

Diskussion um Alphavision

ENDE 1997 WIRD DIE BEFRISTETE KONZESSION FÜR DIE HALBSTÜNDIGE SENDUNG „FENSTER ZUM SONNTAG“ AUSLAUFEN. DESHALB REICHTE DIE VERANSTALTERIN AUS DEM EVANGELIKALEN UND FREIKIRCHLICHEN MILIEU, DIE ALPHAVISION AG, EIN GESUCH UM ERNEUERUNG DER KONZESSION EIN. ES DÜRFTE KAUM AUF WIDERSTAND STOSSEN. EINE EXPERTENKOMMISSION WERTETE IM AUFTRAG DES BUNDESRATES DIE ERFAHRUNGEN DER INZWISCHEN FAST ZWEIJÄHRIGEN VERSUCHSPHASE AUS. SIE BEJAHT GRUNDSÄTZLICH DIE WÜNSCHBARKEIT DER KONZESSIONIERUNG VON RELIGIÖSEN VERANSTALTERN UND ENTWICKELT POLITISCHE UND RECHTLICHE VORSCHLÄGE, WIE DIE STRITTIGEN RELIGIONS- UND MEDIENPOLITISCHEN FRAGEN GELÖST WERDEN KÖNNEN. DER AUTOR DES FOLGENDEN BEITRAGES IST MITGLIED DER EXPERTENKOMMISSION. IN SEINEN AUSFÜHRUNGEN GREIFT ER AUF DISKUSSIONEN UND ZWISCHENBERICHTE DER KOMMISSION ZURÜCK. SEINE EINSCHÄTZUNGEN DÜRFTEN IM DETAIL NICHT DIE MEINUNG ALLER MITGLIEDER WIDERSPIEGELN.

Matthias Loretan

Im Dezember 1993 löste das erste Gesuch der Alphavision bei interessierten Kreisen eine heftige religions- und medienpolitische Debatte aus. Die Leitungen der Landeskirchen sowie die kirchlichen Mediendienste richteten ihre Einwände allerdings nicht primär gegen das geplante Programm der Alphavision. Von dieser forderten sie nur eine unmissverständliche Selbstdeklaration (Christen aus Freikirchen und der Evangelischen Allianz), damit keine Zweifel an der Urheberschaft der verbreiteten Botschaften aufkommen können. In ihrer Stellungnahme machten sie vielmehr auf den nachhaltigen gesellschaftspolitischen Paradigmenwechsel aufmerksam, den die *Zulassung religiöser Veranstalter mit Programmen in eigener redaktioneller Verantwortung* bedeutet.

Bei der Vernehmlassung zum Gesuch der Alphavision nahmen der Evangelische und der Katholische Mediendienst *Anfang 1994 ablehnend Stellung*. Neben Vorbehal-

ten zur religiösen Werbung machten sie dabei vor allem auf den *präjudizierenden Charakter* einer allfälligen Konzessionserteilung aufmerksam. Religiöse, weltanschauliche und politische Veranstalter könnten künftig in eigener Verantwortung Sendungen verbreiten. Diese nachhaltige Veränderung könnte der publizistischen und propagandistischen Vermarktung sowohl des Politischen als auch des Religiösen (vgl. das Phänomen der amerikanischen Fernsehprediger mit ihren Electronic Churches) Vorschub leisten. Zudem könnten der religiöse Frieden oder der Grundsatz der Religionsfreiheit gefährdet werden, wenn die Konzessionsbehörde autoritären weltanschaulichen Organisationen wie dem Verein für Psychologische Menschenkenntnis, den Scientologen oder der antisemitischen Universalen Kirche ausschliesslich nach medienrechtlichen Kriterien die Möglichkeit einräumen würde, Programme in eigener redaktioneller Verantwortung auszustrahlen.

Das Bundesamt für Kommunikation handelte mit den Beteiligten einen Kompromiss aus, dem schliesslich alle Betroffenen zustimmen konnten. Im Mai 1995 wurde der Alphavision eine auf Ende 1997 *befristete Konzession* erteilt. Das Gesuch der Alphavision wurde zu einem zweieinhalbjährigen Pilotprojekt umdefiniert. Zu seiner Begleitung setzte das Bundesamt für Kommunikation im Auftrag des Bundesrates eine *Expertenkommission* ein. Ihre Aufgabe war es, abzuklären, ob weltanschauliche Rundfunkveranstalter in der Schweiz erwünscht sind und mit welchen rechtlichen, sozialen und politischen Folgen bei einer allfälligen Konzessionierung zu rechnen ist; zudem sollte die Kommission Kriterien für eine allfällige Konzessionierung entsprechender Veranstalter erarbeiten. – Heute bieten die Erfahrungen des Pilotprojekts Alphavision sowie die Erwägungen des Expertenberichtes der interessierten Öffentlichkeit Grundlagen für eine kompetente Diskussion des anstehenden medien- und religionspolitischen Paradigmenwechsels. Der Expertenkommission gehörten Fachleute des Staatskirchenrechts, der Religionswissenschaft, der Sektenberatung, der kirchlichen Medienarbeit, ein Verantwortlicher der Alphavision sowie Vertreter des Bundesamtes für Kommunikation an. Sie werden ihren Bericht voraussichtlich im kommenden September bereinigen und dem Bundesrat als Entscheidungsunterlage abliefern.

STÄRKEN DES BISHERIGEN MODELLS

Die Darstellung von Religion, Weltanschauung und Politik war bis zur Konzessionierung der Alphavision im Rundfunk nicht den direkt Interessierten überlassen, sondern der unabhängigen journalistischen Behandlung zugewiesen. Die Kirchen anerkannten deshalb die (säkulare) Programmautonomie der SRG und bejahten, Objekt einer fairen publizistischen Berichterstattung zu sein. Das Verhältnis zwischen der SRG und den Kirchen entwickelte sich in den Sprachregionen unterschiedlich. Die Landeskirchen sowie Schweizer Radio und Fernsehen DRS regeln ihre Zusammenarbeit in den *Vereinbarungen von 1979*. Darin heisst es, dass im Rahmen des kulturellen Programmauftrages Religion als Dimension der Menschen angemessen zu berücksichtigen sei und die Kirchen entsprechend ihrer religiösen und sozialen Bedeutung für die Gesellschaft zur Sprache kommen sollen. Als redaktionell zuständige Instanz räumt die SRG den Kirchen als "gesellschaftlich relevanten Gruppen" eine *definierte Mitwirkung* bei Übertragung von Gottesdiensten, bei Radiopredigten sowie im "Wort zum Sonntag" ein.

Die Vereinbarungen sind integrations- und entwicklungs-fähig. Die *Vielstimmigkeit des Religiösen* berücksichtigend, ist das Modell auf die Zusammenarbeit mit jüdischen und islamischen Gemeinschaften in der Schweiz angewendet und ausgeweitet worden. Die meisten freikirchlichen und *evangelikalen Denominationen* hingegen lehnten eine Zusammenarbeit im Rahmen der Vereinbarungen ab. Das Modell der gegenseitigen Anerkennung von öffentlichen Einrichtungen (SRG als Service public und (Volks-)Kirchen als gesellschaftlich relevante Gruppen) nahmen sie als ein Korsett für ihre Auffassung von prophetischem Auftrag und missionarischer Publizistik wahr. Statt der Mitverantwortung im Rahmen der programmlichen Zusammenarbeit mit der SRG suchten evangelikale Medienorganisationen nach Programmformen, in denen sie selber als Veranstalter redaktionelle Verantwortung übernehmen können. Entsprechend begrüsst sie die medienpolitische Deregulierung des Rundfunks und stellten sich konsequent auf diese Entwicklung ein, indem sie eigene Produktionseinrichtungen aufbauten.

Ein typisches Beispiel evangelikaler Medienpolitik stellt der *ERF-Schweiz* dar. 1973 gegründet, ist er heute mit seinen insgesamt 25 Mitarbeitern und einem Budget von rund drei Millionen Franken die grösste Fachredaktion der elektronischen Medien in der Schweiz zum Thema Religion und Glaube. Zusammen mit der bereits 1959 entstandenen Schwesterorganisation in Deutschland strahlt der ERF über Trans World Radio weltweit in 110 Sprachen Sendungen aus. Seit den frühen achtziger Jahren beliefern *Medialog* (vormals ACR) und ERF die Lokalradios mit zentral hergestellten Sendeelementen, die von 20 Lokalradios zum Teil regelmässig ausgestrahlt werden. Im Mai 1995 erhielten Alphavision und ERF die Konzession für das halbstündige Fernsehmagazin "Fenster zum Sonntag". Seit vergangenem Herbst strahlt der ERF täglich ein anderthalbstündiges Programmfenster beim Volksmusiksender "Eviva" auf Mittelwelle aus.

ERFOLG DES "FENSTER ZUM SONNTAG"

Bereits während der Versuchsphase konnte das Fernsehprojekt von Alphavision und ERF einen beachtlichen und stetig wachsenden Erfolg verbuchen. "Fenster zum Sonntag" erreichte mit den beiden Ausstrahlungen im zweiten Programm von SF DRS (jeweils sonntags um 11.30 Uhr und nach 22 Uhr) durchschnittlich 31'000 (1995), 41'000 (1996) und 61'000 Zuschauende (in den ersten vier Monaten 1997). Die kumulierte Reichweite der beiden Ausstrahlungen übertrifft bereits die Reichweite der nur ein-

Spektrum

mal ausgestrahlten Sendung "Sternstunde Religion" (SF DRS, sonntags 10 Uhr). Das evangelikale Fensterprogramm erreichte mit seinem professionellen und jugendlichen Image im Durchschnitt ein zehn Jahre jüngeres Publikum als die "Sternstunden Religion".

Den missionarischen Ansatz evangelikaler Publizistik vermochten die Programmverantwortlichen der Alphavision zu einem *unverwechselbaren journalistischen Stil* zu entwickeln. In Kontrast zu den meisten Informationssendungen, die die Wirklichkeit vor allem auf negative Ereignisse hin beobachten und mit ihren Informationen über nicht gelingendes Leben die Zuschauenden teilweise überfordern, setzen vor allem die Magazinsendungen der Alphavision auf die Qualität *exemplarischer Problemverarbeitung*. Sie greifen aktuelle seelische und soziale Konflikte auf und vernetzen sie mit christlich inspirierten Lösungsansätzen und Handlungsmöglichkeiten. Letztere werden in der Regel nicht von professionellen Kirchenleuten angemahnt, sondern von Laien als konkrete Erfahrungen in ihrer Lebenswelt erzählt beziehungsweise bezeugt. Zuweilen fallen Sendungen ins alte Muster missionarischen Überredens zurück, etwa wenn aufgeworfene Probleme nur als Vorwand dienen, das eigene Bekenntnis zu deponieren. Thematisch interessierte Zuschauer dürften sich dann kaum ernstgenommen fühlen und werden das Interesse verlieren. In der Regel aber gelingen den Programmschaffenden durchaus glaubwürdige Sendungen, die die befreiende und heilende Kraft des Glaubens spürbar werden lassen, wohl auch bei Menschen, die das evangelikale Bekenntnis weder von der Intensität noch von den Inhalten her teilen. Ein Indiz für die solche Wirkungen der Sendung sind die Reaktionen vieler Zuschauer, die nach Sendungen schreiben oder anrufen und von den angebotenen Möglichkeiten der Beratung oder thematischen Vertiefung Gebrauch machen.

ZUR WÜNSCHBARKEIT RELIGIÖSER VERANSTALTER

In ihrem Bericht an den Bundesrat vom Herbst 97 bejaht die Expertenkommission grundsätzlich die Wünschbarkeit (bzw. sie verneint sie nicht ausdrücklich), religiöse Veranstalter zuzulassen. Das Modell bietet findigen und initiativen Veranstaltern die Möglichkeit, für vermutete Bedürfnisse Programme in eigener redaktioneller und finanzieller Verantwortung zu entwickeln. Der Erfolg des "Fenster zum Sonntag" fällt dabei als faktisches Argument ins Gewicht.

Nach der Vervielfachung der Distributionskanäle und der rechtlichen Liberalisierung des Rundfunks sprechen aber

auch systematische Gründe für eine Öffnung von Radio und Fernsehen für religiöse Veranstalter. Die Expertenkommission bezieht sich dabei vor allem auf das medienrechtliche Gebot der *publizistischen Vielfalt* sowie das Grundrecht der *Religionsfreiheit* (Art. 49 BV: Glaubens- und Gewissensfreiheit; Art. 50 BV: Kultusfreiheit; Art. 9 EMRK). Letzteres schützt sowohl die Bildung der eigenen Glaubensüberzeugung als auch die Möglichkeit, dieser Ausdruck zu verleihen. Unter dem Gesichtspunkt der Religionsfreiheit ist es grundsätzlich wünschbar, dass verschiedene Bekenntnisse die Möglichkeit erhalten, sich – auch mit Inanspruchnahme staatlich verwalteter Einrichtungen – in der Öffentlichkeit Gehör zu verschaffen und damit die Konkurrenz verschiedener Glaubensauffassungen zu bewirken. Die Ausübung des einzelnen Glaubens darf indessen den öffentlichen Frieden nicht stören. Diesen hat der Staat zu schützen. Im übrigen soll er die religionsrechtliche Neutralität wahren, welche die Gleichberechtigung verschiedener Bekenntnisse und Gemeinschaften auf der Grundlage ihrer Gleichwertigkeit verlangt.

MEDIENPOLITISCHE OPTIONEN DER KONZESSIONSBEHÖRDE
Der ordnungspolitische Rahmen ist von entscheidender Bedeutung dafür, ob die Zulassung religiöser Veranstalter eher positive oder negative Auswirkungen haben wird. Die Kommission hat deshalb verschiedene Modelle entwickelt, wie die Vielfalt weltanschaulicher Veranstalter organisiert werden kann. Das Postulat, die Vielfalt und die Pluralität des religiösen Lebens angemessen in den elektronischen Medien zu berücksichtigen, kann grundsätzlich wie bisher im Rahmen des Programmauftrages der SRG ohne zusätzliche Konzessionierung von weltanschaulichen Veranstaltern (vgl. Vereinbarungen von 1979) oder nach dem neuen Gesetz über die Zulassung religiöser Veranstalter gelöst werden.

Der Trend der Deregulierung bietet die Möglichkeit, dass verschiedene Kirchen und Religionsgemeinschaften ihren Glauben in eigener redaktioneller Verantwortung öffentlich darstellen können. Die Kommission arbeitete vier Modelle der Zulassung weltanschaulicher Veranstalter aus. Bei allen Modellen spielt die Positionierung der SRG eine wichtige Rolle. Die Kommission favorisiert einhellig das Modell A.

Beim Modell A garantiert die SRG mit ihrem umfangreichen Leistungsauftrag die Grundversorgung, indem sie wie bisher über das religiöse Leben berichtet und es mit kulturellen Beiträgen zum Ausdruck bringt. In diesem

Zusammenhang kann und soll auch die Zusammenarbeit mit den Kirchen weiterentwickelt werden. *Zusätzlich zur Grundversorgung der SRG werden selbständige religiöse Veranstalter konzessioniert.* Wegen ihrer Komplementarität zur Grundversorgung sollen den religiösen Veranstaltern allerdings keine Auflagen gemacht werden, wie sie für den *Service public* typisch sind (Berücksichtigung der religiösen Vielfalt). Weltanschauliche Veranstalter sollen im Rahmen rechtsstaatlicher Bedingungen vielmehr "heisse" Formen der prophetischen Rede sowie der Überzeugungskommunikation pflegen dürfen. – Unabhängig von der Existenz selbständiger religiöser Veranstalter, hat die SRG ihren Leistungsauftrag selbst zu erfüllen und der Ausgewogenheit Rechnung zu tragen. Die Konzessionierung religiöser Veranstalter darf deshalb nicht zu einem Abbau der religiösen Programmleistungen der SRG führen.

Beim *Modell B* werden den weltanschaulichen Veranstaltern in ihrem Themenbereich ähnliche Auflagen gemacht wie der SRG (Berücksichtigung der religiösen Vielfalt, ausgewogene Berichterstattung, Grundversorgung). Weil diese Auflagen die religiösen Veranstalter in eine *direkte Konkurrenz zur SRG* drängen, können sie sich kontraproduktiv auswirken.

Im *Modell C* wird die SRG von ihrem religiösen Programmauftrag dispensiert. Die interessierten Kirchen und religiösen Gruppierungen veranstalten gemeinsam und mit einer eigenen Konzession ein *integriertes ökumenisches Programm* und berücksichtigen durch eine offene Struktur der Trägerschaft die religiöse Vielfalt (vgl. Vision TV in Kanada, s. ZOOM K&M Nr. 7, S. 53). Dem ökumenischen Veranstalter könnten für seine redaktionellen Leistungen einen Teil der Gebühren zur Verfügung gestellt werden. Statt die Deregulierung des Religiösen bloss abzubilden oder zu verstärken, würde dieses Modell die religiöse Vielfalt in eine Kultur des Dialogs integrieren und weiterentwickeln. Die Kommission hegt allerdings Zweifel, ob der Aufbau einer solch integrierenden Struktur handlungsfähig wäre, und erachtet die Entlassung der SRG aus dem religiösen Programmauftrag nicht als sinnvoll.

Im *Modell D* wird die Vielfalt weltanschaulicher Veranstalter in *direktem Wettbewerb* ohne entsprechende Programmauflagen weder für die SRG noch für die religiösen Veranstalter organisiert. Dieses Modell ist in der Schweiz rein theoretisch denkbar, die Kommission verwirft es allerdings aus kulturellen und medienrechtlichen Gründen.

MÖGLICHEN GEFAHREN VORBEUGEN

Um die *potentiellen Probleme*, die durch die Zulassung von weltanschaulichen Veranstaltern entstehen können, zu verhindern, schlägt die Kommission verschiedene rechtliche Massnahmen vor. Weil die Konzessionierung der Alphavision ein Präjudiz für die Zulassung anderer weltanschaulicher Veranstalter darstellt, entwickelt die Kommission *Kriterien für die Zulassung* weltanschaulicher Veranstalter. Die Kriterien setzen nicht ein bestimmtes theologisches Grundverständnis voraus, sondern orientieren sich an einer Kommunikationskultur, welche die verschiedenen Glaubensrichtungen nach Spielregeln einer offenen und demokratischen Gesellschaft zueinander in Beziehung setzt. Entsprechend haben weltanschauliche Veranstalter und die dahinterstehenden Religionsgemeinschaften 1) ihr religiöses Anliegen offenzulegen, 2) den religiösen Frieden nicht zu gefährden, 3) die persönliche Integrität der Adressaten und Mitglieder zu achten, 4) das geltende Recht zu respektieren sowie 5) über eine minimale gesellschaftliche Relevanz zu verfügen (Grösse, soziales Engagement und geschichtliche Verwurzelung).

Im weiteren schlägt die Kommission Auflagen programmlicher Art vor (transparente Selbstdeklaration, redaktionelle Unabhängigkeit im Rahmen der Programmrichtlinien und des Redaktionsstatuts, Respekt vor religiösen Gefühlen, journalistische Sorgfaltspflicht, Manipulationsverbot). Sie bestimmt den Umfang des religiösen Werbeverbotes und macht Vorschläge für die Regelung von Spendenaufrufen.

PARADIGMENWECHSEL KIRCHLICHER FERNSEHARBEIT?

In Ergänzung zur Grundversorgung der SRG eröffnet der vorgesehene ordnungspolitische Rahmen initiativen religiösen Veranstaltern einen geordneten Zugang zu Radio und Fernsehen. Für die Rundfunkpolitik der Landeskirchen ergeben sich daraus folgende Konsequenzen: (1) Sie stellen sich prioritär auf die Zusammenarbeit mit der SRG ein und entwickeln gemeinsam mit den Fachredaktionen Religion die kirchlich mitverantworteten Sendungen weiter. (2) Sie arbeiten mit privaten Veranstaltern zusammen, beim Regionalfernsehen pflegen sie informelle Kooperationen, die Lokalradios beliefern sie zusätzlich mit Sendeelementen. (3) Sie unterstützen Initiativen aus ihrem Umfeld, religiöse Programme in eigener Verantwortung zu veranstalten. Von ihrem Profil her müssten diese Sendeformen die religiöse Grundversorgung der SRG allerdings ergänzen und nicht konkurrenzieren. Das Spektrum möglicher Kooperationen kann von unterschiedlichen Arten

Spektrum

der Mitwirkung im "Fenster zum Sonntag" bis zur Unterstützung beim Aufbau religiöser Spartenprogramme reichen, die europaweit über Satelliten ausgestrahlt werden. Falls die medien- und religionspolitische Deregulierung sich ungebrochen fortsetzt, werden die Kirchen ihre bisherige Rundfunkpolitik ändern müssen. Eine kritische Grenze dürfte dann erreicht sein, wenn (1) die SRG entweder ihre marktführende Stellung verliert, (2) ihre Position als *Service public* medienpolitisch empfindlich geschwächt wird oder (3) die öffentliche Anerkennung der Kirchen als gesellschaftlich relevante Gruppen versickert. Im nachhaltig deregulierten Umfeld könnten die Kirchen ihre Rundfunkarbeit nicht mehr prioritär auf die Zusammenarbeit mit der SRG abstellen, sondern müssten *selber als Veranstalter von Sendeelementen* oder Programmfenstern *redaktionelle Verantwortung übernehmen*.

Erst im Falle einer nachhaltigen Deregulierung werden die Landeskirchen Programme in eigener Verantwortung veranstalten. Diese Variante ist zwar kostspielig, ermöglicht

aber freiere Gestaltungsmöglichkeiten und Selbstdarstellungen. Unter dem Arbeitstitel "*Kirche am Markt*" entwickelten die kirchlichen Mediendienste Konzepte für mögliche Sendeformen im Fernsehen und stellten der Kirchenleitung sowie den Auftrag- und Geldgebern entsprechende Finanzpläne vor. Sie bezogen sich dabei auf die Erfahrungen der Alphavision. Ihre jährlichen Betriebskosten von zwei Millionen Franken werden zur Hauptsache mit Spenden vor allem evangelikaler Christen gedeckt. Dieser Betrag ist fast dreimal höher als jener, den die katholische Kirche in der deutschsprachigen Schweiz für die Finanzierung ihrer überregionalen Medienarbeit in den Bereichen Film, Radio und Fernsehen aufbringt. Die Veranstaltung von religiösen Programmen stellt nur schon aus finanziellen Gründen einen Paradigmenwechsel gegenüber der bisherigen kirchlichen Medienarbeit dar. Eine solche Entscheidung geht weit über die Zuständigkeit der kirchlichen Mediendienste hinaus und erfordert von Kirchenleitungen und Geldgebern neue pastorale und finanzpolitische Prioritäten.