

Das Ende der Bevormundung

GESETZLICHE VORSCHRIFTEN HABEN DIE BOULEVARDISIERUNG DER SRG-PROGRAMME NICHT VERHINDERT, ABER AUCH DEREN INTELLIGENTE ANPASSUNG AN DIE NEUEN VERHÄLTNISSE NICHT GEFÖRDERT. DER AUTOR PLÄDIERT FÜR EINE GESETZESREVISION, DIE MIT DEN TABUS DER SCHWEIZERISCHEN MEDIENPOLITIK BRICHT UND EINEN LIBERALEN, OFFENEN UND ZUKUNFTSFÄHIGEN FERNSEHMARKT SCHWEIZ SCHAFFT.

Alex Bänninger

Ein böser Befund Wilhelm Röpkes trifft auf die helvetische Medienpolitik peinlich genau zu, die Feststellung nämlich von der "Erniedrigung des Menschen zum Haustier im Staatsstall". Auf jeden Fall: unsere Medienfreiheit ist drastisch eingeschränkt. Das Radio- und Fernsehgesetz aus dem Jubiläumsjahr 1991 regelt mit akribischer Sorgfalt, zu welchen Bedingungen und mit welchen Auflagen ein schweizerischer Rundfunkveranstalter seine Programme gestalten muss.

KONFUSER "SERVICE PUBLIC"

Sie sollen beispielsweise, heisst es in Artikel 3, "zur freien Meinungsbildung, zu einer allgemeinen vielfältigen und sachgerechten Information der Zuhörer und Zuschauer sowie zu deren Bildung und Unterhaltung beitragen und staatsbürgerliche Kenntnisse vermitteln". Nicht genug damit: Radio und Fernsehen haben auch das Verständnis für andere Völker und das schweizerische Kulturschaffen zu fördern sowie das Publikum zur Teilnahme am kulturellen Leben anzuregen.

Die Umsetzung dieses vom Gesetzgeber pädagogisch beflissen ausgedachten Sammelsuriums hehrer Werte in konkrete Programme bleibt den Rundfunkveranstaltern überlassen. Die SRG nennt diesen Auftrag "Service public", ohne indessen jemals erfolgreich versucht zu haben, den Begriff nach innen verbindlich und nach aussen verständlich zu definieren.

In der Realität hat die SRG ihre Angebote zeitgeistgerecht boulevardisiert und dem Prinzip des Infotainment angepasst. Sie unterscheiden sich je länger desto weniger von den Programmen kommerzieller Sender. Diese Konvergenz scheint irreversibel zu sein. Das gilt nicht allein für die SRG, sondern auch für die privaten Radio- und Fernsehstationen.

ÜBERHOLTER NACHTWÄCHTERSTAAT

Die Folgerung ist erlaubt, dass unser Medienrecht von Idealen träumt, die im wesentlichen verhindern, worauf es heute im Markt ankommt: auf die Steigerung der Einschaltquoten. Kein Gesetzgeber wird diese Entwicklung stoppen können. Er soll es auch nicht. Denn unsere Tradition stipuliert das Credo der mündigen Bürgerinnen und Bürger. Der im Medienbereich etablierte Nachtwächterstaat ignoriert zudem, dass wir via Kabel und Parabolantenne Dutzende von ausländischen Programmen empfangen können, die sich einen Deut um die helvetischen Vorschriften kümmern.

Daran ändern auch die Kontrollgremien schlecht bezahlter Laien nichts, die die Heerscharen von Medienprofis straff am Zügel führen sollen. Aufsichtscommissionen sind ohnehin der Versuchung ausgeliefert, eher die Interessen der Mächtigen wahrzunehmen und weniger jene des Publikums. Begriffe wie Ausgewogenheit und Objektivität sind Disziplinierungsinstrumente gegen einen missliebigen, in

Akzent: Der Fernsehboom

der Tat jedoch unabhängigen Journalismus. Es empfiehlt sich, ein Wort Lord Northcliffs, des Gründers der "Times", zu bedenken: "Eine echte Nachricht ist nur, was irgend jemand irgendwo irgendwie vertuschen will; alles andere ist Reklame". Und der Frage Neil Postmans, ob wir "uns zu Tode amüsieren" sollen, sei die Frage Alois Hutters gegenübergestellt, "ob es vielleicht humaner wäre, die Menschen sich zu Tode langweilen zu lassen".

PUBLIKUMSORIENTIERTE KOMMUNIKATION

Bis 1790, bis knapp nach der Französischen Revolution also, war jede medial vermittelte Kommunikation ausnahmslos nach der Staatsräson streng geregelt. Seither läuft ein Mutierungsprozess von der staatsorientierten zur marktorientierten Kommunikation. Darum kann die Hoffnung nicht völlig vermessen sein, es mögen auch Regierung und Verwaltung der Eidgenossenschaft nach 209 Jahren den Emanzipationsschritt wagen zum Markt: das heisst zu den Menschen und ihren ureigenen Fernseh Wünschen.

VORBILDICHE PRINTMEDIEN

Das Fernsehangebot hat im Verlaufe der letzten Jahre den Vorzug der Pluralität gewonnen und die Notwendigkeit verloren, über eine staatliche Heissluft-Maschinerie gesteuert zu werden. Bei den Printmedien sind wir mit der Bereitschaft zum unternehmerischen Risiko gut gefahren. Für jedes Thema und auf jedem Niveau werden wir mit mehr Zeitungen, Zeitschriften und Büchern bedient, als wir jemals zu lesen vermögen.

Ertönt hier das Hohelied auf die ungebremste freie Marktwirtschaft? Nein. Auch die Medien müssen sich an ethische Regeln halten. Die Frage ist nur, wer sie aufstellen soll: der Staat oder die Medien selber. Keine der beiden Lösungen bringt ausschliesslich Vorteile. In einer liberalen Optik wird aber klar die Selbstverantwortung zu bejahen sein. Ein demokratischer Staat, der sich strukturell und inhaltlich um Presse, Radio und Fernsehen kümmert, gerät in heillosen Konflikt mit seiner ureigensten Pflicht, nämlich die Medienfreiheit zu gewährleisten.

LIBERALE MARKTGESTALTUNG

In Medienkreisen und in der Politik wächst die Überzeugung, es sei unumgänglich das Radio- und Fernsehgesetz zu revidieren. Der Schlüssel könnte greifbar sein zu einem liberalen, offenen und zukunftsfähigen Fernsehmarkt Schweiz. Das Gebot lautet, den bis in die inhaltlichen Details reichenden Konzessionierungszwang zu beseitigen

und sich mit rein technischen Vereinbarungen für die Programmverbreitung zu begnügen. Das gesetzlich konstruierte Bewilligungs- und Kontroll-Labyrinth muss abgebrochen werden. Wenn Werbeauflagen überhaupt sinnvoll sein können, dann künftig nur solche, die europakompatibel sind und die schweizerischen Sender gegenüber ausländischen nicht benachteiligen.

Die Weiterführung der Gebührenpflicht ist unvoreingenommen unter die Lupe zu nehmen. Zeitgemäss wäre es, die Gebühren als historisch überholt zu eliminieren und lediglich zwei Finanzierungsmodelle vorzusehen, nämlich einerseits Werbung und Sponsoring und andererseits das Pay-per-View, also ein vom Publikum zu bezahlender Preis für das effektiv genutzte Programm.

FAIRE CHANCEN

Die SRG baut ihre Programme aus. Mit dem "Radio-Magazin" hat sie sich auch bereits im Printsektor engagiert. Das Internet wird folgen. Genauso entwicklungsbereit halten sich die Verlagshäuser. Sie dehnen ihre Aktivitäten auf die elektronischen Medien aus. Der konsequente Wandel zum Allmedien-Unternehmen zeichnet sich ab.

Aber warum soll die SRG in diesem Prozess mit dem weitgehenden Rechtsschutz ihrer Existenz und mit den Dreiviertel des Budgets sichernden Gebühren staatlich so enorm privilegiert werden? Die Legitimation ist abhanden gekommen. Oder liegt eine Rechtfertigung weiterhin darin, dass die SRG die französischen, italienischen und rätoromanischen Minderheiten mit Programmen versorgt? Daraus ist kein Anspruch abzuleiten, auf alle Ewigkeit die heutige Gebührenordnung beizubehalten. Ihre dringliche Überprüfung muss auf dem Prinzip basieren, dass sich die Medien aus eigener Kraft zu finanzieren haben. Ausnahmen sind neu und sorgfältig zu begründen. Die nostalgische Pflege der Traditionen trübt den Blick für neue Entwicklungen und ihre Chancen.