

Dossier

TV5 als „opérateur direct“ der Frankophonie

Entstehung und Entwicklung des Fernsehsenders

WENKE NEUBAUER*

TV5 hat sich seit seiner Gründung vor 20 Jahren von einem zunächst auf Europa beschränkten Projekt zu einem internationalen Fernsehsender entwickelt, der heute von 40 Satelliten ausgestrahlt wird und von 130 Millionen Haushalten in 165 Ländern empfangen werden kann. Der Sender ist in acht verschiedene Programme unterteilt: Von Paris aus werden die Programme für das nicht-französischsprachige Europa und für die Schweiz, Belgien und Frankreich sowie für Afrika, Asien und den pazifischen Raum, für die Vereinigten Staaten und den Orient gesendet. Das Programm für Kanada strahlt TV5 Québec-Canada, eine eigenständige Gesellschaft, in Montréal aus. TV5 wendet sich an die 120 Millionen Frankophonen weltweit sowie an Reisende oder im Ausland Lebende. Hinzu kommen Lerner der französischen Sprache und alle, die sich für die frankophone Kultur interessieren. Um den Zuschauern mit sprachlichen Teilkompetenzen den Zugang zu den Sendungen zu ermöglichen, werden Teile des Programms in acht verschiedenen Sprachen untertitelt.¹

Auch wenn die Gründung von TV5 1984 nicht in direktem Zusammenhang mit der Frankophonie stand, wirkten sich struktu-

relle und ideelle Merkmale frankophoner Kulturarbeit auf die Entwicklung von TV5 aus. Seit 1989 steht der Fernsehsender im Status eines „opérateur direct“ der ACCT und seit 1997 der OIF². Im Folgenden soll die Entwicklung von TV5 unter Beachtung der Anbindung an die Frankophonie und deren Ziele und Ideale dargestellt werden.

Identitäts- und Qualitätsprobleme

Die Gründung des Senders TV5, dessen Name sich aus der Anzahl der Gründungsmitglieder ableitet,³ ging auf eine Initiative des französischen Außenministeriums zurück und wurde maßgeblich von zwei Umständen forciert: Einerseits begann in den 80er Jahren die Entwicklung des Satellitenfernsehens und Frankreich wollte sich von Beginn an in dieser neuen Technik behaupten.⁴ Andererseits verstärkten sich die Absatzprobleme französischsprachiger Fernsehproduktionen auf dem internationalen Markt. Ein französischer beziehungsweise frankophoner Fernsehsender erlaubte die direkte internationale Verbreitung französischsprachiger Produktionen in Eigenregie.⁵

* Wenke Neubauer, M.A., ist zur Zeit DAAD-Sprachassistentin an der Universität Uppsala in Schweden. Ihr Magisterexamen absolvierte sie 2003 an der TU Dresden mit der Magisterarbeit "Kulturpolitik der Frankophonie am Beispiel von TV5".

Administrativ wurde der Sender von zwei Strukturen geleitet. Die französischen Sender TFR, Antenne 2 und France 3 bildeten juristisch die Vereinigung ökonomischer Interessen Satellimages.⁶ Die übrigen Partner waren durch Kooperationsverträge an Satellimages gebunden, in denen sie sich verpflichteten, einen festgelegten Umfang an Sendezeit mit ihren Programmen kostenlos zu gestalten. Inhaltlich wurde TV5 von einem „Conseil de coopération“ geleitet, dem Vertreter der jeweiligen Sender angehörten. Finanziert wird TV5 von den jeweiligen Regierungen. Die Beitragshöhe am Budget war damals wie heute abhängig von der Beteiligung am Programm. So betrug das Budget für 1985 27 Millionen Francs, davon übernahm Frankreich 17 Millionen Francs.⁷

Ab 2. Januar 1984 war TV5 mit einer anfänglichen Sendezeit von täglich drei Stunden in Europa und in Teilen Nordafrikas von circa 1,5 Millionen Haushalten über Kabel zu empfangen. Das Programmschema war zunächst vertikal wie ein Stundenplan strukturiert. Unabhängig voneinander waren die Partnersender für die Programmgestaltung einzelner Abende zuständig, und TV5 als Fernsehsender trat lediglich durch die Ansagen seiner Moderatoren in Erscheinung.⁸ Das hatte zur Folge, dass es für bestimmte Sendungen keine festen Sendeplätze gab und der Zuschauer keine „Fernsehgewohnheiten“ in Bezug auf TV5 entwickeln konnte. Dem Sender fiel es schwer, eine eigene Identität aufzubauen und von den Zuschauern als eigenständiger Fernsehsender erkannt zu werden. Obwohl die vertikale Programmstruktur zuungunsten von TV5 zu werten ist, wurde an diesem Prinzip lange festgehalten, da insbesondere die Partner mit geringer Beteiligung darauf bestanden, als Programmverantwortliche erkennbar zu sein. Erst ab 1988 wurde ein ausdrücklich horizontal gegliedertes Programmschema mit festen Sendeplätzen eingeführt.

Inhaltlich entsprach TV5 einem Vollprogramm, das alle Sparten bediente. Die Priorität lag dabei auf Information und Dokumentation. Auffällig war das Fehlen von Publikumsmagneten wie Sport- oder Quizsendungen. Dies hing vor allem mit der komplizierten und kostenintensiven Problematik von Sende- und Urheberrechten zusammen. Bis 1990 stand aber weniger die Programmgestaltung im Mittelpunkt der Entwicklung von TV5. Zunächst waren die Verlängerung der Sendezeit und die Ausdehnung der Reichweite von Bedeutung. Nach sechsjährigem Bestehen erreichte TV5 mit einem 12-stündigen Programm knapp 17 Millionen Haushalte.⁹ Einen weiteren wichtigen Schritt stellt 1988 die Gründung von TV5 Québec-Canada, einer selbständigen Gesellschaft, dar. Das Programm bestand zu 20 Prozent aus kanadischen Produktionen und zu 80 Prozent aus Sendungen von TV5 und war ab 1989 in ganz Kanada zu empfangen.

Bereits wenige Zeit nach seiner Gründung geriet TV5 in das Spannungsfeld der auswärtigen Rundfunkpolitik Frankreichs.¹⁰ In von der Regierung beauftragten Untersuchungen wurde TV5 wegen seiner mangelnden Programmqualität gerügt und ein Rückzug Frankreichs aus dem Projekt vorgeschlagen. Nur das entschiedene Auftreten der Partnersender sicherte das Bestehen von TV5.

Französische Interessen contra Multilateralität

Als Reaktion auf die Kritik der Untersuchungen führte TV5 tiefgreifende Veränderungen durch. Der Sender wurde in eine Aktiengesellschaft namens Satellimages umstrukturiert, an der die Partnersender als Aktionäre beteiligt waren. Als weiteren Aktionär gewann TV5 das INA (Institut national de l'Audiovisuel), wodurch der Sender Zugriff auf dessen umfangreiche Archive erhielt und sich die Möglichkeit zu einer vielfältigeren

Programmgestaltung eröffnete. Dank eines stark gestiegenen Budgets begann TV5 nach einigen wenigen Projekten in der Vergangenheit verstärkt mit Eigenproduktionen.¹¹ Es entstanden eine eigene Nachrichtensendung, verschiedene Sprachlernmagazine und ab 1992 in Kooperation mit der AUPELF ein Wissenschaftsmagazin. TV5 investierte auch in den Marketingbereich: Der Sender erhielt ein neues Logo und Jingles. Weiterhin wurde der Service für die Zuschauer ab 1993 durch Videotext und ab 1996 durch eine Internetpräsenz ausgebaut. Nachdem die Sendezeit 1993 auf 24 Stunden erweitert und der Programminhalt verbessert wurde, lag das Hauptaugenmerk von TV5 in den 90er Jahren auf der Ausdehnung des Sendegebiets über Europa hinaus. Wie auf dem Frankophonie-Gipfel in Chaillot 1991 beschlossen, strahlte ab 1992 TV5 Afrique das europäische Programm von TV5 in Afrika aus. Ab 1994 wurden täglich zwei Stunden abgekoppelt und mit eigenständigen, auf die Zuschauerbedürfnisse abgestimmten Sendungen gestaltet. Im September 1992 wurde die Gesellschaft TV5 Amérique latine - Caraïbe Inc. gegründet, die ab 1994 ein 24-stündiges Programm zum Teil mit spanischen Untertiteln sendete. 1996 komplettierten die Gründungen von TV5 Asie und TV5 États-Unis die globale Ausdehnung von TV5.

Trotz dieser offensichtlich positiven Entwicklungen kritisierte 1996 ein weiterer im Auftrag der französischen Regierung verfasster Bericht den Sender und stellte aus französischer Sicht die multilaterale Kooperation in Frage.¹² Es wurde wiederum der Rückzug Frankreichs aus TV5 und ein rein französischer Auslandssender vorgeschlagen. Dies zeigte einmal mehr die französische Dominanz und machte einen latenten Widerspruch zwischen nationalstaatlichen Interessen Frankreichs und dem multilateralen Konzept von TV5 deutlich. Zwei 1997 veröffentlichte Berichte schlugen jedoch alternativ Verbesserungen von TV5 vor, die dem

Sender mehr Gestaltungsfreiheit und eine Erweiterung der Zielgruppe ermöglichen sollten.¹³

Regionalisierung der Programme und Zentralisierung

Ab 1998 wurden in Anlehnung an diese beiden Berichte zahlreiche Veränderungen durchgeführt. Während die bisherigen Präsidenten von TV5 aus dem diplomatischen Dienst kamen, übernimmt mit Jean Stock erstmals ein Professioneller aus dem privaten kommerziellen Mediensektor diese Funktion. Des Weiteren erhielt TV5 die Erlaubnis, Werbung auszustrahlen, um die Zuschauerattraktivität zu erhöhen und Eigeneinnahmen zu erzielen. Als Aktionäre stoßen Arte, La Cinquième und RFO (Radio-télévision française d'outre mer) zu TV5. Dadurch vergrößerten sich einmal mehr die Programmquellen von TV5 und eine längerfristige Programmplanung war möglich. Die wichtigsten Veränderungen wurden mit der Regionalisierung der Programme eingeführt. Seit 1998 strahlen verschiedene Redaktionen den jeweiligen Regionen zeitlich und inhaltlich angepasste Programme aus. Die Programme für den Orient und Asien unterliegen beispielsweise einer strengen Selbstzensur, die den dortigen Moralvorstellungen Rechnung trägt. Seit der Regionalisierung können auch Senderechte separat ausgehandelt und die Attraktivität der Programme durch Sportereignisse gesteigert werden. Der Programmschwerpunkt liegt weiterhin auf der Berichterstattung, und TV5 versteht sich als Gegenpol zum amerikanischen Marktführer CNN.¹⁴

Eine weitere bedeutende Veränderung ist die Entscheidungshoheit von TV5 über die Ausstrahlung der von den Partnersendern zur Verfügung gestellten Beiträge. Dies ist umso wichtiger, als TV5 den Anteil an Eigenproduktionen zugunsten von Ankäufen verringert hat und die Partnersender noch 40

Prozent des Programms gestalten. Gut die Hälfte stammt von den französischen Sendern und nur ungefähr ein Prozent aus südlichen Kooperationen. Administrativ wurden die Veränderungen 2001 in der Gründung von TV5 Monde umgesetzt. Diese neue Gesellschaft vereint in sich Satellimages und die Regionalredaktionen Afrika, Asien, Orient mit den Regionalredaktionen von Lateinamerika und den USA, die bislang selbständig an TV5 Québec-Canada gekoppelt waren.

Außerhalb des Sendebetriebs hat TV5 seine Aktivitäten vervielfältigt. 2001 wurde in Burkina Faso und Benin die ersten Maison TV5 eröffnet, um allen die Möglichkeit zu eröffnen, das Programm zu sehen. Seit 1995 tragen in 60 Ländern rund 600 Buchhandlungen, die die im Programm von TV5 besprochenen Bücher anbieten, das Label TV5 Libris. Darüber hinaus bestehen weltweit Kooperationen mit zahlreichen frankophonen Kulturveranstaltungen.

Süd-Nord-Transfer kultureller Güter

Die Anbindung von TV5 an die Frankophonie resultiert aus dem Status des „opérateur direct“ der OIF. Dieser Status verpflichtet den Fernsehsender, in seinem Programm den allgemeinen Zielen und Idealen der Frankophonie Rechnung zu tragen und sie in die Praxis umzusetzen. Dies gilt insbesondere für die kulturpolitischen Ideale der Frankophonie, die laut Selbstdarstellung auf zwei Prinzipien basieren: dem Dialog der Kulturen und der Anerkennung der kulturellen Vielfalt. Der Dialog der Kulturen zielt darauf ab, auf Solidaritätsbasis den Hauptströmen der durch die westlichen Kulturen geprägten kulturellen Globalisierung entgegenzusteuern und den Süd-Nord- beziehungsweise den Süd-Süd-Transfer kultureller Güter zu unterstützen. TV5 wird diesem Ansinnen gerecht, indem Frankreich, die Schweiz, Belgien und Kanada den Großteil des Budgets finanzie-

ren, aber die anderen Mitglieder der Frankophonie sich an der Programmgestaltung beteiligen beziehungsweise das Programm auf ihre Bedürfnisse abstimmen. Auch wenn die Aktivitäten der südlichen Länder proportional sehr gering sind und der Einfluss Frankreichs sehr stark erscheint, so sind die Konsequenzen nicht zu unterschätzen. Denn TV5 hat die Möglichkeit, direkt in die Transferprozesse einzugreifen und als Medium eine hohe Reichweite und somit markante Präsenz der südlichen Länder zu erzielen. Dennoch distanziert sich der Sender davon, lediglich ein Instrument oder Einflussmittel der OIF zu sein. Dementsprechend bestehen keine finanziellen oder institutionellen Abhängigkeiten.

Zukunftsperspektiven von TV5

TV5 hat sich selbst für die Zukunft drei Entwicklungsziele gesetzt: die Optimierung der Empfangsmöglichkeiten, die Darstellung der weltweiten kulturellen Vielfalt und ein Nachrichtenangebot von internationalem Format.¹⁵ Die ersten beiden Vorhaben – die Steigerung der Zuschauerzahlen und die Verbesserung der Programminhalte – stehen in Einklang mit der bisherigen Entwicklung des Senders. Doch die dritte Entwicklungsachse scheint von den jüngsten Plänen der französischen Regierung in Frage gestellt. Zwar stand das Projekt eines rein französischen Nachrichtensenders schon länger im Mittelpunkt öffentlicher Diskussionen, doch die Veröffentlichung eines Berichtes im September 2003 hat dieses Projekt in greifbare Nähe gerückt.¹⁶ Sollten die Vorschläge dieses Berichtes umgesetzt werden, könnte der neue Nachrichtensender noch 2004 seine Arbeit aufnehmen. Obwohl der derzeitige Präsident von TV5, Serge Adda, in einem französischen Nachrichtensender eine gute Ergänzung des bestehenden Angebots sieht,¹⁷ wäre einerseits TV5 in seiner Identität bedroht, da sich der Sender auf die aktuelle Berichterstattung

konzentriert. Andererseits sollen laut des Berichts rund 15 Millionen Euro im öffentlichen französischen Rundfunk eingespart werden, was Einbußen im Budget von TV5 mit sich bringen würde. Aufgrund der Budgetkürzung und der Übernahme eines Programmschwerpunktes durch einen Konkur-

renten würde TV5 auf die Funktion eines Kultursenders reduziert und unweigerlich an Attraktivität für einen Großteil des Publikums verlieren. Die künftige Entwicklung des Profils und der Aufgaben von TV5 scheinen vor diesem Hintergrund ungewiss.

-
- 1 Vgl. <http://www.tv5.org/TV5Site/tv5monde/presentation.php>, Stand: 12.1.2004.
 - 2 ACCT = Agence de coopération culturelle et technique, OIF = Organisation Internationale de la Francophonie. Siehe auch das Organigramm des Beitrags zur Internationalen Frankophonie von *Ingo Kolboom* in diesem Heft, S. 21.
 - 3 Die Gründungsmitglieder: Schweiz: SSR (Société suisse de radiodiffusion et télévision); Belgien: RTBF (Radio-Télévision Belge de langue française); Frankreich: TF1, Antenne 2 (heute France 2), France 3.
 - 4 Vgl. *Jean Rouilly*, damaliger Generalsekretär von TV5, im Interview: Premier bilan positif. In: „Le Monde“, 21./ 22.10.1984.
 - 5 Vgl. *Florence Gaillard*: TV5 Europe, une nouvelle race de télévision? In: „Médiapouvoirs“, Nr. 21, März 1991, S. 15–22, S. 16.
 - 6 Französisch: Groupe d'intérêt économique (GIE).
 - 7 Angaben aus: Le Canada et le Québec s'associent à la chaîne francophone par satellite TV5. In: „Le Monde“, 20.4.1985.
 - 8 Das Programmschema der ersten Jahre: Mo: A2, Di: SSR, Mi: TF1, Do: A2, Fr: FR3, Sa: RTBF, So: TF1.
 - 9 Angaben aus: Rapport d'activités 1993–1994, TV5, S. 9.
 - 10 Der Rapport Péricard: *Michel Péricard*: La politique audiovisuelle extérieure. Documentation française, Paris 1987.
Der Rapport Decaux: *Alain Decaux*: La politique télévisuelle extérieure de la France. Documentation française, Paris 1989.
 - 11 Das Budget stieg von 104,9 Mill. Francs 1989 auf 143,2 Mill. Francs im Jahr 1990. Angaben aus: *Inès Masri*: TV5-Europe. Évolution et défis. Mémoire de DEA. Universität Panthéon-Assas, Paris 1992, S. 20.
 - 12 *Francis Balle*: La politique audiovisuelle extérieure de la France. Documentation française, Paris 1996.
 - 13 Vgl. *Jean-Paul Cluzel*: Téléfi. Un programme pour l'action télévisuelle extérieure de la France. Rapport au ministre des Affaires étrangères. Paris 1997; sowie: Le rapport Imhaus se prononce pour le status quo. In: „Le Figaro“, 18.11.1997.
 - 14 Vgl. *Marie-Christine Saragosse*, Generaldirektorin von TV5, im Interview: TV5, la planète en VF. In: „Télérama“, Nr. 2688, 18.7.2001.
 - 15 Vgl. TV5 Monde. Plan stratégique 2002–2004. Réunion des Hauts Fonctionnaires de TV5. Paris, 25.3.2002.
 - 16 Der Bericht *Brochand* ist einsehbar unter: http://www.ddm.gouv.fr/pdf/Presse_Brochand.pdf, Stand: 10.1.2004.
 - 17 *Serge Adda* im Interview: „Il y a de la place pour plusieurs formats de chaînes françaises mondiales.“ In: „Le Monde“, 5.7.2003.