

Qualität und Einschaltquoten  
in Fernsehen und Hörfunk:  
ein Widerspruch? DigitAll: Hören  
und Sehen wie noch nie -



Rückblick und  
Ausblick



Qualità e  
ascolti nella radiotelevisione: una  
contraddizione? DigitAll:  
I media digitali entrano in casa -  
Situazione e prospettive



Landesbeirat für Kommunikationswesen  
Comitato provinciale per le comunicazioni  
Consulta provinciala por les comunicaziuns



Qualität und Einschaltquoten  
in Fernsehen und Hörfunk:  
ein Widerspruch? DigitAll: Hören  
und Sehen wie noch nie -



Rückblick und  
Ausblick



Qualità e  
ascolti nella radiotelevisione: una  
contraddizione? DigitAll:  
I media digitali entrano in casa -  
Situazione e prospettive



Landesbeirat für Kommunikationswesen  
Comitato provinciale per le comunicazioni  
Consulta provinciale per les comunicaziuns

© 2006

Landesbeirat für Kommunikationswesen  
Comitato provinciale per le comunicazioni  
Consulta provinciale per les comunicaziuns

Italienallee · Corso Italia 17  
39100 Bozen · Bolzano  
[www.landtag-bz.org/kommunikationsbeirat](http://www.landtag-bz.org/kommunikationsbeirat)  
[www.consiglio-bz.org/comitatocomunicazioni](http://www.consiglio-bz.org/comitatocomunicazioni)

*Fotos:*

Seite 19: Einsetzung Beirat – Landtag (Karl Wolf)  
Seite 22, 2 Fotos: 1. Sitzung und Eröffnung Büro – Landtag (Karl Wolf)  
Seite 22, 23 und 24 – Fotos Mitglieder:  
    Foto Tötsch, Agostini, Brugger und Walpoth – Landtag (Karl Wolf)  
    Foto Viehweider und Waibl privat  
    Foto Kucera – Foto March Brixen  
Seite 26: Publikum Tagung Brixen – Foto March Brixen  
Fotos Referenten Tagung Brixen  
Seite 28, 33, 37, 41, 48 – Foto March Brixen  
Seite 52: Foto Feuer – Othmar Seehauser  
Seite 56: Foto Gamper – privat  
Seite 65: Knopfdruck und Publikum – Othmar Seehauser  
Seite 67 und 70: Umsetzer – Fotos der RAS, [www.ras.bz.it](http://www.ras.bz.it)  
Fotos Referenten Tagung in Meran  
Seite 72, 75, 78, 82, 85 (selbe wie Seite 52), Seite 87 – Othmar Seehauser

*Grafische Gestaltung:* Hermann Battisti, Bozen

*Druckvorstufe:* Typoplus, Frangart

*Druck:* Athesia Druck, Bozen

Inhaltsverzeichnis  
Sommario  
Contegnü

|   |    |
|---|----|
| Vorwort .....   | 6  |
| Prefazione .....  | 7  |
| Prefaziun .....   | 8  |
| <br>  |    |
| Zum Auftakt .....   | 9  |
| Al via .....  | 11 |
| Da pié ia. ....   | 13 |
| <br>  |    |
| Aufsichtsbehörde für das Kommunikationswesen .....                            | 14 |
| Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni .....                            | 15 |
| <br>  |    |
| Landesbeirat für Kommunikationswesen. ....                                    | 16 |
| Comitato provinciale per le comunicazioni .....                               | 18 |
| Consulta provinziala por les comunicaziuns .....                              | 20 |
| <br>  |    |
| Tagung in Brixen/Convegno a Bressanone .....                                  | 25 |
| <b>Qualität und Einschaltquoten: ein Widerspruch?</b>                         |    |
| <b>Merkmale von »besonders wertvollen« Sendungen in Hörfunk und Fernsehen</b> |    |
| <b>Qualità e ascolti: una contraddizione?</b>                                 |    |
| <b>Che cos'è un programma radiotelevisivo di «particolare valore»</b>         |    |
| <br>  |    |
| Tagung in Meran/Convegno a Merano .....                                       | 63 |
| <b>DigitAll: Hören und Sehen wie noch nie</b>                                 |    |
| <b>DigitAll: I media digitali entrano in casa</b>                             |    |





Zum Auftakt  
AI via  
Da pié ia

## Vorwort

Medien – gerade die täglich erscheinenden und auf Sendung gehenden – sind Ausdruck der Kultur ihres Einzugsgebietes. Entsprechend wichtig sind Medien und deren Vielfalt in einem mehrsprachigen Land wie dem unseren, in dem es gilt, möglichst alle gesellschaftlich relevanten Themen aufzubereiten und dabei auch noch so gut als möglich die oft unterschiedlichen Sichtweisen der einzelnen Sprachgruppen zu berücksichtigen.

Dass diese kulturelle Bedeutung der Medien auch von Seiten der Politik erkannt worden ist, und zwar schon sehr früh, zeigt nicht zuletzt die Tatsache, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Südtiroler Medienlandschaft, vor allem im elektronischen Bereich, bereits in den Autonomiebestimmungen festgelegt sind. Darüber hinaus hat man mit entsprechenden Zuweisungen und der Unterstützung der RAS dafür gesorgt, dass die für den Rundfunkempfang – auch aus dem benachbarten Ausland – notwendigen technischen Einrichtungen laufend angepasst und modernisiert worden sind, sodass wir heute optimale Voraussetzungen für die elektronischen Medien bieten können.

Mit dem Landesbeirat für Kommunikationswesen verfügen wir außerdem über ein Organ, das rechtliche und organisatorische Fragen im Bereich der Medienlandschaft zu klären imstande ist und – besonders wichtig in Zeiten der viel zitierten Mediokratie – dafür sorgt, dass die Regelungen über den gleichberechtigten Zugang zu den Medien nicht toter Buchstabe bleiben.

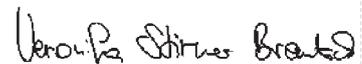
Die öffentlichen Veranstaltungen des Beirates, deren Ergebnisse in der vorliegenden Broschüre ihren Niederschlag finden, zeigen schließlich, dass der Beirat nicht nur rechtlich und organisatorisch gefragt ist. Vielmehr muss die Mediendiskussion noch auf zwei weiteren Schienen laufen. Zum einen geht es um die Diskussion über die Qualität von Medieninhalten, denn gerade vor dem Hintergrund einer wahren Informationsflut kommt der qualitativ hoch stehenden Aufbereitung dieser Informationen eine besondere Bedeutung zu. Und die zweite Schiene ist die technische, die vor allem dank der digitalen Revolution und der daraus erwachsenden Chancen wieder an Aktualität gewonnen hat. Dabei sind die Grundlagen, von dieser Revolution zu profitieren, in Südtirol bereits gelegt worden, der Startschuss für digitales Fernsehen und Radio ist bereits gefallen.

Vor diesem Hintergrund sind die Beiträge in dieser Broschüre mehr als aktuell und im Grunde für alle Medienkonsumenten – und wer ist dies nicht? – von Interesse. Dem Landesbeirat für Kommunikationswesen gilt deshalb unser Dank für sein Engagement, für die Herausforderungen, die anstehen, wünschen wir viel Erfolg.



**Luis Durnwalder**

Landeshauptmann



**Veronika Stirner Brantsch**

Landtagspräsidentin

## Prefazione

I mass media, stampa, radio e televisione sono espressione della cultura del loro bacino d'utenza. È quindi evidente l'importanza che rivestono i mass media e la loro molteplicità in una provincia come la nostra, caratterizzata da più lingue, nella quale è importante illustrare tutte le tematiche rilevanti per la società, tenendo nella giusta considerazione i punti di vista, spesso differenti, che caratterizzano i singoli gruppi linguistici.

Il fatto che questo importante ruolo culturale ricoperto dai mass media sia stato riconosciuto, ed anche molto presto, da parte della politica è dimostrato, tra l'altro, dal fatto che le condizioni quadro di carattere giuridico per i mass media altoatesini, soprattutto per quelli che operano nel campo dell'elettronica, sono state fissate già nell'ambito delle norme dello Statuto di autonomia.

Inoltre, con le relative assegnazioni e con il sostegno della RAS si è fatto in modo di adeguare costantemente e di modernizzare le necessarie infrastrutture tecnologiche per la ricezione dei programmi, anche di quelli provenienti dall'estero, in modo tale da poter offrire i presupposti ottimali per la ricezione dei mass media elettronici.

Grazie al Comitato provinciale per le comunicazioni disponiamo, inoltre, di un organismo che è in grado di chiarire le questioni di carattere giuridico ed organizzativo che emergono nell'ambito dei mass media, un aspetto questo particolarmente importante in un'epoca come la nostra da più parti denominata «massmedia-crazia», e fa sì che non rimanga lettera morta la regolamentazione riguardante la pari opportunità di accesso ai media.

Le manifestazioni pubbliche del Comitato, i cui risultati sono illustrati nella presente pubblicazione, dimostrano, infine, che gli interventi del Comitato non sono richiesti solamente dal punto di vista giuridico ed organizzativo. La discussione riguardo ai mass media si articola, infatti, lungo due ulteriori binari. Da un lato si tratta della discussione riguardo alla qualità dei contenuti dei media, poiché proprio di fronte alla vera e propria valanga delle informazioni si deve ascrivere una particolare importanza all'elevato livello qualitativo del modo di proporre queste informazioni.

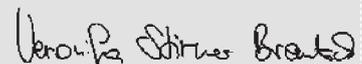
Il secondo binario è rappresentato dall'aspetto tecnico che ha acquisito nuovamente una particolare attualità grazie soprattutto alla rivoluzione digitale ed alle opportunità che da essa derivano. In Alto Adige sono già state poste le basi per trarre profitto da questa rivoluzione, il segnale d'avvio per la televisione e la radio digitale è già stato attivato.

A fronte di questi sviluppi i contributi nella presente pubblicazione sono più che attuali ed interessanti, in ultima analisi, per tutti gli utenti dei mass media (e chi non lo è?). Rivolghiamo quindi il nostro ringraziamento al Comitato provinciale per le comunicazioni per il suo impegno e gli auguriamo di affrontare con successo le sfide future.



**Luis Durnwalder**

Presidente della Provincia



**Veronika Stirner Brantsch**

Presidente del Consiglio provinciale

## Prefaziun

I massmedia – televijiun, radio y folieč – rapresentèia la cultura de n raiun. Te n raiun sciöche le nost, olache trèi grups linguistics convir, à porchèl i massmedia na importanza particulara. Vigni grup linguistich singul mëss gni rapresentè tla medema maniera, inçe sce vignun à d'atres prioritès.

L'importanza culturala di massmedia é bele gnüda reconosciüda scialdi adora da pert dla politica: bele tl Statut d'Autonomia èl gnü ponsè da istituzionalisé y da regolamentè i massmedia por la defenüda dles mendranzes linguistiches.

Cun la Consulta provinciala por les comunicaziuns à la Provinzia a desposizion n organ che é bun da stlari les chestiuns iuridiches y d'organisaziun tl setur dles comunicaziuns. Fora che rapresentè i massmedia di trèi grups linguistics à chësc organ inçe la inciaria da controlè che les regolamentaziuns por ci che reverda l'azès paritetich ales informaziuns vègnes respetades.

Les manifestaziuns publiches dla Consulta dades dant te chësta brosciüra desmostra súa importanza iuridica y organisatorica. Implü é da nominé ciamò dui d'atri punc important: da öna na pert se trátera dla discusciun sön la cualité di programs y di tesc, y dal'atra pert dla revoluziun tecnologica di ultimi tèmps. Te Südtirol èl porater bele gnü metü la fondamènta por le radio y la televijiun digital.

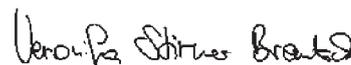
Tignin cunt de chisc aspec é les tematiches de chësta brosciüra de gran atualité y zënza-ter d'interès general.

Ala Consulta provinciala por les comunicaziuns ti val porchèl n gran giulan por so impègn y tröp suzès por les sfidades dl dagni.



**Luis Durnwalder**

Presidènt dla Provinzia



**Veronika Stirner Brantsch**

Presidènta dl Cunsèi provinziel

## Zum Auftakt

Den Landesbeirat für Kommunikationswesen gibt es in seiner jetzigen Form seit dem 18. März 2002, also seit dem Tag, an dem das entsprechende Landesgesetz in Kraft trat. Sein Vorgänger war der Landesbeirat für Rundfunkwesen.

Beide Körperschaften – sowohl die frühere als auch die jetzt bestehende – waren und sind Funktionsgremien der staatlichen Aufsichtsbehörde für das Kommunikationswesen, die mit dem Staatsgesetz vom 31. Juli 1997 ins Leben gerufen wurde.

Die Zuständigkeiten der staatlichen Aufsichtsbehörde und ihrer regionalen bzw. im Fall der Autonomen Provinz Bozen provinziellen Behörden wurden durch ein Staatsgesetz bzw. ein Landesgesetz festgelegt.

Damit sind wir bei der ersten Aufgabe, die sich diese Broschüre zum Ziel gesetzt hat: bei einer zwar gerafften, aber trotzdem informativen Vorstellung des Landesbeirates für Kommunikationswesen.

Der zweite Abschnitt ist der Tagung gewidmet, die vom Landesbeirat zusammen mit der Cusanus-Akademie in Brixen am 4. März 2005 veranstaltet wurde. Bei ihr ging es um die Frage, welche Voraussetzungen besonders wertvolle Sendungen in Hörfunk und Fernsehen erfüllen müssen.

Eine weitere von uns im vergangenen Jahr veranstaltete Tagung – dieses Mal in Zusammenarbeit mit der RAS anlässlich von deren 30jährigem Bestehen – gab in Meran am 14. Oktober 2005 einen Überblick über die bevorstehende totale Umstellung auf die Digitaltechnik. Auch diese Tagung kommt in dieser Broschüre ausführlich zu Wort und ins Bild, wobei wir uns bewusst dafür entschieden haben, die jeweiligen Referate nur in der vortragenen Sprache abzdrukken.

So viel in knappen Worten zum Inhalt der vorliegenden Broschüre. Was nun den Landesbeirat für Kommunikationswesen als solchen betrifft, so ist er tätig in einem Bereich, der wie kaum ein anderer gesetzlich reguliert ist. Den Beweis dafür liefert der Einheits-text für den Fernseh- und Hörfunkbereich vom 31. Juli 2005, in dem alle Bestimmungen zusammengefasst sind. Es besteht grundsätzlich kein Zweifel darüber – weder in Italien noch darüber hinaus in der Europäischen Gemeinschaft –, dass es solcher gesetzlichen Regelungen in einem so delikaten Sektor wie dem der Kommunikation braucht. Die Frage lautet nur: wie soll diese Regelung aussehen?

Die technischen und wettbewerblichen Rahmenbedingungen haben sich in den letzten Jahren rasant verändert und werden dies auch weiterhin tun. Die Digitalisierung führt nicht nur zu einer Vervielfachung der Übertragungsmöglichkeiten, sondern erlaubt auch eine bisher ungeahnte Vielfalt der Angebote. Neben dem klassischen Hörfunk und Fernsehen werden dem Nutzer künftig auch rundfunkfremde Dienste zur Verfügung stehen, die er nicht nur passiv rezipieren, sondern auch aktiv mitgestalten wird können. Allein schon aus diesem Grund wird eine Rechtskontrolle im Rundfunkwesen im weitesten Sinn des Wortes auch in Zukunft unerlässlich sein, umso mehr, als diesem Bereich seit jeher eine besondere Bedeutung zukommt. Es wird Standards für die programmliche Tätigkeit geben müssen. Angesichts der Gefahren des Internets werden die Herausforderungen an den Schutz der Kinder und Jugendlichen wachsen. Die Werbung muss im Interesse der redaktionellen Unabhängigkeit und des Verbrauchers auch weiterhin Grundanforderungen erfüllen.

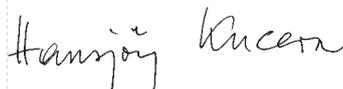
Für Professor Wolfgang Thaenert, Direktor der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk, ist es durchaus vorstellbar, dass die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmun-

gen auch abgeändert werden kann. Insbesondere sollte, wie er auf den letzten Medientagen in München betonte, die Stärkung der Verantwortung der Inhalteanbieter vorangetrieben werden. Also: Selbstkontrolle ist sinnvoll und begrüßenswert, aber nur in Kombination mit einer wirkungsvollen gesetzlichen Absicherung. Eine weitere und dringliche Aufgabe besteht darin, die Medienkompetenz beim Nutzer, und zwar vor allem beim jugendlichen Nutzer, zu fördern.

Wie immer aber auch die weitere Entwicklung im Medienbereich verlaufen wird – hier bei uns, in Italien, im übrigen Europa, in der Welt –, gewisse Aufgaben wird eine Regulierungsbehörde, in unserem Fall der Landesbeirat für Kommunikationswesen, auch im digitalen Zeitalter zu erfüllen haben. Die veränderten Rahmenbedingungen entheben die Regulierungsbehörden nicht ihrer Pluralismuskontrolle.

Die einzelnen Länder werden auf unterschiedliche Weise diese Aufgaben zu bewältigen versuchen. Die grundsätzliche Notwendigkeit dieser Aufgaben ist aber nicht wegzudiskutieren. Der Landesbeirat für Kommunikationswesen wird sich im Rahmen seiner Möglichkeiten bemühen, seinem gesetzlichen Auftrag nachzukommen.

Am Ende bleibt uns nur noch zu danken: der Landesverwaltung für ihre Unterstützung, der Cusanus-Akademie bzw. der Rundfunk-Anstalt Südtirol RAS sowie den Referenten bei den zwei Tagungen und all jenen, die an der Verwirklichung dieser Broschüre mitgearbeitet haben.



**Hansjörg Kucera**

Präsident des Landesbeirates  
für Kommunikationswesen

Il Comitato provinciale per le comunicazioni (Corecom) esiste nella forma attuale dal 18 marzo 2002, vale a dire dal giorno in cui è entrata in vigore la corrispondente legge provinciale. Il suo predecessore era il Comitato provinciale per i servizi radiotelevisivi (Corerat).

Entrambi i comitati – quello passato e quello presente – erano e sono organi funzionali dell’Autorità statale per le Garanzie nelle Comunicazioni creata con la legge statale del 31 luglio 1997.

I compiti dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e i suoi organi regionali, o provinciali nel caso della Provincia Autonoma di Bolzano, sono stati definiti mediante legge statale ovvero provinciale.

Veniamo dunque al primo degli obiettivi che questo opuscolo si propone: descrivere in modo sintetico ma completo il Comitato provinciale per le comunicazioni.

La seconda parte è invece dedicata al convegno organizzato dal Comitato assieme all’Accademia Cusanus di Bressanone il 4 marzo 2005 e dedicato ai requisiti che devono soddisfare i programmi radiotelevisivi di particolare valore.

Un altro convegno organizzato dal Comitato il 14 ottobre 2005 a Merano – questa volta in collaborazione con la RAS (Radiotelevisione Azienda Speciale) per il suo 30° anniversario – ha illustrato le novità legate alla prossima introduzione del digitale terrestre. L’opuscolo parla ampiamente anche di questo convegno, documentato anche con immagini; per quanto riguarda gli interventi si è deciso di riportarli solo in lingua originale. Questo è in breve il contenuto dell’opuscolo.

Per quanto concerne invece il Comitato provinciale per le comunicazioni in quanto tale, esso opera in un settore in cui le disposizioni legislative sono molteplici, come dimostra il Testo unico della radiotelevisione del 31 luglio 2005, che riassume tutte le disposizioni in materia. Tutti sono sostanzialmente d’accordo – sia in Italia sia nell’Unione Europea – nel ritenere che un settore «sensibile» come quello delle comunicazioni abbia bisogno di una regolamentazione legislativa. La domanda che si pone è però la seguente: come deve essere tale regolamentazione?

Negli ultimi anni sono cambiate rapidamente sia la tecnologia sia il regime concorrenziale e anche in futuro le cose continueranno a mutare velocemente. L’introduzione della tecnologia digitale da una parte moltiplica le possibilità di trasmissione e dall’altra aumenta l’offerta di servizi in modo del tutto nuovo. In futuro oltre ai programmi radiofonici e televisivi classici saranno disponibili anche servizi non propriamente radiotelevisivi, che l’utente non si limiterà a fruire passivamente in quanto potrà interagire direttamente. Anche solo per questo sarà indispensabile pure in futuro prevedere per l’intero settore una regolamentazione giuridica quanto più ampia possibile, vista anche la particolare importanza che esso da sempre riveste. Ci dovranno essere degli standard per la programmazione; occorrerà prestare sempre più attenzione alla tutela dei giovani rispetto ai pericoli insiti in Internet. Anche la pubblicità deve soddisfare dei requisiti di base nell’interesse dell’indipendenza editoriale e ai fini della tutela del consumatore.

Secondo il professore Wolfgang Thaenert, direttore della LPR Hessen (Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk, una specie di Corecom del Bundesland) è possibile che possano essere cambiate anche le disposizioni legislative. In occasione dei *Medientage* di Monaco egli ha sostenuto la necessità di rendere maggiormente responsabili le emittenti. In altre parole, l’autocontrollo è giusto e auspicabile ma solo se affiancato da un’effi-

cace regolamentazione giuridica. Un altro importante obiettivo è quello di rendere più competente l'utente dei mezzi d'informazione, e in particolare i giovani.

A prescindere dai futuri sviluppi del settore delle comunicazioni – nella nostra provincia, nel resto d'Italia, nel resto d'Europa e nel mondo – determinati compiti dovranno essere affidati anche nell'era digitale a un'autorità di controllo, che nel nostro caso è il Comitato provinciale per le comunicazioni. I mutamenti avvenuti non esonerano le autorità di controllo dalle loro funzioni di tutela del pluralismo.

Anche se i singoli Paesi cercheranno di assolvere tali compiti in modi diversi, è fuori dubbio che tali problematiche vanno affrontate. Il Comitato provinciale per le comunicazioni farà tutto quanto in suo potere per assolvere i compiti affidatigli dalla legge.

Per concludere non ci resta che ringraziare l'amministrazione provinciale per il sostegno fornito, l'Accademia Cusanus e la RAS (Radiotelevisione Azienda Speciale) nonché i relatori che hanno partecipato ai due convegni, e tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di questo opuscolo.



**Hansjörg Kucera**

Presidente del Comitato provinciale  
per le comunicazioni

## Da pié ia

Cun la lege provinziála di 18 de merz 2002, nr. 6 él gnü istituì la Consulta provinziála por les comunicaziuns che à remplazè la Consulta provinziála por i sorvisc radiotelevisifs da denant. Trami i ênc, sides chël da denant che chël da sègn, è y é organns funzionai dl'Autorité por les garanzies tles comunicaziuns (Agcom) che é l'autorité de control a li-vel statal.

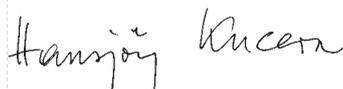
Tla pröma pert de chësta brosciüra vègn la Consulta provinziála por les comunicaziuns descrita te na forma sintetica mo impò completa. Tla secunda pert vègnel tratè le convègn tigni ai 4 de merz 2005 dala Consulta deboriada cun l'Academia Cusanus da Porsenù sòn les condiziuns che i programs de radio y televijiun à da adempli. Te chësta brosciüra vègnel incè tratè le convègn metù a ji ai 14 d'otober 2005 da pert dla Consulta a Maran en colaboraziun cun la RAS olach'al é gnü mostrè sò les novitès liades ala tecnologia digitala.

La Consulta provinziála por les comunicaziuns laora te n setur olach'al é tröpes desposiziuns de lege. Al basta ti ciarè al Test unich dla radiotelevijiun di 31 de lugio 2005 che contègn en cört dotes chëstes desposiziuns.

Sòn öna na cossa éson sides tla Talia che tla Uniun Europeica a öna: al va assolutamènter debojëgn de regolamentaziuns iuridiches te n setur sciöche chël dla comunicaziun olache i mudamènc vègn a s'al dè tan aslöm. Dantadöt cun la digitalisaziun gnaral da öna na pert multipliché les posibilitès de trasmisciun, dal'atra se dèurel ai consumènc y ales consumèntes na grandiscima varieté de ofertes te na manira daldöt nöia. Porchël jaral debojëgn tl dagni da regolamentè ciamò deplü chësc setur, dantadöt por ci che reverda la defenüda dla jonèza dai prighi de internet. Incè le retlam mëss adempli les ghiranzes de basa tl interès dl'independènza redazionala y di consumadus.

Bele anfat sciöche le svilup tl setur medial jarà inant; la Consulta provinziála por les comunicaziuns arà incè te n'èra digitala la funziun de autorité de control.

Por stlùje jö orésson rengrazié l'aministrazion provinziála por so sostègn, l'Academia Cusanus y la RAS sciöche incè i reladus che à tut pert ai dui convègns y che à portè pro ala realisaziun de chësta brosciüra.



**Hansjörg Kucera**

President dla Consulta provinziála  
por les comunicaziuns

## Aufsichtsbehörde für das Kommunikationswesen



Die Aufsichtsbehörde für das Kommunikationswesen (Agcom) ist eine unabhängige Behörde, die mit Gesetz vom 31. Juli 1997, Nr. 249 eingesetzt wurde und seit 1998 tätig ist. Laut Gesetz verfasst sie jährlich (binnen 30. Juni) einen Tätigkeitsbericht für das Parlament, trifft ihre

Entscheidungen aber autonom, wobei sie im Kommunikationsbereich sowohl die Interessen der Anbieter als auch jene der Verbraucher schützt.

Es handelt sich um eine »konvergente« Behörde, da der italienische Gesetzgeber einem einzigen Organ Regulierungs- und Kontrollfunktionen in den Bereichen Telekommunikation, Rundfunk und Verlagswesen überträgt. Diese Entscheidung ist auf die tiefgreifenden Veränderungen durch den Einsatz der digitalen Technologie zurückzuführen, welche die Unterschiede zwischen den verschiedenen Kommunikationsmitteln abschwächt, wenn nicht gar aufhebt, die zu Übermittlern von immer interaktiveren Inhalten – Bildern, Stimme und Daten – geworden sind.

Telefon, Fernsehen und Computer werden sich zwangsläufig ergänzen, auf derselben technologischen Plattform zusammenlaufen und auf diese Weise das Spektrum der verfügbaren Dienste erweitern.

Die Agcom ist eine Aufsichtsbehörde, welche die Aufgabe hat, den korrekten Wettbewerb der Anbieter auf dem Markt zu gewährleisten und das Grundrecht der Konsumfreiheit der Bürger zu wahren. In diesem Sinne sieht das Gesetz, mit welchem die Aufsichtsbehörde errichtet wurde, einen bei der Aufsichtsbehörde angesiedelten gesamtstaatlichen Rat der Verbraucher vor, welcher der Aufsichtsbehörde, dem Parlament und der Regierung Gutachten und Vorschläge zwecks Wahrung der Rechte in Sachen Kommunikation vorlegt.

Organe der Aufsichtsbehörde sind der Präsident, der Rat, die Kommission für Infrastrukturen und Netze (CIR) und die Kommission für Dienste und Produkte (CSP). Die beiden Kommissionen sind zusammengesetzt aus jeweils vier Mitgliedern plus dem Präsidenten. Der Rat besteht aus dem Präsidenten und allen Kommissionsmitgliedern.

### Sitz Neapel

Centro Direzionale  
Isola B5 – Torre Francesco  
80143 Napoli  
Tel. 081 750 571 11  
Fax 081 750 56 16  
E-Mail: [info@agcom.it](mailto:info@agcom.it)

### Büros in Rom

Via delle Muratte, 25  
00187 Roma  
Tel. 06 696 441 11  
Fax 06 696 449 26

*Informationen über die Tätigkeit  
der Aufsichtsbehörde  
finden Sie auf der Homepage  
[www.agcom.it](http://www.agcom.it)*

### Präsident

Corrado Calabrò

### Kommissionsmitglieder

Nicola D'Angelo (CIR)

Giancarlo Innocenzi (CSP)

Roberto Napoli (CIR)

Michele Lauria (CSP)

Gianluigi Magri (CSP)

Stefano Mannoni (CIR)

Enzo Savarese (CIR)

Sebastiano Sortino (CSP)

### Generalsekretär

Roberto Viola

## Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni



L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (Agcom) è un'Autorità indipendente, istituita dalla legge 31 luglio 1997 n. 249 e attiva dal 1998. Essa relaziona per legge, annualmente (entro il 30 giugno di ogni anno), la propria attività al Parlamento, ma delibera in modo autonomo, anche rispetto al mercato sul quale esercita un ruolo di garante, tanto degli operatori, quanto degli utenti.

È un'Autorità «convergente», in quanto il legislatore italiano attribuisce ad un unico organismo funzioni di regolamentazione e vigilanza nei settori delle telecomunicazioni, dell'audiovisivo e dell'editoria. Si tratta di una scelta giustificata dai profondi cambiamenti determinati dall'utilizzo della tecnologia digitale, che attenua, fino ad annullarle, le differenze fra i diversi mezzi, diventati veicolo di contenuti – immagini, voce e dati – sempre più interattivi. Telefono, televisione e computer sono destinati ad integrarsi, a convergere sulla medesima piattaforma tecnologica, ampliando in tal modo la gamma dei servizi disponibili.

L'Agcom è un'Autorità di «garanzia» che ha il compito di assicurare la corretta competizione degli operatori sul mercato e di tutelare i consumi di libertà fondamentali dei cittadini. In tal senso, la legge istitutiva prevede, presso l'Agcom, il Consiglio Nazionale degli Utenti che esprime pareri e formula proposte all'Agcom, al Parlamento e al Governo per la tutela dei diritti in materia di comunicazione.

Sono organi dell'Autorità il Presidente, il Consiglio, la Commissione Infrastrutture e Reti (CIR) e la Commissione Servizi e Prodotti (CSP). Le due Commissioni sono composte da quattro Commissari ciascuna, più il Presidente. Il Consiglio vede riuniti il Presidente e tutti i Commissari.

### **Presidente**

Corrado Calabrò

### **Commissari**

Nicola D'Angelo (CIR)

Giancarlo Innocenzi (CSP)

Roberto Napoli (CIR)

Michele Lauria (CSP)

Gianluigi Magri (CSP)

Stefano Mannoni (CIR)

Enzo Savarese (CIR)

Sebastiano Sortino (CSP)

### **Segretario Generale**

Roberto Viola

### **Sede di Napoli**

Centro Direzionale  
Isola B5 – Torre Francesco  
80143 Napoli  
Tel. 081 750 571 11  
Fax 081 750 56 16  
e-Mail: [info@agcom.it](mailto:info@agcom.it)

### **Uffici di Roma**

Via delle Muratte, 25  
00187 Roma  
Tel. 06 696 441 11  
Fax 06 696 449 26

*Per informazioni sulle attività  
dell'Autorità si può consultare il  
sito istituzionale all'indirizzo  
web [www.agcom.it](http://www.agcom.it).*

## Landesbeirat für Kommunikationswesen



Der Landesbeirat für Kommunikationswesen fußt auf zwei Gesetzen. Zum einen auf dem Staatsgesetz 249/97, mit dem die staatliche Aufsichtsbehörde für das Kommunikationswesen eingesetzt wurde. Gleich wie die anderen Aufsichtsbehörden ist sie eine unabhängige Körperschaft und nur dem Parlament gegenüber verantwortlich. Das Gesetz weist dieser Behörde eine zweifache Aufgabe zu: zum einen muss sie über die korrekte Verhaltensweise der Medien wachen, zum anderen muss sie die Grundrechte der Bürger im Mediensektor wahrnehmen.

Das zweite Standbein ist das Landesgesetz vom 18. März 2002, Nr. 6, mit dem der vorherige Rundfunkbeirat durch den jetzt tätigen Landesbeirat für Kommunikationswesen ersetzt wurde.

Auf Grund dieser gesetzlichen Ausgangsposition ist der Landesbeirat für Kommunikationswesen – genauso wie die entsprechenden Beiräte in allen übrigen Regionen Italiens beziehungsweise der Landesbeirat in der autonomen Provinz Trient – in zweifacher Hinsicht tätig, einerseits als Beratungsgremium für die Landesverwaltung in allen Fragen der Kommunikation, andererseits als Funktionsgremium, sozusagen als verlängerter Arm der staatlichen Aufsichtsbehörde, die einige ihrer Befugnisse an ihre regionalen (im Fall der autonomen Provinzen Bozen und Trient provinzialen) Organe mit einer eigenen Konvention delegiert. Für den Abschluss dieser Konvention zwischen der Aufsichtsbehörde und der Landesverwaltung sind erste Gespräche angelaufen. Unabhängig davon ist der Landesbeirat für Kommunikationswesen bereits jetzt für die Einhaltung der so genannten »par condicio« bei Wahlen zuständig.

Die beratenden Aufgaben sind im Landesgesetz vom 18. März 2002, Nr. 6 unter Artikel 4 festgelegt. Der Beirat

- a) berät das Land in allen Fragen des Kommunikationswesens,
- b) gibt Gutachten über Maßnahmen ab, die das Land zur Förderung der privaten lokalen Hörfunksender trifft, die gemeinnützige Sendungen gemäß Gesetz vom 6. August 1990, Nr. 223, ausstrahlen,
- c) unterbreitet dem Verwaltungsrat der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt Vorschläge in Bezug auf die Ausstrahlung lokaler Sendungen,
- d) regelt den Zugang zu den Sendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt auf Landesebene,
- e) erarbeitet Vorschläge und Kriterien, auch auf Grund von zu diesem Zweck durchgeführten Untersuchungen, Forschungen und Beratungen, für die Inhalte der Vereinbarungen zwischen dem Land und der Außenstelle der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt bzw. den privaten lokalen Rundfunksendern, insbesondere, was die Sicherung eines störungsfreien Rundfunkempfangs bzw. einen unrechtmäßigen Frequenzgebrauch sowie eine unrechtmäßige Frequenzüberlagerung und die Ermittlung objektiver Einschaltquoten betrifft, und begleitet die Durchführung der genannten Vereinbarungen,
- f) nimmt die von den Gesetzen vom 6. August 1990, Nr. 223, und vom 31. Juli 1997, N. 249, vorgesehenen Aufgaben wahr und arbeitet auf Anfrage mit dem Minister für das Kommunikationswesen, der Aufsichtsbehörde für das Kommunikationswesen sowie mit der parlamentarischen Kommission für die Rahmenrichtlinien und die Überwachung der Rundfunkdienste zusammen,

- g) übt die in den Zuständigkeitsbereich der Aufsichtsbehörde für das Kommunikationswesen fallenden Funktionen aus, die ihm von dieser im Sinne von Artikel 1 Absatz 13 des Gesetzes vom 31. Juli 1997, Nr. 249, auf Grund entsprechender Vereinbarungen übertragen werden.

Der Landesbeirat für Kommunikationswesen setzt sich zusammen aus dem Präsidenten und dem Vizepräsidenten, die von der Landesregierung ernannt werden und jeweils einer unterschiedlichen Sprachgruppe angehören müssen, sowie weiteren vier Mitgliedern, die vom Landtag in geheimer Abstimmung gewählt werden. Dabei muss die ladinische Sprachgruppe und die politische Minderheit im Landtag berücksichtigt werden. Der derzeit amtierende Landesbeirat ist am 28. Juni 2004 in Anwesenheit von Landtagspräsidentin Dr. Veronika Stirner Brantsch formell eingesetzt worden. Er bleibt eine Legislaturperiode im Amt. Präsident ist Dr. Hansjörg Kucera, Vizepräsident Dr. Angelo Agostini. Die weiteren vier Mitglieder sind Dr. Margaret Brugger, Georg Viehweider, Dr. Gunther Waibl und Ivo Walpoth. Sekretärin ist Dr. Daniela Tötsch. Das Büro des Landesbeirates befindet sich in Bozen, Italienallee 17, Telefon 0471 287 188, Fax 0471 405 172, E-Mail: kommunikationsbeirat@landtag-bz.org.

## Comitato provinciale per le comunicazioni



La legge 249/97 ha istituito l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (Agcom) che al pari delle altre Autorità previste dall'ordinamento italiano risponde del proprio operato al Parlamento, che ne ha stabilito i poteri, definito lo statuto ed eletto i componenti. L'Agcom è innanzitutto un'autorità di garanzia: la legge istitutiva affida all'Autorità il duplice compito di assicurare la corretta competizione degli operatori sul mercato e di tutelare i consumi di libertà fondamentali dei cittadini.

Con l'approvazione della legge provinciale del 18 marzo 2002, n. 6, il Consiglio Provinciale della Provincia Autonoma di Bolzano si è dotata del proprio Comitato provinciale per le comunicazioni in attuazione delle disposizioni contenute nella legge 249/97 che ne prevedeva l'istituzione allo scopo di assicurare sul territorio le funzioni di governo, vigilanza e controllo del sistema delle comunicazioni. Il Comitato provinciale per le comunicazioni, al pari degli altri comitati ormai presenti nella quasi totalità delle Regioni, opera nella duplice veste di organo della Provincia – per conto della quale, in relazione al Consiglio e alla Giunta, svolge soprattutto funzioni consultive – e di organo funzionale dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni per l'esercizio sul territorio di funzioni delegate. Tali funzioni sono conferite ai Corecom attraverso la sottoscrizione di una specifica convenzione, nel caso della nostra Provincia in fase di avvio. Indipendentemente da questa convenzione il Comitato provinciale per le comunicazioni ha il compito di controllo della cosiddetta «par condicio» durante le campagne elettorali.

Il Comitato provinciale per le comunicazioni è composto dal presidente e dal vicepresidente, che devono appartenere a gruppi linguistici diversi, nominati dalla Giunta provinciale all'inizio di ogni legislatura, nonché da quattro ulteriori componenti eletti dal Consiglio provinciale a scrutinio segreto. La composizione del Comitato deve adeguarsi alla consistenza dei gruppi linguistici, quale risulta dall'ultimo censimento generale della popolazione; va garantita anche la rappresentanza del gruppo linguistico ladino. Un componente del Comitato è eletto su proposta della minoranza politica.

Il Comitato provinciale per le comunicazioni in carica è stato istituito il 28 giugno 2004 in presenza della Presidente del Consiglio Provinciale Dr. Veronika Stirner Brantsch. Presidente è Dr. Hansjörg Kucera, vicepresidente Dott. Angelo Agostini. Gli altri componenti sono Dr. Margaret Brugger, Georg Viehweider, Dr. Gunther Waibl e Ivo Walpoth. Segretaria è Dr. Daniela Tötsch.

L'ufficio del Comitato provinciale per le comunicazioni si trova a Bolzano, Corso Italia 17, telefono 0471 287 188, fax 0471 405 172, [comprovcomunicazioni@consiglio-bz.org](mailto:comprovcomunicazioni@consiglio-bz.org).



*Am 28.06.2004 wurde der neue Landesbeirat für Kommunikationswesen in Anwesenheit von Landtagspräsidentin Veronika Stirner Brantsch (dritte von links) in sein Amt eingeführt.*

*Il 28.06.2004 è stato insediato il nuovo Comitato provinciale per le comunicazioni in presenza della Presidente del Consiglio Provinciale Veronika Stirner Brantsch (terza da sinistra).*

*Ai 28 de jügn 2004 èl gnü istitui la Consulta provinziala por les comunicaziuns en presènza dla presidenta dl Consèi provinzial Veronika Stirner Brantsch (terza da man ciampa).*

## La Consulta provinciala por les comunicaziuns



La Consulta provinciala por les comunicaziuns se basèia sòn dões leges. Un n pilaster portènt é la lege statale 249/97 cun chëra ch'al é gnü istituì l'Autorité por les garanzies tles comunicaziuns (Agcom). Sciöche les atres autoritès de control é chësta n ènt independènt y ma responsabl ti con-

frunc dl Parlamènt che à stabili sù podèis, definì le statut y nominè i comèmbri. La lege ti assegnèia a chëst'authorité na inciaria dopla: da öna na pert mëssera ciarè che i massmedia ais n comportamènt coret y dal'atra pert àra da defène i dèrc fundamentai di zitadins y dles zitadines tl setur di massmedia.

Le secundo pilaster portènt é la lege provinciala di 18 de merz 2002, nr. 6 cun chëra ch'al é gnü remplazè la Consulta provinciala por i sorvisc radiotelevisifs da denant cun la Consulta provinciala por les comunicaziuns da sègn.

Sòn la basa de chësta situaziun legislativa de partènza é la Consulta provinciala por les comunicaziuns, bel avisa sciöche les consultes corespognèntes te dotes les atres regions dla Talia o la Consulta provinciala tla Provinzia de Trènt, ativa te dui versc: da öna na pert éra organn aconsiènt por l'aministrazion provinciala te dotes les chestions che reverda la comunicaziun, dal'atra pert organn funzional dl'Autorité por les garanzies tles comunicaziuns (Agcom) che deleghèia, cun na convenziun aposta, n valgönes inciaries ai organns regional y provinciali, tl caje dles Provinzies autonomes de Trènt y Balsan. Chësta convenziun danter l'authorité de control y l'aministrazion provinciala é ciàmò tl laür de gnì laurada fora. Impò à la Consulta provinciala por les comunicaziuns la inciaria da controlè ch'al vègnes respetè la »par condicio« pro les lites.

Les inciaries aconsièntes vègn stabilides tl art. 4 dla lege provinciala di 18 de merz 2002, nr. 6. La Consulta:

- a) aconsièia la Provinzia te dotes les chestions che reverda les comunicaziuns;
- b) dà jö arac' sòn i provedimènc' che la Provinzia tol por le sostègn de trasmitènc' radiofonics privac' local che mèt en ona trasmisciuns d'interès publich, aladò dla lege di 6 d'agost 1990, nr. 223;
- c) ti presentèia propostes al consèi d'aministrazion dl conzescionar dl sorvisc publich radiotelevisif por c'ì che reverda la trasmisciun de programs local;
- d) regolèia l'azès ales trasmisciuns provincialas programades dal conzescionar dl sorvisc publich radiotelevisif;
- e) laora fora propostes y criters, inc'è sòn la basa de inrescides, de consulènzes y de stüdi metüs a jì por chësc fin, por i contignüs dles convenziuns danter la Provinzia y la sènta periferica dl conzescionar dl sorvisc publich radiotelevisif o i trasmitènc' radiotelevisifs privac' tl raiun local, dantadöt por c'ì che reverda la segurèza de na rezeziun nia disturbada dla radiodifuziun o l'adoranza y la suraposiziun illegitimes dles frecuènzes y le relevamènt obietif dl numer d'ascutadus, y ara ti sta do al'atuaziun dles convenziuns nominades;
- f) ademplèsc les inc'aries odüdes danfora dales leges di 6 d'agost 1990, nr. 223 y di 31 de luglio 1997, nr. 249 y colaborèia sòn domanda cun le minister por les comunicaziuns, cun l'Autorité por les garanzies tles comunicaziuns y cun la Comisciun parlamentara por les directives y la suraverda dl sorvisc radiotelevisif;
- g) eserzitèia les funziuns de competènza dl'Autorité por les garanzies tles comunicaziuns che ti é gnüdes delegades a chësta aladò dl articul 1, coma 13, dla lege di 31 de luglio 1997, nr. 249, tres convenziuns aposta.

La Consulta provinziála por les comunicaziuns é metüda adöm dala presidënta/dal presidënt y dala vizepresidënta/dal vizepresidënt che vëgn nominà dala Junta provinziála y che mëss fà pert de dui grups linguistics desvalis, y da d'atri cater comëmbri lità dal Consëi provinziál. Al mëss gni tigni cunt dl grup linguistich ladin y dla mendranza politica tl Consëi provinziál.

La Consulta provinziála da sëgn é gnüda istituida formalmënter ai 28 de jügn 2004 en presënza dla presidënta dl Consëi provinziál dot.a Veronika Stirner Brantsch. Chësta Consulta resta tla inciaria por öna na perioda de legislatöra. Le presidënt é dot. Hansjörg Kucera y le vizepresidënt dot. Angelo Agostini. I atri cater comëmbri é dot.a Margaret Brugger, Georg Viehweider, dot. Gunther Waibl y Ivo Walpoth. La secreteria é dot.a Daniela Tötsch.

L'ofize dla Consulta provinziála é a Balsan, tla Italianallee nr. 17, numer de telefonn 0471 287 188, numer de fax 0471 405 172, kommunikationsbeirat@landtag-bz.org.



*Der Landesbeirat für Kommunikationswesen auf seiner ersten Arbeitssitzung.*

*Il Comitato provinciale per le comunicazioni nella sua prima seduta di lavoro.*

*La Consulta provinciala por les comunicaziuns tratan súa pröma sentada de laür.*



*Am 13. April 2005 wurde das Büro des Landesbeirates für Kommunikationswesen in Bozen, Italienallee Nr. 17 in Anwesenheit von Landtagspräsidentin Veronika Stirner Brantsch (erste von links) eröffnet.*

*Il 13 aprile 2005 è stato inaugurato l'ufficio del Comitato provinciale per le comunicazioni a Bolzano, Corso Italia 17 in presenza della Presidente del Consiglio Provinciale Veronika Stirner Brantsch (prima da sinistra).*

*Ai 13 d'aurì 2005 él gnü daurì l'ofize dla Consulta provinciala por les comunicaziuns a Balsan, Italienallee nr. 17, en presënza dla presidenta dl Consëi provincial Veronika Stirner Brantsch (pröma da man ciampa).*



**Daniela Tötsch**

*Geboren 1979 in Sterzing, wohnhaft in Pfitsch, studierte Betriebswirtschaftslehre in Innsbruck; bis März 2004 Angestellte der Raiffeisenkasse Wipptal in Sterzing, seit Oktober 2004 Sekretärin des Landesbeirates für Kommunikationswesen.*

*Nata nel 1979 a Vipiteno, vive in Val di Vizze, laurea in economia e commercio a Innsbruck; fino a marzo 2004 impiegata della Cassa Raiffeisen Wipptal a Vipiteno, da ottobre 2004 segretaria del Comitato provinciale per le comunicazioni.*



**Hansjörg Kucera**

Geboren 1939 in Bozen, studierte Germanistik in Wien, Innsbruck und Bonn, unterrichtete bis 1967 und wechselte dann zum Journalismus, zuerst bei der Tageszeitung »Dolomiten«, dann insgesamt 28 Jahre beim Sender Bozen der RAI: von 1967 bis 1975 beim Hörfunk, dann bis 1977 als Abteilungsleiter der Tagesschau in Rom. 1977 Ernennung zum ersten deutschsprachigen Chefredakteur für Hörfunk und Fernsehen des Senders Bozen, insgesamt 18 Jahre lang. Seit 2004 Präsident des Landesbeirates für Kommunikationswesen und Mitglied des Nationalrates der Journalistenkammer Italiens.

Nato nel 1939 a Bolzano, studio di lettere a Vienna, Innsbruck e Bonn. Prima insegnante poi giornalista al «Dolomiten» e per 28 anni al «Sender Bozen» della RAI, dal 1977 capo redattore per i servizi giornalistici di lingua tedesca. Dal 2004 Presidente del Comitato provinciale per le comunicazioni e Consigliere nazionale dell'Ordine dei Giornalisti.



**Angelo Agostini**

Nato nel 1959 a Trento, cresciuto a Bolzano, lavora da tempo tra Bologna e Milano; è docente all'Università Iulm di Milano e direttore della rivista «Problemi dell'informazione». Giornalista, e studioso dei media, è stato per dieci anni direttore dell'Istituto per la formazione al giornalismo di Bologna e del Corso di giornalismo della Svizzera italiana a Lugano; ha scritto per numerose testate italiane e svizzere; tra i suoi libri: «la Repubblica. Un'idea dell'Italia 1976–2006», «Giornalismi. Media e giornalisti in Italia», entrambi pubblicati da «Il Mulino».

Geboren 1959 in Trient, aufgewachsen in Bozen, beruflich seit längerem tätig in Bologna und Mailand; Professor an der Mailänder Universität Iulm und Chefredakteur der Zeitschrift »Problemi dell'informazione«; Journalist und Experte für Medienfragen, 10 Jahre lang leitete er das Institut für Journalistenausbildung in Bologna und die Schule für Journalistenausbildung in Lugano; Beiträge in zahlreichen italienischen und schweizerischen Publikationen; eine Auswahl seiner Bücher: »la Repubblica. Un'idea dell'Italia 1976–2006«, »Giornalismi. Media e giornalisti in Italia«, beide erschienen in »Il Mulino«.



**Margaret Brugger**

Geboren 1945 in Sarnthein; Doktorat der Wirtschafts- und Handelswissenschaften in Padua; Staatsprüfung für Wirtschafts- und Steuerberater in Trient; Funktionär bei der Südtiroler Sparkasse AG, jetzt in Ruhestand; Mitbegründerin und ehemalige Gesellschafterin des Privatradiosenders »Radio TV Sarnner Welle«; seit 2001 »Garant für den Steuerzahler« für die Provinz Bozen bei der Agentur der Einnahmen – Landesdirektion Bozen.

Nata nel 1945 a Sarentino; laurea in economia e commercio a Padova; esame di stato per dottore commercialista a Trento; funzionaria nella Cassa di Risparmio, ora in quiescenza; co-fondatrice e ex-socio della radio privata »Radio TV Sarnner Welle«; dal 2001 »Garante per il contribuente« della Provincia di Bolzano presso l'Agenzia delle Entrate – Direzione Provinciale di Bolzano.



**Georg Viehweider**

*Geboren 1946, Matura an der Handelsoberschule Bozen; ab 1969 im Dienste des Südtiroler Bauernbundes als Verantwortlicher in verschiedenen Bereichen: Landessekretär der Südtiroler Bauernjugend (1969 bis 1989), Landessekretär der Südtiroler Bäuerinnenorganisation (1979 bis 1996), Schriftleiter des »Südtiroler Landwirt« (1991 bis 2003); Publizist.*

*Nato nel 1946, maturità all'Istituto tecnico commerciale; dal 1969 responsabile di diversi settori nel «Südtiroler Bauernbund», tra cui la direzione della rivista «Südtiroler Landwirt».*



**Gunther Waibl**

*Geboren 1956 in Bruneck, lebt in Bozen und Bruneck; 1985 Abschluss des Studiums der Zeitgeschichte an der Universität Wien; seit 1977 publizistisch und journalistisch tätig; seit 1990 Berufsjournalist; Mitarbeit (Texte und Fotografien) bei verschiedenen in- und ausländischen Medien; von 1988 bis 2002 Redakteur beim Aktuellen Dienst der RAI-Sender Bozen, zuletzt Chef vom Dienst; ab 2002 Marketingleiter im Fachgroßhandel »Innerhofer – Bad und Haustechnik«, seit 2006 Präsident des Verwaltungsrates der E. Innerhofer AG.*

*Nato nel 1956 a Brunico, vive tra Bolzano e Brunico; 1985 laurea all'Università di Vienna nella materia di storia contemporanea; dal 1977 attività giornalistica in vari mass media, di cui dal 1988 al 2002 come redattore e capo servizio nella redazione del «Sender Bozen» della RAI; dal 2002 direttore di marketing nella ditta «Innerhofer – Bad und Haustechnik» e dal 2006 presidente del consiglio d'amministrazione della Innerhofer AG.*



**Ivo Walpoth**

*Nasciu tl 1955 a mpara` l leur da radiotecnicher, pona zapa ite tl leur di pere de cumedures de aparac de foto-otica y mecanica fina. El a funda tl 1979 la prima radio de rujneda ladina (Radio Gherdeina) ulache el ie resta cunsilier tecnic fin l'an 2003.*

*Nato nel 1955, ha imparato la professione di radiotecnico, lavora presso il laboratorio di riparazioni di foto-ottica e micromeccanica di suo padre. Nel 1979 ha fondato la prima radio in lingua ladina (Radio Gherdeina) dove è stato consulente tecnico fino al 2003.*

*Geboren 1955, von Beruf Radiotechniker, arbeitet im Betrieb des Vaters für foto-optische und feinmechanische Reparaturen. 1979 gründet er den ersten Rundfunksender in ladinischer Sprache (Radio Ghërdeina) wo er bis 2003 technischer Berater war.*



Tagung in Brixen  
Convegno a Bressanone

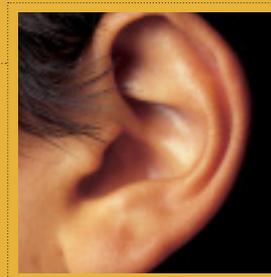
## Tagung in Brixen

Am 4. März 2005 fand in der Cusanus-Akademie in Brixen eine Tagung statt, die gemeinsam vom Landesbeirat für Kommunikationswesen und von der Cusanus-Akademie veranstaltet wurde.

Ihr Titel: »Qualität und Einschaltquoten: ein Widerspruch?

Merkmale von ‚besonders wertvollen‘ Sendungen in Hörfunk und Fernsehen«

Im Vorfeld der Tagung wurden Rundfunkbenutzer dazu aufgerufen, ihre persönliche Ansicht zu dem Tagungsthema abzugeben. Eine Auswahl dieser Stellungnahmen drucken wir auf Seite 58 ab. Die Referate hingegen können Sie vollinhaltlich nachlesen. Am Vormittag hatten Fachleute aus dem Ausland das Wort, am Nachmittag wurde die lokale Situation beleuchtet. Die Tagung wurde mit einer Forumsdiskussion abgeschlossen. Wie schon in der Einleitung zur Broschüre angemerkt, haben wir uns dafür entschieden, die Referate nur in der jeweiligen Sprache der Vortragenden abzudrucken.



„ ... jenen Gehör zu schenken, deren Stimme sonst kaum gehört wird.“

„ ... Un  
particola  
nella sua  
sull'argon  
efficacem  
mezzo te

Die Ta  
und o  
Die F  
werde  
Tagun  
Tel. 04  
Die Ta  
essen  
Stude  
Gratis

Il con  
gratui  
Tradu  
del di  
Uffici  
nus d  
info@  
E pos  
caden  
ritirare  
del co

## Convegno a Bressanone

Il 4 marzo 2005 si è svolto presso l'Accademia Cusanus di Bressanone un convegno organizzato congiuntamente dal Comitato provinciale per le comunicazioni e dall'Accademia stessa.

Il titolo era: «Qualità e ascolti: una contraddizione?

Che cos'è un programma radiotelevisivo di «particolare valore?»»

In vista del convegno è stato chiesto agli utenti radiotelevisivi di dire che cosa pensavano del tema del convegno. A pagina 58 sono riportati alcuni dei pareri espressi. Le relazioni sono invece riprodotte integralmente e, come è già stato spiegato nella prefazione dell'opuscolo, solo in lingua originale. Le relazioni del mattino riguardavano la situazione all'estero, quelle del pomeriggio la situazione locale. Il convegno si concluse con un dibattito.

programma televisivo di  
re valore, si caratterizza  
capacità di fare riflettere  
mento trattato, utilizzando  
ente la multimedialità del  
levisivo."

" ... der öffentlich-rechtliche  
Sender hat meiner Meinung  
nach auch die Pflicht, den  
Musikgeschmack der Hörer-  
Innen zu „bilden“."

" ... per noi qualità è un passo  
avanti sulla strada della  
conoscenza o dell'emozione."

### Programm

### Programma

Tagung ist für alle Interessierten frei  
ohne Voranmeldung zugänglich.

Referate und Diskussionsbeiträge  
werden simultan übersetzt.

Tagungsbüro: Cusanus Akademie Brixen,  
Tel. 0472 832 204; info@cusanus.bz.it

Tagungsteilnehmer können das Mittag-  
essen in der Cusanus Akademie einnehmen.

Teilnehmer erhalten im Tagungsbüro einen  
kostenlosen Essensbon.

Convegno è aperto a tutti gli interessati  
liberamente e senza prenotazione.

Traduzione simultanea delle relazioni e  
dell'opuscolo.

Ufficio del convegno: Accademia Cusa-  
nus di Bressanone, Tel. 0472 832 204,  
info@cusanus.bz.it

È possibile consumare il pranzo nella Ac-  
cademia Cusanus. Gli studenti possono  
ricevere un buono pranzo gratis all'ufficio  
del convegno.

9.30 Uhr

Begrüßung

ore 9.30

Saluto

9.45 Uhr

**Qualität und Einschaltquoten: ein Widerspruch?  
Wie begegnen dieser Herausforderung Sender  
mit unterschiedlichen Programmrichtlinien?**

Aus der Sicht des Vatikanensenders  
P. Eberhard von Gemmingen SJ  
Aus der Sicht des öffentlich-rechtlichen Rundfunks  
Ernst Grissemann

ore 9.45

**Qualità e ascolti: una contraddizione?  
Quale risposta danno a questa domanda?**

Radio Vaticana  
P. Eberhard von Gemmingen SJ  
ORF, Emittente radiotelevisiva pubblica  
Ernst Grissemann

10.45 Uhr

Kaffeepause

ore 10.45

Pausa

11.00 Uhr

Aus der Sicht des Privatrundfunks  
Andreas Schulz  
Aus der Sicht des Medienwissenschaftlers  
Giuseppe Richeri

ore 11.00

HIT RADIO FFH, Radio privata  
Andreas Schulz  
Professore di Politica ed Economia dei Media  
Giuseppe Richeri

12.30 Uhr

Mittagspause

ore 12.30

Pranzo

14.00 Uhr

Aus der Sicht der lokalen Sender  
Rolando Boesso, Direktor von TV Videobolzano 33  
Heiner Feuer, Präsident des Verbandes privater Rundfunkbetreiber  
Rudi Gamper, verantwortl. Koordinator des Senders Bozen der RAI

ore 14.00

Rolando Boesso, Direttore della TV Videobolzano 33  
Heiner Feuer, Presidente Associazione Radio private  
Rudi Gamper, Coordinatore Responsabile del Sender Bozen, RAI

Segue dibattito

17.00 Uhr

Anschließend: Forumdiskussion

ore 17.00

Fine del convegno

Ende der Tagung

Traduzione simultanea

Simultanübersetzung

## Der Spagat zwischen Sendungsauftrag und Publikumsinteresse



**P. Eberhard  
v. Gemmingen SJ**

*Geboren in Bad Rappenau, Nordbaden (1936). »Von 1939 an lebte ich aber in Bürg / Württemberg, daher fühle ich mich als Schwabe.« Studium: »Ich bin Jesuit und habe die übliche Ausbildung gemacht: 3 Jahre Philosophie, 4 Jahre Theologie in München, Innsbruck und Tübingen.«  
Redaktionsleiter bei Radio Vatikan seit 1982.  
Schwerpunkte: Planung des Gesamtprogramms, vor allem Radio-Akademien, Radio-Exerzitien, Sonntagsbetrachtungen, Wochenkommentare.*

Die besten Quotenbringer von Radio Vatikan waren Adolf Hitler und Josef Stalin. Schade, dass es sie nicht mehr gibt, schade, dass die Mauern zwischen Ost und West gefallen sind. Bitte nicht lachen! Diktatoren, die die landeseigene Presse unterdrücken, die die Grenzen hermetisch abschließen, sind die großen Quotenbringer für Auslandsrundfunk. Alles, was aus dem Ausland kommt, wird interessant, selbst Radio Vatikan. Der Papst höchstpersönlich hat seinem Radio am meisten geschadet, als er die Mauern zum Wanken brachte. Ich denke und hoffe, er weiß es nicht. Selig die reinen Herzens! Die große Zeit von Radio Vatikan wäre vorbei, wenn es nicht... ja das sage ich erst später.

Ich möchte Ihnen mit diesem Beispiel nur zeigen, dass es neben billiger Unterhaltung, Sex and Crime auch ganz andere Mechanismen gibt, die die Menschen veranlassen, einen Sender zu hören, ein Fernsehprogramm zu sehen. Die Welt ist weltweit nicht ganz so einfach wie in Mitteleuropa, wo man mitunter den Eindruck haben kann: je simpler desto mehr Einschaltung.

Wer bringt Radio Vatikan nach dem schrecklichen Zusammenbruch des Ostblocks die Quote: immer noch bestehende Diktatoren, vor allem Peking und Vietnam. Wir haben dort einen riesigen Markt, ohne einen Pfennig dafür zu zahlen. Wer bringt sonst noch Quote: unterversorgte Länder. Die meisten Briefe erhält Radio Vatikan derzeit aus Indien. Nach meiner Kenntnis sind in Indien Privatradios ganz allgemein verboten, das heißt der Normalmensch empfängt vor allem Rundfunkprogramme, die vom Staat mindestens gefiltert sind. In Indien herrscht zwar Pressefreiheit, aber die Lage ist immerhin so, dass die indische Abteilung von Radio Vatikan – sie sendet Programme in Hindi, Tamil, Malajalam und Englisch – monatlich etwa 1000 Briefsachen erhält. Nach meiner Kenntnis die Abteilung mit dem größten Posteinlauf. Und – ich höre – viele der Briefschreiber sind nicht Christen, sondern Hindus und Moslems. Was bewegt sie, Radio Vatikan Quote zu geben: ein Programm, das von weit her kommt, das eine fremde Religion darbietet, das auch etwas von indischer Weisheit bringt, die Bibel und ihre Weisheit, Hilfe für Familie, Gesundheit, Kinder etc. Es geht – wenigstens vorläufig – auch ohne billige Unterhaltung.

Quote bringt auch Nigeria, um nur ein afrikanisches Beispiel zu nennen. Wenn ich recht informiert bin, dann rangiert der Papstsender in englischer Sprache auf Kurzwelle hinter BBC und vielleicht noch einem anderen Sender aus dem Ausland. Radio Vatikan ist wichtig für Nigeria, wo die Demokratie, wie wir alle wissen, auf wackeligen Füßen steht.

Radio Vatikan sieht seine Hauptchance in der Zukunft in der Wiederausstrahlung der eigenen Programme durch andere Sender. So werden die Programme für Lateinamerika in spanischer und portugiesischer Sprache in Lateinamerika von 300 bis 400 Sendern wieder ausgestrahlt. Wenn ein UKW-Programm in Sao Paolo oder Rio de Janeiro in den Äther geht, dann erreicht man leicht mit wenig Geld Millionen Hörer, wenn sie den einschalten.

Vor 15 Jahren waren die Menschen in Amerika von Nord bis Süd mit Kurzwelle sozusagen nicht zu erreichen, weil die Kurzwelle in Amerika offenbar kaum verbreitet ist. Anders in Afrika. Riesenländer wie Nigeria, Sudan, Kongo und andere sind fast nur mit Kurzwelle abzudecken. So weiß Radio Vatikan: die Zeit der Kurzwelle ist keineswegs vorbei – wie manche in Europa meinen. Erst recht natürlich gilt das für die Volksrepublik China. Also neben Mittel- und Kurzwelle, die auch in Europa grundsätzlich noch nicht

“  
*Man kann zwar mit gewissen Programmen viele Leute erreichen, eine hohe Einschaltung, aber vielleicht erreicht man damit gerade nicht die Menschen, die man erreichen will, nämlich Vordenker oder Nachdenker, Drahtzieher und Meinungsmacher.*”

“  
*Quote ist also nicht gleich Quote.*”

ganz überholt, aber ziemlich unbekannt sind, gilt als erstes die Wiederausstrahlung unserer Programme, wodurch Radio Vatikan Quote bekommt. Die Wiederausstrahlung von Radio Vatikan ist im deutschen Sprachraum unterentwickelt. Südtirol bildet mit der Grünen Welle eine löbliche Ausnahme – schließlich sind wir hier in Italien, wo es unzählige Regional- und Lokalradios gibt. Die Wiederausstrahlung spielt also auf der Apenninhalbinsel eine große Rolle. Die »relazioni internazionali« von Radio Vatikan wissen nicht einmal, welche Privatradios in Italien unsere Programme ausstrahlen, weil manche von ihnen das einfach nicht mitteilen, was sie aber sollten. Wiederausstrahlung spielt sogar in Frankreich eine ganz gute Rolle. Erst recht natürlich in Polen und in anderen Ländern des früheren Ostblocks. Und dann als weiteres neues Medium, um Quote zu machen: das Internet.

Radio Vatikan hat sein Kurzwellenprogramm für Japan eingestellt. Die Japaner können Radio Vatikan nur noch über Internet hören und lesen.

Dies zu den Methoden, um zu einer Art von Quote zu kommen, wenn schon die Diktaturen leider aufgegeben haben. Sie sind die sichersten Quotenbringer. Medienfreiheit ist gefährlich, denn sie verlangt vom Sender entweder Qualität oder Billigkeit.

Quote aber ist bekanntlich nicht gleich Quote. Man kann zwar mit gewissen Programmen viele Leute erreichen, eine hohe Einschaltung, aber vielleicht erreicht man damit gerade nicht die Menschen, die man erreichen will, nämlich Vordenker oder Nachdenker, Drahtzieher und Meinungsmacher. Ich meine also: Wer einen Beitrag zur Gestaltung der Öffentlichkeit, der Gesellschaft leisten will, darf natürlich nie die Breite der Bevölkerung aus den Augen verlieren, aber er darf ebenso wenig vergessen, dass es oft nur wenige sind, die die Gesellschaft, die Öffentlichkeit gestalten, prägen.

Um nun einmal auf die deutschsprachige Redaktion von Radio Vatikan zu kommen, so würde ich sagen: mit Mittel- und Kurzwelle haben wir jahrelang – ich bin seit 23 Jahren in Rom – sicher mehrheitlich ältere Menschen erreicht, die sich auf die Sendezeit einstellen konnten. Denn welche jüngere Familie, welcher junge Mensch, auch welcher Pfarrer kann schon regelmäßig um 20.20 Uhr einschalten, um dann ein mehr oder weniger gutes Signal zu bekommen. Da ist schon eher die Zeit um 6.20 Uhr in der Frühe geeignet. Also für ältere Menschen, für Alleinstehende, die ihr Privatleben gut organisieren können, waren die Sendezeiten o.k. Heute aber – mit Internet und unserem täglichen Newsletter – können wir leicht auch Meinungsmacher erreichen. Ich meine damit Pfarrer, Lehrer, Professoren, Journalisten, Politiker. Zahlenmäßig sind es vielleicht weniger, aber vielleicht hat die Information, die sie durch uns erhalten, für die Gesellschaft größere Bedeutung als wenn wir 10 mal mehr ältere Privatleute erreicht hätten. Quote ist also nicht gleich Quote.

Ich plädiere also für einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der wirklich seinem Auftrag zu Information, Bildung und Unterhaltung nachkommen kann. Der Öffentlich Rechtliche hat die Chance, durch Qualität solche Kreise zu erreichen, die dann einen größeren Einfluss auf den Gang von Gesellschaft und Öffentlichkeit haben können.

Nun aber zum Inhalt von Radio Vatikan – oder vergleichbaren Rundfunkanstalten.

Und hier muss ich mir nun widersprechen: Freilich hat uns der Papst durch den Fall der Mauern den Markt im Ostblock zerstört, aber er hat ihn gleichzeitig weltweit wieder aufgebaut. Durch seine Reisen, seine politischen Stellungnahmen, sein Zugehen auf die Menschen, sein Anpacken heißer Eisen wie der Dialog mit den Religionen in Assisi und

„Wir sind also kein Lautsprecher des Vatikans, denn Lautsprecher können nicht denken.“

das Schuldbekenntnis im Heiligen Jahr hat der Papst großen Stoff geliefert für Programme und Interesse geschaffen für sein Radio.

Noch aber einen grundlegenden Blick auf den Sendungsauftrag von Radio Vatikan:

Der Sender soll die Lehre der katholischen Kirche verbreiten und sich zum Echo des Lebens der Weltkirche machen.

Ich übersetze das so: der Sender soll die Hörer darüber informieren, was der Papst und seine Mitarbeiter zu heißen Zeitfragen sagen, z. B. Klonen und Stammzellenforschung, z. B. Frauenordination und Zölibat, z. B. Laienpredigt und religiöse Feiern mit Nichtchristen. Eine Rundfunkanstalt, deren Sendezeiten nicht einmal eine halbe Stunde dauern, kann kaum über die Lehre der katholischen Kirche tiefere Vorträge anbieten. Aber sie kann mitteilen, was die katholische Kirche zu Zeitfragen denkt und mitteilt. Das ist meist hoch interessant, wenn die Redakteure zu unterscheiden zwischen dem, was wirklich wichtig und neu ist und dem, was schon hundertmal gesagt wurde. Wir sind also kein Lautsprecher des Vatikans, denn Lautsprecher können nicht denken. Zwischen dem Vatikan und dem Hörer steht ein denkender, auswählender, gestaltender Redakteur. Wenn er zu Radio Vatikan kommt, weiß er, dass er mehr Freiheit hat als beim »Spiegel« oder beim »Espresso«. Aber seine Freiheit ist anders. Und noch eins: für mich ist Radio Vatikan primär kein Verkündigungssender, sondern ein Kommunikationsinstrument der katholischen Kirche, um den corpus der Kirchengemeinschaft durch gute Kommunikation zusammenzuhalten. *Comunio* durch Kommunikation. Wenn wir vor allem fremde Menschen durchs Radio zum Christentum locken wollten, müssten wir völlig anders arbeiten, dann kann man nicht halbstündige Sendungen machen, sondern muss stundenlang in den Äther gehen. Wir sind ein Radio zum Einschalten, das Interesse an unserem Stoff voraussetzt.

Wir sind also ausgespannt zwischen Sendungsauftrag und Publikumsinteresse.

Voraussetzung ist natürlich im Vatikan auch, dass etwas passiert, was die Menschen interessiert. Ich schließe nicht aus, dass in einem zukünftigen Pontifikat zwar tüchtig und effizient und ekklesiologisch korrekt gearbeitet wird, aber fast nichts zu berichten ist, denn ein Papst und seine Mitarbeiter müssen keinen Schritt aus dem Vatikan tun, müssen keine einzige Stellungnahme veröffentlichen. Petrus muss seine Brüder stärken, aber das geht auch auf ganz stille Weise, Petrus muss verhindern, dass die Kirche auseinanderfällt, aber er muss nicht die Gesamtkirche leiten, auch wenn er es juristisch dürfte. Wir haben ein ungewöhnliches Pontifikat erlebt, es ist kaum anzunehmen, dass der jetzige Stil weitergeführt werden kann oder gar sollte. Gut ist es, eine Stimme der katholischen Kirche mit Autorität zu haben, aber vielleicht sollten die Hirten weltweit vom jetzigen Pontifex gelernt haben, wie sie selbst vorgehen sollen. Wenn wir davon ausgehen, dass nicht alle Menschen nur billige Unterhaltung und aufgebauschte Nachrichten wünschen, sondern, dass sie merken: wir nehmen sie ernst in ihrem Bedürfnis nach Information, unter diesen Voraussetzungen – so glauben wir – auch ein Publikum zu erreichen, das unseren Service verdient und sogar erwartet. Wenn früher die Gesellschaft zu sehr nach Standeskategorien unterschieden und getrennt war, so wird vermutlich heute zu sehr davon ausgegangen, dass alle Menschen gleich sind und gleich flach behandelt werden müssen und wollen. Nicht »*divide et impera*« – sondern »*distingue und influenza*«.

„Natürlich sind Radio Vatikan-Redakteure auch immer wieder in Gefahr der Hofberichterstattung.“

Natürlich sind Radio Vatikan-Redakteure auch immer wieder in Gefahr der Hofberichterstattung, mit anderen Worten: das für wichtiger zu halten, was der päpstliche Hof für

*Quoten-Idioten haben die Hand nur am Puls des Publikums.*

*Nebenbei muss ich also leider sagen: der Vatikan nutzt die eigenen Medien nicht gut.*

wichtig hält und das zu unterdrücken, was das Publikum interessant findet. Gute Redakteure müssen eine Hand am Puls des Vatikans haben, die andere Hand am Puls des Publikums. Quoten-Idioten haben die Hand nur am Puls des Publikums.

Wenn möglich suchen wir Stimmen deutscher Sprache. Aber das ist nicht immer leicht, mitunter unmöglich, dann müssen wir eben übersetzen. Es kommt aber eben darauf an, dass Themen und Autoren wichtig und interessant sind. Wir leben derzeit in einer guten Zeit, es gibt aufregende Themen zwischen Kirche und Gesellschaft und aufregende Vertreter dieser Themen.

Manche Themen von manchen Politikern hört man ununterbrochen. Wir versuchen, von wichtigen Politikern auch das herauszukitzeln, was sie sonst nicht so oft sagen.

Vielleicht hatten wir neulich einen historischen Durchbruch, als Kardinal Walter Kasper uns anrief und sagte, er wolle über uns der Vereinigten evangelisch-lutherischen Kirche in Deutschland antworten. Es ist leider noch eine Seltenheit, das Kirchenobere ihre Aussagen über das eigene Kirchenradio der Öffentlichkeit bekannt geben. Sie tun es sonst durch eine Pressekonferenz, bei der Radio Vatikan ein Medium neben vielen anderen ist. Oder die Kirchenoberen sagen es einzelnen Journalisten, einzelnen Medien, und über diese geht es dann an die anderen Weltmedien – je nach Wichtigkeit. Dass ein Würdenträger das eigene Medium einsetzt, ist eher eine Ausnahme. Wir ärgern uns und wünschen gute Besserung. Diese Grundeinstellung kommt vielleicht daher, dass die vatikanischen Würdenträger eine zu hohe Meinung von Radio Vatikan haben, dass sie nämlich meinen, hier dürfe nur das vermittelt werden, was der Vatikansprecher, der Vatikanische Pressesaal mitteilt. Und für den Vatikanischen Pressesaal ist Radio Vatikan eher eine Konkurrenz, freilich eine ganz schwache, denn was er mitteilt, bekommen gleich die Weltagenturen und die sind nun mal schneller als Radio Vatikan. Nebenbei muss ich also leider sagen: der Vatikan nutzt die eigenen Medien nicht gut. Sie werden kaum als erste Quelle eingesetzt. Welches sind die Vatikanmedien: der »Osservatore Romano«, das Radio, der Pressesaal und das Vatikanfernsehen CTV. Neben diesen gibt es den päpstlichen Medienrat. Er hat aber keine Weisungsbefugnis über die Vatikanmedien. Er berät im Grunde nur solche kirchlichen Medieneinrichtungen, die um einen Rat bitten. Und er beeinflusst ein wenig die Medienpolitik der katholischen Kirche, soweit es diese gibt.

Kurz: die einzelnen Sprachabteilungen haben ihre Freiheit und ihre Begrenzung, weil man sich nicht sehr viel um sie kümmert. Wer sich an die Spielregeln hält – sie sind sehr großzügig –, kann ziemlich frei schaffen. Auch der Dummheit und Faulheit sind wenig Grenzen gesetzt. Der Vatikan ist kein Einpeitscher.

Nun muss ich auf Ihren Landsmann und meinen Mitarbeiter Aldo Parmeggiani zu sprechen kommen. Er macht nämlich für uns zwei ganz ausgezeichnete Sendereihen: Die monatlichen Gespräche mit herausragenden Persönlichkeiten zu ihrem runden Geburtstag und die Portraits von großen Christen. Er interviewte im Lauf der letzten fünf Jahre unter anderem Helmut Kohl und Kardinal König, Roman Herzog und Romano Prodi, Anneliese Rothenberger und Peter Ustinov, Vaclav Havel und Giulio Andreotti, Otto von Habsburg und Helmut Schmidt und viele, viele andere.

Was Parmeggiani macht, ist neben der Pflicht sozusagen die Kür. Er ist hoch geschätzt bei den Hörerinnen und Hörern. Grundlegend ist Radio Vatikan ja ein Kommunikationsinstrument, das durch sachliche Kircheninformation den weltweiten Corpus der Kirche zusammenhalten soll. Die Parmeggiani-Arbeit, die Radio-Akademien, die geistlichen Be-

trachtungen könnte auch ein Sender an einem anderen Standort machen. Nur die Informationsarbeit ist eng mit dem Standort Rom verbunden, weil hier doch unzählige Fäden zusammenlaufen. Die Parmeggiani-Arbeit, die geistlichen und intellektuellen Beiträge – derzeit bieten wir z. B. Radio-Exerzitien mit Bischof Reinhold Stecher – sind sozusagen der Zuckerguss über die harte Informationspflicht.

Ich schließe: Radio Vatikan erreicht mit seinen 40 Sprachen weltweit Millionen von Menschen. Vermutlich die meisten in Lateinamerika mit 300 Sendern, die unser Programm für dort in Spanisch und Portugiesisch wieder ausstrahlen. Radio Vatikan erreicht in Polen durch die Wiederausstrahlung durch den staatlichen Rundfunk und Privatrado vermutlich 4 Millionen, in Italien durch Privatrados und Radio Maria ein paar Millionen. Im deutschen Sprachraum fallen wir zurück auf schätzungsweise 100.000 bis 300.000. Diese Zahlen gehen auf das Meinungsforschungsinstitut Allensbach und die Mediendienstleistungsgesellschaft in München zurück. Ich bleibe aber lieber bei zwei Slogans: Radio Vatikan ist ein Geheimsender. Das macht uns interessant. Und: »convertitevi e credete alla radio vaticana«. Bekehrt Euch und glaubt an Radio Vatikan. Ich danke Ihnen.

## Von der Schwierigkeit, unabhängig, objektiv und qualitativ zu sein



Ernst Grisseemann

*Geboren in Imst/Tirol. Beginn der Rundfunkarbeit 1954 beim französischen Besatzungssender in Tirol zusammen mit Axel Corti, Dietmar Schönherr, Volkmar Parschalk. Stimm-, Sprech-technik- und Schauspielausbildung. Im Lauf der Jahrzehnte vielfältige Tätigkeit als Kommentator, Regisseur, Entertainer und Sendungsgestalter. 1967: Aufbau von Ö3, dem neuen Unterhaltungs- und Informationsradio mit europaweitem Erfolg. Von 1979 bis 1990 ORF-Hörfunkintendant, anschließend 4 Jahre lang Landesintendant im ORF Tirol. Nach wie vor im kulturellen Leben Österreichs und darüber hinaus stark engagiert. Träger einer ganzen Reihe von Verdienstzeichen.*

Längst in Pension befindliche Radiomacher kriegen regelmäßig glänzende Augen, wenn sie in Gesprächen gefragt werden, wie denn seinerzeit Radioprogramme geplant worden seien, was denn die wichtigen Kriterien für Planung und Gestaltung damals gewesen seien und wie das Publikum damals darauf reagiert habe. Sie sagen, dass alles vom richtigen »Sendungsbewusstsein« und vom Gespür für die Wünsche der Hörerschaft abhing und dass die Programmleiter, Abteilungsleiter, Gestalter und Moderatoren, die Musikverantwortlichen und die Publikumsliebhaber sich in den Verästelungen der Allgemeinbildung und im Labyrinth der Kulturwelten noch blind zurechtfinden und diese persönliche Qualität an den zufriedenen Hörer weitergegeben haben. Tag für Tag, Sendung für Sendung.

Diese Veteranen des Radios stammen fast zu 100% aus dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk – das Privatradio im deutschsprachigen Bereich hat ja noch gar keine Rentner produzieren können aufgrund der kurzen Zeit, die es existiert – und mindestens die Hälfte davon diene einem Monopol.

Rentner aus den Planungs- und Chefetagen des privaten Rundfunks in Europa gibt es nur in sehr geringer Anzahl. Meist sind es von BBC oder NOS abgesprungene Briten oder Niederländer, die in den Sechzigerjahren schon um die Dreißig waren.

Was ich sagen will: Es wäre heute recht einfach für mich, in den Gesang dieser Rentner einzustimmen und die Radioprogrammentwicklung sowohl der Privaten als auch der heutigen Öffentlich-Rechtlichen lauthals zu beklagen. Davon zu reden, dass die Qualität des Gebotenen in unerreichbare Tiefen abrutscht, dass die hohe Tradition des europäischen Rundfunks, geistiges Nahrungsmittel für die Bevölkerung zu sein, nur noch ein fernes Echo ist, das zu verhallen droht.

Dass die Stimmen des Radios sich in marktschreierische Attitüden verlieren, dass sich Radiopersonlichkeiten und interessante, herausfordernde Radioideen gar nicht mehr entwickeln können, weil die Hörerquoten das einzige Entscheidungskriterium für den weiteren Bestand eines Programms geworden sind.

Dass ist zwar leider Gottes alles wahr, aber trotzdem muss man vorsichtig sein, denn lauthals zu klagen, sein Haupt zu verhüllen und beleidigt abzutreten, bringt gar nichts. Aber mit der Erfahrung eines Medienmitarbeiters und eines ehemals Programmverantwortlichen im öffentlichen Radio sollte man sich in Bezug auf das derzeitige Erscheinungsbild des europäischen Radios und Fernsehens seine Gedanken machen, die Entscheidungen der Medienpolitik hinterfragen und die Grundlagen, auf denen diese Entscheidungen stehen, in Diskussion bringen.

Nicht überall, aber wohl in den meisten europäischen Staaten, wird der öffentliche Rundfunk über Gebühren finanziert. Es gibt ihn seit mehr als 80 Jahren und er wurde von Anfang an als eine Informations-, Kultur- und Bildungseinrichtung für die Bevölkerung etabliert. In den Zwanzigerjahren des vorigen Jahrhunderts, als die ersten Sender in Betrieb gingen, wurde der Rundfunk wohl überall in Europa als eine neue moderne technische Möglichkeit gesehen, die Bildungs- und Informationsplattformen auf viel weitere Kreise der Bevölkerung auszudehnen und den Nutzern auf diese Weise einen besseren Zugang zum Allgemeinwissen, aber auch zu kulturellen Genüssen zu geben. Natürlich wurde das neue Rundfunkwesen als eine Staatsaufgabe betrachtet. Die zuständigen Ministerien errichteten Abteilungen oder Gesellschaften und übertrugen diesen die Aufga-

*Fast eine Million von damals  
7 Millionen österreichischer  
Staatsbürger dokumentierten  
ihren Willen, endlich einen  
Rundfunk zu haben, der frei ist  
von politischer, d. h. von  
parteilicher Einflussnahme.*

ben des programmlichen und des technischen Betriebs. Und finanzierten das neue Wunderwerk mit verordneten Gebühren.

Dass sich im Zuge solcher Entwicklungen die jeweiligen Regierungen eine komfortable zu nutzende Macht über den jungen Rundfunk sicherten, lag auf der Hand, zumal Mediendemokratie damals ein Wert war, der von niemandem eingefordert wurde. Wir erinnern uns mit Schauern, wie umfassend der Rundfunk – vor allem das Radio – im Deutschland der Naziherrschaft zum wichtigsten PR-Instrument des Regimes umfunktionierte wurde. Wenn man heute fassungslos fragt, wie denn 50 Millionen denkende Menschen diesem Regime jahrelang keinen wirksamen, wesentlichen Widerstand entgegensetzen konnten, so muss man in Betracht ziehen, dass das faszinierende, noch relativ neue Audiomedium von den Propagandisten der Nazis auf ganz moderne Weise, auch in den unterschwelligsten Möglichkeiten der Unterhaltung für ihre verbrecherische Staatsraison gezielt genutzt wurde.

Nun unterstelle ich keiner der europäischen Regierungen auch nur im Entferntesten ähnliche Absichten, aber dass sich Staatsministerien und politische Parteien für das neben allen Steuern von uns bezahlte Gebührengeld auch noch die Informations- und Unterhaltungsprogramme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Reklamefläche benutzen, möchte ich weder als mündiger Bürger noch als braver Gebührenzahler.

Die BBC war die erste Ende der Vierziger, Anfang der Fünfzigerjahre und für viele weitere Jahre die einzige »staatliche« Rundfunkanstalt in Europa, die sich mit wechselndem Erfolg gegen den Regierungseinfluss zur Wehr gesetzt hatte.

Der österreichische Rundfunk, den ich aus eigener, 50 Jahre währender Mitarbeit in vielen Funktionen kenne, konnte sich beispielsweise erst 1966 aus der Umklammerung politischer Einflussnahme befreien, nachdem die ganze unabhängige Presse des Landes eines der erfolgreichsten Volksbegehren für einen partei- und regierungspolitisch freien Rundfunk gestartet hatte. Das muss man sich einmal vorstellen: Fast eine Million von damals 7 Millionen österreichischer Staatsbürger dokumentierten ihren Willen, endlich einen Rundfunk zu haben, der frei ist von politischer, d. h. von parteipolitischer Einflussnahme. Und sie waren ohne Murren bereit, dafür wesentlich mehr an Gebühren zu bezahlen, als bisher. Nämlich das 5-fache!

Und es war einer der bedeutendsten europäischen Rundfunkintendanten, der diesem ORF wenigstens bis zu seiner ersten politischen Demontage (1974, als Kreisky ein neues, restriktives Rundfunkgesetz durchbrachte) eine ideale Programmfreiheit täglich aufs Neue erkämpft hat: Gerd Bacher.

In einer solchen Freiheit erblühte nicht nur eine höchst potente Radio- und Fernsehinfrastruktur, sondern vor allem auch eine vom Publikum bejubelte Programmqualität.

Da wären wir also beim Thema. Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind überall, wo es ihn gibt, klar beschrieben und von den Gesetzen abgesichert. Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung haben jeweils in signifikantem Ausmaß und in höchster Qualität stattzufinden, unabhängig, glaubwürdig und objektiv.

Und das sind auch zugleich die drei Probleme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks:

Die Unabhängigkeit, die Objektivität und die Qualität.

Kann ein Unternehmen, das durch einen gesetzlich festgeschriebenen Modus der Bestellung der Aufsichtsräte und der Direktoren wirklich unabhängig operieren, wenn dieser Modus ganz offen die Regierungsparteien bevorzugt?

*Nur dort, wo Programmverantwortliche die Meinungsbalance im Gesamtangebot frei, unabhängig von Politik und Wirtschaft, demokratisch und gesetzesbewusst durchsetzen können, wird der Wille zur Objektivität erkennbar.*

Und: wie definiert sich und wie praktiziert man »Objektivität«?

Und dann: Wie erreicht man Qualität, wie hat man mit Qualität auch Massenerfolg und wie finanziert man sie?

Zum ersten: Politische Unabhängigkeit wird sich niemals wirklich etablieren, wo die öffentlich-rechtlichen Rundfunkverantwortlichen in ihrer Bestellung und in ihrem Verbleib von den Regierungsparteien abhängig sind. Und wenn wir von wirtschaftlicher Unabhängigkeit reden? Sie kann nur dort erreicht werden, wo der Finanzierungsstrang Werbung der am wenigsten wichtige ist.

Und zweitens: Objektivität kann nur durch professionelle Wertung der verschiedenen Meinungen und ihrer Gewichtung im Gesamtprogramm annähernd erzielt werden. Nur dort, wo Programmverantwortliche die Meinungsbalance im Gesamtangebot frei, unabhängig von Politik und Wirtschaft, demokratisch und gesetzesbewusst durchsetzen können, wird der Wille zur Objektivität erkennbar. Und mehr geht ohnehin nicht.

Können die Öffentlich-Rechtlichen das? Ansatzweise vielleicht bei der BBC, die sich als öffentlich-rechtliche Musteranstalt in Europa seit vielen Jahrzehnten bewiesen hat und beweist.

Und – wie gesagt – in Österreich, beim ORF der Jahre 1966 bis 1974. Auch die Anstalten der ARD erzielen in ihrer Gesamtheit und durch die Wirksamkeit ihrer Dritten Programme eine gewisse politische Objektivität. Ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit wird dadurch halbwegs gewährleistet, dass die Werbung nur eine untergeordnete Rolle in der Gesamtfinanzierung spielt.

Alles, was ich zu den Punkten Unabhängigkeit und Objektivität gesagt habe, ist natürlich zu ergänzen um den Hinweis auf die vielen persönlichen und punktuellen Bemühungen von Rundfunkjournalisten bei den Öffentlich-Rechtlichen, diese Grundpfeiler des demokratischen Radios und Fernsehens aufrecht zu erhalten. Und sie wissen, was sie damit in Kauf nehmen: Misstrauen der Mächtigen, Interventionen, Unsicherheit am Arbeitsplatz, Gefahr von Abschiebung auf weniger wichtige Positionen.

Gottlob gibt es noch zahlreiche Journalisten im öffentlichen Rundfunk, denen dieser wichtiger ist, als der Komfort auf ihren Arbeitsplätzen.

Kommen wir nun – drittens – zur Qualität der Programme: Sie wird einzig und allein gewährleistet durch die Sicherung der Unabhängigkeit, durch das Gebot der Objektivität und durch die Ideenkraft, die Professionalität, die Erfahrung und das Einfühlungs- und Gestaltungsvermögen der Macher.

Ich traue mich – auch aufgrund jahrelanger Erfahrungen auf diesem Gebiet – zu behaupten, dass Programme oder Programmreihen in Radio und Fernsehen, die ihre Qualität aus einer interessanten, phantasievollen Themenwahl, aus tiefgehender Recherche, aus professioneller und bezwingender Präsentation sowie aus hohem, technischen Einsatz beziehen, beim Publikum in ebenso hohem Maße ankommen. Hier stimmen immer auch die Einschaltzahlen. Was die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten an solchen Angeboten produziert haben und produzieren, es macht sich allemal »bezahlt«. (Univertum, Österreich II, die täglichen Info-Sendungen, die mit hohem Finanzaufwand etablierte Regionalisierung vieler nationaler Programme, (bitte nicht zu verwechseln mit Provinzialisierung von Programmen) Salzburger Festspiele, Neujahrskonzert, die diversen Historien-Dokus, Spiegel-TV oder 10 nach 10, die in einem wohlkalkulierten Angebot sogar auf privaten Kanälen laufen, Literaturverfilmungen im Hauptabend etc. etc.)

*Natürlich kostet Qualität Geld.  
Viel mehr Geld als unerträgliche  
Quatschmoderatoren oder  
völlig humorfreie sogenannte  
»Comedy-Shows«.*

Natürlich kostet Qualität Geld. Viel mehr Geld als unerträgliche Quatschmoderatoren oder völlig humorfreie sog. »Comedy-Shows«. Und das ist auch ein Grund, warum ich mich zutiefst wundere, dass viele Öffentlich-Rechtliche so manche Prachtproduktion irgendwo rund um Mitternacht zum Besten bieten. Kürzlich saß ich mit Mocca und Zigaretten aufgeputzt bis 3 Uhr früh vor dem WDR, der in einer schlichten Vorleseform die Originalrede Heinrich Himmlers vor einem geheimen SS-Forum brachte. Der großartige Schauspieler Manfred Zapatka las drei Stunden lang diese unfassbare Rede, die vor Augen führte, was damals geschah und wie es geschehen konnte, und die das Spannendste seit langem war, was ich vor der Glotze erlebte.

Das und vieles aus den faszinierenden Bereichen der Kultur, der spannenden Wissenschaften und auch des Humors sollte wieder die Abendprogramme der Öffentlich-Rechtlichen füllen. Vielleicht noch ein Wort zur Unterhaltung: Jeder hier im Saal weiß, welch wunderbaren Humor es in den Werken der früheren und der heutigen Schreiber gibt. Als Beispiele seien nur Moliere und Woody Allen genannt. Warum in Teufels Namen müssen dann öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten für teures Geld Lizenzen in Holland oder in Amerika einkaufen, um damit denselben unterklassigen Schenkelklopfhumor in den Hauptabend zu setzen wie die Privaten? In den Hauptabend, in dem etwa ein Fernsehspiel von Curt Götz, ein Film von Jacques Tati, ein Gespräch mit Josef Hader, oder der Mitschnitt eines Abends mit Robert Gernhardt ein viel wichtigeres Publikum bringen könnte. Nämlich Multiplikatoren, die auch für die Werbung – wie wir wissen – nicht uninteressant sein sollten, um die sich dort aber – wie es scheint – keiner kümmert. Es wird mir nie gelingen zu verstehen, warum die flotten, cleveren und gescheiten Werbefritzen einer amorphen, durch seltsame Hochrechnungen ermittelten Masse von »Vorbeihörern« – der sog. »Quote« – mehr Bedeutung beimessen, als einer zwar sicher kleineren, aber für die Wirtschaft ungleich wichtigeren Zahl anspruchsvoller, aufmerksamer und zufriedener ZU-Hörer.

Vielleicht noch ein letztes Wort zur Werbung bei den Öffentlich-Rechtlichen:

Überall dort, wo es sich um Länder handelt, deren Einwohnerzahl die 20 Millionengrenze überschreitet, machen die Werbeerlöse der Öffentlich-rechtlichen nur etwa 5% bis 20% des Gesamtumsatzes aus. Das heißt: Ein Herunterfahren des Werbeanteils am Gesamtprogramm würde für sie keine dramatischen Folgen auf dem wirtschaftlichen Sektor verursachen. Die BBC etwa verzichtet weitgehend auf Werbung. Doch beim kleinen österreichischen Rundfunk etwa beträgt der Werbeanteil die Hälfte des Gesamtumsatzes! Hier die Werbung dramatisch zu verringern, ginge tatsächlich an die Substanz. Darum möchte ich mit einer Information, die für Sie möglicherweise neu ist, und mit einer Idee von Gerd Bacher, der immer noch mit guten Ergebnissen über den ORF nachdenkt, schließen.

Die Information: Die neun österreichischen Bundesländer stecken sich auf unverschämte Weise seit Jahrzehnten zwischen 20% und 40% der Rundfunkgebühr in die eigene Tasche, geben diesem Diebstahl den Namen »Kulturschilling« und stopfen dann damit Budgetlöcher, die mit Kultur aber schon gar nichts zu tun haben.

Und nun die Idee: Mit einem mutigen Grundgesetz solches zu verhindern, dem ORF das ganze Gebührengeschlitz zukommen zu lassen und im Gegenzug dafür die Werbung auf ein erträgliches Maß weit zurückzufahren. Das würde dem ORF nämlich nicht nur die notwendigen Mittel belassen, sondern auch die komische Angst vor der Quote nehmen. Die Angst vor der Qualität wahrscheinlich auch...

## Das Faszinierende am Privatrado



**Andreas Schulz**

*1986–1989: Beginn der Journalistenkarriere beim Hessischen Rundfunk und Deutschlandfunk in Köln;*

*1989–1990: Studioleiter in Gießen bei Radio FFH;*

*1990–1996: Zunächst Frühredakteur, dann Redakteur vom Dienst und später Chef vom Dienst bei Radio FFH in der Zentrale in Frankfurt, schließlich Leiter Wortredaktion bei Radio FFH;*

*1996: Programmleiter beim Berliner Rundfunk;*

*1996–2004: Programmchef bei planet radio in Hessen; seit April 2004: Programmchef bei Hit Radio FFH.*

Ich möchte Sie mitnehmen in das Quotental oder Quotenhoch oder zu den »Quotenidioten«. Das sind wir, wenn ich den Ausführungen meiner beiden Vorredner richtig gefolgt bin. Wir werden nur von Werbung finanziert, oder wir finanzieren uns nur durch Werbung. Privatsender in Deutschland erheben keine Gebühren, sondern wir sind ein Wirtschaftsunternehmen. So definieren wir uns auch in den Businessplänen und deswegen sind wir die »Quotenidioten«, die die Hand nur am Puls des Publikums haben. Nicht immer – aber ganz oft. Im Vorfeld, beim Thema Qualität oder Einschaltquoten, habe ich mich natürlich auch gefragt: Was ist Qualität im Radio? Verwechseln wir vielleicht manchmal Qualität mit Geschmack? Ist Qualität das, was jeder einzelne von uns, oder von Ihnen mit seinem Geschmack für qualitativ hochwertig hält? Oder anders gesagt, wenn Sie einen Mercedes fahren, ist das hohe Qualität? Wenn ihr Nachbar einen Toyota fährt und der bleibt nicht so oft liegen, ist das vielleicht höhere Qualität? Oder was ist denn Qualität? Ist es Geschmack, ist es Image?

Ich will heute viel über Geschmack und Image sprechen, weil das ein Thema ist, welches uns als Privatsender sehr stark bewegt. Wir machen sehr viel Forschung, wobei wir darauf achten, was das Publikum eigentlich möchte. Herr Grissemann sagte vorhin zu mir, Radio ist entweder faszinierend oder fürchterlich. Ich bin gespannt, wie sie »Hit Radio FFH« in einer Viertelstunde finden, faszinierend oder fürchterlich. Wir finden es immer wieder faszinierend und die Mehrzahl der Hörer in Hessen auch, manche finden es extrem fürchterlich und ich möchte es Ihnen nun vorstellen.

»Runter mit der Qualität«, das ist das, was die Menschen immer wieder behaupten, wenn sie über Privatsender reden und sagen, die Qualität muss erstmal runter, damit der Quotenerfolg kommen kann. Wir sagen Qualität muss auf jeden Fall dableiben, aber sie muss den Geschmack des Publikums treffen und sie muss qualitativ hochwertig gemacht sein. Ich möchte Ihnen »Hit Radio FFH« nun kurz vorstellen: Wir senden in Hessen, die Gesellschaft heißt »Radio/Tele FFH GmbH« und wir betreiben 3 Radiosender, »Hit Radio FFH« (Rock und Pop), »Planet Radio« (städtisches Format) und »harmony.fm« (Klassik usw.). Der größte Sender ist »Hit Radio FFH«. Gesellschafter der »Radio/Tele FFH GmbH« sind beispielsweise alle hessischen Tageszeitungen, Axel-Springer-Verlag, Burda GmbH, Peter Maffay, Katharina Witt usw. Katharina Witt betont heute noch oft, dass dies das beste Investment war, welches sie getätigt habe. Das ist natürlich auch der Anspruch, den wir haben. Wir müssen nicht nur Quote machen, sondern wir müssen auch Geld verdienen.

In Deutschland werden die Hörer pro Durchschnittsstunde anhand der Einschaltquoten gemessen, dies erfolgt 2x im Jahr (Frühjahr und Herbst). Die Ermittlung der Einschaltquoten erfolgt durch die Befragung von Hörern, indem diese angerufen werden, in Hessen sind es ca. 3.000. Sie werden befragt, welches Radioprogramm sie gestern gehört haben und zwar in Viertelstundenschritten. Zurzeit läuft eine solche Befragung und man erkennt dies daran, dass alles mögliche in den verschiedenen Radioprogrammen gewonnen werden kann und die Wände der Städte mit Werbeplakaten der Radiosender ausgefüllt sind. »Hit Radio FFH« hat 617.000 Hörer pro Stunde und »Planet Radio« 69.000 Hörer. »Hit Radio FFH« erreicht somit 52,7% der Marktanteile in Hessen, nimmt man »Planet Radio« noch dazu, beträgt der Anteil der Hörer in Hessen, welche Sender aus dem Hause »Radio/Tele FFH« hören ca. 60%. Der größte Konkurrent in diesem Musik-

„  
Wer sind die Hörer, die wir erreichen wollen? Sind es die, die irgendwo in der Mitte liegen, zwischen dem Hauptschulabschluss oder dem Abitur? Was bedeutet das für die Sprache? „

format ist »hr3«, die öffentlich-rechtliche Konkurrenz vom Hessischen Rundfunk, dieser erreicht 22,3% der Marktanteile. Andere wichtige Sender in Hessen sind »hr1«, »hr4«, »Sky Radio« oder »you.fm«. Lassen Sie sich nicht irritieren von den kleinen Quoten beispielsweise von »hr4«, dieser Sender ist in Hessen eigentlich das zweitstärkste Programm. Jedoch in der Zielgruppe der 14-49jährigen ist »hr4« nicht so stark vertreten. In der Zielgruppe ab 49 jedoch hat »hr4« sehr viele Hörer. Die Zielgruppe der 14-49jährigen ist die wichtigste Zielgruppe für »Hit Radio FFH«, da diese Zielgruppe für die Werbebranche am interessantesten ist.

In einem Sendegebiet wie Hessen ist auch darauf zu achten, was die Hörer eigentlich wollen: wollen Sie nur unterhalten oder auch gebildet werden? Wollen die Hörer auch noch etwas lernen im Radio? Hessen ist ein Flächenland, mit wirtschaftlich sehr starken Regionen, aber auch mit sehr viel Landwirtschaft. Extrem unterschiedlich ist deshalb auch die Sozialisation der einzelnen Schichten. Ich möchte Ihnen dies anhand der Bildungsunterschiede klar machen, weil das für uns Programmierer auch immer ein wichtiger Punkt ist. Worauf setzen wir? Wer sind die Hörer, die wir erreichen wollen? Sind es die, die irgendwo in der Mitte liegen, zwischen dem Hauptschulabschluss oder dem Abitur? Was bedeutet das für die Sprache? Wie müssen wir mit den Hörern reden? Verstehen sie, was wir sagen, was sollen sie verstehen? Wir machen relativ viel Forschung für unser Programm, vor allem, was die Musik betrifft, da sich die musikalischen Vorlieben sehr schnell ändern. Musik ist einer der wichtigsten Punkte für das Radio. 80% der Menschen schalten Radio wegen der Musik ein. Außer ein Hörer hat besonderes Interesse an gewissen Sendungen im Radio, wie etwa Radio Vatikan. Radio ist in der heutigen Zeit ein Begleitmedium geworden, denn niemand schaltet mehr das Radio zu speziellen Zeiten ein oder aus. Menschen lassen das Radio einfach an, möglichst lang, denn davon leben die Privatsender ja. Je länger ein Hörer das Radio anlässt, desto höher wird die Einschaltquote, da für die Einschaltquotenermittlung, die Erhebung im Viertelstundentakt erfolgt.

### Die Top-Programmbedürfnisse der HIT RADIO FFH - Hörer

1. Die Art der Musik
2. Kurze Nachrichten
3. Moderatoren 'freundlich'
4. Verkehr
5. Lokale / regionale Nachrichten
6. Moderationen 'lustig'
7. Wetter
8. Tagsüber vor allem Musik hören
9. Abwechslung Musikmischung '70er, 80er, 90er'
10. Möglichst viel Musik ohne Unterbrechung
11. Abwechslung Musikmischung Musikstile 'Pop, Rock, Dance'
12. Moderatoren 'Inhalte'
13. Unterhaltsame, lustige Beiträge / Comedy
14. Tagsüber neben der Musik auch unterhaltsame Beiträge und Infos
15. Spezielle Sendungen/Musikwochenenden
16. Nützliche Tipps/ Service

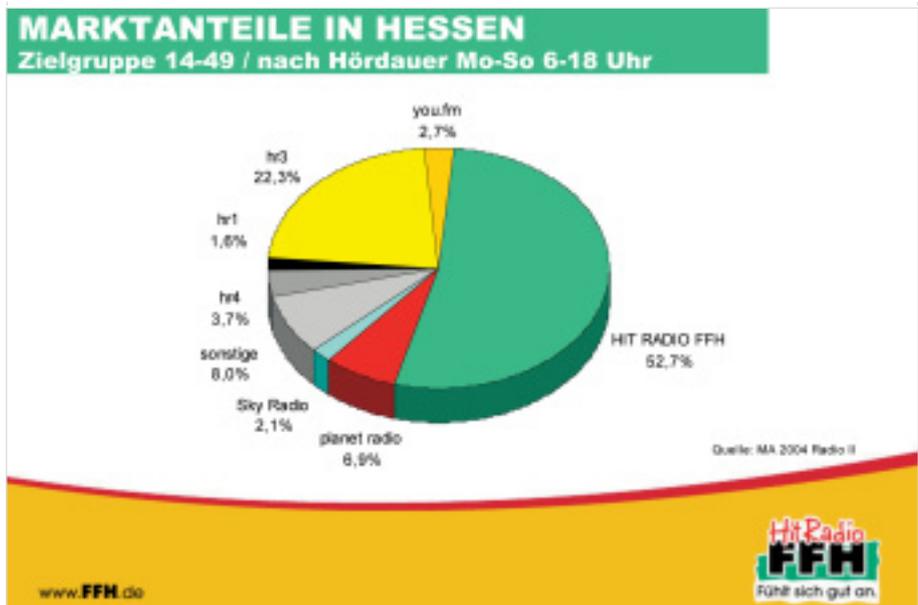
Die Privatsender haben aber auch den Öffentlich-Rechtlichen was vorgemacht, nämlich, dass man sich anstrengen muss, dass man mit regionaler Information Hörer gewinnen kann.

Das sind die Topprogrammbedürfnisse der »Hit Radio FFH«-Hörer, ich bin mir sicher, wenn sie diese Untersuchung in anderen Märkten machen würden, würden sie zu einem ähnlichen Ergebnis kommen. Sie sehen auch hier, dass Musik und Kurzinformationen die wichtigsten Hörerbedürfnisse sind.

Wichtig ist vor allem auch, den Hörer an den Radiosender durch Veranstaltungen zu binden, um dem Hörer auch zu zeigen, wie der Sender aussieht, solche Veranstaltungen werden durch die sogenannten »Trailer« publik gemacht. Radio allein nur noch im Radio reicht nicht mehr, sondern die Hörer wollen auch immer wieder sehen, wie es dahinter aussieht, wie die Moderatoren aussehen usw. Die Hörer wollen sehr stark eingebunden werden, eben durch Musikveranstaltungen. Nur Musik spielen ist zu wenig, es müssen eben auch Musikveranstaltungen gemacht werden.

Mit einigen Hörbeispielen will ich Ihnen zeigen, dass wir nicht nur ein »Dudelradio« sind, sondern dass wir bei wichtigen Ereignissen auch den Kern der Musik verlassen, um die Hörer zu informieren. Der Hörer will schnell informiert werden, er muss dem Radio vertrauen können, das Radio soll Begleiter, aber auch Anwalt sein und sie wollen nicht umschalten müssen, um aktuelle Informationen erhalten zu können. »Hit Radio FFH« ändert aus aktuellem Anlass natürlich das Programm und sendet dann sehr viel Nachrichten und aktuelle Informationen.

Regionalität ist ein wichtiges Thema und das möchte ich Ihnen vorstellen, weil Herr Grisemann vorhin gesagt hat, die Qualität muss runter bei den Öffentlich-Rechtlichen, weil die Privaten machen das so schön vor, dass es ohne Qualität doch viel besser geht mit der Einschaltquote. Die Privatsender haben aber auch den Öffentlich-Rechtlichen was vorgemacht, nämlich, dass man sich anstrengen muss, dass man mit regionaler Information Hörer gewinnen kann. »Hit Radio FFH« regionalisiert in 5 Regionalfenstern und man kann beispielsweise mit Informationen über ein Fußballspiel der Regionalliga Hörer gewinnen. Das hat die öffentlich-rechtlichen Sender dazu gebracht, darüber nachzudenken, ob man nicht auch die Regionalliga in die Berichterstattung einbeziehen sollte, über





## C'è un criterio molto banale, ma determinante per la scelta di un programma: il minore investimento di energie

*(il relatore ha parlato a braccio, i primi minuti dell'intervento non furono registrati, testo non riveduto dall'autore)*



**Giuseppe Richeri**

*Professore ordinario presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università della Svizzera Italiana a Lugano dove insegna Politica ed Economia dei Media. È stato per vari anni consulente dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (analisi dei mercati televisivi), della RAI (pianificazione strategica), dell'European Broadcasting Union (servizio d'informazione strategica), Telecom Italia (Centro Studi San Salvador, Venezia).*

*Autore di saggi e libri pubblicati in vari paesi tra i quali: Il mercato televisivo in Europa, Il Mulino, Bologna 2003, (ed.); La fabbrica delle idee, Baskerville, Bologna, 2000; Televisione e qualità, Eri Edizioni RAI, Roma, 1996; Telecommunication, New Dynamic and Driving Forces, IOS Press, Oxford, 1996; La transición de la television, Editorial Bosch, Barcelona 1994.*

... alla fine ci siamo riusciti ed il risultato è un volume in cui ci sono tutte queste informazioni che alla fine costruiscono secondo me un percorso abbastanza interessante. Sempre per la RAI, insieme a questa ricerca sul campo abbiamo fatto prima una ricerca per vedere qual'era il dibattito internazionale sul tema della qualità, cioè chi e dove ci si

era occupati del tema, qualità televisiva in questo caso, e che tipo di risultati erano emersi. E quindi abbiamo avuto il modo di analizzare e studiare una serie di ricerche di documenti dal Giappone al Canada, dagli Stati Uniti alla Svizzera, dall'Inghilterra alla Francia e abbiamo poi riassunto un po' i vari approcci a questo tema.

Allora, nel mio intervento, cercherò di fare il punto sul dibattito internazionale tra i ricercatori per capire «quando si parla di qualità televisiva a cosa ci si riferisce?» Poi cercherò di approfondire i temi «qualità e audience», «qualità e pubblico televisivo» e concludere cercando di proporre qualche riflessione su cosa molto probabilmente capiterà alla qualità televisiva con lo sviluppo tecnologico in atto nel campo televisivo. Voi sapete che nell'agenda di tutti i paesi, non solo europei, ma di tutto il mondo, almeno dei paesi ricchi, c'è la televisione digitale, ovvero l'abbandono definitivo della televisione analogica. Vedremo che tipo di rapporto c'è tra questa prospettiva tecnologica, che non è un'ipotesi ma è la strada verso cui tutti i paesi stanno andando, e il problema della qualità. Allora, in primo luogo, la cosa più evidente è che il discorso sulla qualità televisiva è molto complicato, perchè quando si parla di qualità televisiva si parla di qualcosa che può essere affrontato in diverse chiavi: una chiave estetica, una chiave etica, una chiave che riguarda l'efficienza, una chiave sociale. Bisogna quindi definire con quale chiave noi intendiamo parlare di qualità televisiva.

Non solo per questo è difficile; è difficile anche perchè nella qualità televisiva ci sono degli elementi oggettivi e quindi teoricamente misurabili, ma esiste anche una forte componente soggettiva. La qualità normalmente è un rapporto tra un oggetto e chi giudica, chi osserva questo rapporto. Si tratta quindi di elementi che spesso è assai difficile da mettere insieme. Nello studio che noi abbiamo fatto, abbiamo rilevato che appunto quando si parla di qualità televisiva ci sono almeno 5 grandi punti di vista, attraverso cui si affronta questo tema.

1. Il primo punto di vista riguarda la qualità dei programmi televisivi. Io parlo di televisione, ma evidentemente questo si può applicare anche ai programmi radiofonici, quindi la qualità come relazione tra il contenuto di un programma televisivo e la realtà esterna a cui si riferisce. Allora alcuni ricercatori hanno cercato di trovare delle misure oggettive per valutare questo primo punto di vista sulla qualità. E partendo da questo punto di vista i ricercatori hanno preso in considerazione alcuni programmi. Evidentemente questo primo punto di vista non si può applicare alla «fiction televisiva», ma a tutti i generi di informazione, di news, documentari, approfondimenti ecc. I ricercatori hanno cercato di misurare questo rapporto attraverso tre parametri.

- Il primo criterio è quello della densità, che si riferisce al numero di temi che riguardano la realtà esterna, contenuti in un programma.
- Il secondo criterio è quello dell'ampiezza che riguarda la varietà dei temi trattati rispetto ad una realtà esterna.
- Il terzo criterio è quello della profondità ovvero della varietà dei punti di vista attraverso cui questa realtà esterna viene trattata e verificata.

*Il linguaggio usato in un telegiornale è un linguaggio talmente complesso e sofisticato rispetto al livello medio della cultura dei telespettatori che soltanto una percentuale minoritaria riesce a capire tutti i termini.*

Questo è un primo criterio adottabile e misurabile ed evidentemente è un criterio molto accademico, perchè se noi dovessimo misurare attraverso questi parametri la qualità di tutti i programmi televisivi, costerebbe più la ricerca che la realizzazione dei programmi, perchè è un lavoro analitico molto difficile. Quindi questo primo criterio è qualcosa che si può applicare a campione, se s'intende utilizzare.

2. Un secondo punto di vista è quello che si basa sull'analisi del contenuto, senza considerare il rapporto tra questo contenuto e l'esterno. E qui ci sono alcuni elementi che sono stati utilizzati tradizionalmente in molti paesi, i più evidenti sono quelli della comprensibilità dei contenuti. Io mi ricordo che molti anni fa, negli anni 60-70, per esempio fu pubblicato un dato molto scioccante, secondo cui, soltanto il 40% dei telespettatori comprendeva in senso compiuto l'informazione dei telegiornali. Quindi l'idea che il linguaggio usato in un telegiornale è un linguaggio talmente complesso e sofisticato rispetto al livello medio della cultura dei telespettatori che soltanto una percentuale minoritaria riesce a capire tutti i termini. Questo è un elemento evidentemente di qualità, perchè in questo modo non si riesce a comunicare con i telespettatori. All'interno di questo secondo criterio rientrano per esempio tutte le misure e le osservazioni che riguardano i contenuti pornografici e di violenza. E voi sapete che sesso e violenza sono due variabili che sono sotto la lente, l'attenzione di tutto il mondo, del legislatore e anche dell'Authority, perchè ci sono non soltanto delle leggi, ma ci sono anche dei punti di osservazione che sono in genere le Authority, il «Council for the Standard» in Inghilterra, che cercano di osservare e analizzare se i contenuti, per esempio pornografici e violenti nei programmi, sono al di là di certe soglie accettabili. È questo un altro criterio evidentemente di qualità che normalmente viene adottato in molti paesi.
3. C'è poi un terzo punto di vista sulla qualità che è quello degli esperti. Anche qui ci sono molte esperienze, soprattutto nel mondo americano in cui si pensa che un modo per misurare la qualità può essere quello delle persone che fanno la televisione, che hanno delle professionalità che riguardano la televisione e chiedere quindi a loro un giudizio da pari a pari su alcune variabili, per esempio gli autori, i registi, gli sceneggiatori, i produttori oppure i membri di giurie che danno dei premi alla televisione, a cui si chiede di valutare da una parte la forma dei programmi, e quindi di valutare la qualità della regia, la qualità delle luci e del suono, la qualità della recitazione o la qualità del montaggio e poi valutare anche il contenuto e la loro rilevanza da un punto di vista etico, estetico, sociale rispetto all'identità di un paese o di una cultura, rispetto all'innovatività del programma. In questo caso si ritiene che un gruppo, per esempio di professionisti, abbia gli strumenti per giudicare, a partire dalla loro professione, la qualità di un programma. Queste sono esperienze che sono state fatte, e che sono state poi divulgate. Di questi parametri se ne possono mettere molti, per esempio il livello artistico, l'impatto sul pubblico, il successo economico del programma. Quindi anche queste sono variabili che, se si vuole, si possono adottare e che evidentemente sono una componente a seconda dei punti di vista della qualità di un programma.
4. Un quarto punto di vista sulla qualità di programmi è quello dei broadcaster, è quello delle imprese o degli enti che fanno televisione. E qui evidentemente non è più il singolo programma ad entrare in gioco, ma normalmente è la rete televisiva o le reti televisive, e i criteri sono quindi quelli del rapporto tra le finalità che l'ente o l'impresa

*Un'impresa privata, un'impresa commerciale ha come finalità quella di produrre profitto e quindi è legittimo che organizzi il proprio prodotto con questa finalità.*

*L'obiettivo della televisione pubblica non è in modo assoluto quello di fare profitto, anzi se una televisione pubblica fa profitto c'è qualcosa che ha malfunzionato.*

deve raggiungere e il risultato ottenuto. Un'impresa privata, un'impresa commerciale ha come finalità quella di produrre profitto e quindi è legittimo che organizzi il proprio prodotto con questa finalità. Pertanto avrà fatto una buona televisione, se alla fine avrà tratto profitto. Questo è un criterio un po' rozzo, se voi volete, ma è il criterio con cui le imprese private giudicano in prima istanza il risultato dell'attività. Poi ci saranno anche altri criteri, ma se il perseguimento della qualità dovesse incidere negativamente sul perseguimento del profitto la qualità più importante è quella del profitto e non del programma. Questo è evidente e non è neanche biasimabile, perchè è la logica delle cose. Nel caso in cui si tratta di una televisione o di un ente televisiva pubblica evidentemente il criterio di qualità è radicalmente diverso. L'obiettivo della televisione pubblica non è in modo assoluto quello di fare profitto, anzi se una televisione pubblica fa profitto c'è qualcosa che ha malfunzionato, c'è qualcosa che è sbagliato. Perchè la televisione pubblica deve utilizzare le proprie risorse per svolgere un'attività di interesse collettivo e quindi tutte le risorse che ha non sono destinate ad accontentare eventuali azionisti, ma deve investirle per ottenere al meglio il proprio obiettivo che è quello appunto di un servizio collettivo. E in genere, come noi sappiamo, ci sono delle indicazioni che le televisioni pubbliche dovrebbero seguire per raggiungere quest'obiettivo e sono indicazioni che riguardano anche la qualità del prodotto e soprattutto la qualità dell'offerta complessiva. In Italia per esempio c'è un contratto di servizio tra il servizio pubblico, che è la RAI, e il Ministero delle Comunicazioni in cui vengono elencate una serie di obblighi che riguardano anche la programmazione della televisione pubblica e quindi la RAI deve rispettare quegli obblighi. Ora si tratterà di vedere se questi obblighi sono più o meno definiti in modo analitico. Questo documento è accessibile via internet e tutti noi possiamo vederlo. Quindi in questo quarto caso, anche qui i criteri di qualità riguardano prevalentemente l'insieme della programmazione e non il singolo programma. È ovvio che io parli sempre di criteri valutabili in modo oggettivo. Noi siamo in grado oggi di dire se la RAI o la ARD in Germania o la France Television o la BBC nei rispettivi paesi rispettano questi criteri di qualità che sono definiti in modo oggettivo.

5. C'è poi un quinto livello che è quello dello Stato. Noi abbiamo delle leggi in tutti i paesi che tendono a garantire e a preservare a promuovere il pluralismo dell'intero sistema televisivo e addirittura ci sono delle Autorità che hanno l'impegno di controllare che questo pluralismo sia rispettato. E anche questo sicuramente è un criterio di qualità della televisione intesa non come singolo programma, non come singola rete, ma come sistema complessivo. Là dove non c'è pluralismo o dove c'è poco pluralismo possiamo affermare che c'è poca qualità del sistema televisivo e questo è quello che per esempio sia un parametro largamente condiviso e la pluralità di un sistema televisivo o di una rete televisiva è qualcosa di misurabile. Sono molte le situazioni in cui si può misurare o con la presenza dei rappresentanti dei vari partiti politici o delle varie tendenze culturali, o con la misura dell'apparizione dei tempi ecc. I criteri sono molto vasti. In Italia ci sono vari organismi che hanno acquisito una specializzazione nella misurazione di questi tempi. Voi sapete che c'è una Commissione Parlamentare di Vigilanza, organismo bicamerale, che ogni settimana riceve i dati dall'Osservatorio di Pavia, in cui ci sono le quantità di spazi televisivi. Che sia un criterio più o meno raffinato, più o meno rozzo questo è un altro tema di dibattito. Ma c'è un criterio per

*Noi spesso sappiamo di guardare dei programmi che sono trash, ma li guardiamo, pur sapendo che su un altro canale ci sono dei programmi che noi consideriamo di qualità.*

misurare questo tipo di qualità. Se voi oggi leggete i giornali, vedrete che l'Autorità statale è intervenuta con un giudizio contro RAI e Mediaset, perchè secondo l'Autorità statale è stato contraddetto un principio di pluralismo che è contenuto nella legge, ormai superata da una legge Gasparri, che prevedeva che, per esempio, nessun operatore televisivo potesse superare il 30% delle risorse dell'intero sistema televisivo. E sembra che, in questi casi, in base all'indagine fatta dall'Autorità, questi limiti siano stati superati.

Quindi vedete già ora che, quando parliamo di qualità, parliamo di tante cose diverse a seconda dei punti di vista e io mi sono limitato a ricordarvi 5 punti di vista che permettono anche di adottare dei criteri di misurazione. Se poi noi vogliamo parlare di qualità e vogliamo dare dei giudizi dobbiamo anche confrontare il discorso su «più qualità – meno qualità». Siamo sempre però, come vedete, a dei livelli molto generici che non ci aiutano a dire che quel singolo programma è un programma più di qualità di quel altro singolo programma. E qui entriamo più nel merito del tema specifico di questo convegno, che è quello del rapporto tra qualità e audience. Qui la ricerca ci dà ancora qualche indicazione, abbastanza interessante e curiosa secondo me. La ricerca intanto ci sollecita sul tema «qualità e audience», ci sollecita a tener conto in quest'ambito della differenza tra qualità e gradimento da parte del pubblico. Sono due cose che non sempre stanno insieme e dalle ricerche risulta che normalmente, dico normalmente, perchè sono ricerche che sono state fatte in diversi paesi e tutte arrivano allo stesso risultato, normalmente il pubblico, la maggior parte del pubblico – magari noi in questa sala no –, ma la maggior parte del pubblico, consapevolmente preferisce guardare programmi di bassa qualità sapendo che i programmi a cui attribuisce una connotazione di qualità esistono, ma non li guardano. E questa è una cosa interessante. È interessante perchè noi ci battiamo per programmi di qualità, ma sappiamo anche che poi il pubblico, benché siano presenti nella programmazione, non li vuole vedere. Allora bisogna fare un altro tipo di riflessione. Noi siamo abituati a dire, il pubblico guarda i programmi trash, perchè è poco colto, perchè è ignorante ecc. No, non è vero. Una gran parte del pubblico è cosciente di questa cosa e vi dirò una cosa. Se noi stessi pensiamo al modo con cui consumiamo la televisione, ci rendiamo conto che anche noi spesso sappiamo di guardare dei programmi che sono trash, ma li guardiamo, pur sapendo che su un altro canale ci sono dei programmi che noi consideriamo di qualità. Allora questo deve portarci un po' più a monte a interrogarci su quali sono le componenti che orientano il consumo televisivo nella maggior parte delle persone. E qui c'è un criterio molto banale, ma determinante, che è quello del minore investimento di energie. Quando noi ci mettiamo davanti alla televisione, non sempre, ma molto spesso scegliamo il programma che comporta da parte nostra un minor investimento. Un minor investimento di scelta, di comprensione, di lavoro intellettuale, per mille ragioni, perchè siamo stanchi, perchè vogliamo rilassarci ecc. Allora questo però è uno delle componenti della riflessione sul perchè vogliamo una televisione di qualità o meno.

L'altra cosa interessante è che secondo queste osservazioni la qualità televisiva non è una cosa che aggrega le persone, ma le separa. Perchè più noi cerchiamo una qualità televisiva, più noi dobbiamo identificare dei programmi con degli standard culturali, intellettuali, artistici, che sono elementi distintivi delle varie fasce sociali. E quindi più andiamo verso la qualità, più noi invece di trovare grande audience riscontriamo divisioni. Mi sono

*Un programma di grande ascolto non è necessariamente un programma di qualità, ma un programma che non fa ascolto è sicuramente di cattiva qualità.*

trascritto qui una frase che avevo rilevato in questa ricerca che è fatta da un programmatista della RAI che diceva «un programma di grande ascolto non è necessariamente un programma di qualità, ma un programma che non fa ascolto è sicuramente di cattiva qualità.» Questa è un'estremizzazione, però ha un senso di verità da un punto di vista di chi fa televisione, e cioè se uno che fa televisione fa un programma di bassa qualità è difficile che pensi al suo programma. Il mezzo televisivo è un mezzo per le grandi audience. Se noi vogliamo arrivare alle piccole audience usiamo le lettere scritte a mano, oppure la posta, oppure degli strumenti per le piccole audience. Ma la televisione è fatta per le grandi audience, e se uno la usa non per le grandi audience, fa qualcosa di sbagliato. Ma riflettere sulla qualità della televisione ci offre anche lo spunto per parlare del rapporto tra televisione pubblica e televisione commerciale. È vero che la televisione pubblica ha un rapporto con la qualità televisiva diversa da quello che ha la televisione commerciale. E qui c'è un aspetto secondo me molto interessante che ci permette di criticare in molti paesi il comportamento oggi della televisione pubblica. Quando si dice che la televisione pubblica tende a «scendere» al livello della televisione commerciale è abbastanza vero per alcuni versi, ma soprattutto per un verso, che è quello dell'innovazione dei linguaggi, dell'innovazione dei format, dello sviluppo delle capacità comunicative della televisione. Perché e in che senso? È vero che una televisione commerciale ha poco spazio per innovare, perché da tutti gli studi sui comportamenti del pubblico televisivo si sa che il pubblico televisivo ha dei comportamenti molto inerti. Il pubblico televisivo non ama l'innovazione, ama la ripetizione degli stessi format, degli stessi personaggi con alcuni elementi di novità, che però non implicano un riadattamento della conoscenza, degli abitudini ecc. E quindi, normalmente, quando si propone qualcosa di radicalmente nuovo in televisione le audience calano moltissimo. Ci sono episodi in cui una televisione ha realizzato 5-10 puntate di un programma e dopo le prime 2 puntate le mette nel cestino, perché queste due puntate hanno dato dei risultati di audience talmente bassa che la televisione commerciale non va avanti. Sappiamo anche che la televisione può, e forse deve, educare il proprio pubblico. Cosa vuol dire educare il pubblico? Educare il proprio pubblico a migliorare i livelli di consumo e di scelta, di selezione del programma. Quindi questo compito di «elevare» la qualità del consumo televisivo è un compito tipico, secondo me, della televisione pubblica, che può permettersi d'innovare molto più della televisione commerciale, proprio perché la televisione pubblica non è legata all'audience. La televisione pubblica ha un finanziamento garantito a prescindere dai risultati di audience e quindi può permettersi di mettere nella programmazione dei programmi, dei format, l'uso dei linguaggi, mettere dei personaggi nuovi innovatori rischiando di perdere uno o due punti di audience, sapendo che dopo 5-6, talvolta 10 puntate il pubblico si abitua a questa novità e quindi «migliora» il suo livello di consumo, cosa che la televisione privata non può fare. Allora secondo me da questo punto di vista, che è un'altra componente della novità, l'innovatività, il miglioramento estetico del linguaggio, dei personaggi, dei costumi è una cosa, che può essere perseguita. Secondo me però non è abbastanza perseguita ed è uno degli elementi che dovrebbe distinguere nettamente la televisione pubblica da quella privata. E noi da questo punto di vista abbiamo degli esempi estremamente interessanti. Io conosco quelli italiani, ma credo che ci siano in tutti i paesi, in cui la televisione pubblica innova e ottiene dopo un po' di tempo risultati con l'effetto che la televisione privata la segue. Noi abbiamo un esempio eclatante in

*E dopo un certo numero di puntate si è scoperto che l'informazione scientifica se messa in una certa forma, se trattata con i criteri di comunicazione per il grande pubblico, funziona e produce audience.*

*La televisione digitale porterà non 5-6 canali, ma 30-40 canali in tutte le case. Il problema è che parallelamente alla moltiplicazione dei canali non si moltiplicano le risorse.*

Italia, che sono i programmi di Piero Angela. Non so se voi vi ricordate un po' la storia, ma ad un certo punto la RAI dopo il primo shock della concorrenza della televisione privata, che la metteva in crisi d'identità, economica ecc., verso la metà degli anni 80 incomincia a reagire, dicendo: va bene, io invece di subire la concorrenza privata e di copiare quello che fanno i privati, cerco di lanciare nuovi programmi e tra questi nuovi programmi decide di mettere in prima serata l'informazione scientifica, che è un genere televisivo normalmente relegato nelle pieghe del palinsesto della notte tarda o pomeriggio, perché si pensava che l'informazione scientifica fosse un tema che non interessasse le grandi masse, che fosse un tema solo per un piccolo pubblico. E dopo un certo numero di puntate si è scoperto che l'informazione scientifica se messa in una certa forma, se trattata con i criteri di comunicazione per il grande pubblico, funziona e produce audience. Ed è accaduto che dopo un po' anche la televisione privata ha fatto programmi simili. Di questi esempi ce ne sono vari in vari paesi. Io credo che nella televisione di prima serata un programma d'informazione scientifica sia sicuramente una crescita della qualità della programmazione. Questo è un esempio in cui la televisione pubblica può veramente svolgere un ruolo positivo. Il problema qual è? Che questi esempi sono troppo pochi, nel senso che la televisione pubblica dovrebbe fare sicuramente molto di più. Però questo è una strada che secondo me dà delle indicazioni precise su cosa si intende per ruolo della televisione pubblica nel campo della qualità. Quindi non solo la garanzia del pluralismo, ma anche questo motore, questo esempio positivo di cosa si può fare da un punto di vista di una programmazione di qualità, ossia la capacità di trainare, se non tutto il sistema televisivo, una parte anche della televisione privata.

Il terzo punto che volevo trattare è il rapporto tra qualità e televisione digitale. Tutti voi sapete di che cosa parliamo. In grande sintesi la televisione digitale sostituirà nel giro di 4-6 anni completamente la televisione analogica. Significa che mediamente in tutte le case arriveranno come minimo 20-30 nuovi canali attraverso la televisione terrestre, perché già oggi attraverso il satellite, e dove esiste il cavo, attraverso il cavo, arrivano centinaia di canali. Però le famiglie che non hanno né il satellite né il cavo, oggi ricevono in Italia 12 canali nazionali più 4-5 locali, in altri paesi come in Inghilterra, la Francia o la Germania 5-7 canali al massimo. La televisione digitale porterà non 5-6 canali, ma 30-40 canali in tutte le case. Il problema è che parallelamente alla moltiplicazione dei canali non si moltiplicano le risorse. Soprattutto non si moltiplicano le risorse tradizionali, che sono il canone e la pubblicità per la televisione in chiaro. Noi non possiamo pensare che se i canali si moltiplicano per sei, arrivando dagli attuali 6-7 ai 30-40 canali, il canone e la pubblicità si moltiplicano anche loro per sei volte, perché è chiaro che non c'è spazio. Quindi cosa vuol dire? Che i canali si moltiplicano ma le risorse, se crescono, cresceranno molto più lentamente. Quindi il risultato cos'è? Che l'investimento medio orario nei programmi televisivi necessariamente si riduce. E dall'altra parte l'audience si frantuma. Perché se noi passiamo da 6 a 36 canali evidentemente l'audience non è che si ripartisce in modo equo per tutti i 36 canali. Ma tutte le esperienze in tutto il mondo dimostrano che più i canali aumentano, più l'audience dei canali ad alta audience diminuisce. Pensate che negli Stati Uniti in 20 anni i tre grandi network televisivi sono passati dal 92% di share all'attuale 49%. In Inghilterra la BBC è passata dal 43% di share all'attuale 27%, proprio perché c'è stata una frantumazione del pubblico. Quindi il risultato inevitabile è che, se noi dividiamo l'insieme della massa delle risorse per l'insieme

dei programmi trasmessi, l'investimento medio per programma sarà nettamente inferiore. Ma siccome si diceva prima che per fare programmi di qualità ci vogliono molti soldi, noi in prospettiva avremo meno soldi per fare i programmi e quindi il rischio è che la qualità dei programmi cada. È vero che ci sono dei programmi di qualità che costano poco, ma mediamente e normalmente i programmi di qualità costano più dei «normali» programmi. Un programma di alta qualità è un programma dove il regista, gli sceneggiatori, gli attori ecc. sono i migliori, e il meglio costa di più. Quindi, ripeto, il trend verso cui stiamo andando è inevitabilmente questo. Se voi andate sui canali tematici, trasmessi in Italia solo dal satellite, in altri paesi anche dal cavo, vedete che si passa da un budget medio per canale in chiaro generalista di per esempio 500 milioni di euro a un budget medio per canale tematico di 7-8 milioni di euro. Cioè oggi il budget per fare la programmazione di RAI UNO, o di CANALE 5 è per intenderci, intorno a 500 milioni di euro. Cioè, i programmi della RAI UNO in un anno richiedono un investimento di 500 milioni di euro. Se voi andate a prendere i canali di RAI SAT, vedrete che mediamente in ciascun canale si investono 6-7 milioni di euro. Quindi vedete, adesso non dico che il salto sarà da 500 milioni di euro a 5 milioni di euro, però sicuramente si passerà da 500 milioni a 30-40. Non c'è assolutamente la possibilità di mantenere un livello così alto di finanziamento, perché non ci sono i soldi. Quindi per concludere questo è un punto di riflessione.

## Non sempre il discorso della qualità si concilia con i dati riferiti all'audience



Remo Ferretti

*Nato a Bolzano nel 1936. Dirigente scolastico fino al 1996. Giornalista pubblicista dal 1971.*

*Ha collaborato con «Il Giorno», con la RAI, con «L'Adige» e con altri organi di stampa nazionale. Ha tenuto rubriche d'opinione per emittenti radiofoniche. Tiene una rubrica settimanale su «Video Bolzano 33».*

*Consigliere regionale del Trentino Alto Adige dal 1978 al 1993. È stato Vicepresidente della Provincia Autonoma di Bolzano.*

*Collabora con So.Svi.Co dell'Alto Adige per il settore del Digitale terrestre.*

È stato estremamente interessante seguire le relazioni di stamattina, particolarmente l'ultima relazione, quella di Richeri, che è entrato nel merito dell'argomento. Abbracciando soprattutto i temi che riguardano le grandi televisioni e la «RAI» ha dovuto inevitabilmente trascurare, per necessità e brevità, le problematiche delle radio e, per gli interessi che rappresentano, quelle delle televisioni private.

Il concetto di qualità per le televisioni private è strettamente collegato alla capacità, alla possibilità d'impresa, di lavoro, d'intervento. Le televisioni private, non godendo delle sovvenzioni pubbliche, rappresentano delle intraprese economiche che devono, come è stato detto chiaramente stamattina, fare dei profitti. Il che vuol dire organizzare e mettere in onda delle trasmissioni che, sia sotto il profilo dei programmi correnti che dei notiziari, provochino un ascolto significativo di pubblico, ben gradito alla pubblicità, nazionale o locale. Queste televisioni ci sostengono attraverso gli investimenti pubblicitari. Non sempre, dunque, il discorso della qualità, che è un concetto poliedrico, mutevole, si concilia con i dati riferiti all'audience.

L'audience da cosa è rappresentata? Espongo un esempio banale. Una partita di calcio in TV (che in questi ultimi mesi viene proposta soprattutto in digitale, aereo o terrestre) possiede una sua sicura audience. Specie se si tratta di «calcio» in diretta e di evento di forte impatto emotivo, racchiude in sé «qualità»; in questo caso si registra audience in corrispondenza di qualità. L'audience, come è stato anche accennato stamattina, diventa un elemento di valore da rapportare sempre alla qualità rispetto al servizio messo in onda. Un tempo le poche (si fa per dire) reti degli Stati Uniti richiamavano sostanzialmente il 92% degli ascoltatori. Oggi, essendosi quelle stesse reti frammentate e/o moltiplicate, raggiungono, quando va bene, il 20%–25% degli ascolti medi globali. Ma ciò non sta a significare che è diminuita l'attrazione di queste reti, quanto piuttosto che una miriade di altre reti, pubbliche o private, offre una diversità e varietà di programmi attraverso i quali cerca di captare utenti di nicchia e di accrescere la propria audience specifica in funzione anche di un incremento degli introiti. Con il passare del tempo le TV generaliste hanno perso in attrattività in favore delle TV di settore. Torniamo alle televisioni private locali: la varietà di offerta consente una possibilità più raffinata di ricerca della qualità corrispondente ai potenziali utenti, che non sempre corrisponde a un concetto predefinito di qualità. Giustamente è stato detto che ci si siede davanti al televisore non sempre per sentirsi impegnati, ma anche solo per svago, per ricreazione, per distrazione, per soddisfare interessi reconditi. Quindi sussiste una qualità che va rapportata alla sensibilità del momento. Di fatto sussiste una potenziale miriade di qualità. La qualità di una televisione locale, per esempio «Video Bolzano 33», è una qualità rapportata al territorio, alla sua popolazione, alla capacità di affrontare e soddisfare interessi tipici della sua specifica utenza. Quindi, come abbiamo visto che avviene anche per la radio dell'Asia, queste Tv locali devono operare attraverso un'informazione che sia pertinente al luogo e devono impostare palinsesti che corrispondono all'attesa del luogo. Parlo di avvenimenti sportivi, di avvenimenti culturali, di fatti di richiamo che accadono sul territorio e che consentono una tipizzazione.

Uno studio recente di Aldo Grasso, il critico TV del «Corriere della Sera», dimostra come le televisioni private siano le emittenti, che hanno proceduto con maggiore disinvoltura e spregiudicatezza, con una inconsueta capacità di proposta nell'innovare i programmi

*Dunque, per le televisioni private intervenire per influenzare l'audience con una qualità diversa, significa andare alla ricerca di sacche, di segmenti su cui non operano le grandi televisioni.*

tradizionali, introducendo elementi apparentemente arditi di raccordo con il territorio. In partenza, infatti, sembravano costituire novità che potevano far perdere uditorio; in realtà con il trascorrere del tempo si sono affermate innovazioni apparentemente banali, come il commento di sportivi «locali» (e, dunque, riconoscibili) delle partite di calcio nazionali. La «RAI» non può trasmettere le partite in diretta e non tutti si possono permettere «SKY», le TV locali, mettendo in onda simultaneamente il loro commento orale della diretta TV, consentono l'immedesimazione con il giornalista, con il personaggio del luogo, con un commentatore magari già di un'emittente importante, avanti d'età e d'esperienza. Il solo fatto di commentare le partite attraverso persone «locali» note ha consentito a molte emittenti locali di attrarre un'attenzione nuova, che sarebbe rimasta coperta. Piuttosto che sorbirsi quella bionda un po' sguaiata, che si mette le mani nei capelli, a me estremamente fastidiosa, preferiscono seguire il loro «uomo» sull'emittente locale, che offre le loro notizie, dove il calcio non è correlato di pettegolezzi o di personaggi in mostra estemporanea. Dunque, per le televisioni private intervenire per influenzare l'audience con una qualità diversa, significa andare alla ricerca di sacche, di segmenti su cui non operano le grandi televisioni, quella statale, quella di «Mediaset» e anche le altre televisioni che in Alto Adige riusciamo a ricevere.

Proviamo a valutare per sommi capi cosa potrà significare sotto questo profilo l'introduzione del digitale terrestre: ogni canale analogico potrà contenere 3 canali di TV digitale. Nuovi impegni di messa in onda saranno fortemente condizionati dalla capacità di assorbimento del mercato (locale, interregionale, nazionale), dalle capacità di investimenti, dalle sovvenzioni, dagli introiti che possono derivare dalla pubblicità.

Va ricordato che una legge dello Stato impone che il 30% della pubblicità – effettuata a mezzo di strumenti radiotelevisivi da parte degli enti, dei comuni, delle Province, da tutte le società di derivazione provinciale e comunale – deve venire messa in onda dalle televisioni locali. Non si intende per questo che nella provincia di Bolzano il 30% della pubblicità debba venire assegnato alle sole televisioni ricevibili in Alto Adige, ma intendendo qualsiasi televisione locale. Può essere che la Provincia di Bolzano ha degli interessi a vendere lo speck o a promuovere il suo turismo attraverso una televisione locale del Veneto o del Friuli, anche questo va benissimo. Il Comitato per le comunicazioni, che ha organizzato la giornata odierna, ha un compito non di poco conto: quello di verificare se effettivamente la Provincia Autonoma di Bolzano, il Comune di Bolzano, la Camera di Commercio di Bolzano, la Società dello Speck, che è una società con il denaro pubblico, l'Agenzia Provinciale per il Marketing dell'Alto Adige, che è una società con il denaro pubblico, impiegano questo 30% sulle televisioni locali. Naturalmente a me interessano «Video Bolzano 33» e le radio locali, siano essi in Alto Adige o anche fuori.

Perché calco la voce su questo aspetto? Perché abbiamo la prudenza di non voler rompere le uova nel paniere. La nostra scarsità di mezzi non ci permette di conoscere direttamente, di penetrare nei meandri dei bilanci pubblici e di enti di loro derivazione. Un organismo come il Vostro, che per ora dispone di pochi mezzi, può tuttavia intervenire in maniera più penetrante, più qualificata in quanto rappresenta l'Autorità preposta a queste iniziative. Il rispetto di questa prerogativa porrebbe una situazione provinciale estremamente interessante per noi, specie in previsione dell'avvento della televisione digitale. Attualmente «Video Bolzano 33» è l'unica emittente privata altoatesina preparata a trasmettere anche in digitale su Bolzano e Laives, prossimamente anche su Merano e

“  
La tecnica consente ormai di trasferire i dati internet in DTT da poter poi trasmettere sul territorio attraverso la televisione.

su altre zone. La «RAS», che non può produrre e trasmettere programmi propri, si è attrezzata in modo egregio di mandare in onda i programmi tedescofoni in digitale. Infatti, l'altro giorno ha inaugurato la sua struttura, avanzatissima sotto il profilo tecnologico. In Alto Adige una discussione sull'uso del DTT diventa di estrema attualità.

Il DTT muterà completamente il mercato della televisione, renderà ancora più particolare, raffinata la possibilità di entrare nei settori che più ci piacciono e attraggono il pubblico. Si consideri la «magia» della scheda infilata nel decoder, che consente di seguire in diretta una partita o un avvenimento. Un espediente tecnologico che moltiplica una serie di affari, che si origineranno sul DTT e che oggi appare inimmaginabili provocare attraverso la televisione analogica: il DTT promuove un feedback attivo-passivo, consente in taluni programmi la scelta individuale dell'inquadratura della trasmissione: la sua diffusione capillare invoglierà sicuramente le amministrazioni pubbliche a entrare nel DTT per offrire una gamma di informazioni attraverso le quali rendere i cittadini sempre più informati, consapevoli e partecipi. La tecnica consente ormai di trasferire i dati internet in DTT da poter poi trasmettere sul territorio attraverso la televisione.

Mi sia consentito presentare tre soli esempi di trasferimento di dati di interesse generale: le notizie riguardanti l'attività dell'amministrazione, le notizie sulle strade e sul traffico e le notizie riguardanti il tempo, che possiamo far seguire da decine di altri esempi. Sono informazioni che potranno entrare nel DTT e potranno venire «governate» da ogni utente TV: di un segmento prescelto, per esempio quello del traffico, potremo vedere la strada che ci interessa in simultanea e verificare cosa sta accadendo, quali sono le difficoltà contingenti. Di più, ogni canale analogico consente, come già detto, l'avvio di almeno 3 nuovi canali di DTT; l'affitto di questi canali potrà produrre oltre a dei vantaggi economici per chi li possiede, anche un tipo di informazione sempre più raffinata, precisa e settoriale: banche, assicurazioni, aziende, produttori e distributori di automobili, per esempio, potranno avere dedicato un proprio canale DTT, che «mimetizzeranno» in parte con programmi attraverso i quali arricchire una loro immagine culturale, un'immagine di qualità, e dall'altra parte con interventi di carattere pubblicitario attraverso i quali presentare la propria immagine commerciale o di produzione. Questo convegno oggi si tiene in un momento saliente, in cui il mondo dell'informazione si sta trasformando in modo radicale, grazie alla radio e alla DTT.

Oggi a pranzo, il responsabile dell'Agenzia d'informazione dell'Alto Adige, mi ricordava che ormai noi con il DTT riusciamo ad entrare ovunque, con il digitale radio e TV occupiamo tutti i settori.

Che qualità che possono offrire le televisioni private in rapporto al concetto medio, corrente di qualità, quello delle reti «Mediaset», quello delle TV di Stato e anche dei paesi tedescofoni? Le Tv private non godono di abbonamenti, eppure lo Stato Italiano si pone in continua concorrenza con la televisione privata nella raccolta di pubblicità: i suoi spot interrompono ormai le trasmissioni più di «Mediaset». Come privati non possediamo né potenti mezzi economici per arricchire la produzione delle nostre trasmissioni, né potenti influenze e rapporti per poter cambiare le leggi, man mano che cambia la nostra capacità d'intervento, come accade alla televisione di Stato. La televisione di Stato, nata, come è stato detto molto bene stamattina dal rappresentante dell'ORF, per offrire programmi di qualità, ci propina normalmente non programmi di qualità, ma programmi di alto gradimento. Perché? Perché essendosi posta in concorrenza con «Mediaset», abbi-

«Video Bolzano 33» è fiera di dire che è tra le poche emittenti in Italia che non solo ha lanciato giornalisti che oggi girano per il mondo, ma che è assolutamente in regola sotto il profilo della dipendenza.

sogna di maggiori introiti e, quindi, di una raccolta finanziaria diversificata, che condiziona e limita le potenzialità pubblicitarie private. Questa aberrazione, forse, attraverso la DTT potrà diminuire. Comunque oggi rappresenta una grossa remora, un freno, un condizionamento alle televisioni private. Rimane di un qualche valore il fatto che le televisioni pubbliche o le grandi televisioni nazionali non possono intervenire a livello locale con programmi specifici, eccetto le TV riservate alle minoranze linguistiche locali.

Un esempio del palinsesto che riguarda «Video Bolzano 33». A livello locale noi siamo costretti a subire per pareggiare il bilancio programmi che non ci piacciono, di non sicura qualità ma di una certa «attrazione» e convenienza pubblicitaria. Senza questi programmi i privati non potrebbero esistere. Le private per poter mettere in onda qualità informativa di produzione propria sono costrette a coprire certe fasce del giorno con fatuità; a seconda dell'ora di chi vende stufe o panciere o qualche donnina che sorride. Diversamente non siamo in grado di coprire i deficit di bilancio. Certamente se adesso voi seguite «Video Bolzano 33» collegata con altre 40 reti in Italia, i cui programmi vengono coprodotti o co-acquistati, la qualità non è male, non è scadente, ma non è competitiva. Ecco allora che lavoriamo all'interno di quegli interstizi che ho detto, lavoriamo sui notiziari e sui fatti locali. Lavorare sui notiziari significa tenere in regola una squadra di almeno 6 giornalisti e 6 tecnici; significa spendere in vecchie lire centinaia di milioni, in euro centinaia di migliaia di euro.

«Video Bolzano 33» è fiera di dire che è tra le poche emittenti in Italia che non solo ha lanciato giornalisti che oggi girano per il mondo, ma che è assolutamente in regola sotto il profilo della dipendenza. Giornalisti che vengono a «Video Bolzano 33» sono pagati nel rispetto del contratto. Abbiamo dalle 9 alle 19.30 telegiornali in diretta e poi registrati, che si fermano solo alla domenica, troppo costosa. La domenica abbiamo le rubriche vincolanti che sono di «anika flash», 6 passaggi al giorno per 3 minuti ciascuno e poi le rubriche facoltative, chiamiamole quelle su cui si può valutare la cultura. Il «Pianeta Salute», che capite cosa vuol dire, «Piazza Montecitorio», e capite pure cosa vuol dire, «Rotocalco» che è la ripetizione di avvenimenti settimanali, «Mondo Verde» che riguarda l'agricoltura, la «Lista d'attesa» che riguarda uno spettacolo di varietà che si tiene al lunedì, «Rete Rete» che è sport, che si tira martedì, la «Griglia di partenza», poi ancora «Rete Rete», poi il «Cuore del Calcio»: una di quelle trasmissioni di cui vi ho detto, allestita con pochi soldi, con 4 persone, ma che a livello locale riscuote successo. Ancora il «Punto Sport», i «Cartoni Animati». Quindi cerchiamo anche noi di elevare la qualità, ma ne sentiamo il forte peso, che significa il denaro che dobbiamo trovare.

La DTT può aprire anche per il privato nuove prospettive: sia la collaborazione con gli enti, nel senso che ho detto, sia la messa a disposizione di canali che si sono liberati a livello commerciale, ben sapendo che la rete proprietaria diventa responsabile anche dei programmi. E quindi dovrà porre un'attenzione del tutto particolare su ciò che potrà venire trasmesso, perché diventando responsabile utilizzerà delle conseguenze positive degli introiti, ma anche di quelle negative di eventuali situazioni, chiamiamole così, di contenzioso.

## Qualität bringt gute Quoten. Und beides ist unser Ziel



Heiner Feuer

*Heiner Feuer (35), Journalist und Unternehmer, ist heute geschäftsführender Programmleiter der beiden Privatsender »Südtirol 1« und »Radio Tirol«. Er war Redakteur und Geschäftsführer des Kirchensenders RGW der Diözese Bozen-Brixen, leitete das Bozner Studio von »Radio Tirol«, bis er 1994 eine eigene Dienstleistungsagentur und Produktionsfirma für alle deutschsprachigen privaten Radiosender in Bozen gründet: Südtirols erste Nachrichtenagentur »RMI«, deren Chefredakteur er noch heute ist. Als Präsident des Verbandes der Südtiroler Radio- und TV-Sender (im Verband für Kaufleute und Dienstleister) engagiert sich Heiner Feuer für alle Privatsender Südtirols und vertritt deren Interessen auch im nationalen Medienverband FRT (Federazione Radio Televisioni) in Rom.*

Ich bin froh, dass hinter dem Titel der heutigen Tagung ein Fragezeichen steht und auch, dass nicht mit der immer wieder gerne benutzten Quotenfrage polemisiert wurde.

Lassen Sie es mich gleich zu Beginn sagen: Der Titel gibt eigentlich die Antwort bereits vor. Es heißt hier nicht Qualität »ODER« Einschaltquote, sondern es heißt hier »UND«.

Und dass dieses »UND« beide Begriffe, Qualität und Quote, nicht nur grammatikalisch zusammenführt, sondern dass beide Programmmerkmale zusammengehören können, möchte ich im Folgenden kurz aufzeigen.

Ja, Sie haben richtig gehört: Qualität und Quote können zusammengehören, sie müssen es nicht immer, aber sie sollten es. Sie gehen im Idealfall eine äußerst erfolgreiche Verbindung ein. Dafür gibt es viele Beispiele, auch bei uns im Lande, dazu später mehr. Vorab möchte ich als Beweis dafür eine Langzeitstudie zitieren. Sie wurde zwar schon vor ein paar Jahren veröffentlicht, ist aber die größte ihrer Art zu unserem heutigen Thema. Durchgeführt wurde sie – wie sollte es auch anders sein – in der Geburtsstätte des heutigen Privatradios, den USA.

Zwei Jahre lang hat ein Team aus Journalisten, Wissenschaftlern und Meinungsforschern über 8.000 Geschichten aus fast 600 Sendungen analysiert. Die Studie konzentrierte sich dabei auf 59 Lokalsender in 19 verschiedenen Städten und verglich gezielt die Qualität mit den Einschaltquoten. Fazit: Die Sender, die bessere Qualität lieferten, gehörten zu den Quotengewinnern.

Was haben diese Sender getan? Sie haben, so gut sie konnten, in das Programm investiert und sich auf ihre Aufgabe als Lokalsender konzentriert. Sie beschäftigten sich mehr mit der eigenen Region, den örtlichen Schulen, der Umwelt, dem lokalen gesellschaftlichen und Wirtschaftsleben. Damit gewannen sie mehr Quote als die anderen untersuchten Sender, die dies nicht taten. Publikumserfolg durch Qualität. Qualität, die kostet, und wofür oft die Anschubfinanzierung fehlt!

Denn dieselbe Studie zeigt auch eine ganz klare Gefahr für die Qualität auf: In einer Umfrage über die finanziellen Mittel unter den betroffenen Nachrichtenredakteuren, gaben diese an, das größte Hindernis sei der Mangel an Personal. So kommen die Autoren der Studie zum Schluss, dass der Eindruck falsch ist, Lokalnachrichten spiegeln nur die Nachfrage der Zuschauerwünsche wieder. Vielmehr gelte: Lokale Medien geben dem Publikum, was sich das Medium leisten kann.

Private Rundfunkunternehmen, besonders kleinere, lokale Sender (wie bei uns), haben einfach nicht – oder nur schwer – die Ressourcen, die es oft für überdurchschnittliche Qualität braucht. Sie verfügen nicht über die Millionen an Steuergeldern der so genannten öffentlich-rechtlichen Sender, deren Programme aus diesem Grund gerne als Synonym für hochwertige Programme verwendet werden. Teuer = gut.

Die staatlichen Sender haben nicht die Existenzsorgen, die uns privatwirtschaftliche Senderverantwortliche quälen. Ich möchte es einmal überspitzt formulieren: Wenn wir die Frage zu beantworten haben, ob es uns nächstes Jahr noch gibt oder wie hoch unsere Programmqualität sein soll, dann entscheiden sich die meisten wohl für die Sicherung der eigenen Existenz und jener ihrer Mitarbeiter. Nachvollziehbar.

Aber wir wollen nicht jammern, denn der Erfolg der Privatsender heute zeigt, dass es trotzdem funktionieren kann: wir haben ja auch schon einiges getan: Es gibt sie bereits,

die »besonders wertvollen Sendungen«. Wir hätten nur gerne noch mehr davon – und die Hörer auch.

Nachdem ich heute als Präsident der privaten Radio- und TV-Sender geladen bin, und nicht als Programmchef von Südtirol 1, kann und möchte ich nicht, wie meine Vorredner am Vormittag, mit Hörbeispielen aus meinem Hause aufwarten, sondern ein paar Beispiele von unterschiedlichen Sendern anführen:

- Radio Grüne Welle etwa, der erste landesweite Kirchensender der Diözese Bozen-Brixen, bringt in Zusammenarbeit mit vielen christlichen Verbänden ganze Sendereihen – täglich! – zu gesellschaftlich relevanten Themen.
- Radio Tirol bietet – neben seinem jahrzehntelangen Engagement für fundierte Lokalnachrichten – eine renommierte Diskussionssendung an, die sich südtirolweit bei den Hörern besonders stark etabliert hat: »Das Thema«, qualitativ sicher weiter ausbaubar, aber bereits sehr erfolgreich.
- Ein Beispiel für die besonders wertvolle Aufgabe, die ein Kleinstsender erfüllen kann, ist das Stadtradio Meran: Als Stadtradio bietet es genau das, was sonst kein anderer Sender tut. Es konzentriert sich voll und ganz auf seine Stadt, bringt speziell auf Meran abgestimmte Rubriken und berichtet über alle Gemeinderatssitzungen, die kein landesweiter Sender aufgreifen kann. Das ist – lassen sie es mich so sagen – »lokale Qualität«, die sich für das kleine Sendegebiet nie rechnen kann und trotzdem gemacht wird. Anerkennenswert und wertvoll.
- Analog dasselbe Beispiel für ein ganzes Tal: Teleradio Vinschgau setzt bewusst Schwerpunkte im Vinschgau. Seit Jahren gibt es dort immer wieder Sendereihen, die erfolgreichste lautete »Früher-Heute«, in der Zeitzeugen aus der Region zu Wort kamen. Zeitzeugen aus dem 1. und 2. Weltkrieg, zum alten Handwerk, Handel, aus der Gesellschaft.

Und dass eine besonders erfolgreiche Sendung ebenfalls Qualitätsansprüchen genügen kann, zeigt z. B. das Sonntagsfrühstück auf Südtirol 1: Ein zweistündiger, aufwendig produzierter Sonntagstalk mit interessanten Persönlichkeiten aus unserem Land und auch mit Stars aus dem gesamten deutschsprachigen Raum. Oder unser »Verein der Woche«. Eine ganze Sendung, gewidmet ausschließlich der Präsentation eines Vereins, wir sprechen vor Ort mit den Mitgliedern, pflegen, worauf wir Südtiroler stolz sind und nehmen uns Zeit dafür.

Offen zugeben muss ich, dass wir das eine oder andere Format nicht umsetzen konnten beziehungsweise bereits wieder einstellen mussten, weil die Kosten unseren finanziellen Rahmen sprengten.

Wir von den Privatsendern machen uns nicht nur Gedanken darüber, ob ein Thema relevant für die Hörer ist, sondern auch wen aus unserem meist »überschaubaren Mitarbeiterstab« wir schicken können. Und selbst wenn diese Frage geklärt werden konnte, scheitern Themen immer noch an der Frage, wie kommen wir da hin. Wir haben keine Fahrzeugflotte, sondern fahren dann mit den Privatfahrzeugen auf teils eigene Kosten. Es mangelt nicht am Willen, aufwendigere Sendungen zu produzieren, sondern schlichtweg an den Möglichkeiten – eine Erfahrung, die das Ergebnis der vorher zitierten Studie untermauert. Sie ahnen, worauf ich hinaus will?

... Nein, es geht es uns nicht darum, weitere öffentlich-rechtliche Sender aufzubauen, aber nach der vorzüglichen Behandlung der RAI und RAS durch unser Land neben den

Offen zugeben muss ich, dass wir das eine oder andere Format nicht umsetzen konnten beziehungsweise bereits wieder einstellen mussten, weil die Kosten unseren finanziellen Rahmen sprengten.

*Ich sage nur: Quote,  
sprich Erfolg, UND Qualität.*

normalen staatlichen Rundfunkgebühren, muss hier eine Angleichung der Privaten erfolgen. Wenn unzählige ausländische, bereits mit Steuergeldern finanzierte Staatssender zum Null Tarif importiert werden, dann mag das seine historische und kulturelle Bedeutung haben. Niemand will hier jemandem etwas wegnehmen. Es geht um die Anerkennung von Seiten des Landes Südtirol, was mittlerweile auch die Privatsender für unser Land zu leisten im Stande sind. Theoretisch haben sie es bereits getan, auf dem Papier – aber praktisch...?

Seit Jahren sieht nämlich das Landesrundfunkgesetz vor, dass »besonders wertvolle Sendungen« für die Produktion bezuschusst werden können. Noch immer fehlen die Durchführungsbestimmungen, bis heute hat es keine Förderung diesbezüglich gegeben. Somit ist es eine dankenswerte Initiative des Landesbeirates für Kommunikationswesen, dass genau darüber heute und hier diskutiert werden kann.

Auch die kleinen Privatsender hätten dann verstärkt die Möglichkeit, Südtirol und die wichtigen Inhalte qualitativ noch besser abzubilden.

Als wir vor fast 30 Jahren mit Radio Tirol – um einen der ältesten Sender zu nennen – unsere ersten Schritte im Radiomarkt Südtirols gemacht haben, war allein die Tatsache, einen eigenen Südtiroler Privatsender zu haben, schon Einschaltimpuls genug.

Es folgten viele andere kleine und größere Sender im ganzen Land, von Teleradio Vinschgau als Familienbetrieb, bis hin zu Radio Gröden, dem einzigen Privatsender mit allen 3 Sprachgruppen, und dem heutigen Kirchensender Radio Grüne Welle.

Mit den Jahren steigen natürlich auch der Anspruch an sich selbst und der Anspruch der Hörer. Schließlich haben wir spätestens seit dem neuen Ö3, sprich Hitradio Ö3, einen Sender in unserem Markt als Gastsender, der trotz Publikumserfolg, also Quote, höchsten Qualitätsansprüchen genügt.

Bleiben wir kurz beim Hitradio Ö3, weil es – obwohl öffentlich-rechtlich – als das kommerziellste Radio Österreichs bezeichnet werden kann. 60 Mio. Euro Werbeumsatz, Einschaltquoten so hoch wie nie zuvor, und niemand würde ernsthaft die Qualität in Frage stellen. Ich sage nur: Quote, sprich Erfolg, UND Qualität.

Befragen wir unsere Hörer, dann bekommen wir als Südtiroler Radiomacher sehr oft die Qualität und den Spaßfaktor von Ö3 als Qualitäts- und auch Erfolgssiegel vorgehalten. Wenn ein Sender, der insgesamt gerade mal drei oder auch fünf Mitarbeiter hat, sich im Qualitätsanspruch mit Ö3 messen muss, dann hat er logischerweise das Nachsehen.

Unsere Sender hier vor Ort brauchen daher diese Unterstützung für besondere Qualitätsmerkmale durch das Land. Damit hätten alle die Möglichkeit, besondere Programminhalte finanzierbar zu machen.

So stellt sich die Frage: Was also ist »besonders wertvoll« und damit förderungswürdig? Gute und wertvolle Sendungen werden im Radio vor allem dann von den Hörern wahrgenommen, wenn sie kontinuierlich stattfinden. Hier steht das Radiogeschäft im krassen Widerspruch zum Fernsehen. Ein »Junglencamp« oder eine »Alm« machen im Radio noch keine Quoten!

Die Frage, stehen Qualität und Einschaltquote im Widerspruch, kann also einmal mehr verneint werden. Aber es müssen die Rahmenbedingungen stimmen. Das gilt für die Frage der Umsetzer, die Frage der Erreichbarkeit der Privatsender auch in Tunnels bis hin zur finanziellen Unterstützung der Sender bei entsprechender Qualität.

Die entscheidende Frage lautet also nicht »ob«, sondern »wer« und »wie«.

*Auch besondere Arten von Berichterstattungen, wie Themenreihen, Diskussionssendungen, Programmspecials würden durch einen finanziellen Beitrag erschwinglicher. Kein Gießkannenprinzip, wohl aber eine gezielte Unterstützung für bestimmte Projekte, dessen Kriterien erarbeitet werden müssen.*

In anderen Bereichen fördert das Land auch sehr stark und großzügig, weil die Wichtigkeit für das Land erkannt wurde. Ob Tourismus, Handwerk oder Landwirtschaft. Und, bleiben wir bei der Landwirtschaft als Beispiel, dann wissen wir, dass eine Förderung auch bei der Privatwirtschaft angesetzt wird und nicht bei landeseigenen Höfen endet. Gleiches muss auch für die Medien gelten, insbesondere für unsere lokalen Radio- und TV-Sender. Das Land darf sich hier nicht nur auf die landeseigenen Institutionen beschränken. Die Wirtschaftsförderung kann sich hier nicht nur auf den Ankauf von technischem Equipment beziehen, sondern sie muss sich den besonderen Anforderungen der Radiolandschaft anpassen:

Maßgeschneidert und vor allem kontinuierlich!

Gewisse Programmstandards, wie Nachrichten oder beispielsweise Comedy brauchen keine Unterstützung. Die regionale Berichterstattung für Schwerpunktthemen, wie Gesundheit, Kultur, Touristik, Wirtschaft, Sport usw. könnte aber sehr wohl Unterstützung erfahren.

Auch besondere Arten von Berichterstattungen, wie Themenreihen, Diskussionssendungen, Programmspecials würden durch einen finanziellen Beitrag erschwinglicher. Kein Gießkannenprinzip, wohl aber eine gezielte Unterstützung für bestimmte Projekte, dessen Kriterien erarbeitet werden müssen.

Dafür braucht es aber eine klar definierte Anlaufstelle, die bis heute fehlt. Wer ist dafür zuständig? Sind die laut Gesetz vorgesehenen Budgets im Haushalt reserviert? Fragen über Fragen, wo wir auf die Unterstützung des neuen Beirates hoffen.

Denn dann können auch die heimischen Sender verstärkt den Beweis antreten, was die anfangs zitierte Studie aufgezeigt hat:

Qualität bringt gute Quoten. Und beides ist unser Ziel.

## Qualität und Einschaltquoten können, müssen aber nicht ein Widerspruch sein



**Rudi Gamper**

*Geboren 1942 in Oberösterreich als Sohn eines Optantenehepaars. 1950 Rückkehr nach Südtirol. Seit 1966 festangestellt als Sprecher und Programmgestalter beim öffentlich-rechtlichen Sender Bozen der RAI, zeitgleich freier Mitarbeiter bei ORF und ZDF. 1998 Ernennung zum Verantwortlichen Koordinator der deutschen Hörfunk- und Fernsehprogramme der RAI in Südtirol.*

Ich bin bei der Vorbereitung meines Beitrages davon ausgegangen, dass meine Vorredner den Begriff »Qualität« von allen Seiten beleuchtet haben werden und jedes zusätzliche Wort zum Begriff »Qualität« bedeuten würde, weiteres Wasser in die Etsch schütten. Ich

werde daher nur noch mit einigen Einschaltquoten des öffentlich-rechtlichen Senders Bozen aufwarten.

Zuerst aber kurz: Wer und was ist der Sender Bozen?

Der Sender Bozen der RAI ist in den Durchführungsbestimmungen zum Autonomiestatut 1973 festgeschrieben und hat die Aufgabe, für die deutsche Minderheit in Südtirol – wir sind knapp 300.000 – im Radio ein Vollprogramm und im Fernsehen ein immerhin respektables Kurzprogramm auszustrahlen. Die Kosten deckt – zum Teil zumindest – eine Konvention zwischen Staat und RAI. In dieser Konvention sind auch die jährlichen Sendestunden festgehalten: 4.700 Stunden im Radio und 700 Stunden im Fernsehen. Nicht als Fenster eines Kanals der RAI, sondern auf eigenen Kanälen. Das Personal für die deutschen Sendungen muss der deutschen Sprachgruppe angehören. Es gibt eine unabhängige deutsche Redaktion für den aktuellen Dienst und eine unabhängige deutsche Programmabteilung. Festgeschrieben in den Durchführungsbestimmungen ist das Mitspracherecht der Südtiroler Landesregierung in Sachen Koordinator, Sendepläne und Sendedauer. Somit ist der Sender Bozen ein Teil der Südtiroler Autonomie.

Der Sender Bozen muss – das ist sein Auftrag als öffentlich-rechtliche Sendeanstalt, siehe Art. 8 Nr. 4 des neuen Autonomiestatuts – Nachrichten (internationale, nationale und lokale) ausstrahlen, politische Diskussionen, klassische Musik, Hörspiele, Kinder- und Jugendsendungen, Wirtschafts-, Gesundheits-, Frauen- und Familienmagazine, Literatursendungen, religiöse Sendungen und was halt alles dazugehört. Somit Qualität – zumindest theoretisch, zumindest im herkömmlichen Sinne. Werbung ist untersagt.

Die Frage lautet bei einem öffentlich-rechtlichen Sender also gar nicht so sehr, ob er qualitative Sendungen in seinem Programm hat, das hat er auf jeden Fall, muss er haben, sondern sie lautet, ob er die Sendungen so »verpackt«, dass sie auch gehört bzw. gesehen werden. Denn das ist auch – und vor allem – unsere Aufgabe, Sendungen so zu produzieren, dass sie nicht nur auf den Sendeplänen und in den Fernsehzeitungen publiziert, sondern auch »konsumiert« werden; also gehört und gesehen. Womit wir bei der gefürchteten oder willkommenen, aber auf jeden Fall existierenden und nicht wegzu denkenden Einschaltquote wären.

Wobei ich noch auf ein Detail hinweisen muss. Wir haben – aus Gründen, die ich in der gebotenen Kürze nicht erläutern kann – im Fernsehen keine elektronische Erhebung. So ermittelt ein Meinungsforschungsinstitut für uns die Einschaltquoten der wichtigsten Sendungen im Radio und Fernsehen. Und alle, die jetzt denken, »wer zahlt, der bestellt auch das Ergebnis«, darf ich beruhigen: Es wurde professionell abgefragt, ohne Antworten zu suggerieren.

Es wurden 924 Personen über 15 Jahre befragt; repräsentativ für die 280.000 Personen dieses Alters der ladinischen und deutschen Sprachgruppe Südtirols. Die Abfrage erfolgte telefonisch im Oktober 2004. Das Ergebnis liegt auf über 800 Seiten vor.

Vergessen wir nicht, dass man in Südtirol die Möglichkeit hat, eine ganze Reihe von Fernsehstationen aus dem deutschen Sprachraum zu empfangen und eine Unmenge von Radiostationen aus dem Ausland und auch aus Südtirol.

“  
Das immer wieder tot geredete  
»Hörspiel« hat ein Stamm-  
publikum von fast 5.000 Hörern,  
18.000 sind »gelegentlich«  
dabei.”

Den sprichwörtlichen Vogel abgeschossen – aber das ist selbstverständlich bei einem regionalen Minderheitensender – haben die Nachrichten. Bis zu 180.000 schauen sich die Tagesschau an, über 100.000 hören die Radionachrichten. Man könnte einwenden, auf Aktuelles kann ja niemand verzichten; stimmt.

Daher andere Beispiele der Kategorie »Qualität«. Ich nehme das Gesundheitsmagazin im Fernsehen. 45.000 haben geantwortet mit »ich schaue immer zu«, 73.000 mit »hie und da«. Potenziell interessieren sich also für ein anspruchsvolles Magazin über 110.000 Personen. Bei Kulturdokumentationen war das Ergebnis: 14.000 »immer«, 59.000 »gelegentlich«.

Noch etwas bitte ich Sie zu bedenken: Diese Zahlen werden in der Primetime erreicht, wenn also die großen öffentlichen und privaten TV-Sender wie ARD, ZDF, ORF, RTL usw. mit Rosemunde Pilcher, Traumschiffen, Kommissaren, Reality-Shows, Musikantenstadl, Millionenspielen und Ärzte-Serien sozusagen »aus allen Rohren« schießen. Und da sind Marktanteile von 3% oder 5% oder gar 10% bei einem Regionalsender ein schöner Erfolg.

Als Beispiel für das Radio bringe ich nur die immer wieder tot gesagten Sparten »klassische Musik« und »Hörspiel«. Beim »Sonntagskonzert« um 19.45 Uhr haben geantwortet: mit »ich höre immer« 6.000 Personen, mit »hie und da« weitere 17.000. Bei der echten Volksmusik 16.000 »immer«, 25.000 »gelegentlich«. Das immer wieder tot geredete »Hörspiel« hat ein Stammpublikum von fast 5.000 Hörern, 18.000 sind »gelegentlich« dabei. Und wem diese Zuhörerzahlen – selbst für ein kleines Land wie Südtirol – wie armselige »Brotkrümel« vorkommen und letztendlich verschwindende Einschaltquoten darstellen, dem könnte man entgegenhalten, dass die Stammhörer des »Sonntagskonzerts« im Sender Bozen den größten Konzertsaal von Bozen sieben Mal füllen würden. Und sehr oft füllt sich der Saal nicht einmal für ein einziges Konzert. Ob die Einschaltquoten gut sind oder nicht, hängt also auch davon ab, wie hoch man die Latte setzt.

Zum Abschluss einige Überlegungen:

Man kann aus dem gesamten Volk nicht alles Edelknaben machen, die nur noch Qualität hören und sehen wollen. Denn jeder Zuhörer und Zuschauer hat das Recht, »nach seiner Fassung glücklich zu werden«, also das anzuhören und anzuschauen, was ihm passt.

Wenn so manches Qualitätsprogramm keine Einschaltquoten erzielt, sollten die Verantwortlichen zuerst einmal sich selbst fragen: Wie stand es mit der Werbung? Wie spannend war die Aufbereitung? Die Verpackung ist sehr oft entscheidend. Womit ich nicht eine Angleichung nach unten meine.

Und noch eines ist mir immer wieder aufgefallen.

Jene, die am lautesten nach Qualität und Kultur rufen, sind leider oft die, die sie dann nicht konsumieren.

Ich bin jedenfalls dieser Überzeugung: Qualität und Einschaltquoten können, müssen aber nicht ein Widerspruch sein; es hängt – ich wiederhole es – auch davon ab, wie hoch ich die Latte setze.

## Vox populi

Aus den Zuschriften, die uns zum Tagungsthema zugesandt wurden, *ci hanno scritto sull'argomento del convegno:*

«...*Cultura in radio e in TV, più di ora e molto migliore; ma anche per la tv vale quel che diceva Pietro Germi per il cinema: »Quando mi annoio io non ragiono più. La noia deve essere proibita, non l'ammetto, neppure in Dante Alighieri.«*

*Cultura quindi viva, mai pedante o supponente. Altrimenti la grande maggioranza del pubblico televisivo, che è, innegabilmente, poco (pochissimo) acculturata, continuerà a preferire l'intrattenimento idiota.»*

»... Inhalte: sollen jedenfalls in einem weiteren Sinne einen BILDUNGS-AUFTRAG erfüllen, der jedoch Unterhaltungswert nicht ausschließt.«

»... allgemein gilt: Je zurückhaltender die Moderation, desto besser«

»... die Sendungen, die ich am liebsten höre, sind Sendungen, die mein Wissen bereichern und meine grauen Zellen aktivieren«

»... Damit eine Sendung das Prädikat wertvoll verdient, sollten aus meiner Sicht folgende Stichworte zutreffen: Aktualität; Objektivität; Kultur; Natur (Dokumentar); Geschichte; Heimat (besonders Südtirol betreffend)«

»... Doch was will das Fernsehen? Tiefgründigkeit? Anspornen zu selbstständigem Denken? Nein. Und was möchte das Publikum? Der Fernseher? Das frage ich mich manchmal«

»... vor allem im Hörfunk, aber auch in den Nachrichtensendungen des Fernsehens: einwandfreie hochdeutsche Aussprache der Ansager/innen (um diesen Bereich ist es in Südtirol äußerst schlecht bestellt)«

»... weiters empfehlen wir die Sensibilisierung gegen Sensationsjournalismus«

»... Eine Sendung ist für mich besonders wertvoll, wenn mich das Thema der Sendung direkt betrifft (z.B. als junge Mutter Sendungen über Erziehung, Kinderkrankheiten), ich über neue Informationen mit Freunde und Familie diskutieren kann, einige Zeit nach der Sendung noch darüber nachdenke oder Gehörtes im Alltag selbst anwenden kann. Wertvoll ist auch, wenn die Informationen schriftlich im Internet nachlesbar sind.«

»... Wertvolle Sendungen regen zum Überdenken an.«

»... Eine kulturelle Sendung scheint mir besonders wertvoll, wenn sie Wissenswertes, Hörenswertes, Sehenswertes, wissenschaftlich begründet, verständlich aber möglichst formvollendet aufbereitet, in gepflegter Sprache mit gutem Bildmaterial und fehlerfreiem, gefälligem Ton in einer zumutbaren Zeit dargeboten wird«

»... Mir fällt ganz spontan dazu ein, dass ich meine Bildung außer über Schule, Bücher auch über das Radio und zwar den Sender Bozen erhalten habe.

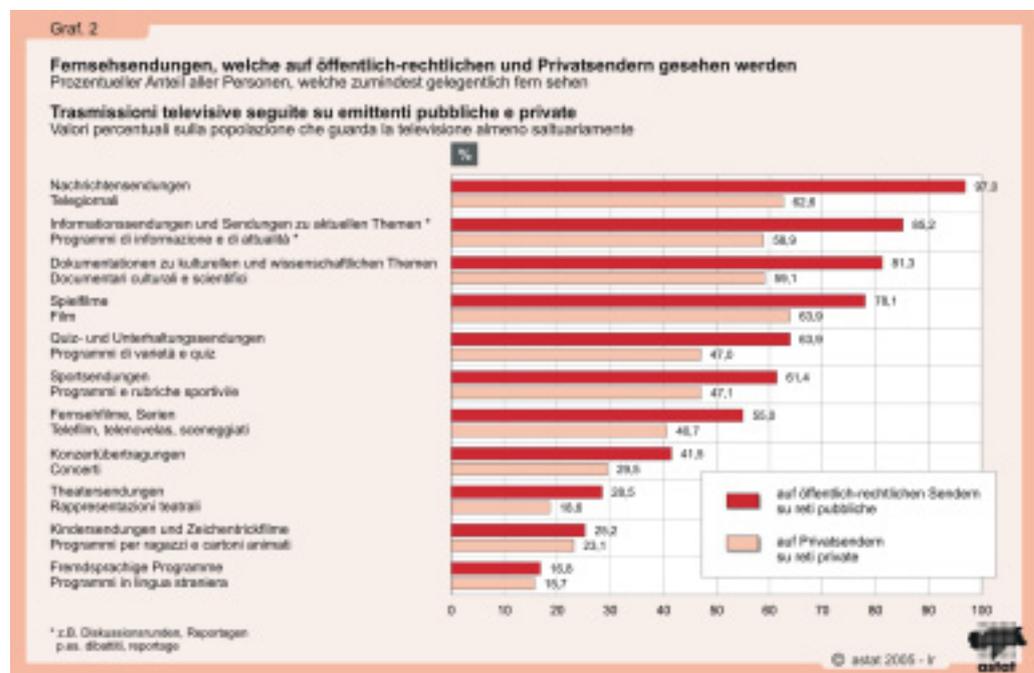
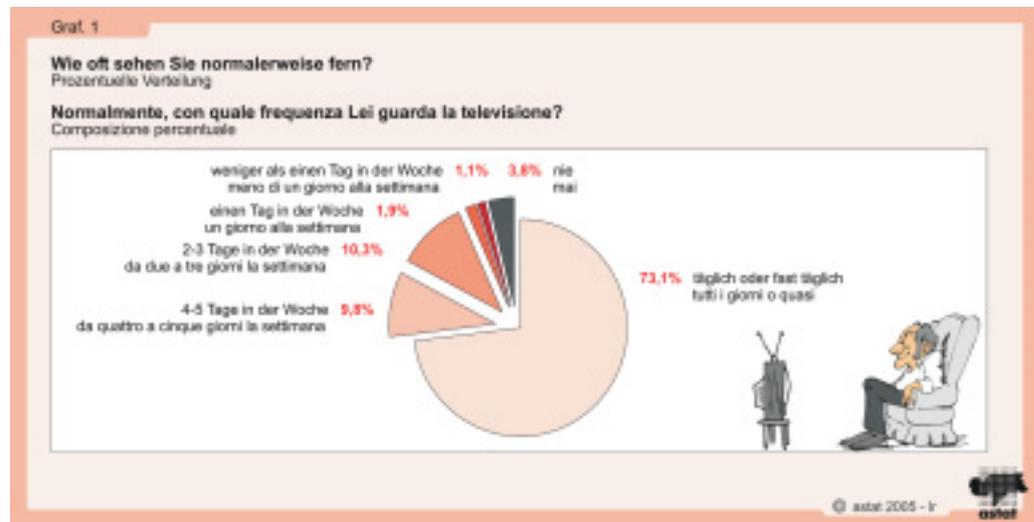
Der Sender Bozen hat heute noch einige »wertvolle Sendungen«, aber teilweise sind diese für Berufstätige zeitlich ungünstig, manche könnten am späteren Abend wiederholt werden, so z. B. »Ping Pong« oder auch andere. Auf die Kultursendung am Dienstagabend freue ich mich immer und es tut mir leid, wenn ich sie nicht hören kann.«

## Le Top Ten del 2004 Die meistgesehenen Fernsehprogramme in Italien im Jahr 2004

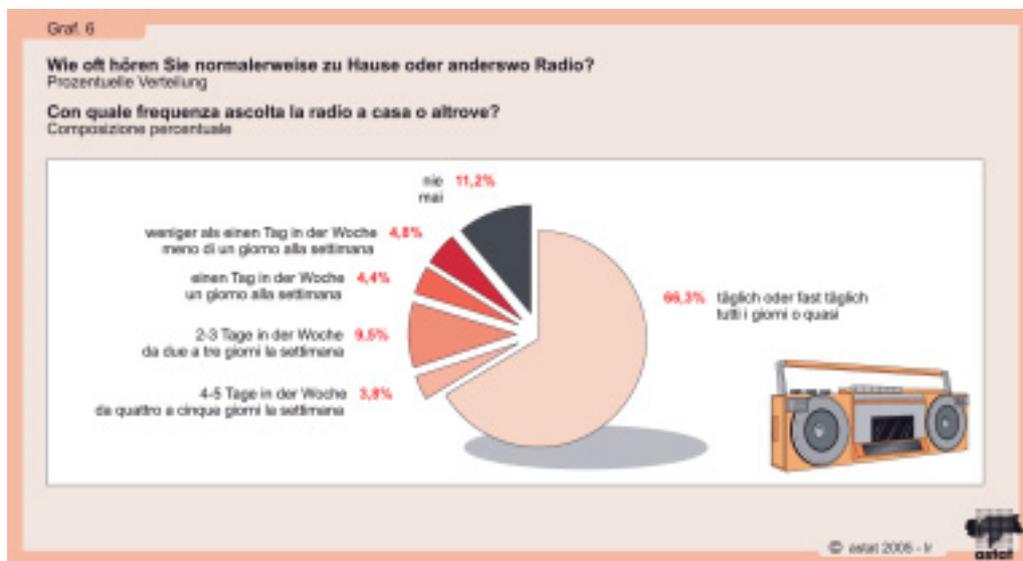
(aus dem/dal »Corriere della Sera«)

|            |  |                               |
|------------|--|-------------------------------|
| <b>1.</b>  | <b>RAI UNO (22 giugno):</b><br>Calcio, europei: Italia – Bulgaria      | 21.351 milioni (share 71,25%) |
| <b>2.</b>  | <b>RAI UNO (19 gennaio):</b><br>Intrattenimento: Affari Tuoi           | 15.252 milioni (share 45,89%) |
| <b>3.</b>  | <b>CANALE 5 (13 gennaio):</b><br>Satira: Striscia la Notizia           | 13.521 milioni (share 45,72%) |
| <b>4.</b>  | <b>RAI UNO (4 aprile):</b><br>Formula 1: GP del Bahrain                | 12.998 milioni (share 59,70%) |
| <b>5.</b>  | <b>CANALE 5 (23 febbraio):</b><br>Fiction: Elisa di Rivombrosa         | 12.080 milioni (share 41,54%) |
| <b>6.</b>  | <b>RAI UNO (3 dicembre):</b><br>Fiction: Un medico in famiglia – Itaca | 11.857 milioni (share 41,61%) |
| <b>7.</b>  | <b>CANALE 5 (9 novembre):</b><br>Fiction: Paolo Borsellino             | 11.694 milioni (share 41,95%) |
| <b>8.</b>  | <b>RAI UNO (28 aprile):</b><br>Calcio: Italia – Spagna                 | 11.468 milioni (share 40,25%) |
| <b>9.</b>  | <b>RAI UNO (26 aprile):</b><br>Fiction: Orgoglio                       | 11.352 milioni (share 38,82%) |
| <b>10.</b> | <b>CANALE 5 (6 maggio):</b><br>Reality: Grande Fratello                | 11.159 milioni (share 45,39%) |

Alle 3 Jahre führt das Landesinstitut für Statistik (Astat) eine Seher- und Hörerumfrage in Südtirol durch. Die folgenden Grafiken enthalten einige der wichtigsten Ergebnisse dieser Umfrage aus dem Jahr 2005.



Ogni 3 anni l'Istituto provinciale di statistica (Astat) svolge un'indagine sull'ascolto radiotelevisivo in Alto Adige. Nei seguenti grafici si possono vedere alcuni dei più importanti risultati dell'indagine dell'anno 2005.







Tagung in Meran  
Convegno a Merano

## Tagung in Meran



Am 14. Oktober 2005 fand im Pavillon des Fleurs in Meran eine Informationsveranstaltung statt – organisiert dieses Mal vom Landesbeirat für Kommunikationswesen und von der Rundfunk-Anstalt Südtirol RAS, zum Thema: »DigitAll: Hören und Sehen wie noch nie«

Auch in diesem Fall bringen wir die Referate nur in der jeweiligen Sprache der Vortragenden. Beim Abdruck der Referate haben wir uns allerdings auf den Eröffnungsvortrag am Vormittag und jene des Nachmittags beschränkt, die die Situation in Südtirol beschreiben. Die einleitenden Worte von RAS-Präsident Helmuth Hendrich werden hingegen in allen drei Landessprachen abgedruckt.

8.30 Registrierung der Teilnehmer · Registrazione dei partecipanti

### ERÖFFNUNG · APERTURA

- 9.00 - **Hansjörg Kucera** - Präsident des Landesbeirates für Kommunikationswesen, Presidente del Comitato provinciale per le comunicazioni  
- **Helmuth Hendrich** - RAS - Präsident, Presidente
- 9.15 - **Sabina Kessletter-Mur** - Landesrätin für Familie, Denkmalpflege und deutsche Kultur, Assessora alla famiglia, ai beni culturali e alla cultura tedesca  
- **Veronika Stirner Brantsch** - Landtagspräsidentin, Presidente del Consiglio Provinciale  
- **Luis Durnwalder** - Landeshauptmann von Südtirol, Presidente della Provincia Autonoma di Bolzano

### NEUE MÖGLICHKEITEN UND ÜBERTRAGUNGSWEGE IM RUNDFUNK- UND KOMMUNIKATIONSWESEN - NUOVE POSSIBILITÀ E MODALITÀ DI TRASMISSIONE IN AMBITO RADIOTELEVISIVO E DELLE COMUNICAZIONI

- 10.00 - **Klaus Illgner-Fehns** - Institut für Rundfunktechnik IRT - Direktor und Geschäftsführer, Direttore e amministratore
- EINFÜHRUNG DES DIGITALEN RUNDFUNKS AUS DER SICHT DER JEWEILIGEN LÄNDER - INTRODUZIONE DELLA RADIOTELEVISIONE DIGITALE DAL PUNTO DI VISTA DEI RISPETTIVI PAESI
- 10.15 - **Hans Strassmann** - SRG - Technischer Direktor, Direttore tecnico.  
- **Stefano Ciocotti** - RAI WAY - Geschäftsführendes Vorstandsmitglied, Amministratore Delegato  
- **Herbert Tillmann** - Bayerischer Rundfunk - Technischer Direktor, Direttore tecnico
- 11.00 - **Kaffeepause - Pausa caffè** - Präsentation DAB und DVB, Presentazione DAB e DVB
- 11.30 - **Manlio Cruciatto** - Mediaset - Leiter der technischen Systeme, responsabile delle tecnologie in Mediaset  
- **Andreas Gall** - ORF - Technischer Direktor, Direttore tecnico
- 12.30 - **Mittagspause, Büfett - Pausa, buffet**

### EINFÜHRUNG DES DIGITALEN RUNDFUNKS AUS LOKALER SICHT - INTRODUZIONE DELLA RADIOTELEVISIONE DIGITALE SUL TERRITORIO LOCALE

- 14.00 - **Georg Plattner** - RAS - Direktor, Direttore  
- **Donato Marini** - Kommunikationsministerium - Direktor des Gebietsinspektorats, Trentino-Südtirol, Ministero delle Comunicazioni - Direttore dell'ispektorato territoriale del Trentino-Alto Adige  
- **Ferdinando Andreatta** - RAI WAY - Leiter der Sendebetriebs-technik Norditalien, Dirigente di Gestione Reti - Area Nord.  
- **Heiner Feuer** - Präsident der Arbeitsgemeinschaft Rundfunk TV Südtirol, Presidente dell'Associazione radiotelevisiva altoatesina  
- **Rolando Boesso** - Herausgeber des lokalen privaten Fernsehsenders Video Bolzano 33, Editore dell'emittente televisiva privata locale Video Bolzano 33
- 15.15 - **Forumsdiskussion - Dibattito**  
17.00 - **Tagungsende - Fine del convegno**

Moderation, conduzione - Georg Schedereit

SIMULTANÜBERSETZUNG · TRADUZIONE SIMULTANEA

## Convegno a Merano

Il 14 ottobre 2005 si è svolto nel Pavillon des Fleurs a Merano un convegno organizzato dal Comitato provinciale per le comunicazioni in collaborazione con la Radiotelevisione Azienda Speciale (RAS), col titolo: «DigitAll – I media digitali entrano in casa»

Anche in questo caso le relazioni vengono riportate solo in lingua originale. Per ragioni di spazio non vengono riportate tutte le relazioni, ma solamente quella di apertura del convegno e le relazioni del pomeriggio sulla situazione locale. Il discorso introduttivo del presidente della RAS Helmuth Hendrich viene invece riprodotto in tutte e tre le lingue della provincia.

*Der Start ins Digitalzeitalter in Südtirol. Mit einem Knopfdruck wird durch Politiker und Fachleute der Empfang von SRG und ARD von analog auf digital umgeschaltet sowie der Digitalempfang des Kinderradios Jojo ermöglicht. Schritt um Schritt wird in nächster Zeit der Empfang sämtlicher Fernsehprogramme auf die Digitaltechnik umgestellt.*

*L'era del digitale terrestre al via in Sudtirolo. Politici ed esperti premono il pulsante: la TV Svizzera e l'ARD tedesca si ricevono d'ora in poi soltanto in tecnica digitale. Lo stesso avverrà per tutte le altre emittenti TV nel giro di pochi anni.*



*Die Tagung in Meran war ein voller Erfolg. 250 interessierte Fachleute aus ganz Südtirol folgten aufmerksam den Referaten und beteiligten sich abschließend an der Forumdiskussion.*

*Il convegno a Merano ha visto una massiccia partecipazione di esperti di tutto il Sudtirolo, che hanno seguito con attenzione le relazioni e il conclusivo dibattito.*



## 30 Jahre RAS

Helmuth Hendrich  
Präsident

Die überaus zahlreiche Teilnahme an der Tagung beweist, welches Interesse Sie den heute anstehenden Themen entgegenbringen. Deren Aktualität hat die RAS und den Landesbeirat für Kommunikationswesen, bei dessen Vorstand ich mich auch für die gute Zusammenarbeit herzlich bedanke, gemeinsam zur Abhaltung dieser Informationstagung veranlasst.

Ein zweiter Anlass zur Freude ist aber auch das dreißigjährige Bestehen der RAS. In diesen Jahren hat die RAS, im Einvernehmen mit dem Kommunikationsministerium und auch in Kooperation mit der RAI, ein kompaktes Sendernetz aufgebaut. Dieses gewährleistet dank der wertvollen Unterstützung der Rundfunkanstalten ORF, ZDF, SRG und ARD den einwandfreien Empfang der Programme aus dem deutschen und ladinischen Kulturraum.

Die gewaltigen Veränderungen der Medienlandschaft und eine rasante technologische Entwicklung stellten aber auch den öffentlichen Rundfunkdienst des Landes vor neue Aufgaben und Herausforderungen. Staatliche und europäische Rechtsnormen regeln zunehmend die künftige Gestalt der Informationsgesellschaft.

Deshalb hat der Verwaltungsrat der RAS in seinen programmatischen Leitlinien dieser Entwicklung Rechnung getragen:

»Hörfunk und Fernsehen sind auch im Zeitalter einer sich rasch entwickelnden und weiter verbreitenden Informationstechnik herausragende Massenmedien. Deshalb muss Bestand und Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, der sich am klassischen Programmauftrag orientiert (Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung), als Grundversorgungsauftrag gewährleistet werden. Diesen Grundversorgungsauftrag muss die RAS durch die flächendeckende Versorgung mit Hörfunk und Fernsehen aus dem deutsch- und ladinischsprachigen Kulturraum weiterhin wahrnehmen.«

Und weiter:

»Mit dem Landesfachplan der Kommunikationsinfrastrukturen wurde ein wichtiges Instrument der Ordnung im Kommunikationswesen geschaffen. Auf dessen Grundlage muss die Errichtung von gemeinsamen Infrastrukturen zügig fortgesetzt werden, wobei die RAS das wertvolle Kapital ihrer Senderstandorte bereitstellen muss, um im Landesinteresse die flächendeckende Versorgung mit den Funkdiensten der Sicherheitsdienste, Landesbehörden und Mobilfunkdienste zu gewährleisten, aber auch den privaten Programmanbietern annehmbare Voraussetzungen für eine Mitbenützung zu bieten.

»Die RAS muss dem unaufhaltsamen technischen Fortschritt, insbesondere der Vernetzung im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie, rasch Rechnung tragen können. Deshalb gehört der europaweit begonnene Umstieg von der analogen auf die digitale Übertragungstechnik im Rahmen der terrestrischen Rundfunkversorgung, weil langfristig zu planen und umzusetzen, zu den vorrangigen Zielen.

Die Realisierung des digitalen Richtfunknetzes stellt das Kernstück der digitalen Signalverbreitung dar. Von den Versuchsphasen für digitalen Hörfunk (DAB) und digitales Fernsehen (DVB-T) muss der Übergang zum Regelbetrieb mit breiterem Programmangebot bei gleichzeitiger beträchtlicher Senkung der Verbreitungskosten gewährleistet werden.«

Bereits vor 5 Jahren konnte ich anlässlich der 25-Jahr-Feier der RAS darauf verweisen, wo die Zukunftsaufgaben für die RAS liegen: »... die terrestrische Rundfunkversorgung ist aktueller denn je. Die Digitaltechnik dafür ist ausgereift und wird demnächst einge-



führt. ... Mit ihren flächendeckenden Infrastrukturen kann die RAS, neben denen der RAI, allen Betreibern dieser Dienste sowie den privaten Programmanbietern Platz bieten und das technische Know-how zur Verfügung stellen. Das Ziel ist die Zusammenlegung dieser Dienste in einer raumordnerisch optimal ausgelegten Infrastruktur.«

Konsequent hat die RAS denn auch die notwendigen technischen Versuche durchgeführt und im Auftrag und mit Unterstützung der Landesregierung die entsprechenden Projekte in Angriff genommen und dabei – das darf man mit Fug und Recht sagen – eine Vorreiterrolle in Italien eingenommen.

Vor 5 Jahren sagte ich auch: »Digital ist die Herausforderung der nächsten Jahre: Packen wir es an!«

Heute sage ich: Eine faszinierende Zukunft steht vor uns: Machen wir weiter – für ein geordnetes Kommunikationswesen und vor allem zum Nutzen der Hörer und Seher in unserem Land.

## 30 anni RAS

Helmuth Hendrich  
Presidente

La vostra numerosa partecipazione dimostra l'interesse che avete per i temi che saranno trattati oggi. La loro attualità ha motivato sia la RAS che il Comitato provinciale per le comunicazioni, che ringrazio per la buona collaborazione, ad organizzare congiuntamente questa giornata informativa.

Un secondo motivo di gioia è però anche il trentennale della RAS. In questi anni la RAS ha costruito, in accordo con il Ministero delle Comunicazioni e in collaborazione con la RAI, una compatta rete ricetrasmittente. Questo garantisce, grazie al prezioso sostegno degli enti radiotelevisivi ORF, ZDF, SRG e ARD, una perfetta ricezione dei programmi provenienti dal mondo culturale tedesco e ladino.

Le enormi trasformazioni nel panorama dei media ed un rapidissimo sviluppo tecnologico impongono nuove sfide e nuovi compiti anche al servizio pubblico radiotelevisivo della Provincia. Norme giuridiche statali ed europee regolano sempre più il futuro aspetto della società dell'informazione.

Proprio per questo il Consiglio di amministrazione della RAS ha tenuto conto di questo sviluppo nelle sue linee programmatiche:

«Radio e televisione sono mezzi straordinari di comunicazione di massa, anche in un'era di veloce sviluppo e ampia distribuzione della tecnologia dell'informazione. Per questo vanno garantiti, come impegno principale, la continuità e lo sviluppo della radiotelevisione di diritto pubblico, orientata a fornire e garantire una programmazione classica (informazione, formazione, cultura e intrattenimento). La RAS deve continuare a svolgere questo fondamentale compito, diffondendo capillarmente i programmi radiofonici e televisivi provenienti dal mondo culturale tedesco e ladino.»

E inoltre:

«Con il piano provinciale delle infrastrutture delle comunicazioni è stato creato uno strumento importante di ordinamento in materia delle comunicazioni. Sulla base di questo si dovrà procedere rapidamente alla realizzazione di infrastrutture comuni, per le quali la RAS metterà a disposizione il prezioso capitale costituito dai propri impianti, per poter garantire, nell'interesse provinciale, la diffusione su tutto il territorio dei servizi di radiocomunicazione per i servizi di sicurezza, le autorità provinciali e i servizi di telefonia mobile, offrendone il co-utilizzo anche alle emittenti private, a condizioni di accesso accettabili.»

«La RAS deve essere in grado di far fronte rapidamente all'inarrestabile progresso tecnologico, tenendo conto della convergenza nel settore dell'informazione e della tecnologia di comunicazione. Per questo, il passaggio dalla tecnica analogica a quella digitale per la diffusione radiotelevisiva terrestre, già avviato a livello europeo, è fra gli obiettivi prioritari, da programmare e realizzare a lungo termine.»

La realizzazione della rete in ponte radio digitale è il nucleo centrale della diffusione dei segnali digitali. Dalle fasi sperimentali per la radio digitale (DAB) e la televisione digitale (DVB-t), bisogna garantire un passaggio all'esercizio regolare con ampia offerta di programmi e contemporanea consistente riduzione dei costi di diffusione.»

Già 5 anni fa, in occasione della celebrazione dei 25 anni RAS, ho potuto indicare dove si sarebbero orientati i compiti futuri della RAS. «... la diffusione radiotelevisiva terrestre è più attuale che mai. La tecnica digitale necessaria è matura e verrà prossimamente introdotta ... La RAS, con le sue infrastrutture che coprono tutto il territorio, insieme a quelle della RAI, è in grado di poter mettere a disposizione di tutti i gestori di questi servizi, come pure alle emittenti private, supporto ed esperienza tecnica. Obiettivo è poter riuni-

re questi servizi in una infrastruttura ottimamente collocata e rispettosa dell'ambiente.»  
Conseguentemente la RAS ha eseguito le necessarie sperimentazioni tecniche e avviato i relativi progetti, su incarico e con il sostegno della Giunta Provinciale, e con questo ha guadagnato – a buon diritto – un ruolo d'avanguardia in Italia.

5 anni fa ho anche detto: «Il digitale è la sfida dei prossimi anni, cogliamola!»

Oggi dico: davanti a noi c'è un futuro affascinante, continuiamo così – per un settore delle comunicazioni ordinato e soprattutto a vantaggio degli ascoltatori e telespettatori della nostra provincia.

## 30 agn RAS

Helmuth Hendrich  
Presidënt

Osta gran partezipaziun a chësc convègn da incö desmostra ch'i èis n gran interès por i temesc sön le program. L'actualité de chisc argomënc à sburlé la RAS y la Consulta provinziala por les comunicaziuns, che i oress rengrazié por la bona colaboraziun, a mëte a ji chësc convègn informatif deboriada.

Mo n'atra rajun de ligrèza é incé le compli di 30 agn dla RAS. Te chisc agn à la RAS metü sö, en acordanza cun le Ministèr por les comunicaziuns y incé en colaboraziun cun la RAI, na rëi trasmitènta spëssa. Por mirit dl sostègn aprijé da pert di ènc de radio y televijiun ORF, ZDF, SRG y ARD, pol gni garanti na rezeziun perfeta di programs dal monn cultural todësch y ladin.

Les grandiscimes mudaziuns di massmedia y n svilup tecnologich nia da tignì sö porta sambègn incé por le sorvisc publich radiotelevisif dla Provinzia sfidades y inciaries nöies. Les normes statales y europeiches regoleia tres deplü la forma dla sozieté dl'informaziun dl dagni.

Propi por chësta rajun à le Consèi d'aministraziun dla RAS tignì cunt de chësc svilup te sües directives programatiches:

»Incé te n'èra olache la tecnologia dl'informaziun se svilupëia dër aslòm y se sleria fora tres deplü é le radio y la televijiun mesi de comunicaziun de massa straordinars. Sciöche impègn prinzipal mëssel porchël gni assicuré la continuité y le svilup dla radiotelevijiun de dërt publich, orientada a mëte en ona y a garanti na programaziun tlassica (informaziun, formaziun, cultura y intrategnimënt). La RAS mëss portè inant chësta inciaria fundamentala incé tl dagni trasmeton sura döt le raiun i programs de radio y televijiun dal monn cultural todësch y ladin«.

Y implü:

»Cun le plann provinzial dles infrastrotöres dles comunicaziuns éi gnü cherié n stromënt important de ordinn tl ciamp dles comunicaziuns. Sön chësta fundamenta sarà da ji inant cun slöm por realisé infrastrotöres da adorè deboriada; la RAS metarà a desposiziun le capital de valüta de sü implanc por podèi garanti tl interès provinzial che i sorvisc



de radiocomunicaziun por i sorvisc de segurèza, les autoritès provinziàles y i sorvisc de radiotrasmitènza mobila vègnes slarià fora sura döt le raiun, ti pitan incè ai trasmitènc privac la poscibilitè da i adorè a condiziun azetables.«

»La RAS mèss ester tla condiziun de fà atira frunt al progrès tecnologich nia da tigni sö tolon en conscidraziun la coliaziun tl setur dl'informaziun y dla tecnologia de comunicaziun. Un di fins prioritars da programè y da realisè a dorada lungia é porchèl le passaje, porater bele metü man a nivel europeich, dala tecnica analogica a chëra digitala por la difujiun radiotelevisiva terestra.

La realisaziun dla rëi de radiotrasmitènza de direziun digitala é l'elemènt zentral dla difujiun di segnai digitai. Dales fases sperimentales por le radio digital (DAB) y la televijiun digitala (DVB-t), mèssel gnì garanti le passaje al eserize regolar cun n'oferta de programs ampla arbassan tl medemo tèmp incè de cotan i cosc de difujiun.«

Bele dan da cin agn, en gaujiun dla festa por i 25 agn dla RAS, ài podü dè dant te ci direziun che les inciaries dla RAS dl dagni s'ess svilupé. »... La difujiun radiotelevisiva terestra é plü atuala co mai. La tecnica digitala che va debojègn é oramai madüda y podarà tosc gnì adorada. ... La RAS cun sües infrastrotöres, dlungia chères dla RAI, che cür döt le raiun po ti mète a desposiziun a düc i gesturs de chisc sorvisc, sciöche incè ai trasmitènc privac, sostègn y esperiènza tecnica. Le fin é chël de mète adöm chisc sorvisc te na infrastrotöra sentada ite te na manira otimala y che respetèia l'ambiènt.«

De consequènza à la RAS sambègn incè fat les proes tecniches che jô debojègn y à inviè ia i proiec relatifs sön inciaria y cun le sostègn dla Junta provinziàla, arjunjon insciö, y chësc é propi da di, na posiziun d'avanguardia tla Talia.

Dan da cin agn m'ài incè tut a di: »Le digital é la sfidada di proscimi agn: ciarun da ne s'al jomé nia ia!«

Incö diji: i ün dan da nos n dagni affascinant! ciarun da ji inant insciö – tl vers de n setur dles comunicaziuns ordiné y dantadöt a bëgn dl publich de nosta provinzia che ascuta le radio y ti ciara ala televijiun.



## Neue Möglichkeiten und Übertragungswege im Rundfunk- und Kommunikationswesen



**Klaus Illgner**

*Dr. Klaus Illgner schloss sein Studium der Elektrotechnik mit dem Schwerpunkt Nachrichtentechnik an der RWTH (Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule) Aachen 1991 mit dem Diplom ab. Im Anschluss daran beschäftigte er sich als Assistent am Lehrstuhl für Elektrische Nachrichtentechnik der RWTH Aachen mit digitaler Bildverarbeitung und der Codierung und Übertragung digitaler Bildsequenzen. Anfang 1998 promovierte Klaus Illgner mit Auszeichnung zum Thema »Skalierbare Videocodierung« am Institut. Die Entwicklung der Algorithmen zur digitalen Bildverarbeitung in digitalen Kameras und deren Implementierung auf speziell dafür entwickelte DSP-basierten Chips waren bis Mitte 2000 Inhalt seiner Arbeit bei Texas Instruments, Dallas USA. Neben Beiträgen zur Chipentwicklung unterstützte er auch deren Vermarktung. Seit Sommer 2000 war Klaus Illgner bei der Siemens AG im Bereich Corporate Technology tätig. Seit 01.11.2004 Direktor der Geschäftsführung des Instituts für Rundfunktechnik (IRT) in München.*

Die Verbreitung von Inhalten und Diensten ist mit der Verfügbarkeit von Übertragungswegen engstens verknüpft. In der Vergangenheit orientierte sich die technische Entwicklung und Realisierung von Übertragungsverfahren an ganz spezifischen Diensten. So entstand am

Anfang der Nachrichtenübertragung auf der einen Seite die Telefonie und auf der anderen Seite die Rundfunktechnik, für die jeweils über der Zeit ganz spezifische Übertragungsnetzwerke entwickelt wurden. Die Rundfunkübertragung versucht sehr viele Teilnehmer gleichzeitig in möglichst großen geografischen Regionen zu erreichen. Kern der Übertragungstechnik sind freie Funkwellen, wobei der Signalfluss nur in Richtung des Kunden erfolgt. In den Sprachnetzen werden schon sehr früh drahtgebundene Netzwerke aufgebaut, um Verbindungen zwischen 2 bestimmten Teilnehmern mit einem bidirektionalen Signalfluss für große Nutzergruppen realisieren zu können.

Die traditionelle Rundfunklandschaft am Ende des 20. Jahrhunderts ist geprägt durch eine fast ausschließliche Übertragung von analogen Rundfunksignalen über 3 Arten von Netzen: Antenne, Satellit und Breitbandkabel. Während Terrestrik und Satellit klassische Übertragungsnetze sind, nehmen Kabel eine Zwitterrolle ein. Obwohl jeder Teilnehmer explizit mit einer Leitung angeschlossen wird (vgl. Sprachnetze) ist das Übertragungsverfahren im Grunde identisch zum terrestrischen Rundfunkübertragungsverfahren. Auch die Endgeräte beim Konsumenten sind für einen ganz bestimmten und nur für diesen Zweck (Dienst) gefertigte Geräte. Fernsehgeräte stellen Fernsehen dar und Radios geben das Radioprogramm wieder, nicht mehr und nicht weniger.

Mit der Digitalisierung beginnt eine dramatische Veränderung des gesamten technischen als auch kommerziellen Umfeldes, das noch lange nicht abgeschlossen ist. Zunächst hat sich an der Philosophie des Rundfunkübertragungsprinzips nichts geändert. Die nunmehr digitalen Fernsehsignale werden mit dem Übertragungsverfahren DVB-T<sup>1</sup>, DVB-C, DVB-S über die existierenden Infrastrukturen terrestrisch, über Kabel und über Satellit übertragen. Als eine der wichtigsten Konsequenzen ergibt sich eine deutlich höhere Übertragungskapazität – der Konsument bekommt mehr Programme. Infolge der zunehmenden Vielfalt nimmt die Attraktivität eines Übertragungsweges zu. Besonders deutlich ist dies im Fall der terrestrischen Ausstrahlung zu beobachten. DVB-T erlaubt ein ca. 3–4 faches Programmangebot. Ein durch die sehr begrenzten Frequenzressourcen nahezu vom Markt verdrängter Übertragungsweg (in Deutschland ca. 7 % Marktanteil) wird wieder konkurrenzfähig. Daneben erlaubt die digitale Übertragungstechnik eine Verbesserung der Empfangsmöglichkeiten (portabel, mobil) als auch die Übertragung sehr vielseitiger Zusatzinformationen. Mit programmbegleitenden Programmführern (EPG<sup>2</sup>) bis hin zu interaktiven Programmformaten (MHP<sup>3</sup>, iTV) und Steuersignalen für die individuelle Aufzeichnung (PVR<sup>4</sup>) entwickeln sich die klassischen TV-Programme zu sehr vielseitigen fernsehzentrischen Diensten.

Es gibt jedoch noch sehr viel weitergehende Entwicklungstrends. Auch nicht für den Rundfunk konzipierte Übertragungsnetze werden digitalisiert, allen voran die Sprachübertragungsnetze. Hier ist heute Stand der Technik, beliebige digitale Daten mit hohen Bandbreiten (16 Mbps über DSL) als auch digitalen Sprachtelefonie (VoIP) zu übertragen. Diese Netze eignen sich somit prinzipiell auch für die Übertragung von Rundfunkdiensten. Damit nimmt die Anzahl der für Rundfunkdienste zur Verfügung stehenden Übertragungsnetze erheblich zu. Dies gilt insbesondere im drahtlosen Umfeld. So wer-

den die Mobilfunknetze durch die Einführung von UMTS für Rundfunkdienste nutzbar. Mit WLAN und WiMAX stehen 2 so genannte Hotspot-Verfahren zur Verfügung, deren Betreiber durchaus nicht aus dem Kommunikationsumfeld kommen können (Stadtwerke). Ein Ende der Entwicklung ist derzeit nicht absehbar. Beispielsweise kommen mit so genannten UWB<sup>5</sup>-Verfahren Systeme in Sicht, bei denen identische Frequenzen gleichzeitig mit verschiedenen Technologien genutzt werden können.

Diese Entwicklung befördert die zunehmende Trennung der Übertragungsnetze von spezifischen Diensten. Letztlich werden alle Dienste auf (fast) alle Netzwerke abbildbar. Als Konsequenz ergeben sich ganz neue Möglichkeiten einer Konstellation von Geschäftsbeziehungen und wie Dienste vermarktet werden können. Zu beachten ist, dass Telekommunikationsnetze sehr wohl prinzipiell alle Dienste abbilden können, Rundfunknetze infolge der Unidirektionalität prinzipiell nicht. Die Zwitterstruktur der Kabelnetze als individuell verdrahtete Rundfunknetze positioniert diese nach bidirektionalem Ausbau als direkt äquivalent zu Telekommunikationsnetzen. Diese Entwicklung ist derzeit im Markt zu beobachten. Die DSL-Betreiber bieten so genannte »Triple-play« Pakete, bestehend aus Daten/Internet, Telefonie (VoIP) und TV an. Je nach Anbieter finden sich in solchen Angeboten auch Video on Demand, Spiele, Messaging, PVR u.v.m. Gleiches bieten Kabelnetzbetreiber nach einem bidirektionalen digitalen Ausbau der Kabelnetze an. Für den Konsumenten wird das Netz austauschbar. Die Einschränkung der Rundfunknetze (terrestrisch/Satellit) wird durch die gleichzeitige Nutzung verschiedener Netze aufgehoben (hybride Lösungen). Ein aktuelles Beispiel ist »mobile Broadcast«, wo die Kombination aus Rundfunk über DVB-H<sup>6</sup> und individuellem Datenaustausch über GPRS/UMTS ganz neue Dienstformate möglich macht.

Schließlich entwickeln sich die Endgeräte des Konsumenten zu sehr vielseitigen »Netzabschlüssen«. Für den Programmanbieter wird es immer schwerer werden, die Präsentation und damit die Wahrnehmung seiner Dienste unter Kontrolle zu behalten. Auf der einen Seite bestimmen Netzbetreiber, die die Geräte subventionieren, was wie auf dem Gerät präsentiert wird. Auf der anderen Seite bestimmen die zunehmend aus der IT-In-

Als Konsequenz ergeben sich ganz neue Möglichkeiten einer Konstellation von Geschäftsbeziehungen und wie Dienste vermarktet werden können.



dustrie kommenden Endgerätehersteller mit individuellen Funktionsmerkmalen, über die sie sich versuchen auf dem Markt zu differenzieren, das Erscheinungsbild und die Nutzungsmöglichkeiten von Diensten. Diese Entwicklung wird dadurch komplementiert, dass Konsumenten zunehmend auf ihre individuellen Bedürfnisse in ihrem jeweiligen Nutzungskontext optimierte Dienste erwarten. Rundfunkdienste werden wohl zukünftig diese Entwicklung berücksichtigen.

Die Herausforderungen für den Rundfunk bestehen darin, die zunehmende Vielfalt an Verbreitungswegen für sich zu nutzen. Über diese Vielfalt sind die Kunden vielseitiger und zielgerichteter ansprechbar. Letztlich steht für den Konsumenten der Dienst, z. B. »Fernsehen« bzw. »Radio« im Vordergrund, der mit verschiedensten Elementen und Funktionen angereichert sein kann. Ein Anpassen der rundfunkorientierter Dienste an den Nutzungskontext macht solche Dienste attraktiver. Gleichzeitig nimmt die Bedeutung des individuellen Verbreitungsweges aus Sicht des Konsumenten selbst ab. Im Gegensatz dazu können bestimmte Verbreitungswege für Dienstanbieter als auch Netzbetreiber strategische Vorteile bieten.

<sup>1</sup> DVB: Digital Video Broadcast; T -- terrestrial, C – cable; S – satellite

<sup>2</sup> EPG: electronic program guide

<sup>3</sup> MHP: Multimedia Home Platform

<sup>4</sup> PVR: personal video recorder

<sup>5</sup> UWB: ultra-wide-band

<sup>6</sup> DVB-H: DVB for Handhelds

## Bis 2010: Umstellung aller 4 Sendeketten auf Digitaltechnik



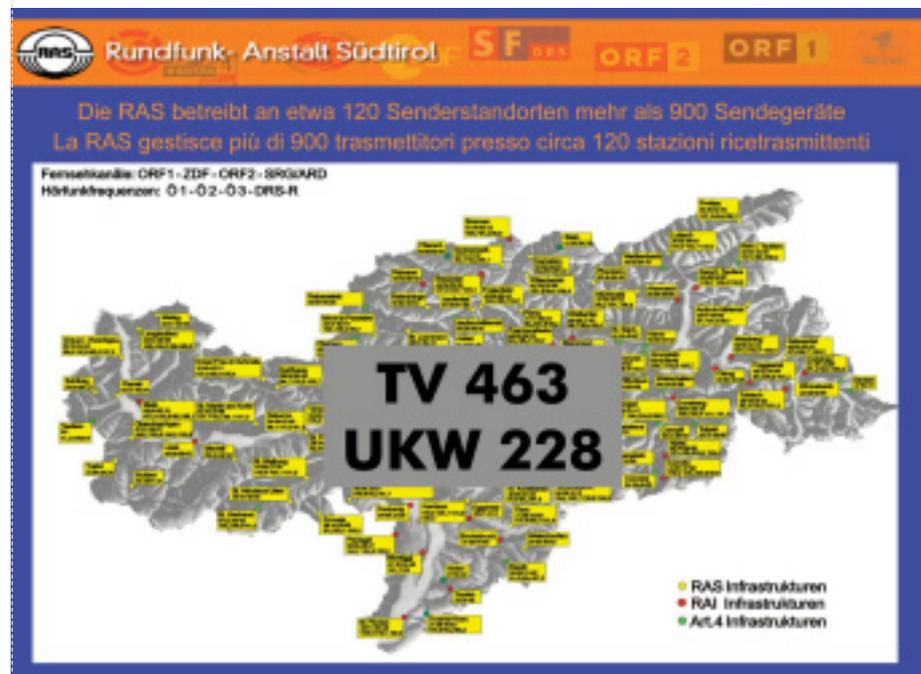
Georg Plattner

*Nach dem Besuch der Gewerbeoberschule in Bozen ab 1987 Diplomstudium der Elektrotechnik an der Technischen Universität Graz und an der Technischen Universität München mit Abschluss 1993 in Graz. Ein Jahr lang Entwicklungsingenieur der Firma Biotronik in Erlangen, ab April 1995 Mitarbeiter der RAS, zuerst als technischer Experte im Fernmeldewesen und dann als technischer Direktor. Am 25. Mai 2005 Ernennung zum Direktor der RAS. Mitglied in mehreren für das Kommunikationswesen zuständigen Gremien in Bozen und Rom.*

Die Rundfunk-Anstalt Südtirol betreibt für die Verbreitung der vier Fernsehprogramme (ORF1 und 2, ZDF, und als vierte Kette SRG/ARD) und den vier Hörfunkprogrammen landesweit insgesamt etwa 900 Sendegeräte an rund 120 Standorten. Für die analoge Fernsehverbreitung betreiben wir 463 Fernsehsehdanlagen und 228 UKW- Anlagen. Diese gilt es alle auf die digitale Sendetechnik umzustellen. Mit der RAI und den Privaten sind in Südtirol insgesamt 1005 analoge Fernsehanlagen und 669 UKW-Sender in Betrieb. Wie sich hier leicht erkennen lässt, sind keine freien Frequenzen für die Einführung des digitalen Fernsehens verfügbar. Da die RAS nicht bereit ist, Frequenzen von anderen Fernsehbetreibern aufzukaufen – damit wirklich alle verfügbaren Geldmittel in die technische Realisierung fließen können – müssen die analogen Kanäle abgeschaltet werden. Mit welchem Programm aber beginnen?

Die RAS hat entschieden, mit dem Programm zu beginnen, welches laut letzter Seherumfragen am wenigsten genutzt wird. Das ist das 4. Sendernetz der RAS mit den Programmen SF1 in der westlichen Landeshälfte und ARD in der östlichen. Als nächster Schritt soll dann die Umstellung des ZDF erfolgen und erst letztes die Umstellung der Fernsehprogramme des ORF. Wir hoffen, dass diese Vorgangsweise von den Teilnehmern am ehesten akzeptiert wird.

Interessant bei dieser Statistik ist, dass die drei meistgesehenen Programme in Südtirol nur terrestrisch empfangen werden können – also über Satellit nicht zugänglich sind. Dies ist wiederum ein Beweis, wie wichtig die terrestrische Versorgung heute noch ist. Weitere Planungskriterien waren die Verbreitung zusätzlicher, qualitativ hochwertiger Programme in den Bereichen Kultur, Bildung und Familie (vor allem solche, die nicht frei über Satellit empfangbar sind), die Einführung fremdsprachiger Programme (französisch, englisch) bzw. die Mehrtonübertragung und somit die Möglichkeit, den Originalton



„Mit heute erfolgt aber die große Umstellung. Von den zwei Hauptsenderstandorten Penegal und Mut sowie zahlreichen Umsetzerstandorten (insgesamt 18 an der Zahl) erfolgt ab heute die digitale Abstrahlung der Programme SF1, SF2 und ARD.“

mitzuübertragen bzw. Dolby Surround 5.1 zu gewährleisten, eine Erhöhung des Versorgungsgrades (kritische Gebiete sollen digital versorgt werden), portabler bzw. eingeschränkt mobiler Empfang mit einer Zimmer- oder Stabantenne im Kernsendegebiet soll möglich sein. Dadurch wurde eine robuste Übertragungsart (16 QAM, 2/3, 1/8, 14,7 Mbit/s) gewählt.

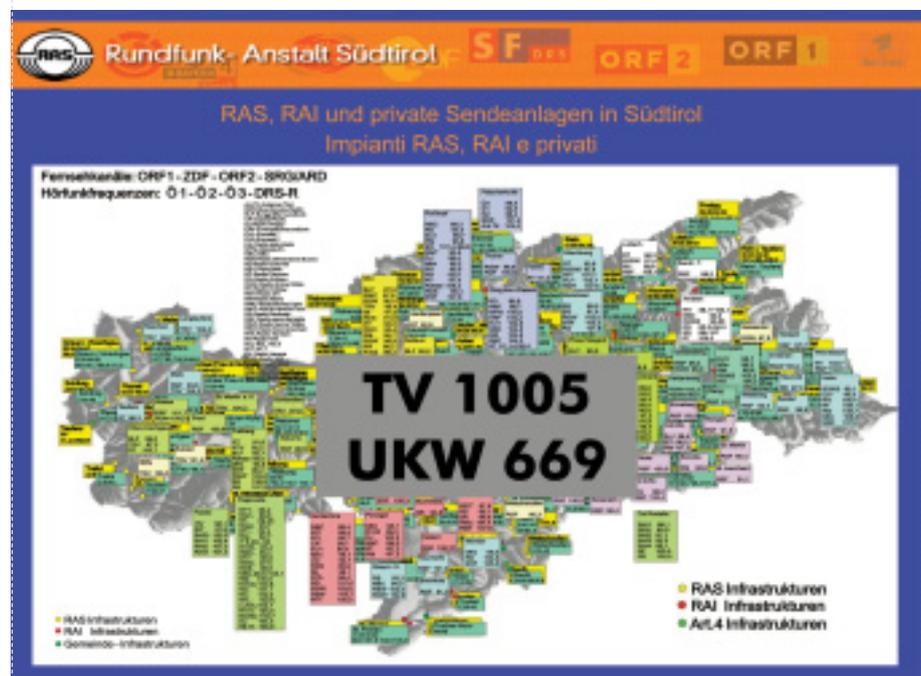
Anhand dieser Planungskriterien wurde im März diesen Jahres mit der Umstellung des analogen SF1 begonnen. Ein kleinerer Sender in Perdonig wurde umgestellt.

Mit heute erfolgt aber die große Umstellung. Von den zwei Hauptsenderstandorten Penegal und Mut sowie zahlreichen Umsetzerstandorten (insgesamt 18 an der Zahl) erfolgt ab heute die digitale Abstrahlung der Programme SF1, SF2 und ARD.

Somit werden mehr als 50 % der Bevölkerung in Südtirol mit den digitalen Programmen SF1, SF2 und ARD versorgt. Im Laufe des letzten Jahres haben wir begonnen, für die Zubringung zu den Sendestandorten digitale Richtfunkstrecken zu errichten. Bereits 12 Hauptstandorte der RAS sind mit digitalen 155 Mbit/s Richtfunkverbindungen angebunden. Mit diesen können die digitalen Fernsehsignale DVB-t, die digitalen Hörfunksignale DAB, aber auch digitale Datentransporte landesweit realisiert werden.

- Gemeinsame Planung und Vorgangsweise für die Einführung von DVB-t (RAS, RAI, Mediaset, Private)
- Landesweite Verbreitung der digitalen Programme SF1, SF2 und ARD innerhalb 2006
- Einführung weiterer qualitativ hochwertiger Programme
- Umstellung aller vier Sendeketten innerhalb 2010
- Einführung von MHP-Zusatzdatendiensten (nicht interaktiv)

Die RAS hat bereits gemeinsam mit der RAI im Jahre 1997 begonnen, den digitalen Hörfunk in Südtirol einzuführen. Mittlerweile wird über 80 % der Südtiroler Bevölkerung mit Digital Radio DAB versorgt. Neben den vier RAI-Programmen werden 12 Programme



der RAS verbreitet, wobei 8 Programme ausschließlich über DAB zu empfangen sind. Anzuführen sind neben den fünf Programmen des Bayerischen Rundfunks das Jazzprogramm Swissjazz und das Jugendradio FM4 des ORF, neu mit heute dazugekommen ist das Kinderradio Radijojo. Ich finde vor allem dieses Kinderradio eine Bereicherung der Hörfunklandschaft, da es gerade den jüngsten Hörern das Medium Radio wieder zugänglich machen kann.

Dieses Jahr haben wir auch im Auftrag der Landesregierung begonnen, acht lokale private Hörfunkprogramme über DAB zu verbreiten. Somit können im Großraum Bozen bereits 24 Hörfunkprogramme über Digital Radio empfangen werden. Das private Konsortium hat uns bereits mitgeteilt, dass das Netz weiter ausgebaut werden soll.

Die Ziele und Wünsche der RAS bezüglich dem Digital Radio DAB können folgendermaßen zusammengefasst werden:

- Flächendeckender Ausbau der RAS Sendernetze und Steigerung der Betriebssicherheit
- Gewährleistung des Empfangs im Gebäudeinneren
- Ausbau der öffentlich-rechtlichen und privaten Netze in Südtirol, Italien und ganz Europa
- Freistellung zusätzlicher Frequenzressourcen im Band III
- Genügend verfügbare Endgeräte im Handel
- Entwicklung neuer Multi-Standard-Empfangsgeräte: DAB, DMB, DRM, DVB integriert in Handys und mobilen Empfangsgeräten.

Die Empfangsgeräte sind verfügbar – sie müssen jedoch besser beworben werden. Geräte mit Aufnahmefunktion, Vor- und Rückspulen, anhören in MP3, Geräte mit digitaler Mittelwelle, als Handy oder Küchenradio für zu Hause oder unterwegs – über 150 verschiedene Geräte wurden auf der diesjährigen Funkausstellung in Berlin vorgestellt. Soweit ein kurzer Überblick über die digitale Sendetechnik der RAS. Nähere Informationen können sie über unsere neu gestaltete Internetseite beziehen.



### DVB-T: Ziele und Wünsche der RAS

- Gemeinsame Planung und Vorgangsweise für die Einführung von DVB-t (RAS, RAI, Mediaset, Private)
- Landesweite Verbreitung der digitalen Programme SF1, SF2 und ARD innerhalb 2006
- Einführung weiterer qualitativ hochwertiger Programme

| Netz1 (ORF1) | Netz2 (ORF2)    | Netz3 (ZDF) | Netz4 (SF1/ARD) |
|--------------|-----------------|-------------|-----------------|
| EinsExtra    | ZDF             | ORF 1       | SF 1            |
| Bayern 3     | ZDF info - doku | ORF 2 Tirol | SF 2            |
| Bayern alpha | ZDF Theater     | 3 Sat       | ARD             |
| Phönix       | Kinderkanal     | fremdspr.   | Arte / MHP      |

- Umstellung aller vier Sendeketten innerhalb 2010
- Einführung von MHP-Zusatzdatendiensten (nicht interaktiv)

## Ci aspetta ancora molto tempo



**Donato Marini**

*Nato a Ospedaletto Euganeo (Padova) il 6 giugno 1944 e residente a Bolzano per nascita; diplomato a Torino nell'anno 1962 presso l'Istituto Tecnico «A. Avogadro» con specializzazione in Telecomunicazioni.*

*Assunto a Verona nel 1965 presso l'«Azienda di Stato per i Servizi Telefonici».*

*È trasferito a Bolzano nel 1968 in occasione della costruzione della dorsale telefonica e televisiva in ponte rado che collegherà la Germania (Zugspitze) e l'Austria (Patscherkofel) con Verona e Bolzano, partecipando alla sua realizzazione.*

*Sempre alle dipendenze dell'Azienda Telefonica pubblica rimane nel reparto costituito per la manutenzione ponti radio in Bolzano fino alla cessazione dell'Azienda stessa.*

*Nel 1995 si trasferisce alle dipendenze del Ministero delle Comunicazioni costituendo e organizzando il nuovo Ispettorato territoriale Trentino-Alto Adige del quale assume la Direzione nel febbraio 2000.*

Con questo intervento vorrei fare brevemente il punto sulla diffusione nella nostra provincia sia della radiodiffusione digitale (DAB-T), sia della televisione digitale terrestre (DVB-T).

In Italia in generale la radiodiffusione digitale non ha avuto finora un gran successo. I motivi sono molteplici e per analizzarli tutti a fondo non basta certo il poco tempo qui a disposizione. Ma il motivo fondamentale, primario, è la mancanza delle frequenze su cui il DAB-T deve essere diffuso. La porzione di banda VHF-III sul quale il DAB può essere utilizzato in maniera ottimale, è purtroppo in Italia, ancora per buona parte, occupata dalle emittenti televisive. Nonostante l'interesse degli operatori sia abbastanza sostenuto, la carenza di frequenze ha frenato l'espandersi della nuova tecnologia. Si parla oggi di 4/5 milioni di potenziali utenti raggiunti dal nuovo segnale, diffuso, per la maggior parte nel nord Italia, oltre che dalla concessionaria pubblica, da consorzi nati da iniziative delle reti nazionali e dalle maggiori emittenti regionali; ma si sa anche che decine di domande presentate al Ministero per poter ottenere l'autorizzazione alla diffusione sperimentale della radio digitale sono rimaste inevase, proprio per la mancanza di disponibilità di frequenze in banda III.

Se noi osserviamo la situazione nella nostra provincia possiamo tranquillamente affermare che la situazione DAB-T è decisamente migliore delle altre zone d'Italia e ciò soprattutto per merito, e qui dobbiamo fare un plauso alla RAS, dell'azienda radiotelevisiva provinciale, che ha saputo dare una forte spinta alla sperimentazione. In accordo e in collaborazione con la concessionaria pubblica RAI è stato possibile liberare la banda III e già nel 1997 è stato acceso il primo trasmettitore che ha potuto diffondere in un unico blocco, su un'unica frequenza, sette programmi (RAI 1, RAI 2, RAI 3, Sender Bozen, Bayern 4, Bayern 5 Aktuell, Bayern Mobil) e successivamente con l'accensione di altri sei trasmettitori si è giunti a coprire ben l'80% della nostra provincia. Nel luglio del 2004 è iniziata, sempre da parte della RAS, l'installazione di un secondo blocco comprendente i programmi radiofonici dell'emittente nazionale Austriaca assieme a Bayern 1, Bayern 3 e Radio Rumantsch (Svizzera Romanda) e già oggi sono diffusi anch'essi sull'80% del territorio. Oggi in automobile possiamo sintonizzarci in digitale su uno di questi programmi e dal Brennero fino a Salerno avremo un ascolto perfetto senza mai cambiare frequenza.

Recentemente, con il sostegno della stessa RAS e con il finanziamento provinciale, si è costituito un consorzio di emittenti radiofoniche locali, sette di lingua tedesca e una di lingua italiana per la sperimentazione del DAB e nel maggio di quest'anno dalla cima Penegal la RAS ha attivato l'irradiazione del blocco 9D comprendente i programmi delle emittenti citate servendo l'area di Bolzano e dintorni, e tutta la bassa Atesina fino a Salorno. Tutto questo si è ottenuto utilizzando la canalizzazione in banda III, e con ottimi risultati.

Il regolamento che disciplina la fase di avvio delle trasmissioni radiofoniche terrestri in tecnica digitale, approvato dall'Autorità nel marzo di quest'anno, dispone l'assegnazione delle frequenze agli operatori che ne faranno domanda, nella banda UHF-L, mentre la banda VHF-III, verrà assegnata solo a complemento ed integrazione della copertura in banda L nei limiti delle previsioni dei piani nazionali di ripartizione e di assegnazione delle frequenze.

Sperimentalmente, la RAS ha acceso sempre a Penegal, una frequenza in banda L al fine di paragonare la propagazione tra le due bande e fare alcuni confronti. Dai primi risulta-

*In ogni caso comunque le frequenze attualmente a disposizione in banda III non sono sufficienti a far transitare sul digitale tutte le emittenti presenti in provincia.*

ti si è potuta constatare la gran differenza di copertura che si ottiene utilizzando le due frequenze. Si è accertato che per ottenere buoni risultati è necessario salire molto con la potenza e comunque la ricezione diventa ugualmente difficoltosa quando vi sono ostacoli tra il ricevitore e il trasmettitore.

La banda III utilizzando una frequenza più bassa consente una copertura molto più ampia della banda L (circa tre o quattro volte o anche più) per cui, per coprire la stessa porzione di territorio utilizzando appunto la banda UHF, occorrono molti più impianti, anche se di bassa potenza e questi impianti non andranno a sostituire quelli attuali in analogico fino alla completa attuazione della digitalizzazione radiofonica, per cui l'operatore di rete si trova a sopportare spese aggiuntive di installazione e manutenzione senza nessun introito compensativo.

Ciò sta a dimostrare l'attenzione con cui dovranno essere assegnate le frequenze alle emittenti perché comunque chi diffonderà in banda L sarà penalizzato nei confronti di chi trasmetterà utilizzando invece la banda III. In ogni caso comunque le frequenze attualmente a disposizione in banda III non sono sufficienti a far transitare sul digitale tutte le emittenti presenti in provincia.

Il problema potrebbe essere facilmente risolto, almeno nella nostra provincia. Esiste infatti il canale 13 che nello standard internazionale è dedicato al DAB. In Italia purtroppo tale canale è assegnato al Ministero della Difesa. Se ci sarà la volontà politica di farlo, il canale 13 potrebbe essere destinato a favore del DAB-T e sappiamo tutti che cosa analoga è già stata fatta per la telefonia mobile.

È da ritenere tuttavia che pur essendo la nostra provincia abbastanza avanti nella diffusione del segnale DAB, ci aspetta ancora molto tempo prima di arrivare ad un completo passaggio a tale tecnologia. Ritengo molto ottimistiche le direttive europee e nazionali che prevedono il 2008 come termine dell'analogico, nonostante i meritevoli e notevoli sforzi fatti dalla RAS nella nostra provincia per rispettare tale traguardo. È per altro estremamente necessario che l'emittenza locale si convinca al passaggio di tale tecnologia credendoci e investendo in essa senza aspettare che le sovvenzioni vengano solamente e totalmente dalle casse del finanziamento pubblico. Se ciò non avverrà e il digitale continuerà ad esistere solo come un doppione dell'analogico diffuso quasi esclusivamente dall'emittenza pubblica e da qualche network; se non verranno forniti programmi e servizi alternativi a quelli già disponibili in analogico, l'utente non cambierà il suo ricevitore, le case automobilistiche continueranno a montare di serie i soliti autoradio e il DAB si trascinerà nel tempo per un periodo indefinito. Si potrebbe giungere al paradosso che il DAB, invece di ridurre l'inquinamento da elettromagnetismo, riduzione che si otterrebbe con lo spegnimento di tutti i trasmettitori oggi operanti in FM con rilevanti potenze, portasse al contrario ad un incremento dell'inquinamento, causato dall'accensione dei nuovi trasmettitori digitali ma senza mai giungere ad un definitivo spegnimento degli esistenti in analogico.

Parliamo ora invece di televisione digitale terrestre. Se la situazione del DAB non sembra così rosea, a che punto siamo invece con la televisione digitale terrestre? La situazione è piuttosto complessa.

La forte pressione legislativa esercitata dal Ministero delle Comunicazioni per lanciare e velocizzare il passaggio dalla televisione analogica a quella digitale, fissando tra l'altro la data dello switch off dell'analogico al 31 dicembre 2006 (nel frattempo spostata al 31

*La prima impressione è sicuramente che la televisione digitale terrestre sia partita alla grande.*

dicembre 2008; ndr.), ha forzato gli editori televisivi nazionali e locali ad investire nella nuova tecnica. La prima impressione è sicuramente che la televisione digitale terrestre sia partita alla grande.

Alla data del 25 luglio scorso scadevano i termini per la presentazione della domanda al fine di ottenere il prolungamento del periodo di validità della concessione e dell'autorizzazione per la radiodiffusione televisiva privata in ambito nazionale o locale su frequenze terrestri in tecnica analogica, fino alla definitiva conversione delle trasmissioni in tecnica digitale. I requisiti imposti dalla normativa per giungere in regola alla fatidica data, data fissata dalla legge «Gasparri», erano:

Per le emittenti nazionali raggiungere la quota di diffusione del 50 % della popolazione e per le locali l'accensione di almeno un impianto in tecnica digitale.

Il numero di emittenti che hanno chiesto e ottenuto l'abilitazione sperimentale al DTT prima del 25 luglio (dati ufficiali del Ministero) sono:

emittenti nazionali n. 13  
emittenti locali n. 590

Il numero di emittenti che hanno fatto domanda di prosecuzione delle trasmissioni in tecnica analogica fino alla completa conversione al digitale sono oggi:

emittenti nazionali n. 11  
emittenti locali n. 613

Da notare che nel dato fornito dal Ministero, sono comprese anche le domande delle emittenti locali che non trasmettono in digitale sulla loro rete ma diffondono i loro programmi in digitale servendosi di un multiplex di un'altra emittente autorizzata.

Fermo restando che le emittenti nazionali sembra siano arrivate tutte alla data del 25 luglio con i requisiti in regola (copertura del 50% del territorio), tale data ha segnato comunque un traguardo alla quale molte emittenti locali sono giunte in affanno, forse perché speravano fino all'ultimo in una proroga di tale data, forse per ragioni di costo economico, irrilevante per le grosse emittenti ma drammatico per le piccole emittenti, in particolare TV comunitarie e parrocchiali.

La maggior parte delle emittenti comunque, è giunta al traguardo del 25 luglio, conscia che nonostante tutto, il digitale è un'occasione da non perdere e convinte che le infinite possibilità di interazione del sistema con il mondo telematico delle comunicazioni offrirà un futuro di grandi opportunità.

Per la regione Trentino-Alto Adige/Südtirol, tre sono le emittenti radiotelevisive locali che hanno presentato domanda per la sperimentazione in digitale e tre sono anche quelle che hanno presentato domanda per la prosecuzione delle trasmissioni in analogico fino alla completa conversione al digitale. Di queste tre, due hanno fatto anche domanda come fornitore di contenuti.

Se prendiamo in considerazione la nostra provincia vediamo che Bolzano-città e dintorni sono già coperti da 7 frequenze convertite al digitale ed è possibile la ricezione di ben 31 canali (alcuni ancora sperimentali) tra i quali annoveriamo i tre programmi RAI, tre programmi in lingua tedesca diffusi dalla RAS e cioè ARD, SF1 e SF2, i canali Mediaset tra cui i famosi premium e alcuni altri tra i quali, da notare, due canali dell'unica televisione locale della provincia di Bolzano, Video Bolzano 33. Quest'emittente è stata la prima a richiedere l'autorizzazione sperimentale e la prima ad accendere in digitale nella nostra provincia già nell'agosto del 2004. Mi informava alcuni giorni fa, il titolare, l'editore

Comm. Boesso, che altri 5 dei suoi 26 trasmettitori che servono quasi tutta la provincia sono già pronti per trasmettere in digitale. Mediaset, dal canto suo, serve già Bressanone e parte della Val Gardena e, come abbiamo visto proprio oggi la RAS ha acceso le sue nuove frequenze in digitale sulla Mutta e su cima Penegal servendo così un'altra grossa percentuale della provincia.

Dobbiamo tuttavia notare, parlando sempre della nostra provincia, ma non solo, che il digitale è stato acceso là dove esistevano due frequenze che coprivano più o meno lo stesso territorio; in questo modo si è dato sì, accesso al digitale per l'utente in possesso del decoder, ma la maggior parte degli utenti non si è neppure accorta, se non attraverso comunicati stampa o dai notiziari locali dell'arrivo della nuova tecnologia. Ciò, se da una parte garantisce la continuità della ricezione della televisione in analogico, e quindi anche l'introito pubblicitario, cosa essenziale per le TV locali, dall'altra non spinge alla diffusione del decoder nelle famiglie. Per convertire le frequenze dove non esiste il doppio bisognerà aspettare che il decoder abbia raggiunto una percentuale di penetrazione alta (consideriamo che ogni famiglia possiede da due a tre o anche più televisori) e per raggiungere questo traguardo è causa di forza maggiore che passi del tempo. Quanto, è difficile oggi determinarlo; certamente molto dipenderà se le famiglie sostituiranno i vecchi televisori comperando nuovi televisori già predisposti (il mercato per altro attualmente ne offre pochi) e da quanti incentivi arriveranno dal governo o dalle istituzioni locali per l'acquisto del decoder; sicuramente sarà indispensabile che questi incentivi siano dati.

Questa è una delle motivazioni principali per cui si ritiene che la data dello switch off completo non possa essere rispettata. Ma c'è un'altra motivazione tutt'altro che trascurabile che rende tale data poco probabile. Prendiamo ad esempio la nostra provincia. L'orografia del territorio costringe le emittenti, per arrivare in ogni valle e servire tutta la popolazione, ad installare un grandissimo numero di impianti di diffusione. Solo la RAS detiene circa 600 impianti di diffusione TV. Convertire un così gran numero di impianti non è cosa che si improvvisa in qualche mese (neppure per la RAS, della quale conosciamo tutti la grande «capacità»), senza contare poi il grosso impegno economico che ciò comporta. Pensiamo ad una TV privata la quale deve per la maggior parte autofinanziarsi, possiamo prendere ad esempio «Video Bolzano 33» con «soli» si fa per dire 25 impianti, quale esborso economico dovrebbe sopportare in pochi mesi?

Ma a questo punto è poco importante che venga rispettata una data, fissata forse con troppo ottimismo, fondamentale invece è che la televisione digitale terrestre abbia ormai imboccato una strada dalla quale, non solo non si torna più indietro ma sembra essere la strada giusta per un ammodernamento del mezzo televisivo che favorendo l'innovazione tecnologica di massa, aggiunge alla sua funzione di informazione e intrattenimento, anche la fornitura di quei servizi interattivi che, avvicinando il cittadino meno abile ed esperto, alle barriere mediatiche, da sempre guardate con timore e diffidenza dalle fasce più deboli permetterà un dialogo semplice e accattivante anche se telematico, attraverso l'uso di uno strumento, il televisore, presente in ogni famiglia italiana.

*Fondamentale invece è che la televisione digitale terrestre abbia ormai imboccato una strada dalla quale, non solo non si torna più indietro ma sembra essere la strada giusta per un ammodernamento del mezzo televisivo*

## L'argomento è complesso



**Ferdinando Andreatta**

*Ferdinando Andreatta, ha iniziato nel 1972 la propria attività professionale alla RAI Radiotelevisione Italiana, presso la Sede di Bolzano, nell'ambito della Sezione Tecnica.*

*Successivamente, presso la sede di Trento, ha ricoperto l'incarico di Responsabile della Produzione e del Supporto Tecnico.*

*Laureato in Comunicazioni e Mass Media presso la Facoltà di Sociologia dell'Università di Trento, dall'istituzione della Divisione Diffusione e Trasmissione della RAI, conferita poi come ramo d'azienda in RAI WAY S.p.a., società del Gruppo RAI Radiotelevisione Italiana, ha assunto ruoli direttivi nelle Zone del Trentino-Alto Adige, dell'Emilia-Romagna, del Veneto e del Friuli-Venezia Giulia.*

*Dal 2000 è Responsabile dell'Area Nord Italia dell'Unità Organizzativa Gestione Reti.*

Due sono le iniziative attuate da RAI WAY, per quanto riguarda le trasmissioni in «digitale» in Alto Adige.

Una, che possiamo definire «matura», riguarda la radio.

La seconda, «neonata», che interessa la televisione.

Riguardo la prima – sono trascorsi quasi 10 anni da quando – nell'autunno del 1996 – RAS e RAI hanno abbozzato l'idea di progettare congiuntamente una rete DAB in Alto Adige.

Dopo l'accoglimento, nel maggio 1997, della richiesta di sperimentazione del servizio T-DAB da parte del Ministero delle Comunicazioni, è stato avviato un progetto pilota, che si è articolato in due fasi realizzative: la prima con la costruzione di 3 impianti e la seconda con altri 4.

Nel progetto è stata profusa tutta l'esperienza che la RAI ha maturato al riguardo, acquisita, in particolare, nella realizzazione della rete DAB in SFN, attivata già agli inizi del 1995 in Valle d'Aosta.

In Alto Adige, il progetto DAB è stato attuato e completato nel 1998.

Da allora la rete, costituita appunto da 7 trasmettitori in SFN, sta diffondendo, dal punto di vista dei contenuti, un ensemble «unico» in Italia, in quanto per la parte che compete a RAI, oltre a contenere i programmi nazionali in lingua italiana denominati Radio1, Radio2 e Radio3, vi sono allocati anche quelli prodotti in autonomia regionale dalle sedi RAI di Bolzano e Trento e, in particolare, il programma in lingua tedesca e ladina denominato RAI «Sender Bozen», realizzato a Bolzano.

In nessun'altra parte del territorio italiano, infatti, gli altri impianti DAB della RAI irradiano i programmi prodotti in autonomia locale dalle sedi regionali.

Tuttavia, nonostante le entusiastiche aspettative che quest'iniziativa aveva suscitato, e che comunque rimane la più importante rete DAB SFN realizzata da RAI WAY, devo mio malgrado constatare che si tratta di un'iniziativa »matura«, forse superata o come stamani l'ing. Ciccotti, Amministratore Delegato di RAI WAY ha indicato nel suo intervento, di un sistema «...facile preda nel futuro prossimo di sistemi alternativi, ... come il DVB-H».

Per quanto riguarda il «digitale» televisivo, invece, siamo appena agli inizi.

La legge 3 maggio 2004 n. 112 prevede – all'art. 25 – che la RAI, concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo, è tenuta a realizzare almeno due blocchi di diffusione su frequenze terrestri con una copertura del territorio nazionale che raggiunga, entro il 1° gennaio 2005, il 70 per cento della popolazione.

Rispettando quest'obiettivo e nell'ottica di servire prioritariamente i capoluoghi di regione e di provincia, il 17 dicembre 2004, presso il centro trasmittente di Cima Penegal, – la principale stazione di diffusione dell'Alto Adige – è stato attivato sul canale 44, messo a disposizione dal Ministero delle Comunicazioni, l'impianto DVB-T, da cui si irradia il mux A. In esso, sono attualmente contenuti i 3 programmi nazionali RAI TV01, TV02 e TV03, che sono trasmessi in simulcast sulle reti analogiche, ed il programma RAI Utile, rivolto in particolare alle esigenze delle famiglie e della popolazione.

Entro la fine del corrente anno è prevista la regionalizzazione di questo multiplex, ovvero la possibilità di inserire nel bouquet la programmazione televisiva regionale.

Al riguardo, presso la sede RAI di Bolzano è stata installata e collaudata la catena di trasmissione costituita da un sistema di ricezione satellitare, che riceve il Mux A nazionale, ed un sistema di codifica e rimultiplazione che andrà a realizzare il Mux A regionalizzato.

“  
 Rimangono aperti, quindi, tutti gli interrogativi di come si potrà concretamente sviluppare il digitale terrestre televisivo in Alto Adige ed in particolare quando potrà essere diffuso il segnale della terza rete televisiva in lingua tedesca e ladina, RAI «Sender Bozen», i cui programmi sono seguiti dalla maggioranza della popolazione altoatesina.

Questo segnale sarà trasportato con ponti radio SDH fino al sito di Cima Penegal per la sua diffusione. Sarà così possibile vedere sulla rete digitale le due edizioni quotidiane del TGR del Trentino Alto Adige, nonché i programmi prodotti dalle Strutture di Programmazione delle Sedi RAI di Bolzano e di Trento.

Fin qui abbiamo descritto l'esistente situazione; ora si tratta di esaminare come essa potrà evolversi nel prossimo futuro.

Innanzitutto, occorre porsi la domanda se in Alto Adige, nell'odierna situazione di occupazione dello spettro radioelettrico, vi siano canali disponibili dai siti più importanti, utilizzabili ai fini dell'ulteriore estensione della rete digitale terrestre.

Ovviamente, la risposta non è positiva e, pertanto, non è possibile ipotizzare quando si potrà diffondere sulla rete digitale terrestre anche il secondo blocco, il mux B, quello che trasmette i programmi RAI News24, RAISportSat, RAI Edu, RAI Futuro, altrimenti disponibili unicamente da satellite.

Allungando poi l'orizzonte temporale e pensando al 31 dicembre 2006 (spostato nel frattempo al 31.12.2008, ndr.) data prevista dal legislatore come momento dello switch-off, ovvero della completa transizione alla trasmissione in tecnica digitale, dobbiamo constatare che con i 14 mesi mancanti alla data indicata sarà arduo conseguire l'ambizioso obiettivo e, comunque, non è nemmeno semplice assumere delle concrete decisioni.

Al riguardo, infatti, occorre tener conto della legge Gasparri che all'articolo 25, comma 6, prevede: «nella fase di transizione alla trasmissione in tecnica digitale la società concessionaria assicura, comunque, la trasmissione di tre programmi televisivi in tecnica analogica in chiaro».

RAI, quindi, deve mantenere attive le attuali 3 emissioni analogiche e la possibilità, che a volte si sente prospettare, di destinare una delle 3 reti analogiche per anticipare gradualmente la conversione al digitale non è al momento attuabile.

Infine, non è da sottovalutare l'argomento risorse economiche, per il quale vorrei solo rispondere alla domanda che mi è stata rivolta da un utente qualche giorno fa:

«ma se oggi il 70% della popolazione può usufruire del digitale, basta poco per il rimanente 30%!».

In effetti, gli addetti ai lavori ben sanno che per coprire il 70% della popolazione bastano pochi impianti, solitamente scelti tra i principali capocateni di diffusione, e che per coprire il rimanente 30% ne occorrono molti di più, con il conseguente ingente impegno di risorse.

In Alto Adige, ad esempio, per raggiungere la copertura televisiva in analogico che supera il livello del 99% della popolazione, RAI WAY e RAS, che come sapete utilizzano in comune le infrastrutture, hanno realizzato 115 stazioni. E, nonostante questo impegno, rimangono ancora non servite alcune piccole località sparse.

Rimangono aperti, quindi, tutti gli interrogativi di come si potrà concretamente sviluppare il digitale terrestre televisivo in Alto Adige ed in particolare quando potrà essere diffuso il segnale della terza rete televisiva in lingua tedesca e ladina, RAI «Sender Bozen», i cui programmi sono seguiti dalla maggioranza della popolazione altoatesina.

L'argomento è complesso. Ricordo che la materia relativa alle trasmissioni per le minoranze linguistiche è regolata da un'apposita convenzione stipulata tra la Presidenza del Consiglio dei Ministri e la RAI Radiotelevisione Italiana ed è alle determinazioni che in questa sede verranno prese che è legato il futuro in digitale dei suddetti programmi.

Sappiamo della costante attenzione che la Provincia Autonoma di Bolzano, la Regione Trentino Alto Adige Südtirol, nonché la Provincia Autonoma di Trento, hanno nel promuovere iniziative finalizzate alla diffusione delle trasmissioni in lingua tedesca e ladina, e posso affermare che l'intero Gruppo RAI ha dimostrato di essere altrettanto sensibile e disponibile, e continuerà ad esserlo, per individuare tutte le soluzioni finalizzate a cercare di risolvere le questioni aperte e venire incontro alle richieste.

## Ein Wunsch: Nicht »alles digital«, sondern »alle digital«



Heiner Feuer

„  
Es reicht nicht aus, das UKW-  
Angebot einfach 1:1 digital  
umzusetzen. Erst wenn verschie-  
dene Zusatzdienste angeboten  
werden, dann wird der Kon-  
sument den entscheidenden  
Impuls verspüren, warum er  
wechseln soll.“

»Wer stehen bleibt, wird überholt« sagt ein einfaches Sprichwort. Trotzdem sind wir in den letzten Jahrzehnten fest bei unserem geliebten UKW-Standard stehen geblieben. Er hat sich über eine unglaublich lange Zeit gehalten und bewährt.

Unglaublich und erstaunlich auch deshalb, weil wir ja eigentlich seit geraumer Zeit das digitale Zeitalter eingeläutet haben: Dabei meine ich nun nicht nur den allgemeinen Computerboom, sondern schon ganz konkret die Digitalisierung in unserer Branche. Ob CD, MP3, DVD, oder auch GPRS und UMTS, alles wurde digital. Auch wir im Rundfunk produzieren ja mittlerweile digital, archivieren alles digital. Selbst unsere finale Signalaufbereitung, das Soundprocessing ist digital. Aber wir senden schlussendlich analog. Ganz klar, dass die Tage einer solchen analogen Insel wie UKW gezählt scheinen. Nicht umsonst hat die RAS zu ihrer 30-Jahrfeier ein mehr als modernes und aktuelles Thema gewählt: Alles wird digital. Das sind die klaren Zeichen der Zeit. Wer hier heute noch stehen bleibt, wird überholt. Definitiv.

Ein anderes Sprichwort hält dagegen: »Wer sich zu sehr beeilt, verirrt sich unterwegs«. Dieser Gedanke mag manchem kommen, wenn er sich die mehr als schwerfällige Akzeptanz von DAB bei der Bevölkerung ansieht. Ist das wirklich der digitale Standard von morgen? Um des Digitalisierungs-Willen mit aller Kraft voraus Richtung DAB? Allen digitalen Alternativen zum Trotz? Europa mit einem eigenen System, die USA und Japan setzten auf jeweils eigene Wege – hat das Zukunft?

Ja selbst innerhalb des DAB-Standards driften die Länder auseinander: Italien schreibt das L-Band vor. Ein flächendeckendes Netz mit all den dafür erforderlichen L-Band-Umsetzern scheint wirtschaftlich gar nicht zu machen. Das haben die deutschsprachigen Kollegen eingesehen und setzen ganz auf Band III. Wieder eine Unklarheit mehr! Und Investoren suchen Sicherheit.

Aber auch die Vorteile – gerade in unserem gebirgigen Land – sollen nicht ungenannt bleiben: Gleichwellen-Netze wie DAB garantieren einen wesentlich besseren Empfang, Signal-Spiegelungen verstärken statt stören, Füllsender sind einfacher realisierbar, eine CD-nahe Qualität verspricht den Qualitätssprung. Aber diese Punkte allein reichen nicht aus, um DAB dem Hörer schmackhaft zu machen. Und nur wenn dieser es annimmt, hat DAB Zukunft.

Auf den Mehrwert komme es an, stellt die DAB-Werbung in den Vordergrund. Es reicht nicht aus, das UKW-Angebot einfach 1:1 digital umzusetzen. Erst wenn verschiedene Zusatzdienste angeboten werden, dann wird der Konsument den entscheidenden Impuls verspüren, warum er wechseln soll.

Es ist das klassische Henne-Ei-Problem: Was kommt zuerst? Das Programmangebot oder der Hörermarkt? Die Radiobetreiber warten auf das Hörerpotential, die Hörer kaufen keine neuen Geräte, wenn der Nutzen nicht ersichtlich und angeboten wird...

Zur Erinnerung an dieser Stelle: Privatrado lebt von Werbeerlösen. DAB bringt im Anfangsstadium, heute und in absehbarer Zeit, nur Kosten und keine unmittelbaren Mehreinnahmen. Das wurde im deutschsprachigen Ausland schon lange erkannt und daher wird der Umstieg entsprechend durch die Politik gefördert.

Auch bei uns hat das Land erste Schritte in diese Richtung unternommen: Ein erster Block mit heimischen Privatsendern wurde dieses Jahr mit Unterstützung der RAS in Betrieb genommen. Die Kosten für den einzelnen lokalen Privatsender wären zu hoch und

*Wenn ich höre, dass durch die Digitalisierung künftig mehr Programme aus dem Ausland gratis importiert werden können, dann frage ich mich, ob das die primäre Aufgabe des Landes Südtirol heute noch ist.*

riskant. Die RAS hat schon früh Pionierarbeit beim DAB geleistet und es ist aus ihrer Sicht nur konsequent, jetzt die Privaten auf diesem Weg mitzunehmen.

Denn hier schließt sich der Kreis, Sie erinnern sich: Kein weltweiter Standard in Sicht, die gesamte HF-Technik muss neu aufgebaut werden. Beim Radio gibt es keinen Abschaltplan wie beim Fernsehen (viele Sender gehen heute davon aus, dass UKW noch 10 oder gar 15 Jahre lang unverzichtbar sein wird) – die technischen Investitionen sind also mehr als ungewiss. Die Produktion von Zusatzdiensten ist ein Mehraufwand. Wie soll ein heimischer Lokalsender dies ohne Unterstützung stemmen?

Dabei liegt zum Beispiel gerade in diesen Zusatzdiensten eine große Chance für die Lokalsender: Deren Stärke gegenüber den nationalen Anbietern darf sich nicht mehr nur im Programm widerspiegeln, sondern muss auch bei den Daten-Diensten ausgespielt werden. Denken wir nur an den lokalen Verkehrsservice, das Wetter, bis hin zu Zug- und Busplänen. All das muss aber erst recherchiert und gesondert aufgearbeitet werden. Wieder Zusatzkosten.

So visionär auch die lokalen Privatmacher an die Digitaltechnik drangehen mögen, gerade im kleinen, privaten Radiogeschäft muss die Kosten-Nutzen-Rechnung umso genauer gemacht werden; es stehen keine Millionen an Steuergeldern zur Verfügung.

Die Frage, die sich der lokale, private Rundfunkbetreiber stellt, ist ganz einfach: Wohin muss er gehen und vor allem wie, um Schritt halten zu können? Auch er will nicht stehen bleiben, will mit der Zeit gehen und kann dem System selbst wieder viel zurückgeben. Indem er es bewirbt und dem Hörer näher bringt – das können die importierten Sender vor Ort nicht leisten.

Wie gesagt, eine erste erfolgreiche Zusammenarbeit gibt es daher schon beim DAB zwischen RAS und Privatrado. Aber sie muss intensiviert und ausgebaut werden. Wenn ich höre, dass durch die Digitalisierung künftig mehr Programme aus dem Ausland gratis importiert werden können, dann frage ich mich, ob das die primäre Aufgabe des Landes Südtirol heute noch ist.

Sollten jetzt nicht vielmehr die heimischen Programme gefördert werden, die heute schon unter der Marktverzerrung leiden? Das Land Südtirol verschenkt freiwerdende Ressourcen an ausländische Sender?! Gefordert ist eine RAS verstärkt im Dienste der Südtiroler Sender – das macht sie erst zur »Rundfunkanstalt der Südtiroler« im wahrsten Sinne des Wortes. Die technischen Zeichen der Zeit hat die RAS stets erkannt – jetzt ist ein neuer Aufbruch notwendig.

Die Politik ist nun gefordert: Wenn die mediale Meinungsvielfalt auch künftig durch Privatrado gefragt ist, wenn die kulturelle Notwendigkeit der Lokalsender gerade in unserem Grenzgebiet anerkannt wird, dann darf dies jetzt nicht riskiert werden. Riskiert durch enorme Investitionen, die ein Lokalsender nicht tragen kann, aber notwendig erscheinen. Riskiert durch eine erdrückende Schwemme an Importprogrammen, ohne im Gegenzug das Lokalradio zu stärken.

Neben all den Glückwünschen zu »30 Jahre RAS« also auch ein Wunsch für die Zukunft: Möge DigitALL nicht nur für »alles digital« stehen, sondern für »alle digital«. Dass alle – auch die heimischen Privaten – die Möglichkeit bekommen, diesen riskanten, aber innovativen Weg zu beschreiten. Am besten gemeinsam.

## Un passo nella giusta direzione



Remo Ferretti

La Televisione Digitale Terrestre (TDT) sta lentamente entrando nelle case italiane, non sempre con quella speditezza che era stata immaginata un paio d'anni fa. Le vischiosità sono molteplici: innanzi tutto una certa scarsità di disponibilità economiche verso prodotti di cui non si comprende la necessità d'utilizzo immediato. Inoltre non possiamo negare una certa macchinosità nell'attrezzarsi di apparecchiature che, seppure diffusamente sostenute da finanziamenti pubblici, non paiono definitive, non sono ancora comunemente reperibili e richiedono non comuni conoscenze specifiche. Il desiderio di cambio di tecnologia, il passaggio dall'analogico al digitale, non è sostenuto da un interesse convinto, che si potrebbe/dovrebbe registrare verso questo nuovo modo di captare i programmi TV. Non so quanto sia radicata la consapevolezza che la TDT apre a una miriade inimmaginabile di occasioni informative, di cultura, di svago, di sport e, soprattutto, di capillare azione interattiva. Allo stato attuale la TDT è vissuta ancora come un bene aggiunto di consumo e di ricreazione, piuttosto che come uno strumento innovativo, che facilita soprattutto nuovi accessi e rapporti di rete e di servizi, specie nelle versioni più raffinate dei decoder.

L'Alto Adige, nel suo piccolo, risente di questa tendenza. «Video Bolzano 33» già da oltre un anno diffonde giornalmente programmi digitali, trasmette costantemente informazioni sull'uso della TDT ed esemplifica visivamente i modi per risolvere i piccoli problemi connessi con l'installazione domestica del decoder.

L'impegno finanziario di «Video Bolzano 33» per la TDT, attraverso la società proprietaria So.Svi.Co., è convinto e deciso. Attualmente 5 sue postazioni sono attrezzate per la diffusione di programmi digitali autonomi, che si distinguono dall'analogico nelle frequenze: 32 Penegal, 61 Muta Merano, 33 Plose Bressanone, 33 Belvedere Bolzano e parte della Bassa Atesina. Naturalmente per ora l'analogico mantiene la sua integrità su altra frequenza d'onda. Gli investimenti complessivi ammontano a circa 250 mila Euro, su cui s'è potuto usufruire dell'apposito contributo statale.

Nel complesso oggi la TDT di «Video Bolzano 33» copre un bacino di 150 mila utenti, su cui sono stati venduti intorno ai 10 mila decoder. La stessa «Video Bolzano 33» si è fatta promotrice della distribuzione, secondo le indicazioni ministeriali, di 400 decoder. La vendita dei decoder ha registrato un incremento di acquisti appena sono stati abbinati alla possibilità di seguire avvenimenti sportivi di attualità di forte impatto emotivo. Senz'altro un passo nella giusta direzione, anche se fortemente condizionato da eventi specifici, piuttosto da una più ragionata comprensione del nuovo metodo attivo/passivo di ricezione dei programmi in TDT. Il cui significato deve venire propagandato dallo stato con apposite campagne promozionali dai contenuti solo marginalmente commerciali.

La copertura completa da parte di «Video Bolzano 33» del territorio provinciale, sparso e frastagliato in decine di valli, potrà avvenire con il completamento delle altre 20 postazioni, che richiedono un ulteriore investimento di almeno 300 mila Euro. Non è dato sapere quando e se verranno riaperti gli auspicati sostegni economici dello stato. «Video Bolzano 33» rimane convinta, che questa collaborazione stato-regioni-privati-emittenti di TDT rappresenta la strada di percorrere per ottenere in tempi ravvicinati il passaggio di tutte le emittenti private nazionali alla TDT.

Sardegna (17 reti TV) e Valle d'Aosta (3 reti TV), grazie al deciso sostegno delle loro amministrazioni regionali autonome e dello stato pare che entro il prossimo 31 marzo spe-

gneranno la loro rete analogica per avviare la TDT. Nei piani più imminenti di trasferimento risulta anche il passaggio in TDT delle 110 reti private TV della Sicilia e di quelle del Friuli Venezia Giulia. Un impegno finanziario e tecnologico non indifferente per lo stato e per le rispettive regioni. Ma alla copertura della rete TDT delle autonomie regionali mancano proprio le TV private della Provincia Autonoma di Trento e di quella di Bolzano. Ne sono al momento escluse le nostre due province autonome, che contano solamente 3 emittenti private TV. Un assurdo, a ben vedere, tenendo conto anche della significanza specifica della nostra realtà territoriale, culturale e linguistica.

Lo scorso anno la Provincia Autonoma di Bolzano e il Comune di Bolzano, attraverso un apposito progetto predisposto da «Video Bolzano 33» e dalla RAS (in collaborazione con tecnici specializzati) hanno partecipato al Concorso Nazionale CNIPA per la messa in onda sperimentale TDT di programmi di servizio, individuati da queste due amministrazioni pubbliche per ottenere una più capillare diffusione dei loro dati di e-Government. Inaspettatamente i due progetti non sono potuti venire finanziati, quantunque possedessero i requisiti di attualità, di diffusione e di richiamo e sul territorio esistesse già attiva in TDT l'emittente della So.Svi.Co e fosse pronta anche la rete TDT della RAS. Altri vincitori non possedevano i medesimi requisiti.

La nostra iniziativa, tuttavia, rimane valida. Infatti la Provincia, proprio avvalendosi dei contenuti di tale nostro Progetto, ha avviato con «DigiLab» uno studio di fattibilità e innesto in TDT dei dati di e-Government degli enti pubblici e anche di imprese private operanti in Alto Adige. Un passo nella giusta direzione, la cui estrinsecazione operativa rimane inerte senza un diretto coinvolgimento della rete TDT di «Video Bolzano 33».

È assodato che senza una chiarificazione del mercato delle apparecchiature (decoder multifunzionali, in tempi brevi, incorporati nei televisori), senza una più certa presa di coscienza della «rivoluzione» culturale e comportamentale che verranno promosse dall'uso domestico del TDT (praticamente sostitutivo di internet per certi livelli non secondari) senza una compartecipazione attiva delle amministrazioni pubbliche nell'e-Government da trasferire in TDT, la diffusione della rete digitale televisive potrebbe parere destinata a languire e venire considerata come uno dei tanti strumenti di commercializzazione della tecnologia digitale, piuttosto che come un più penetrante ed efficace strumento di servizio, di conoscenza, di rapporti e di lavoro.

## Der Stand der Digitalisierung im Fernsehen laut EU-Mitteilung

Die Europäische Kommission hat kürzlich über ihre zuständige Kommissarin Viviane Reding alle Mitgliedstaaten aufgefordert, die Digitalisierung im Fernsehwesen zu beschleunigen und auf jeden Fall bis spätestens 2012 durchzuführen. In diesem Zusammenhang hat die EU einen Überblick veröffentlicht, aus dem hervorgeht, dass Italien, Finnland und Schweden am schnellsten die Digitalisierung vorantreiben wollen. Die Kommissarin Reding macht in ihrer Aufforderung unter anderem darauf aufmerksam, dass die Digitalisierung ungewöhnlich große wirtschaftliche Vorteile, eine bessere Bildqualität und eine größere Auswahl an Programmen bringen wird. Nach den Berechnungen der EU wird der Großteil der Bevölkerung bis 2010 einen Decoder zum Digitalempfang erwerben, mit einem geschätzten jährlichen Verkauf von rund 20 Millionen Einheiten. Den Digitalempfang in der EU hat bisher Großbritannien am intensivsten ausgebaut. Dort können zurzeit 74 % der Bevölkerung Fernsehen digital sehen. Die geplanten Termine für die vollständige Einführung des Digitalempfanges in den einzelnen EU-Ländern.

| Staat          | Datum                  |
|----------------|------------------------|
| Belgien        | 2012                   |
| Dänemark       | noch nicht entschieden |
| Deutschland    | 2010                   |
| Griechenland   | nach 2010              |
| Spanien        | 31.12.2011             |
| Frankreich     | noch nicht entschieden |
| Ungarn         | 31.12.2012             |
| Irland         | noch nicht entschieden |
| Italien        | 31.12.2008             |
| Litauen        | Beginn 2012            |
| Luxemburg      | noch nicht entschieden |
| Holland        | noch nicht entschieden |
| Österreich     | 2010                   |
| Polen          | noch nicht entschieden |
| Portugal       | noch nicht entschieden |
| Finnland       | 31.08.2007             |
| Schweden       | Februar 2008           |
| Slowenien      | 2012                   |
| Slowakei       | 2012                   |
| Großbritannien | 2012                   |
| USA            | 31.12.2008             |

## L'UE analizza la diffusione del digitale: la situazione nei diversi paesi

La Commissione europea invita gli stati membri ad accelerare il passaggio al digitale con l'abbandono dell'analogico comunque entro il 2012. Il Commissario all'informazione, Viviane Reding, ha fornito un quadro della situazione nei diversi paesi (vedi tabella allegata). L'Italia prevede il passaggio al 2008; altri stati lo faranno entro il 2010 e altri ancora entro il 2012. Ma vi sono anche paesi che non hanno ancora fissato una data ed è soprattutto a questi che la Commissione si rivolge. Per il Commissario Reding le trasmissioni digitali sono importanti perché utilizzano dal 30 al 50% dello spettro necessario per la tv analogica; ciò dovrebbe portare un enorme vantaggio economico oltre a una migliore qualità dell'immagine per gli utenti e una maggiore scelta di canali. Secondo le previsioni di Bruxelles gran parte degli utenti nell'Unione Europea acquisteranno almeno un decoder digitale entro il 2010, con un mercato europeo dei decoder stimabile in non meno di 20 milioni di unità all'anno. Se l'Italia, la Finlandia e la Svezia hanno fissato le date più ambiziose per lo switch off (rispettivamente il 31 dicembre 2008, il 31 agosto 2007 e il febbraio 2008), è il Regno Unito che attualmente vanta il più avanzato mercato d'Europa per la tv digitale. Londra ha di recente fatto slittare la data dal 2010 al 2012, ma attualmente il 16% delle famiglie ha la tv digitale terrestre e il 74% potrebbe riceverla. Qui di seguito la tabella elaborata dalla Commissione Europea con le date dello switch off della tv analogica a favore di quella digitale.

| Paese         | Data              |
|---------------|-------------------|
| Belgio        | 2012              |
| Danimarca     | nessuna decisione |
| Germania      | 2010              |
| Grecia        | dopo 2010         |
| Spagna        | 31/12/2011        |
| Francia       | nessuna decisione |
| Ungheria      | 31/12/2012        |
| Irlanda       | nessuna decisione |
| Italia        | 31/12/2008        |
| Lituania      | inizio 2012       |
| Lussemburgo   | nessuna decisione |
| Olanda        | nessuna decisione |
| Austria       | 2010              |
| Polonia       | nessuna decisione |
| Portogallo    | nessuna decisione |
| Finlandia     | 31/08/2007        |
| Svezia        | febbraio 2008     |
| Slovenia      | 2012              |
| Slovacchia    | 2012              |
| Gran Bretagna | 2012              |
| Stati Uniti   | 31/12/2008        |







