

# Liebgewordene Floskeln

BRAUCHT ÖFFENTLICHER RUNDFUNK EINEN GESELLSCHAFTSTHEORETISCHEN ÜBERBAU IM SINN DES SERVICE PUBLIC? ODER VERDIENT ER IHN GAR? DER AUTOR VERNEINT BEIDES VEHEMENT.

*Rainer Stadler*

Damit ich nicht gleich als Schlächter des Wahren, Guten und Schönen rechts liegengelassen werde, bekenne ich hiermit: Gefühlsmässig liegt mir der öffentliche Rundfunk näher. Wenn ich den Fernseher einschalte, verweile ich – zumindest bisher – vorwiegend in gebührenfinanzierten Kanälen. Wenn ich indessen Bedenken ob der Position der öffentlichen Sender anmelde, tue ich dies mit grundsätzlichen Überlegungen. Kurz gesagt: Mich stört das Brimborium, das um den sogenannten *Service public* gemacht wird.

## GRUNDVERSORGUNG

“Grundversorgung”: Nein, dieses Wort kann man nicht erst einmal auf der Zunge zergehen lassen. Trotzdem fasziniert das lexikalische Ungetüm in Deutschland praktisch alle Vertreter der etablierten Milieus. Zumindest braucht es jeder, der sich ums öffentliche Fernsehen Sorgen macht. Mich erinnert das Wort an meine Jugend, als die Angst vor den Russen noch omnipräsent war: an Notvorrat, wie ihn unsere Behörden in jedem Haushalt gehortet sehen wollten: 1 Kilo Zucker, 1 Liter Öl, 1 Kilo Teigwaren.

An eine eiserne Ration, an eine Grundausstattung, dachte offenbar auch das deutsche Bundesverfassungsgericht, als es im sogenannten Gebührengesetz die Bedeutung des öffentlichen Rundfunks herausstrich. Doch leben wir tatsächlich in einer derartigen medialen Mängelwirtschaft, wo doch ständig neue Angebote geschaffen werden (und – gewiss – auch einige verschwinden)? Wir stossen hier wieder auf die alte Glaubensfrage, ob es denn mit unserer

Gesellschaft auf- oder abwärts gehe. In Bezug auf die heutige Medienwelt wird jeder mittelständische Intellektuelle sogleich das ebenso beliebte wie vernichtende Urteil “*More of the same*” fällen. Leider fehlt mir hier der Platz, um zu zeigen, dass es vielleicht doch nicht ganz so schlimm um unsere Welt steht.

Notvorrat bzw. Grundversorgung hat jedenfalls den Beigeschmack von lästiger Pflicht: Als Tribut an die Angst vor düsteren Zeiten schiebt man ein paar überlebensnotwendige Dinge ins oberste Schrankregal und hofft, sie nie gebrauchen zu müssen. Man sieht daran, dass öffentlicher Rundfunk vor allem defensiv definiert wird. Und so funktioniert er auch. Öffentliches Fernsehen setzt keine Trends, sondern es reagiert auf die Entwicklungen des Privatfernsehens bzw. passt sich ständig den Realitäten an, welche die Privaten schaffen. Stets gilt es, sich auch dem von den Privaten verführten Publikum anzudienen, damit es *in puncto* Gebühren zahlungswillig bleibt.

## SERVICE PUBLIC

Beliebter ist hierzulande der Begriff des *Service public*. Schon das Wort zeigt wieder an, dass an Vergangenes angeknüpft wird – an Zeiten, als das Französische noch *en vogue* war. Das im Wort noch glimmende *feu sacré* ist allerdings am Ersticken. Wie anders könnten sonst selbst “höher Gebildete”, wenn sie pathetisch von öffentlicher Dienstleistung sprechen, den Begriff chronisch falsch schreiben (*service publique*). Nun gut, ich will nicht bloss polemisieren. Es gibt auch sachliche Gründe dafür, dass der *Service public* zu einer beliebigen, für einige auch noch

## Akzent: Zukunft des Service public

magischen Floskel geworden ist. Zumindest scheint es schwierig, den damit einher gehenden Anspruch nur dem öffentlichen Rundfunk zuzuerkennen.

Schauen wir uns die Konzession der SRG an. Unter dem Titel "Programmauftrag" müssten wir eigentlich erfahren, was es mit dem *Service public* auf sich hat. Da heisst es in Artikel 3, Absatz 2: "Die SRG soll a) durch eine allgemeine, vielfältige und sachgerechte Information zur freien Meinungsbildung des Publikums beitragen; dabei soll das Verständnis für politische, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge sowie für andere Völker gefördert werden." Ferner sollen b) die kulturellen Werte des Landes gestärkt und das Kulturschaffen gefördert, c) bildende Inhalte vermittelt und d) Unterhaltung angeboten werden. Auch das gegenseitige Verständnis und den Austausch zwischen den Landesteilen hat die SRG gemäss Konzession zu fördern.

Diese Grundsätze sind schön und gut, doch würde ihnen wohl jedes andere Medienunternehmen *grosso modo* beipflichten. Und zwar gilt dies nicht nur für die Fernseh- und Radiosender, sondern auch für die Verleger. Alle leisten einen Dienst an der Öffentlichkeit, und gerade die Presse wohl einen nicht unwesentlichen. Nicht von ungefähr wird sie denn auch über die Verbilligung der Posttarife indirekt subventioniert. Warum also sollen nicht auch die Lokalsender unterstützt werden?

### ANNÄHERUNGEN

Ich höre bereits den naheliegenden Einwand des Lesers: Privatfernsehen bietet weder Kultursendungen, noch fördert es das Kulturschaffen, und den Austausch zwischen den Landesteilen fördert es schon gar nicht, weil es nur dem Gesetz der grösstmöglichen Rendite folgt. Diese Behauptung trifft indessen immer weniger zu. Zwischen privaten und öffentlichen Sendern bestehen nur noch graduelle Unterschiede, keine prinzipiellen. Seit der Deregulierungswelle und seit den grossen Sparübungen versteht sich die SRG kaum noch als Kulturförderungsanstalt; investiert wird praktisch bloss noch dort, wo es sich hinsichtlich programmlicher Verwertung auszahlt. Diese Haltung ist durchaus konsequent, denn die SRG ist ja kein Ableger des Bundesamts für Kultur. Aber nicht nur in dieser Hinsicht nähert sich die SRG dem Privatfernsehen an.

Wirft man einen Blick auf die Leutschenbacher Programminnovationen ("Next", "10 vor 10", "Arena", "Quer", "Tagesfernsehen"), so stellt man fest, dass sie in ähnlicher Form ebenso gut bei TeleZürli laufen könnten – und privatwirtschaftlich vielleicht sogar besser gemacht würden.

Überhaupt ist die erfreuliche Entwicklung von TeleZürli ein Beweis dafür, dass die Deregulierung der Medien eben keinen Sündenfall darstellt. Das Argument, dass öffentliches Fernsehen einfach besser bzw. vielfältiger und seriöser gemacht sei, verliert nach und nach an Überzeugungskraft. Auch wenn beispielsweise in Deutschland das private Angebot noch einiges zu wünschen übrig lässt, so sind doch Annäherungen an gehobene Standards erkennbar. Ein Format etwa wie "Spiegel TV Reportage" muss sich gewiss nicht seiner privatwirtschaftlichen Herkunft schämen. Viel weniger stolz auf seine (öffentlich unterstützten) Eltern kann das auf den Herbst neu konzipierte Schweiz 4 oder SF 2 sein.

### ZWANG UND MÜNDIGKEIT

Illusionär ist die Hoffnung, man könne durch möglichst grossen Schutz des öffentlichen Rundfunks im elektronischen Sektor ein Reich des Schönen, Guten und Wahren erhalten. Wenn auch im Pressebereich Produkte mit höheren Ansprüchen nur von einer Minderheit genutzt werden, ist nicht einzusehen, wie beim Rundfunk eine ähnliche Marktaufteilung zu verhindern wäre.

Der auf Grund von Frustration und unterdrücktem Grimm ob einer unaufgeklärten Gesellschaft immer wieder keimende Wunsch der Bildungsbürger, am liebsten jedermann in eine audiovisuelle Besserungsanstalt zu schicken, muss letztlich scheitern an der eigentlich nur ungern zugestandenen Freiheit jedes einzelnen, das zu wählen, was seinem Geschmack entspricht. Während sonst in allen möglichen Zusammenhängen – vor allem bei Wahlen – der "mündige Bürger" flattert wird, will man ihm im Rundfunkbereich immer wieder seine Autonomie aberkennen. Schlicht dumm ist letztlich die Unterstellung, wer sich am Fernsehen mit bescheidener Kost begnüge, sei per se unterbelichtet.

Man kann den freien Medienmarkt als defizitär betrachten, doch lässt er sich durch Eingriffe nur beschränkt korrigieren. Es gibt nicht zwei verschiedene Marktprinzipien. Der öffentliche Rundfunk muss sich denselben Gesetzen unterwerfen, und er verliert deswegen unweigerlich an Besonderheit. Er darf sich nur etwas mehr leisten, weil er quasi subventioniert wird. So realisiert beispielsweise das Schweizer Fernsehen DRS anspruchsvollere Rubriken wie die "Sternstunde" oder die Musiksendungen. Doch sind sie bloss in

den Randstunden zu sehen. Sonst regiert das eherne Marktgesetz. Also könnte man ebenso gut Privatsender unterstützen, die bereit sind, in Randstunden anspruchsvollere Programme für Minderheiten zu realisieren.

Diese Überlegungen mögen zurzeit noch etwas akademisch wirken. Doch stellen sich die Fragen in einigen Bereichen bereits virulenter. Zusehends lässt sich ein Widerspruch zwischen der Rhetorik des Anspruchsvollen und der real existierenden Bescheidenheit erkennen.

Kommen wir auf Radio DRS3 zu sprechen. Obwohl dessen Programmprofil, teilweise bis zur Ununterscheidbarkeit, an jenes der Privatradios angepasst worden ist, fristet der Sender nun im Raum Zürich praktisch eine Nischenexistenz. Eine Bedeutung mag er noch in ländlicheren, medial weniger üppig versorgten Gegenden haben. Hier ist der öffentliche Rundfunk bereits zu dem geworden, was er gemäss Selbstverständnis nicht sein will: ein Medium, das bloss noch vom Markt nicht abgedeckte Bedürfnisse befriedigt. Doch in Tat und Wahrheit tut er auch das nicht richtig. Denn seitdem DRS3 die 25- bis 45Jährigen ansprechen will, lässt es die Jugendlichen fallen – also genau jene, die auch von den Privatradios nur beschränkt angesprochen werden.

#### INTEGRATIONSFUNK?

Schliesslich hält sich der öffentliche Rundfunk etwas zugeute auf seine Rolle als Integrator. Geradezu rührselig hörten sich jüngst die Äusserungen des Präsidenten von France Télévision in der Zeitung "Le Monde" an. Das öffentliche Fernsehen, so Xavier Gouyou Beauchamps, werde immer wichtiger als Sammelpunkt, wo sich die je verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen wiederfinden könnten: Öffentliches Fernsehen als soziales Bindemittel – eine stets beliebte Parole, die in Zeiten beschleunigter Ausdifferenzierung besonders bei den Politikern gut ankommt. Bei den Diskussionen um Schweiz 4 lebte auch hierzulande der *Service-public*-Patriotismus auf einmalige Weise wieder auf.

Dass sich die SRG dieser Rhetorik bedient, ist verständlich, wenn sie damit ihre Ziele erreichen kann. Doch – um es wieder einmal zu sagen – die Patrioten vergessen eines. Die Nationalstaaten sind weder dank der SRG, noch der BBC oder der ARD geschaffen worden. Was auch immer der öffentliche Rundfunk geleistet haben mag: Das Rad lässt sich nicht zurückdrehen. Seine Reichweite und damit seine Bedeutung schwindet. Das führt aber nicht zum gesellschaftlichen Niedergang. Denn auch unter den Bedingungen einer vielfältigen, vielleicht etwas verwirlichen

Medienlandschaft können Werte und Identitäten geschaffen, können Debatten lanciert werden, welche gesamtgesellschaftlich relevant sind. Gewagt wäre ja wohl die Behauptung, dass eine einstmals kleinräumig organisierte und parteipolitisch ausgerichtete Presse eine soziale Wüste geschaffen hätte. Weder eine deutsch-welsche Sitcom, noch eine Rubrik wie "Voilà" noch die Simultanübersetzung der "Arena" ins Französische leisten mehr zum nationalen Zusammenhalt, als es andere Medien auch tun (von anderen Institutionen einmal abgesehen).

Wenn also die SRG ihre besondere Stellung innerhalb der Schweiz herausstreichen will, sollte sie eigentlich auf liebgewordene Floskeln verzichten. Denn zum einen ist ihr *Service public* nicht singular, und zum andern überspringt sie Röst- und Polentagräben nicht besser als andere Medien auch. Die magische Parole "Nur wir bieten für alle etwas" hat ihre Überzeugungskraft bloss dank dem Versprechen, jene zu bedienen, die der Markt vernachlässigt. Das sind etwa die älteren Personen oder die Bildungshungrigen. Doch der wichtigste Grund für die Existenz der SRG ist profan: der der Finanzierung eines Rundfunks in der Romandie und im Tessin – in jenen Landesteilen, die sonst medial fremdbestimmt würden.

Soweit sich der öffentliche Rundfunk noch von den Privaten unterscheidet, steht er aber vor einem weiteren Problem. Untersuchungen zeigen, dass er überdurchschnittlich von Personen genutzt wird, die über eine höhere Bildung und ein höheres Einkommen verfügen. Untere Schichten dagegen bevorzugen das Privatfernsehen. So erreicht also der öffentliche Rundfunk gerade mit den anspruchsvolleren Sendungen jene Bildungsschichten, die eigentlich schon "aufgeklärt" sein sollten. Die Schlechtergestellten finanzieren somit den Bessergestellten den Medienkonsum. Ist das gerecht? Natürlich bietet der öffentliche Rundfunk auch fürs "grosse" Publikum etwas. Doch in diesen Sparten sind die Differenzen zwischen öffentlichem und privatem Angebot längst geschrumpft. Die Schlechtergestellten kämen also in einem deregulierten Markt hinsichtlich medialer Versorgung ebenso gut weg. Die Bessergestellten hingegen müssten dann ihre weitergehenden Ansprüche via Pay-TV befriedigen.