

Akzent:

Das medienpolitische Jahrzehnt: vom Konzept zum Markt

EDITORIAL

Urs Meier

"Medien-Gesamtkonzeption" hiess der Titel eines 700 Seiten starken Berichts, der 1982 vom Eidgenössischen Justiz- und Polizeidepartement (EJPD) herausgegeben wurde. Die von Hans W. Kopp präsierte bundesrätliche Expertenkommission hatte eine gewaltige Fleissarbeit geleistet und die Medien in der Schweiz in rechtlicher, wirtschaftlicher, gesellschaftspolitischer und kultureller Hinsicht unter die Lupe genommen, um "eine Medienpolitik für die Schweiz" (so der Titel von Teil II des Berichts) in aller Ausführlichkeit vorschlagen zu können. Der Bericht der Kommission Kopp war nicht nur ein Meilenstein in der schweizerischen Medienpolitik, sondern im Grunde deren Auslöser.

In den gut zehn Jahren seither wurde die Medienszene der Schweiz umgekrempelt. Wie weit und wie tief die Veränderungen gehen, macht man sich meist nicht ausreichend klar. Mit Ausnahme weniger Momente war Medienpolitik in der Öffentlichkeit ein Thema von allenfalls zweitrangiger Bedeutung. Der Streit um die DRS-Radiosendung über die Vergangenheit der Stumpenfirma Villiger oder einzelne Fernsehsendungen über Brutalo und Porno erregten in den zurückliegenden Jahren heftigere Auseinandersetzungen als der Strukturwandel der Medienöffentlichkeit. Die Veränderungen kamen schrittweise, manchmal auf politisch-rechtlicher, manchmal auf wirtschaftlich-unternehmerischer Ebene, und ihre Effekte summierten sich unauffällig, aber mit nachhaltiger Wirkung.

Einige Etappen des fast unbemerkten grossen Umbaus möchte ich stichwortartig in Erinnerung rufen. Nach der internationalen Konferenz über die Zuteilung von Frequenzen (WARC, Genf 1977) setzt in den frühen achtziger Jahren die Diskussion um Projekte des Satellitenfernsehens ein. Die Promotoren träumen von hundert Kanälen, und in den Diskussionen tauchen erstmals in Europa die Visionen des in jeder Hinsicht grenzenlosen Rundfunkmarktes auf. 1984/85 fängt das Satellitenzeitalter an mit SAT1, RTLplus, 3Sat, TV5, Teleclub, Sky-Channel und weiteren Programmen. Mit dem Bundesbeschluss über den Satellitenrundfunk vom Mai 1988 regelt die Schweizer Regierung die Bedingungen für schweizerische Veranstalter, und noch im gleichen Jahr bekommt das Schweizer Unternehmen European Business Channel (EBC) die Konzession für ein Frühstücksfernsehen. Das Aus für EBC folgt schon zwei Jahre darauf. Für die grossenteils an Kabelnetze angeschlossenen schweizerischen Fernsehhaushalte steigt das Angebot von anfänglich maximal zwölf im Lauf der Jahre bis zu zwei Dutzend Programmen.

**Medienszene
Schweiz im vergan-
genen Jahrzehnt
umgekrempelt**

1979 startet Roger Schawinski sein "Radio 24", das vom italienischen Pizzo Groppera aus illegal in die Schweiz einstrahlt. Drei Jahre danach erlässt der Bundesrat die "Verordnung über lokale Rundfunk-Versuche" (RVO), die als Rechtsgrundlage für einen Versuchsbetrieb 1983 bis 1988 vorgesehen ist. Werbung ist in Lokalradioprogrammen erlaubt, nicht aber im Lokalfernsehen. Die Sendegebiete bleiben begrenzt, und überregionale Zusammenschlüsse privater Veranstalter sind verboten. Aufgrund der RVO konzessioniert die Regierung auf 1. November 1983 36 Lokalradioprojekte, sieben Lokalfernseh-Veranstalter und drei lokale Bildschirmtext-Dienste. Im Rahmen der RVO werden zeitlich gestaffelt auch verschiedene Kurzzeitversuche mit lokalem Fernsehen durchgeführt. Die SRG bekommt die Konzession für je ein drittes werbefreies Radioprogramm pro Sprachregion. Zudem stellen die SRG-Radios auf 24-Stunden-Betrieb um und bauen die Regionalprogramme auf.

Teletext startet in der Schweiz im Jahr 1981 als Versuch mit 2000 Teilnehmern. Der Fernseh-Bildschirmtext setzt sich rasch durch und gehört bei neueren Fernsehgeräten zur Standardausrüstung. Inzwischen bieten die meisten Fernsehsender ein Teletext-Programm an. Weniger erfolgreich verläuft die Markteinführung des Telefon-Bildschirmtextes, der in der Schweiz als Videotex bezeichnet wird. Bereits 1979 beginnen die PTT mit einem Pilotversuch, doch erst 1983 startet der Betriebsversuch. Wie kaum ein anderes von den sogenannten "Neuen Medien" wird Videotex als mächtiges, ja revolutionäres Kommunikationssystem propagiert. Videotex erreicht jedoch nur mit Mühe einen Platz bei professionellen Nutzern. Die Dynamik der technischen Neuerungen und der Markt verhelfen zwei anderen Informations- und Kommunikationsinstrumenten zum Durchbruch: Personal Computer und Telefax.

Diese unvollständige Auslegeordnung mag vergegenwärtigen, was sich im Verlauf von rund zehn Jahren auf dem Feld von Kommunikation und Medien abgespielt hat. Der Wettbewerb hat das Klima mit aller Vehemenz verändert, und die Medienbenutzer haben sich rasch auf die neuen Verhältnisse eingestellt. Auf der politisch-gesetzgeberischen Ebene wurde 1984 die Basis mit dem neuen Verfassungsartikel für Radio und Fernsehen gelegt (Art. 55 bis). Mit der RVO von 1982 und dem Bundesbeschluss über den Satellitenrundfunk von 1988 hatte man Übergangsrecht geschaffen, das vom Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) 1991 und der zugehörigen Verordnung (RTVV) 1992 abgelöst wurde. Als neue Verwaltungsinstanz nahm das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) im April des vergangenen Jahres seine Arbeit auf. Der vorläufig letzte Akt der Rundfunkgesetzgebung ist die neue SRG-Konzession, die zum Jahresbeginn in Kraft getreten ist. Sie macht unter anderem den Weg frei für das neue Fernsehprogramm "S+", das die SRG und Private gemeinsam auf die Beine stellen sollen. Die definitive Konzessionierung der Lokalradios ist verzögert worden durch zusätzliche technische Abklärungen für den Sendernetzplan, sodass dieser letzte Stein erst im nächsten Jahr ins Gebäude der neuen Schweizer Rundfunkordnung eingefügt werden kann.

Obschon also das Jahr 1992 keinen runden Abschluss gebracht hat, kann man die Zeit nach dem Erscheinen der Medien-Gesamtkonzeption als das medienpolitische Jahrzehnt bezeichnen: Es war die Zeit der politischen Gestaltung der Medienordnung. Vieles deutet darauf hin, dass diese Phase vorbei ist. Denn was an Veränderungen noch folgt, wird nicht "politisch" sein im Sinn des Projektierens und Aushandelns in den demokratischen Institutionen von Parlament und Regierung und in Form des begleitenden Disputs in der Medienöffentlichkeit. Die nächsten Schritte (die kaum weniger folgenreich sein werden als die der politischen Phase) werden einerseits in Verwaltungsakten bestehen (BAKOM, Eidgenössisches Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement EVED, allenfalls Bundesrat), andererseits werden sie aus Entscheidungen von Medienunternehmen hervorgehen. Das Beispiel dafür liefert schon seit langem die Presse: Die Umstrukturierung der Zeitungslandschaft, ein Vorgang von eminenter politischer Bedeutung, steht politisch nicht zur Debatte, weil er auf rein privaten Unternehmensentscheidungen beruht.

Das medienpolitische Jahrzehnt war nicht eine Epoche des kontinuierlichen politischen Rasonnements über Medien, die dann abrupt geendet hätte. Vielmehr folgten Auseinandersetzung und faktische Entwicklung einem stetigen Gefälle zur Deregulierung. Für die Medien in der Schweiz ein Gesamtkonzept entwerfen zu lassen, hätte das zuständige Departement (es war in der Folge nicht mehr das EJPD, sondern das EVED) vermutlich schon fünf Jahre später nicht mehr gewagt. Konzepte, Gesamtkonzepte gar, entsprachen nicht mehr dem Geist der Zeit. Der Markt gewann an gesellschaftspolitischer und philosophischer Reputa-

**Gesetzgebung für
Radio und Fernsehen
in der Schweiz**

**Die Phase politi-
scher Gestaltung ist
beendet**

Akzent: Vom Konzept zum Markt

tion. Ihm wollte man deshalb möglichst freien Raum lassen, wenn auch im Wissen, dass die klein- und vierräumige Schweiz einer rein marktwirtschaftlichen Rundfunkordnung kein geeignetes Terrain bietet. Die Verschiebung vom Konzept zum Markt konnte daher nicht konsequent vollzogen werden. Als Trend aber ist sie beherrschend und zunehmend unwidersprochen.

Unser *Akzent* reflektiert das medienpolitische Jahrzehnt von verschiedenen Teilansichten her und auf mehreren Betrachtungsebenen. *Ulrich Saxer* hat als Medienwissenschaftler vieles zur Medien-Gesamtkonzeption beigesteuert und fragt im Rückblick nach der rechtlichen Steuerbarkeit von Mediensystemen. Als Generalsekretär des EVED hat *Fritz Mühlemann* die schweizerische Medienpolitik geformt wie kein anderer. Im Gespräch mit ZOOM K&M blickt er auf das vergangene Jahrzehnt zurück. *Eva Wyss* hat als Radiomacherin die Bewegungen an der Programmfront und den kräftigen Luftzug im Anstaltsklima als durchaus auch positive, zum Teil überfällige Veränderungen erlebt. *Ernst Bollinger*, Medienwissenschaftler mit Spezialgebiet Pressegeschichte, gibt Auskunft über die Pressekonzentration in der Schweiz, und der Spezialist für Medienökonomie *Werner A. Meier* referiert über den zentralen Begriff der Deregulierung mit Bezug auf Rundfunk. Schliesslich extrapoliert *Matthias Loretan* einige Linien aus dem medienpolitischen Jahrzehnt und regt mit Szenarien an, über die nähere Zukunft nachzudenken.

Die Diskussion der Rubrik *Akzent* wird im *Spektrum* mit Blick auf die kirchliche Medienarbeit aufgegriffen. *Walter Lesch* unterzieht die Thesen der Schweizer Kirchen von 1983 "Zur Entwicklung der Massenmedien" einer kritischen Revision. Es ist kein Zufall, dass dieses damals vielbeachtete und für die Kirchen folgenreiche Dokument ebenfalls zehn Jahre alt ist. *Urs Meier* knüpft mit seinen Kirchenszenarien an die Medienszenarien der Rubrik *Akzent* an und benennt einige mögliche Bausteine einer künftigen kirchlichen Kommunikations- und Medienkonzeption.

Der Blick zurück auf das medienpolitische Jahrzehnt ermöglicht erst ein Verstehen der heutigen Situation. Zudem macht er klar, was kritische Beobachterinnen und Beobachter des Mediengeschehens zu tun haben und erreichen können. Den Gang der Dinge beeinflussen können sie nicht, aber sie können ihn zu einem Thema machen. Ihre Kompetenz und Aufgabe liegt erstens in der Deutung und zweitens in der Bewertung von Medienstrukturen und Medienkommunikation. Auf diese Weise helfen sie mit, die Medien in den kulturellen Prozess der Gesellschaft einzubinden, anstatt sie dem blinden Mechanismus einer einseitig ökonomischen Rationalität zu überantworten.

Mit dieser Funktionsbeschreibung der Reflexion über Medien ist zugleich das publizistische Programm von ZOOM K&M formuliert. Wir plazieren unsere Halbjahreszeitschrift zwischen einer wissenschaftlichen und einer journalistischen Behandlung der Thematik, und wir zielen damit auf das Feld der Wertediskussion, der Urteils- und Meinungsbildung. Herausgeber und Redaktion sind überzeugt, dass trotz der Menge von Medienpublikationen hier eine Lücke besteht. ZOOM K&M wird mit bewusst begrenzter Stoffmenge, dafür aber von Mal zu Mal mit exemplarischen Themen den Mangel beheben helfen.

Hinter der Redaktion steht als Beirat die Ökumenische Arbeitsgruppe Kommunikation & Medien. Sie ist die gemeinsame Denkwerkstatt des Evangelischen und des Katholischen Mediendienstes und setzt sich zusammen aus Medienschaffenden, Fachleuten aus Werbung und Verlagswesen sowie aus den Disziplinen Soziologie, Philosophie und Theologie und aus kirchlichen Medienfachleuten. Die Arbeitsgruppe tagt vielmals jährlich zu je einem Thema und zieht von Fall zu Fall weitere Experten bei. Ihre Diskussionen sind meist die Ausgangsbasis für die Erarbeitung von Themen dieser Zeitschrift. Die Mitglieder der Arbeitsgruppe sind im Impressum aufgeführt.

Übersicht über die Rubriken "Akzent" und "Spektrum"

Publizistisches Programm von ZOOM K&M: Deutung und Bewertung von Medienstrukturen und Medienkommunikation