hält *Radio ZET* in Städten mit mehr als 200 000 Einwohnern, in der Altersgruppe von 25 bis 44 Jahren, bei einer Zuhörerschaft mit höherer Bildung und überdurchschnittlichem Einkommen den größten Höreranteil von allen privaten Radiosendern (20,4 Prozent). An zweiter Stelle steht *Radio RMF* mit 15,3 Prozent, auf den weiteren Plätzen folgen das Dritte und das Erste Programm von *Polskie Radio* (14,4 Prozent bzw. 3,7 Prozent). Diese Ergebnisse belegen, dass in der Popularität des polnischen Publikums die privaten Radiosender am höchsten rangieren.

Der Rundfunk- und Fernsehrat

Angesichts dieser Vielfalt der elektronischen Medien in Polen – die freilich durch die angesprochene Konzentration allmählich abnimmt – stellt sich die Frage, warum ein so heftiger Kampf um den Einfluss auf die öffentlich-rechtlichen Medien geführt wird. Verantwortlich hierfür sind wohl in erster Linie zwei Umstände: Zum einen sind diese in Polen, ungeachtet der wachsenden Bedeutung der Privatsender, beim Publikum nach wie vor so beliebt wie sonst kaum irgendwo in der Welt. Zum anderen verfügt die Politik über ein Instrument, das ihr eine breite Einflussnahme auf die öffentlich-rechtlichen Medien gestattet – den *Landesrundfunk- und -fernsehrat (Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji – KRRiT)*.

Die *PiS* forcierte nach ihrem Wahlsieg 2005 die Umgestaltung des *KRRiT*. Bereits wenige Wochen nach der Bildung der Regierung Marcinkiewicz und dem Amtsantritt von Präsident Lech Kaczyński am 29. Dezember 2005 wurde ein entsprechendes Gesetz verabschiedet. Der neue Präsident unterschrieb es noch am selben Tag, einen Tag später erschien es im Gesetzblatt.

Wozu diese Eile? Was ist der polnische *Landesrundfunk- und -fernsehrat*? Warum ist er so wichtig für die neue Regierung?

Der *KRRiT*, die Regulierungsbehörde für die elektronischen Medien, ist ein staatliches Verfas-

sungsorgan. Die Geschichte des Rundfunk- und Fernsehrats nahm am 29. Dezember 1992 ihren Anfang. Damals verabschiedete der Sejm ein Rundfunk- und Fernsehgesetz, das am 1. März 1993 in Kraft trat. Bis zum 29. Dezember 2005 bestand der Rat aus neun Mitgliedern, die unterschiedliche gesellschaftliche und politische Gruppen repräsentierten. Vier von ihnen ernannte der Sejm, zwei der Senat und drei der Präsident. Die Amtszeit eines jeden *KRRiT*-Mitglieds dauerte sechs Jahre. Alle zwei Jahre wurde ein Drittel der Mitglieder ausgetauscht. Nach einer Gesetzesnovelle vom 27. Dezember 1995 wählten die Mitglieder den Ratsvorsitzenden aus ihrem Kreis mit absoluter Stimmenmehrheit.

Das Gesetz vom Dezember 2005 verkleinerte den *KRRiT* auf fünf Mitglieder. Zwei davon bestimmt der Staatspräsident, zwei der Sejm und eines der Senat. Eine komplette Neuwahl erfolgte Ende Januar 2006. Eine weitere entscheidende Neuerung besteht darin, dass der Vorsitzende des Rats fortan durch den polnischen Präsidenten ernannt wird. Das polnische Verfassungsgericht erklärte zwar einzelne Vorschriften des Gesetzes für nicht verfassungsgemäß, lehnte es aber nicht als ganzes ab.

Laut Gesetz ist der *KRRiT* zwar kein Stellenbesetzungsorgan für die öffentlich-rechtlichen elektronischen Medien. Doch in der Realität zeigen Politiker der *PiS* ziemlich unverhohlen, dass sie den Rat als ein Instrument betrachten, mit dessen Hilfe sie Einfluss auf die öffentlichen Medien und insbesondere auf das Fernsehen nehmen können. Die eigentlichen Verlierer dieser Entwicklung sind paradoxerweise die Politiker selbst. Denn sogar in den Augen eines unbedarften Wählers wird ein Instrument, das von der Politik kontrolliert wird, über kurz oder lang wirkungslos. Ein Fernsehen, das nach jeder Wahl von Hand zu Hand geht, verliert unvermeidlich an Autorität und Glaubwürdigkeit.

Dabei hätte alles so schön werden können. Die Demokratie hatte so fundamentale Errungenschaften wie die Freiheit des Wortes und die Abschaffung der Zensur mit sich gebracht. Die öffentlichen elektronischen Medien erhielten einen neuen, vom Staat unabhängigen Status, auch wenn dieser nicht wie in Deutschland als „öffentlich-rechtlich“ bezeichnet wurde. Der nicht-kommerzielle polnische Rundfunk und das polnische Fernsehen sind Handelsgesellschaften, denen durch die Mediengesetzgebung bestimmte Beschränkungen auferlegt sind. Gleichzeitig sind sie Einpersonengesellschaften des Staatsschatzes. Diese Struktur war ursprünglich dazu gedacht, die elektronischen Medien vor einer politischen Einflussnahme durch Parlament, Regierung und Präsident zu bewahren.

Die polnischen Medien nach 1989 – Politisierung vs. Depolitisierung

Politisierung versus Depolitisierung der öffentlich-rechtlichen Medien – dieses Thema zieht sich seit 1989 wie ein roter Faden durch den öffentlichen Diskurs in Polen. Als der *KRRiT* gebildet wurde, geschah dies eben mit der Intention, die öffentlich-rechtlichen Medien zu entpolitisieren. Da seine Mitglieder jedoch durch Politiker berufen werden, ist er de facto doch eine politische Institution. Bis zur Änderung der Gesetzgebung 2005 bestand die interessante Konstellation, dass die Amtszeiten der Ratsmitglieder versetzt zu den parlamentarischen Legislaturperioden lagen. Da bislang bei jeder Parlamentswahl die Macht von einem politischen Lager auf ein anderes überging, bedeutete dies in der Praxis, dass nach der Wahlniederlage des jeweiligen Regierungslagers im Rundfunk- und -fernsehrat (und infolgedessen auch in den von diesem bestimmten Aufsichtsräten der öffentlich-rechtlichen Medien, welche wiederum über die Besetzung der Vorstände der einzelnen Rundfunk- und Fernsehanstalten entschieden) Vertreter saßen, die nicht unbedingt als regierungstreu galten.

Theoretisch hätte diese Art von „Cohabitation“ eine ideale demokratische Lösung sein können. Schließlich – so die Annahme – kann es der Demokratie nur zugute kommen, wenn der Regierung Medien auf die Finger schauen, die von der Opposition kontrolliert werden. Doch es kam ganz anders. Die Medien konnten es keinem der politischen Lager wirklich recht machen. Lech Wałęsa, legendärer *Solidarność*-Führer und 1990–1995 polnischer Staatspräsident, warf dem Fernsehen während seiner Präsidentschaft vor, es sei ihm nicht freundlich gesonnen, sondern unterstütze einseitig den Ministerpräsidenten Waldemar Pawlak (1992 und 1993–1995 von der *Polnischen Bauernpartei, Polskie Stronnictwo Ludowe – PSL*). Die konservativen Parteien, insbesondere die *Wahlaktion Solidarność (Akcja Wyborcza Solidarność – AWS)*, wiederum bemängelten, dass das öffentlich-rechtliche Fernsehen die christlichen Werte zu wenig propagiere. Kurzum, jede politische Gruppierung fühlte sich von den öffentlich-rechtlichen Medien ungerecht behandelt bzw. übergangen und warf ihnen eine unausgewogene Berichterstattung und Manipulation der öffentlichen Meinung vor.

Eine besonders interessante Konstellation ergab sich nach den Parlamentswahlen 1993, die das Wahlbündnis der *SLD*, in dem die Postkommunisten dominierten, für sich entscheiden konnte. Der Linksregierung stand damals ein politisch rechtsgerichteter *KRRiT* gegenüber, der die Verwaltung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens entsprechend be-

setzte. Paradoxerweise trug diese Konstellation zu einer Niederlage der politischen Rechten bei. Trotz der rechtslastigen Intendanz des öffentlich-rechtlichen Fernsehens musste sich bei den Präsidentschaftswahlen 1995 Lech Wałęsa dem Kandidaten der Linken, Aleksander Kwaśniewski, geschlagen geben.

Dies war ganz offensichtlich das Ergebnis einer Fehlkalkulation, hinter der das Bestreben stand, bei den nächsten Parlamentswahlen den Linksrutsch von 1993 wieder rückgängig zu machen. Diese Intention äußerte sich in einer deutlich tendenziösen, gegen die politische Linke gerichteten Berichterstattung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Auf einen bedeutenden Teil der Zuschauer wirkte jedoch eine solche einseitige, ja teilweise propagandistische Berichterstattung eher abstoßend; schließlich hatte man noch lebhaft die kommunistische Propaganda zu Zeiten der Volksrepublik in Erinnerung. Die Folge war, dass sich viele Wähler in einer Art Trotzreaktion 1995 für den Präsidentschaftskandidaten des linken politischen Lagers entschieden. Es muß jedoch auch erwähnt werden, dass nach den Parlamentswahlen 1997 eine Mitte-Rechts-Koalition an die Regierung kam, die nun ihrerseits über die „linke Fernsehmacht“ lamentierte. Dieses Spiel durchbrach erst die Änderung der Zusammensetzung des *KRRiT* Ende 2005.

Entpolitisierung der Medien bedeutet u.a. die Verdrängung von Sympathisanten des politischen Gegners aus dem Vorstand der öffentlich-rechtlichen Medien und die Besetzung dieser Posten mit Leuten, die dem eigenen politischen Lager nahestehen. Ganz sicher jedoch lassen sich die Medien nicht durch solche abwegigen Methoden „entpolitisieren“, wie sie in den letzten Jahren von verschiedenen Seiten vorgeschlagen wurden, etwa dadurch, dass man die Medien unter die Aufsicht von Hochschulrektoren oder von Vertretern der Künstlerverbände stellt, ganz so als hegten diese keine politischen Sympathien.

Über den Autor

Michał Maliszewski, Kunsthistoriker und Journalist, arbeitete u.a. als Kommentator zur Außenpolitik der Nachrichtensendung „Panorama“ des 2. Programms des Polnischen Fernsehens (TVP). Er war Chef der Nachrichtensendung „Wiadomości“ des 1. Programms des TVP und Direktor der TV-Informationsagentur „Telewizyjna Agencja Informacyjna“; z.Zt. Direktor des Polnischen Instituts in Leipzig.

Ausblick

Die polnischen Medien stehen vor neuen Herausforderungen, insbesondere seit das ausländische Kapital Polens Medienmarkt mit beachtlichen 40 Millionen Konsumenten für sich entdeckt hat. Der Einstieg des Medienmagnaten Rupert Murdoch in den katholischen Fernsehsender *TV Puls* hat neue Investoren aufgeschreckt. Der deutsche Springer-Konzern hat wie erwähnt einen Vertrag über eine Minderheitsbeteiligung an *Polsat* unterzeichnet. Zuvor hatte sich der Bauer Verlag die Mediengruppe Broker FM einverleibt, die unter anderem den Radiosender *RMF* betreibt. Der Bauer-Verlag avancierte dadurch mit einem Schlag zum Marktführer auf dem polnischen Radiomarkt. Diese Übernahmen zeigen, in welche Richtung sich der polnische Medienmarkt entwickelt: Die Konsolidierung ist in vollem Gange. Es wird nicht lange dauern, und der polnische Markt wird unter einer Handvoll riesiger Mediengruppen aufgeteilt sein.

Hinzu kommen technische Herausforderungen. Vor allem die Entstehung neuer multimedialer Plattformen wird für eine Art technologischer Selektion sorgen. Den Konkurrenzkampf werden nur die finanziell stärksten Anbieter mit dem attraktivsten Programm überleben. Die Kombination aus Konzentration im Mediensektor und den ganz eigenen Vorstellungen der Politik von den Aufgaben und der Zukunft der Medien wird auf absehbare Zeit genügend Zündstoff für eine heiße öffentliche Debatte liefern.

*Übersetzung aus dem Polnischen: Franziska Herbst
Dieser Beitrag ist die leicht überarbeitete Fassung eines
Artikels, der in der Zeitschrift
OSTEUROPA 11–12/2006 erschienen ist.*