

Akzent: Vom Konzept zum Markt

Zukunftsbilder

DIE SCHWEIZ AUF DEM WEG IN DIE KOMMUNIKATIONSGESELLSCHAFT – SKIZZEN UND
FIKTIVE SZENARIEN ZUR MEDIENENTWICKLUNG

Matthias Loretan

Die medienpolitische Frage nach einer möglichst funktionalen Steuerung der Medien versuchen wir in mehreren Schritten zu beantworten. Wir skizzieren Entwicklungstrends der Informations- und Kommunikationstechnik (1) sowie der europäischen Medienmärkte (2) und beschreiben deren Auswirkungen für die Schweizer Medienszene (3). In einem Gedankenspiel versuchen wir dann zwei alternative Szenarien zu entwerfen. Ihnen sind zwei kontroverse gesellschaftspolitische Modelle grundgelegt, in deren Rahmen fiktive Akteure unterschiedlich auf die Medienentwicklungen reagieren und sie in ihrem Sinne einseitig zu steuern versuchen. Die Szenarien dienen der Veranschaulichung der komplexen Materie, ihre Simplifizierungen werden kritisch gespiegelt in den bösen Enden, die die Geschichten nehmen.

Im vergangenen Jahrzehnt haben sich das westeuropäische und das schweizerische Mediensystem *grundlegend verändert*. Der Wandel kam nicht überraschend, er wurde in seinen allgemeinen Zügen zum Beispiel von der Expertenkommission für eine Medien-Gesamtkonzeption (MGK, 1982) zutreffend prognostiziert. In den folgenden Jahren wurde in der Schweiz ein flexibles Rahmengesetz für den Rundfunk, das RTVG, geschaffen. Gesetz und Verordnung, seit dem 1. April 1992 in Kraft, werden die weitere Entwicklung von Radio und Fernsehen vorstrukturieren, sie lassen aber einen weiten Spielraum offen. Für die Entwicklung der Presse bestehen hingegen keine spezifischen medienrechtlichen Regelungen. Anstösse zu nachhaltigen Veränderungen, die weit über die Reichweite des RTVG hinausgehen, dürften in naher Zukunft vor allem vom international deregulierten Rundfunkmarkt ausgehen.

In demokratisch verfassten Gesellschaften haben die *Medien* bestimmte *Leistungen* für die öffentliche Meinungsbildung zu erbringen. Ihnen fällt die Aufgabe zu, "Gruppenkommunikation sowie gesamtgesellschaftliche Verbindungen herzustellen und Öffentlichkeit insgesamt darzustellen" (MGK, 215). Sie leisten damit einen gewichtigen Beitrag für den Aufbau und den Zusammenhalt der vielschichtigen Informationsgesellschaft. In ihrer technischen, organisatorischen sowie finanziellen Verfasstheit sind die Medien jedoch in das komplizierte Geflecht der Gesellschaft eingelassen. Sie sind deren Mitgestalter, aber ebenso deren Ausdruck. Verändert sich die Gesellschaft, so verändern sich die Medien und umgekehrt.

Die massgeblichen Impulse zur Veränderung der Medien sind im letzten Jahrzehnt von der Wirtschaft und von der Politik ausgegangen. Die Lancierung technischer Innovationen (Kabel und Satellit), ihre Nutzung als grenzüberschreitende Verteiltechniken sowie die korrespondierende Deregulierung auf europäischer und nationaler Ebene haben den (international offenen) *Markt zum primären Steuerungssystem* des gesamten Mediensystems werden lassen. Diese Diagnose verweist auf die künftig begrenzten Steuerungsmöglichkeiten kleinstaatlicher Ordnungspolitik im Medienbereich. Sie wirft im weiteren die Frage auf, ob die Medien in diesem strukturellen Umfeld ihre spezifischen Funktionen erfüllen können.

ENTWICKLUNGSSTRUKTUREN DER KOMMUNIKATIONSTECHNIKEN

Die hochentwickelten Industriegesellschaften westlicher Prägung befinden sich seit einigen Jahren in einem tiefgreifenden Strukturwandel, der gekennzeichnet ist von der raschen Entwicklung und breitflächigen Diffusion neuer Technologien. Eine zentrale Rolle spielen dabei Informations- und Kommunikationstechnologien. Ihre vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten haben sowohl die Arbeit in Fabrik und Büro als auch den

**Veränderungen des
vergangenen Jahr-
zehnts zutreffend
prognostiziert**

**Medien sind Mit-
gestalter und Aus-
druck der Gesell-
schaft**

**Medienentwicklung
ist nur begrenzt
steuerbar**

Alltag im Haushalt verändert. In Anlehnung an eine Studie, die der holländische Kommunikationswissenschaftler Cees J. Hamelink im Auftrag der WACC (World Association for Christian Communication) verfasst hat, lässt sich die strukturelle Entwicklung des medientechnologischen Komplexes mit folgenden vier Trends charakterisieren:

Konvergenz: Gewinnung, Verarbeitung, Speicherung, Übermittlung und Verteilung von Daten, Texten, Bildern sowie Tönen basiert auf *einer* Basistechnologie mit vielen Anwendungen. Die unterschiedlichsten Informations- und Kommunikationstechniken können kombiniert werden. Wo ein wirtschaftliches Interesse besteht, wird die technisch mögliche Konvergenz realisiert. In der Telekommunikation werden beispielsweise bisher getrennte Netze (Telefon-, Text- und Datennetz; Breitbandverteilsnetz für Radio und Fernsehen) zu *einem* Netz zusammengefasst. Die technische Konvergenz fördert auch die unternehmensmässige Integration. Ein bekanntes Beispiel für die Herausbildung eines Multimedia-Konzerns ist Philips, welcher die Bereiche Elektrotechnik, Haushaltgeräte, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, Automatisierung, Informatik, Rundfunk, Schallplatten und Software aller Art umfasst. Strategisch entwickelt sich die Kommunikationstechnologie zur Basistechnologie moderner Gesellschaften. Über sie werden Machtverhältnisse strukturiert, über sie wird entschieden, wer zu welchen Kommunikationsnetzen Zugang hat und zu welchem Preis.

Deregulierung: Darunter versteht man in der Regel den Verzicht auf gesetzliche und gouvernementale Eingriffe in ein wirtschaftliches Geflecht. Befürworter argumentieren, dass jeglicher Eingriff in den Marktmechanismus schädlich sei, weil er fällige Entwicklungen verhindere und überholte Strukturen am Leben erhalte. Das Prinzip der Deregulierung hat sich auf dem Gebiet der Information und Kommunikation weltweit durchgesetzt. Hinter den Forderungen nach "Deregulierung" verstecken sich allerdings vielfach "Re-Regulierungen". Die bisherigen Muster öffentlicher Kontrolle von Medien- und Kommunikationssystemen werden nämlich nicht ersatzlos abgeschafft, sondern ersetzt durch wirtschaftspolitische Denkmuster und Interessen. Gerade die investitionsträchtigen Zukunftsbranchen erwarten vom Staat häufig Starthilfen, Fördermassnahmen und Regelungen zu ihren Gunsten.

Konsolidierung: Information und Kommunikation sind Schlüsselfaktoren für unternehmerisches Handeln. Ihre Effizienz wird durch die Anwendung geeigneter Technologien gesteigert. Durch entsprechende strategische Vorteile können schwächere Konkurrenten aus dem Markt verdrängt werden. Um Risiken zu vermeiden und die hohen Investitionen für Forschung und Entwicklung breiter abzustützen, formieren sich über Verträge oder kapitalmässige Beteiligungen mächtige Akteure. An der sogenannten fünften Computergeneration arbeitet in Japan zum Beispiel seit vielen Jahren die geballte Wirtschaftsmacht von Grosskonzernen und Staat. Ein weiterer Grund für die Konsolidierung ist der Kampf um die Durchsetzung technischer Normen, beispielsweise beim HDTV, dem hochauflösenden Fernsehen. Um Risikofaktoren auszuschalten, streben Konzerne danach, über die ganze Palette der Techniken, Produkte und Anwendungen zu verfügen und sie integral zu vermarkten.

Globalisierung: Die Informations- und Kommunikationstechnik schafft eine weltweite Einheitskultur neben oder über den national-regionalen Kulturen. Augenfälliges Beispiel dafür sind die Disneylands von Tokyo bis Paris. Dennoch zeichnet sich eine fragmentierte Globalisierung ab, da die Technik Ungleichheiten zwischen Nord und Süd nicht aufhebt, sondern der Tendenz nach verstärkt.

ENTWICKLUNGEN AUF DEM EUROPÄISCHEN FERNSEHMARKT

Die Dynamik der globalen und einander bedingenden Trends bestimmt auch die Entwicklung der europäischen Medienmärkte. Der Wandel in den Medien nimmt deshalb seit 1980 in den westeuropäischen Ländern eine ähnliche Richtung. Die primär wirtschaftliche Ausnutzung neuer Techniken führt zuerst zu einer enormen *Ausweitung* des audiovisuellen Marktes. 1983 gab es in Westeuropa 31 Kanäle mit 110'000 Programmstunden. 1986 waren es 61 Programme mit 234'000 Stunden Sendezeit. Zur Zeit strahlen 20 Satelliten rund 90 TV- und 100 Radioprogramme aus. Bis ins Jahr 2000 dürfte sich die Zahl der über Satelliten empfangbaren Fernsehkanäle verdoppeln, in derselben Zeit wird sich der Umsatz auf dem europäischen Fernsehmarkt um die Hälfte auf 50 Milliarden Mark vergrössert haben (Prognos-Studie, Basel 1991). In

Hamelink nennt vier allgemeine Entwicklungstrends

1. Konvergenz

2. Deregulierung

3. Konsolidierung

4. Globalisierung

Starke Expansion des europäischen Fernsehmarktes

Akzent: Vom Konzept zum Markt

den entwickelten Volkswirtschaften avanciert der Medienmarkt insgesamt zu einem umsatz- und wachstumsstarken Industriesektor im Dienstleistungs- und Unterhaltungsbereich.

Mit der Expansion werden diejenigen Interessen dominant, die den *Markt* als regulierenden Mechanismus für die *Rundfunkversorgung* fordern. Die EG-Behörden interpretieren den Rundfunk als wirtschaftliche Dienstleistung. Staaten, die aus volkswirtschaftlichen und standortpolitischen Überlegungen die Interessen ihrer einheimischen transnationalen Multi-Media-Unternehmen schützen, können einander gegenseitig den Zutritt zu einem Kommunikationsmarkt mit möglichst wenig Auflagen erzwingen. Vor allem kleinere und ärmere Länder entwickeln dagegen (auf der Ebene des Europa-Rates) eher defensive Strategien, ihre Kultur und nationale Identität vor übermächtigen Einflüssen von aussen zu schützen.

Nach der Vergabe von Lizenzen für private, kommerzielle Anbieter oder gar der Privatisierung öffentlicher Sender etablieren sich duale bzw. gemischte Rundfunksysteme. Innerhalb des Medienmarktes kommt dem Fernsehmarkt zunehmend die strategische Zentralposition zu. Es sind deshalb vor allem Presseverlage, die sich zu *Multimedia-Unternehmen* weiterentwickeln. Die publizistische Gewaltenteilung zwischen Print- und Rundfunkmedien löst sich auf. Immer weniger Unternehmen beherrschen den Medienmarkt. Die 100 grössten Medienkonzerne der Welt setzen rund 300 Milliarden Franken um, die Hälfte davon im audiovisuellen Bereich. Der grösste Teil davon, nämlich 38 Prozent, wird in der EG erwirtschaftet. In der Riege der grossen Medienunternehmen spielen die öffentlichen Anstalten bereits eine minoritäre Rolle.

Publizistische Unternehmen wie die SRG, die in einem deregulierten Umfeld einen publizistischen Auftrag wahrzunehmen haben, stecken in einem *programmstrategischen Dilemma* (Horst Pöttker, *medium* 2/92): Zuviel Programmprofil im Sinne des gesetzlichen Auftrags gefährdet die Legitimitäts- und Finanzgrundlage kurzfristig, weil das Publikum, das diese Programme nutzt, gegenüber demjenigen der privaten Sender zu klein wird. Zuwenig Profil ist aber langfristig ebenso gefährlich, weil Gebühren sich nur für ein Programm rechtfertigen lassen, das sich von den scheinbar kostenlosen, weil werbefinanzierten Angeboten der Privaten unterscheidet.

Der Begriff des *"dualen Rundfunksystems"* für die Konkurrenz zwischen öffentlichen und kommerziellen Veranstaltern impliziert ein statisches Gleichgewicht; wahrscheinlicher jedoch ist die Marginalisierung des öffentlichen Sektors. Vor allem auf den Fernsehmärkten herrscht ein Verdrängungswettbewerb, der den Marktanteil der öffentlichen Sender während der letzten fünf Jahre kontinuierlich schmälerte. Finden die öffentlichen Anstalten keine überzeugende Lösung für das programmstrategische Dilemma, werden sie längerfristig auf jene Aufgaben zurückgedrängt, die keine kommerziellen Verwertungsmöglichkeiten bieten.

KONSEQUENZEN FÜR DIE ENTWICKLUNG DES SCHWEIZERISCHEN RUNDFUNKS

Für Radio und Fernsehen in der Schweiz gilt das duale System (noch) in abgeschwächter Form. Das Radio- und Fernsehgesetz verhindert mit dem *Drei-Ebenen-Modell* den frontalen Verdrängungswettbewerb, indem es ihn nach räumlichen Kriterien (lokal, sprachregional/national, international) strukturiert. Konkurrenz erwächst den Radioprogrammen der SRG von unten, von den privaten Lokalradios. Beim Fernsehen werden die SRG-Programme zur Zeit noch ausschliesslich von aussen konkurrenziert. Die ordnungspolitische Marktaufteilung hat sich im Radiobereich grundsätzlich bewährt. Mit der Einführung der dritten SRG-Programme sowie den Lokalradios werden die Hörerbedürfnisse praktisch ausschliesslich mit schweizerischen Angeboten befriedigt. Durch die flexible Auslegung der Reichweiten sowie durch das Gebührensplitting kann die wirtschaftliche Existenz der Lokalradios selbst in strukturschwachen Regionen gesichert werden.

Der staats- und kulturpolitische Leistungsauftrag rechtfertigt die rechtliche Sonderstellung der SRG (vgl. neue SRG-Konzession in der Rubrik *Archiv*) auf dem Fernsehmarkt. Für private Schweizer Veranstalter werden damit die Ressourcen für ein eigenständiges Hauptprogramm knapp. Ihnen bleibt deshalb nur die Möglichkeit, im Rahmen von *Fensterprogrammen* entweder mit der SRG oder mit deren privaten ausländischen Konkurrenten zusammenzuarbeiten. Gelingt es den privaten ausländischen und schweizerischen Veranstaltern, ihre kommerziellen Interessen optimal zu koordinieren, könnten sich die Fensterprogramme zu Hauptprogrammen weiterentwickeln. Mit dieser Strategie könnte das Drei-Ebenen-Modell unterlaufen und

EG betrachtet Rundfunk als wirtschaftliche Dienstleistung

Fernsehmarkt ist für Mediensysteme zentral

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk: Dilemma zwischen Anpassung und Profilierung

Öffentliche Sender verlieren im Verdrängungswettbewerb Boden

Schweiz: Gemilderter Wettbewerb

Sonderstellung der SRG lässt privatem Fernsehen wenig Spielraum

die SRG empfindlich getroffen werden. Auswirkungen hätte diese Entwicklung auch auf die Presse, weil der Anteil der Fernsehwerbung sprunghaft ansteigen und sich die Werbeeinnahmen zuungunsten der Presse verschieben würden.

Die ungefähr hundert *Programme* auf dem aktuellen westeuropäischen Markt werden sich in der Zukunft noch weiter nach Sprachraum und Programmart differenzieren. Ähnlich wie bei der Presse wird die Diversifikation die Marktchancen der Generalanbieter wie der SRG schwächen. Der für das Schweizer Fernsehen relevante transnationale *deutschsprachige Markt* mit seinen über 20 Programmen wird sich entlang folgender Sendertypen weiterentwickeln:

– *Vollprogramme*: Sie werden von öffentlichen Veranstaltern angeboten, sind einem umfassenden Leistungsauftrag verpflichtet und primär auf die Öffentlichkeit eines bestimmten Staates ausgerichtet: *ARD, ZDF, ORF 1 und 2, DRS*. Vollprogramme öffentlicher Veranstalter können je nach Ausstrahlungsgebiet ihr Profil differenzieren: Die Dritten Programme (*BR, SWF, MDR, allenfalls DRS*) setzen regionale Akzente, die transnationalen Programmen pflegen vor allem einen hohen Standard der Fernsehkultur (*3SAT, Eins plus, ARTE*) und entwickeln sich der Tendenz nach zu Spartenprogrammen.

– *Private Mischprogramme*: Die privaten Veranstalter versuchen mit entspannender Unterhaltung und schneller Basisinformation vor allem Mehrheitspublika zu erreichen: *RTL plus, SAT 1, Tele 5, Pro 7, Kabelkanal, RTL 2* (in Planung). Mit einem informationsorientierten Vollprogramm wird sich ab Januar der deutsche "Westschienenkanal" unter dem Titel *VOX* profilieren.

– *Spartenprogramme*: Sie waren bisher vor allem englischsprachig (*CNN, Music TV, Sport Channel* u.a.). Zum Abonnementsfernsehen für Spielfilme (*Teleclub, Premiere*) sind in jüngster Zeit vor allem deutschsprachige Spartenprogramme mit Informationssendungen (*N-TV, Deutsche Welle Fernsehen*) und Sportübertragungen (*Eurosport, Sportkanal*) hinzugekommen.

Auf dem deutschsprachigen transnationalen Markt werden sich vier bis höchstens sechs "grosse" Veranstalter von Voll- respektive Mischprogrammen durchsetzen können (*ARD, ZDF, RTL plus, SAT 1*). Die anderen Veranstalter werden nur dann eine Chance haben, wenn sie sich in räumlichen oder thematischen Nischen profilieren. Für die Programme der SRG stellt sich die Frage, ob eine spezifisch schweizerische Identität für die Nachfrage des Publikums weiterhin bedeutsam bleibt (vgl. die Beliebtheit der *DRS-Tagesschau* sowie der Unterhaltungssendungen mit helvetischem Idiom). Das Schweizer Fernsehen *DRS* hat trotz bescheidener Marktgrösse und Mittelausstattung eine Überlebenschance, wenn es konsequent die Marktnische mit seinen national-sprachregionalen Angeboten bedient.

DAS WIRTSCHAFTLICH-TECHNOLOGISCHE WETTBEWERBSMODELL

Lassen wir das erste Szenario kurz nach der Volksabstimmung zum EWR-Beitritt beginnen. Das Trauma einer möglichen Marginalisierung der Schweiz wird politisch wirksam vor allem von den Wirtschaftsvertretern aufgegriffen. Mit De- respektive Re-Regulierung nach wirtschaftspolitischen Zielwerten soll die internationale *Wettbewerbsfähigkeit* der Schweizer Wirtschaft erhalten und ausgebaut werden. In den folgenden Jahren wird die Schweizer Exportwirtschaft von den Benachteiligungen im europäischen Wirtschaftsraum empfindlich getroffen. Die EG will auf das Beitritts-gesuch der Schweiz nicht vor dem Jahr 2000 eintreten. Bundesrat Jean-Pascal Delamuraz sucht deshalb nach einem anderen potenten Bündnispartner und findet ihn in den USA. Im Rahmen des GATT erzwingen die beiden EG-Konkurrenten den Abbau protektionistischer Massnahmen.

In der Folge anbietet sich die Schweiz, transnational tätigen Konzernen als Basis für ihre europäischen Marktstrategien zu dienen. Vorteile, die der Kleinstaat zu bieten hat, sind das Bankgeheimnis, Steuervorteile, hohe Qualifikation und Leistungsbereitschaft auf dem Arbeitsmarkt sowie eine stabilitätsorientierte Wirtschaftspolitik. Energisch investiert der Staat in die Energietechnik, die Biotechnologie sowie in die Telematik-Infrastruktur. Die Telekommunikation wird vollständig dereguliert, der lukrative Teil des PTT-Monopols, die Telekom, wird privatisiert.

Dieses Vorgehen ist exemplarisch für die standortpolitische Funktionalisierung des *Staates* und den Abbau seiner sozialen Funktionen. Die Verteilung von Kosten und Nutzen der einseitig wirtschaftlichen Moderni-

Differenzierung des europäischen Fernsehmarkts

Auf dem deutschsprachigen Markt höchstens sechs TV-Vollprogramme

Szenario einer Schweiz, die wirtschaftlichen Wettbewerb ins Zentrum stellt

Akzent: Vom Konzept zum Markt

sierung vertieft die bestehenden Gräben zwischen privilegierten und unterprivilegierten Gruppen respektive Regionen. Das Anspruchsniveau gegenüber dem Sozialstaat und seinen wohlfahrtsstaatlichen Leistungen wird gesenkt (z.B. ausschliesslich auf ein existenzsicherndes Grundeinkommen). Obwohl die Hochtechnologien wegen ihrer Irreversibilität und Grössenordnung tief in die ökologischen und sozialen Strukturen eingreifen, werden deren Risiken privatisiert. Die Bevölkerung mit ihrer hohen Sensibilität für die Umwelt findet keinen Adressaten, weil der *High-tech-Staat* sich aus herkömmlichen Zuständigkeiten zurückzieht. Er schiebt die Verantwortung für seine technologiezentrierte Innovationspolitik weg, auf die Industrie, auf die Techniknutzer oder auf Sachzwänge wie den internationalen Wettbewerb.

Ein Staat mit weniger Zuständigkeiten

Im Alltag pflegen Menschen verschiedene Stile von Erlebniskonsum. Nur schwer wäre auszumachen, ob sie zu den Modernisierungsgewinnern oder -verlierern gehörten. Das Gemeinsame wird von Bürokratien (kulturellen Unternehmen, sozialen Institutionen sowie den Kirchen) verwaltet, von denen die eher blasierten Rezipienten professionelle Dienstleistungen erwarten. Die gesponserten Kulturinstitute bieten der anspruchsvollen Gesellschaft endlich die prestigeträchtigen und ausgefallenen Spitzenleistungen, welche die *kulturelle* Attraktion des Wirtschaftsstandorts ausmachen. Und schliesslich leisten sich die Regierungen professionelle Parlamente, Schauspiele zur Erzeugung von Legitimation und zur Vermeidung von störenden Einmischungen des Volkes (vgl. EWR-Debakel). Kurz: Die Kultur verbreitet die fröhliche Botschaft, dass prinzipiell jedermann zu den Modernisierungsgewinnern zu zählen wäre. Unglückliche Verlierer werden von ihrer Situation abgelenkt, etwa mit dem Argument, dass es ihnen ohne technischen Fortschritt noch schlechter ginge, oder mit den eskapistischen Unterhaltungsangeboten der Medien.

Erlebnisgesellschaft

Funktionalisierte Kultur

Die hohen Investitionen in die Kommunikationstechnologie werten die ökonomischen Funktionen der Medien auf: die Vermehrung des eingesetzten Kapitals, die Gewinnmaximierung, die Vermittlung von Information und Werbung im Dienste von Wirtschaftsinteressen. Der *Markt* gilt deshalb für die *Medien* als ideale Instanz der Selbstregulierung. Entsprechend der Publikumsnachfrage können diese flexibel unterschiedliche Funktionen ausbilden. Der Staat hat allenfalls über das Kartellrecht minimale Wettbewerbsregeln zu garantieren.

Markt regelt die Medien

Den mit regionalpolitischen und demokratischen Funktionen überfrachteten *Pressemarkt* bringt der Konjunkturreinbruch Anfang der neunziger Jahre zur ökonomischen Raison. Mit der damaligen strukturellen Bereinerung verschwinden vor allem lokale, finanziell schwache Unternehmen, die nur geringe publizistische Eigenleistungen erbringen. Erst mit der Herausbildung des überregionalen oligopolistischen Marktes können sich leistungsfähige Unternehmen bilden, die substantielle Beiträge zur Medienvielfalt leisten. Über horizontale und vertikale Konzentrationen formieren sich Mitte der neunziger Jahre in der deutschsprachigen Schweiz drei Konsortien: 1. die "Neue Zürcher Zeitung", das "St. Galler Tagblatt", die "Basler Zeitung" und die Publicitas; 2. der "Tages-Anzeiger", die "Berner Zeitung", die "Luzerner Zeitung", die "Ostschweiz" und die "Schweizerische Politische Korrespondenz"; 3. das Verlagshaus Ringier mit den "Luzerner Neusten Nachrichten", dem "Bund", den Resten der sozialdemokratischen Presse sowie der "Schweizerischen Depeschagentur". Die kleineren Lokalzeitungen sind vollständig von den drei konkurrierenden Konsortien abhängig. Sie beziehen von ihnen das Verlags- und Marketing-*Know-how*, das Layout, Bilder, Texte, Beilagen sowie umbrochene Seiten mit überregionaler Werbung. Die Redaktionen vor Ort ergänzen und montieren das Material mit lokalen Berichten und Kommentaren, mit Service-Informationen aus dem Nahraum, lokalen Inseraten und Leserbriefrubriken.

Drei Pressekonsortien in der Deutschschweiz

Bis 1995 stagniert die Entwicklung des *Fernsehens*. Die SRG und die privaten Veranstalter können sich für S plus nicht auf eine gemeinsame Programmstrategie einigen. Der vom Bundesamt für Kommunikation vorgeschlagene Kompromiss führt ebenfalls nicht zum durchschlagenden Programmprofil. Schliesslich muss der Bundesrat die beiden privaten Schweizer Programmfenster auf RTL und SAT 1 bewilligen. Um sich gegenüber den auf dem Fernsehmarkt erfahrenen und kapitalkräftigen deutschen Veranstaltern behaupten zu können, schliessen sich die Schweizer Verlage mit branchenfremden Konzernen zu zwei mächtigen Konglomeraten zusammen: Curti, dessen Werbesplit mit RTL bisher von der Schweizer Wirtschaft wegen ihrer Frontstellung zur EG boykottiert worden ist, verbindet sich mit dem Tages-Anzeiger-Konsortium, dazu stossen die Schweizer Kreditanstalt sowie die Handelsketten COOP und Denner. Das Konglomerat unter

Schweizer Privat-TV von zwei Wirtschaftskonglomeraten gestützt

dem Namen Helvecom hält zwei Drittel der Aktien an der RTL-Schweiz AG, am transnationalen RTL 2 ist Helvecom mit 25 Prozent beteiligt.

Während Ringier in der Zusammenarbeit mit SAT 1 aus der Defensive agieren muss, tun sich plötzlich neue Möglichkeiten auf, als die EG-Kartellbehörde auf Klage von RTL die Anteils- und Besitzformationen von Leo Kirch an SAT 1, Pro 7, Tele 5, dem Kabelkanal sowie Premiere und Teleclub, den beiden deutschsprachigen Pay-TV-Programmen für Spielfilme, untersucht. Der in der Schweiz ansässige Milliardär Otto Beisheim, der mit seiner Metro-Holding entweder als Strohhalm oder als heimlicher Financier von Kirch gilt, gründet mit Ringier zusammen die Metro-Communication, an der sich noch im gleichen Jahr die Migros, der Telekommunikationskonzern Rediffusion sowie Time Warner beteiligen. In nach aussen wenig durchsichtigen Transaktionen verzichtet die Metro-Communication auf das Fensterprogramm von SAT 1, sichert sich aber an den Pay-TV-Kanälen Premiere und Teleclub je einen Drittel. Zusammen mit Springer und Kirch kontrolliert der Schweizer Mischkonzern mit 49 Prozent Pro 7, welches zu einem Spartenprogramm für Regenbogenklatsch und Volkstümliches umgewandelt wird.

In direkter Konkurrenz zum Fernsehen DRS steht das Schweizer Fensterprogramm auf RTL, das sich unter dem Label S1 konsequent zu einem Vollprogramm entwickelt. Bereits im dritten Jahr erreicht S1 mehr Zuschauer als SF DRS, nachdem es gelungen ist, die DRS-Stars Kurt Aeschbacher, Dominique Rub, Viktor Jacobbo, Gabriela Amgarten und einige andere abzuwerben. In seinen Eigenproduktionen setzt S1 auf *Infotainment* mit Schweizer Themen, auf tägliche Programmplätze mit nationalem und internationalem Sport sowie auf ironisch schmalzige Unterhaltungserien mit helvetischen Schauplätzen. In seinem locker urbanen Stil stimmen die Sendungen von S1 völlig mit der Machart von RTL überein. Das Programmdesign ist topmodisch und technisch ausgefeilt. Angesprochen wird ein junges bis jungliches, aktives und kaufkräftiges Publikum.

Diesem Erfolgsrezept gegenüber hat die SRG einen schweren Stand. Nach der Privatisierung von ZDF und ORF 2 verliert das Fernsehen DRS seine wichtigsten Kooperationspartner. 1998 kommt es zum folgenschweren Gebührenstreit. Wegen der explosionsartigen Kostensteigerung für den Einkauf attraktiver Spielfilme sowie für die Übertragungsrechte internationaler Ereignisse und Sportveranstaltungen muss die SRG alle zwei Jahre Gebührenerhöhungen in der Grössenordnung von dreissig Prozent beantragen. Bundesrätin Elisabeth Zölch – sie ist die Nachfolgerin Adolf Ogis, der die Generaldirektion des Euro-Neat-Baukonsortiums übernommen hat – will diesem Begehren nicht nachgeben. Die SVP macht die Gebühren zum Wahlkampfthema. Die privaten Medien, mit Ausnahme des Konsortiums der "Neuen Zürcher Zeitung" sowie der welschen Presse, setzen die Politiker unter Druck. In anonymen Streuversänden wird die SRG als Geldverschleuderungsanstalt beschimpft und das Publikum zum Gebührenboykott aufgerufen. Weil die Gebühren nicht mehr zu halten sind, schlägt der Bundesrat die staatliche Subventionierung vor. Entsprechende Lösungen kennen bereits Australien, Kanada, England und Frankreich. Mit diesem Kompromiss kann der Bundesrat die welsche Öffentlichkeit wenigstens teilweise besänftigen, die treu zu ihren SRG-Programmen steht und die Desolidarisierung der Mehrheit des Deutschschweizer Publikums bitter vermerkt.

In der Parlamentsdebatte über die entsprechenden Gesetzesanpassungen kommt es zur tumultartigen Auseinandersetzung, als die Autopartei die Abschaffung der SRG verlangt und Nationalrat Beat Curti den Verzicht des subventionierten Veranstalters auf Werbeeinnahmen fordert. Um die Staatsfinanzen nicht unnötig zu belasten, wird schliesslich der SRG zugestanden, für alle ihre Programme Werbung zu acquirieren. In der Konzession von 1998 wird der Leistungsauftrag der SRG eng definiert. Subsidiär zu den bestehenden internationalen und privaten Angeboten soll die SRG die Grundversorgung beim Rundfunk sicherstellen. Sie hat damit nur noch die staatspolitisch und kulturell unerwünschten Folgen des freien Medienmarktes zu korrigieren.

Bis ins Jahr 2000 werden die dritten SRG-Radioprogramme aller drei Sprachregionen privatisiert. Neuer Betreiber ist ein Konsortium von schweizerischen Privatradios unter der Leitung von Roger Schawinski. Die SRG führt bei den ihr verbliebenen Radioprogrammen Werbung ein. Das Fernsehen der italienischen Schweiz wird programmlich und finanziell um die Hälfte gekürzt und schliesst mit RAI 2 einen Fenstervertrag. Das Fernsehen der Romandie kann wegen der empfindlichen finanziellen Einbussen ein eigenes Pro-

Schweizer RTL-Fenster läuft Fernsehen DRS den Rang ab

Gebührenstreit 1998

Staatliche Subventionierung der SRG

SRG nur noch mit subsidiärem Auftrag

Akzent: Vom Konzept zum Markt

gramm nur noch in enger Kooperation mit FR 3, dem staatlichen Regionalsender Frankreichs, halten. Auch das Fernsehen DRS muss mit der Hälfte der öffentlichen Erträge auskommen. Es stellt die rätoromanischen Sendungen ein und wird zum FDS (Fernsehen der deutschsprachigen Schweiz). Dank den süddeutschen ARD-Anstalten findet es Anschluss an den europäischen Kulturkanal ARTE. 3SAT ist nach der Privatisierung des ZDF und den Turbulenzen um den ORF eingestellt worden. Die Fernsehprogramme der SRG erreichen im deutschsprachigen Teil noch Marktanteile um die 15 Prozent, in der Romandie um die 30 und im Tessin um die 10 Prozent. Die SRG ist damit auf dem internationalen Fernsehmarkt in die dritte Liga abgestiegen.

Abstieg der SRG

Mittel- bis langfristig dürfte das wirtschaftlich-technologische Wettbewerbsmodell schwer lösbare Probleme gesellschaftlicher Identitätsfindung und Integration erzeugen. – Nach dem Gusto ihrer Erlebnisstile konsumieren die Rezipienten die auf den verschiedenen Kanälen aufbereiteten Identitäts- und Weltbildungsangebote. Die Öffentlichkeit splittert auf. Im fünften Jahr nach der Jahrtausendwende hätte es zur Volksabstimmung über den Beitritt der Schweiz in die EG kommen sollen. Demoskopische Untersuchungen, aber auch Publikumsbefragungen während Abstimmungssendungen zeigen, dass die Trends fast wöchentlich wechseln und von Zufällen (Horoskop, Meinungen von Stars, Ergebnissen der jeweiligen Diskussionsrunde) abhängen. In den Städten flammen unberechenbare Revolten frustrierter Narziss-Gangs auf. Am Gotthard unterbrechen aufgebrachte Bergler mit Bäumen und Steinen, die sie von den Flanken der Täler auf die Autobahnen niederstürzen lassen, den Transitverkehr. Viele SchweizerInnen empfinden Unbehagen, sie ziehen sich in ihre intimen Wohnzimmer zurück und versammeln sich vor den Bildschirmen. Sie warten auf die Reality-Show, auf den Auftritt der Tellen je nach Geschmack im Opern- oder im Folklore-Programm.

Zerfall der Öffentlichkeit

Soziale Auflösungserscheinungen

DAS BASISDEMOKRATISCHE, ÖKOLOGISCHE MODELL

Das zweite Szenario revitalisiert eine politische Utopie, den Anspruch nämlich, dass das gesellschaftliche Leben und seine Regelungen auf der zwanglosen Verständigung, auf dem Konsens informierter und entscheidungskompetenter Bürger beruhen sollte. Das Modell setzt auf direktdemokratische Partizipation der Beteiligten, auf dezentrale Entscheidungsstrukturen, auf eine ökologische Wirtschaft mit ausgeprägter Skepsis gegenüber den Hochtechnologien sowie auf eine föderalistische europäische Integration mit autonomen Regionen.

Wie konnte sich dieses gesellschaftliche Modell, bei dem die wesentlichen Impulse zur Entwicklung der Gesellschaft gerade nicht von der Wirtschaft ausgehen (vgl. erstes Szenario), sondern an die Foren öffentlicher Meinungsbildung zurückgebunden sind, in der Schweiz überhaupt durchsetzen? Blenden wir zurück in die Mitte der neunziger Jahre. Anlass zum Paradigmenwechsel wäre ein kleiner Unfall am Kernkraftwerk Mühleberg. Das Leck im Kühlsystem kann zwar rechtzeitig diagnostiziert werden, dennoch muss die Bevölkerung, namentlich die der Bundeshauptstadt, in einem Umkreis von 30 Kilometern evakuiert werden. Bern wird zur Geisterstadt, sie kann auf Jahre hinaus nicht mehr bewohnt werden. Der Bundesrat tritt geschlossen zurück und setzt Neuwahlen des Parlaments an.

Anlass zum Paradigmenwechsel: ein Unfall

In der Interimshauptstadt Stans versammeln sich im Januar 1996 die neuen Volksvertreter, zu zwei Dritteln grüne PolitikerInnen. In seinem Regierungsprogramm verzichtet der neugewählte Bundesrat auf die Atomtechnologie, institutionalisiert öffentliche Verfahren zur Legitimationsprüfung für Forschung, Entwicklung sowie für die Vermarktung von Hochtechnologien und verschärft die Umweltverträglichkeitsprüfung. Die ökologische Deregulierungspolitik delegiert die Wirtschaftspolitik an die Kantone, diese fördern vor allem klein- und mittelständische Strukturen. Die flexiblen Akteure spüren auf dem Markt Nischen auf, entwickeln kundennahe Problemlösungen und fertigen Prototypen und Serien in kleinen Stückzahlen. Zu einem eigentlichen Exportschlager entwickelt sich das *Ecological engineering*. Die PTT stellen ein leistungsfähiges Netz zur Verfügung, auf dem regionale *High-tech*-Zentren Telekommunikations-Dienste anbieten. Der Bund richtet Zentren für Grundlagenforschung ein und fördert den internationalen Wissensaustausch. Ausenpolitisch wird eine wirtschaftliche und kulturelle Zusammenarbeit mit osteuropäischen Ländern sowie mit Kamerun gepflegt.

Politische Kehrtwendung

Zwei Jahre später werden die sozialen Kosten der neuen ökologischen Politik spürbar. Die Grossindustrie, vor allem die Chemie, verlagert Arbeitsplätze ins Ausland, die Exportwirtschaft steckt in einer Krise. Die Quote der Arbeitslosen steigt auf 10 Prozent. Doch das soziale Netz trägt. Die Krise wird als Bewährungsprobe verstanden. Für die politische Kultur wird das Jahr 1998 zu einer eigentlichen Neubesinnung auf die 150jährige Geschichte des Bundesstaates und seiner liberalen Verfassung. Die nach der EWR-Abstimmung aufgetretenen Spannungen zwischen der Romandie und der Deutschschweiz sowie zwischen dem politischen Establishment und dem Volk sind überwunden. Durch die breite, dezentrale Beteiligung der Bevölkerung am politischen und kulturellen Leben kann gesellschaftliche Anonymität abgebaut werden. Durch erfahrbare Formen der *Solidarität*, zum Beispiel in selbstverwalteten Betrieben, in Nischen, Vereinen und Parteien entsteht ein konfliktfähiges Selbstbewusstsein der Einzelnen wie des Gemeinwesens. Menschen ohne Berufsarbeit vermögen andere Möglichkeiten sinnvollen Engagements zu erkennen und zu realisieren. Ihr Netzwerk für praxisnahen Politourismus zieht zunehmend regional- und ökologiepolitisch interessierte Bürger aus den EG-Staaten sowie aus Japan an.

**Kosten der Wende
fordern Bewäh-
rungsprobe**

In ihrer *Medienpolitik* vertreten die grünen Regierungsparteien eine ökologische Nutzung der Medien (möglichst direkte Kommunikation statt exzessiver Medienkonsum), akzentuieren ihre für die demokratische Meinungsbildung notwendigen Aufgaben, misstrauen der Fähigkeit des Mediensystems, sich selbst zu regulieren (Konzentration, Zerstreuungsmaschine) und betrachten insbesondere seine Werbefinanzierung als dysfunktional. Zur transparenten Steuerung einer demokratischen und ökologischen Medienpolitik setzt deshalb das Parlament eine Eidgenössische Medienkommission ein, die einen Ordnungsrahmen für alle Medien ausarbeitet und nach der gesetzlichen Einführung dessen Einhaltung überwacht.

**Priorität für direkte
Kommunikation und
demokratische Mei-
nungsbildung**

Als Defizite der Selbstregulierung der *Presse* betrachten die grünen Medienpolitiker die Zerstörung der lokalen Pressevielfalt durch die Herausbildung überregionaler oligopolistischer Märkte, die von Multimedia-Konzernen und branchenfremden Konglomeraten beherrscht werden. Nach einer Aufteilung der Märkte (spricht: Öffentlichkeiten) können sich private Veranstalter nur noch entweder bei der Presse oder bei den Lokalradios engagieren. Die Verbilligung der PTT-Beförderungstarife wird eingeschränkt auf die politische Presse sowie auf Kultur- und Fachzeitschriften, die sich zu weniger als 30 Prozent mit Werbung finanzieren. Über ihre Verkaufseinnahmen können die Zeitungen nach wie vor direkt verfügen. Um die Selektionsmechanismen der Werbewirtschaft zu unterlaufen und ihre überproportionale Bevorteilung der Grossauflagen und Agglomerationen zu brechen, schreibt das Gesetz einen Inseratepool vor. Nur noch ein Drittel der Werbeeinkommen geht direkt an die vom Kunden bezeichnete Zeitung. Für die Verteilung des Rests spielen neben der Höhe der Auflage Kriterien wie regionale Versorgung und Vielfalt im Erscheinungsbereich eine Rolle. Verbliebene Monopole werden gesetzlich zu binnenpluraler Vielfalt verpflichtet sowie für Minderheiten und kontroverse Standpunkte geöffnet.

**Aufteilung der
Märkte und Verhin-
derung der Macht-
ballung bei Verla-
gen**

Beim *Radio* garantiert die SRG in den drei Sprachregionen mit je drei ausschliesslich gebührenfinanzierten Programmen die Grundversorgung. Aufgegeben wird das Konzept der Begleitradios, die mit ihren Programmfarben grossflächig auf bestimmte Konsumentengruppen zielen. Stattdessen machen die DRS-Sender Radio zum Zuhören. Kern des ersten Programms sind Informationssendungen, für die in den Redaktionen höchste Qualitätsansprüche gelten. Die zweiten Programme wenden sich an kleinere Zielgruppen und anspruchsvolle HörerInnen. Die Genres Hörspiel und Feature werden neu gepflegt. Die Sendungen verzichten auf langfädige Plaudereien und belanglose Publikumsspielchen, sie sind in der Form konzis, dauern meist nicht länger als eine halbe Stunde und werden mehrfach wiederholt.

**SRG-Radioprogram-
me mit hohen An-
sprüchen**

Die *Lokalradios* sind privat organisiert und finanzieren sich mit Werbung und Mitgliederbeiträgen. Die Verlage sind als Veranstalter nicht zugelassen. Die lokalen Redaktionen können wahlweise und kostenlos die Programme der SRG übernehmen. In umgekehrter Richtung stellt die Sendung "Lokal-Motive" auf DRS 2 jeden Morgen aktuelle Originalbeiträge lokaler Stationen vor. Zur möglichst ökologischen Nutzung der Frequenzen können die kantonalen Medienkommissionen die privaten Veranstalter verpflichten, im kommerziell wenig attraktiven Abendprogramm zur Hauptfernsehzeit einen Offenen Kanal einzurichten. Auf diesem wird Minderheiten oder lokalen Veranstaltern konkurrenzierender Teilzeitprogramme der publizistische Zugang ermöglicht.

**Zusammenarbeit
SRG - Lokalradios**

Akzent: Vom Konzept zum Markt

Dem Fernsehen werden primär die Sprachregionen als Sendegebiete zugeordnet. Als private Fensterprogramme der Verlage konnten sich in der deutschsprachigen Schweiz zwei, in der welschen eines durchsetzen. International bringt die SRG Beiträge in die Satellitenkanäle der öffentlichen Anstalten, ARTE und TV 5, ein. Ihren Leistungsauftrag realisiert die SRG im Fernsbereich vor allem mit den drei sprachregionalen Programmen. Diese richten sich abwechselnd an breite Bevölkerungsschichten und an Zielgruppen. Wegen ihrer Quasi-Monopolstellung übernimmt auf sprachregionaler Ebene je eine binnenpluralistisch strukturierte Medienkommission die Programmaufsicht.

Das Fernsehen DRS profiliert sich zu einem Forum, das schweizerische Öffentlichkeit konstituiert. Vielfalt wird nicht als beziehungsloses Nebeneinander möglichst unterhaltsam aufbereiteter Informationen und Programme verstanden; in Abhebung zu den internationalen Kommerzprogrammen pflegen die Redaktionen einen Stil thematischer Vernetzung und multikultureller Übersetzung.

– Ein Beispiel für die neu erwachte politische Streitkultur ist das wieder belebte Sendekonzept *Telearena*: Das Publikum diskutiert im Studio anhand von Schweizer Filmen oder Werken internationaler Dramatik aktuelle kontroverse Themen. Diese werden von anderen Sendegefässen aufgegriffen und vertieft, in Zusammenarbeit mit Bildungsorganisationen werden die Gespräche auch in den Regionen fortgesetzt.

– Statt der teuren, für den internationalen Markt hergestellten *Spielfilme* werden sperrige Originalbeiträge ausgestrahlt, die findige Redaktoren in der Subkultur amerikanischer Grossstädte, in chinesischen Filmstudios oder bei islamischen Autorenfilmerinnen aufgetrieben haben. Solche Sendungen verlangen nach Verständigung mit Menschen aus den betreffenden Kulturräumen. Zu den anschliessenden Studiogesprächen werden nach Möglichkeit auch Immigranten und Asylanten aus den entsprechenden Regionen eingeladen.

– Die DRS-*Tagesschau* verzichtet auf "Ausland"-Korrespondenten im Tessin und der Suisse Romande, sie stützt sich auf Berichte und Kommentare von Journalistinnen und Redaktoren vor Ort.

– Auf internationalen Festivals werden jene Beiträge des Fernsehens DRS, die mit der Programmroutine bewusst brechen, regelmässig mit *Kulturpreisen* ausgezeichnet, beispielsweise die erneut aufgenommenen Ganztagesreportagen ("Ein Tag im Gefängnis") und Sendungen mit ungewohnten Perspektiven ("alltag aus kinder sicht").

Ob dieses utopische Modell von Gesellschaft, das sich die Integration der Bürger als aktiven und zwanglosen Akt möglichst direkter Kommunikation vorstellt, überleben wird? Wohl kaum. Als Instrument der Koordination von unterschiedlichen Erfahrungen und auseinanderstrebenden Interessen scheitern Konsensverfahren entweder an der Komplexität, oder sie erzeugen einen so hohen Konformitätsdruck, dass sie ihrerseits zum Zwang werden. Wollte man das Szenario eines basisdemokratischen Modells in realistischer Zeichnung weiterentwickeln, so ginge die Geschichte nicht ohne Krisen und Zusammenbrüche ab. Es wäre zu reden vom wirtschaftlichen Problemdruck: Das Aushebeln von Marktgesetzen fördert planwirtschaftliche Ineffizienz, die Konzentration auf kleine ökonomische Einheiten schwächt die Exportwirtschaft und macht abhängig von ausländischen Herstellern der modernen Basistechnologien. Durch das zeitweise Ausblenden der internationalen Bezüge drohen die öffentlichen Diskurse entlang der politischen oder kulturellen Vergemeinschaftungen (links-rechts, Stadt-Land, Ökologie-Wirtschaft) provinziell zu werden. Trotz oder gerade wegen der Moralisierung der Politik verabschieden sich allabendlich grosse Teile des Publikums übers Fernsehen aus der Musterrepublik. Und wer wird der neue Roger Schawinski werden, der den konsensverdrossenen Konsumenten aus dem grenznahen Gebiet mit einem privaten, kommerziellen Fernsehprogramm antworten wird?

Beide "Grosserzählungen" versagen. Sie bieten keine Langzeitperspektiven. Es werden neue, weniger einheitliche Szenarios geschrieben werden müssen. Diese dürften nicht einfach Kompromisse sein, sondern sie hätten die Widersprüche der gesellschaftlichen Entwicklungen zu nutzen. Aus dem Scheitern des Wettbewerbsmodells und auch des basisdemokratischen, ökologischen Modells wären Folgerungen für eine postmodern flexible Medienpolitik zu ziehen. Sie hätte an den normativen Funktionen der Medien für die öffentliche Meinungsbildung festzuhalten, dieses Steuerungsinstrument demokratischer Gesellschaften aber in einem labilen Gleichgewicht zu den Erfordernissen der anderen Teilsysteme zu vermitteln.

**Binnenplurales
SRG-Fernsehen mit
klarem Profil gegen-
über kommerziellen
Programmen**

**Das Modell schel-
tert am Problem des
Konsens und an den
Folgen von Abschot-
tung**

**An normativen Auf-
gaben der Medien
festhalten, ohne
das Mediensystem
aus der flexiblen
Postmoderne auszu-
grenzen**