Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (2000)

Heft: 2

Artikel: Service public ist eine Fiktion

Autor: Wanner, Peter

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-790814

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Peter Wanner

Service public ist eine Fiktion

7 Thesen zur Radio- und Fernsehpolitik in der Schweiz

These I
Die schweizerische E-Medienpolitik (Radio und TV) hat Schiffbruch erlitten.

Nach dem schnellen Aus der Nachrichtensendungen von TV 3 und RTL/Pro7 Schweiz muss man dieses vorläufige, wenig schmeichelhafte Fazit ziehen. Schon nach einem halben Jahr gaben die Fernsehverantwortlichen von TV 3 und RTL/Pro7 entnervt auf, nachdem die Fernsehzuschauer gar nie richtig hingeguckt hatten, es vorzogen, der Tagesschau und «10 vor 10» treu zu bleiben. Rund 100 Arbeitsplätze mussten abgebaut, Journalistinnen und Journalisten entlassen werden, weil die Erwartungen sich nicht erfüllten, die Kosten davonliefen und nicht genug Einnahmen hereinkamen.
Zieht man in Betracht, dass Roger Schawinski mit seinem Fernsehprojekt Tele 24 – gewollt oder ungewollt – Anlehnung suchte bei einer Grossbank, zieht man weiter in Betracht, dass manche lokale Fernsehstation ums Überleben, zumindest mit roten Zahlen zu kämpfen hat, ist zu fragen: Hat dies der Gesetzgeber, haben Bundesrat und BAKOM dies wirklich so gewollt? Beabsichtigt hatten sie doch etwas anderes: Liberalisierung, Marktöffnung, Aufhebung des SRG-Monopols und damit den freien Wettbewerb.

Warum hat's nicht funktioniert? Was lief hier falsch?

Lag's am Konzept der Nachrichtensendungen? Beging man sträfliche Fehler, etwa indem man glaubte, ohne beliebte Vorabend-Serien auskommen zu können? War das Marketing ungenügend? Oder ist der Deutschschweizer TV-Markt für so viele Anbieter schlicht zu klein?
Es sind sicher verschiedene Gründe, die zum Debakel der noch vor wenigen Monaten hochgejubelten Fernsehprojekte geführt haben. Aber ein Hauptgrund darf nicht ausser Acht gelassen werden: Die vom Staat gesetzten Rahmenbedingungen haben den Wettbewerb von Anfang an verfälscht und erschwert. Man hatte die bestehende Rundfunkordung gelockert – nach dem Motto: «Wir wollen ein bisschen Wettbewerb zulassen, aber ja nicht zuviel, sonst könnte es der SRG schaden.»
Diese notorische Sorge oder, je nach Standpunkt, die Auflage, der SRG ja nicht weh zu tun, lähmt die schweizerische Radio- und Fernsehpolitik seit Jahren. Man kann aber den Pelz nicht waschen, ohne ihn nass zu machen. Mit anderen Worten: Ohne die SRG in ihre Schranken zu weisen, lässt sich keine vernünftige E-Medienpolitik entwickeln. In England und in Deutschland jedenfalls hat der Staat mehr Mut bewiesen. Er hat eine Liberalisierung, die diesen Namen verdient, zugelassen und deutlich bessere Rahmenbedingungen für die elektronischen Medien geschaffen. Dort herrscht echter Wettbewerb.
In der Schweiz hingegen steht die SRG unter Denkmal- und Heimatschutz zugleich. Sie betreibt neuerdings ja selber mit der idée suisse Heimatschutz. Das Gebührenprivileg ist in weiten Kreisen sakrosankt, und ebenso selbstverständlich ist, dass die Privaten für die Abbruch- und Entsorgungskosten ihrer hochfliegenden Fernsehpläne aufkommen. Die SRG lacht sich ins Fäustchen und für den Spott und die Schadenfreude ist auch gesorgt.

These II
Die schweizerische Radio- und Fernsehordnung ist ungerecht und unfair.

Ungerecht ist sie, weil das Gebührenmonopol der SRG gesetzlich verankert ist und die privaten Veranstalter leer ausgehen. Dies widerspricht dem Gebot der Chancengleichheit. Wenn die SRG auf einem Gebührenberg von einer Milliarde Franken sitzt und die privaten Fernsehveranstalter nicht einmal Brosamen kriegen, dann sind die Spiesse wahrhaftig nicht gleich lang. Da wird das Spiel David gegen Goliath inszeniert, Schawinski gegen die SRG, und gar manche finden es lustig.
Unfair ist die bestehende schweizerische Radio- und Fernsehordnung, weil die Ausgangslage im Werbemarkt nicht die gleiche ist. Obwohl zwar für alle der Zugang zu Werbung und Sponsoring grundsätzlich frei ist und somit scheinbar Chancengleichheit besteht, wird der Wettbewerb durch das Gebührenmonopol der SRG zum vorneherein verfälscht. Die SRG hat von Start weg einen Vorsprung und somit die besseren Bedingungen. Mit einer Milliarde Gebühren im Rucksack kann sie viel bessere Programme produzieren, sie kann im Poker um Fernsehrechte jeden privaten Anbieter locker übertrumpfen. Damit holt sie mehr Zuschauerinnen und Zuschauer ab, erzielt höhere Einschaltquoten und bessere Werberatings. Von Chancengleichheit keine Spur.

These III
Service public ist eine Fiktion

Die SRG beruft sich auf den Service public, den sie als Leistungsauftrag erbringen will. Doch der Begriff des Service public ist schwammig, es kursieren zig Definitionen, sodass niemand genau weiss, was Service public ist und sein soll. Es ist eine Worthülse, die beliebig mit Inhalt gefüllt werden kann. Und wenn wir die Realität anschauen, ist Service public eine Fiktion.

Für ein Medienunternehmen heisst Service public in erster Linie: Informationen erbringen. Medien, elektronische und Print-Medien, sammeln, recherchieren, selektionieren, verarbeiten, redigieren, gestalten und transportieren Informationen. Das ist ihre ureigenste Aufgabe. Ob Kultur und Bildung auch dazugehören? Dies kann, aber muss nicht sein. Dafür gibt es geeignetere Anstalten und Institutionen, zum Beispiel Hochschulen. In diesem Zusammenhang wird man den Eindruck nicht los, das heutige Kultur- und Bildungsengagement der SRG, eine Verpflichtung aus dem Leistungsauftrag, verkomme immer mehr zu einem Feigenblatt.

Aus einer konsequent liberalen Sicht ist das Gebührenmonopol allein schon deswegen nicht haltbar, weil es sich unter keinem Titel mehr rechtfertigen lässt. Im Zeitalter des Internet – daran haben wir uns bereits gewöhnt – ist Information gratis. Das Gebührenmonopol der SRG wirkt im 3. Jahrtausend wie ein Anachronismus.

Natürlich kann man für die Verbreitung von Informationen etwas verlangen und daraus ein Geschäft machen. Aber der Konsument soll freiwillig dafür bezahlen und nicht zwangsverpflichtet werden. Warum darf die SRG für ihren Service public Gebühren verlangen, andere hingegen nicht? Alle Medienunternehmen erbringen doch letztlich einen Service public, bringen für die Öffentlichkeit relevante Informationen, sowohl im überregionalen wie im lokalen Bereich.

Warum bekommt beispielsweise die NZZ für ihren Service public keine Gebühren? Sie erbringt doch in viel höherem Masse einen Service public im Sinne von Information, Kultur und Bildung als die SRG. Armin Walpens Leistungskatalog für den Service public der SRG SSR idée suisse – es sind insgesamt 11 Punkte, von der Abbildung der schweizerischen Wirklichkeit über die Solidarität in der Gesellschaft bis zur publizistischen Ethik (NZZ, 27. 3. 1999) – würde von der NZZ tadellos erfüllt. Also gebt endlich der NZZ Gebühren!

Selbst ein lokaler TV-Sender liefert vergleichsweise mehr Service public. Nehmen wir ein naheliegendes Beispiel: Die AZ Medien Gruppe mit der Aargauer Zeitung, mit Radio Argovia und Tele M1 hat sich zum Ziel gesetzt, die aargauische Identität und das aargauische Selbstbewusstein zu stärken und eine Klammer zu bilden für den Kanton der Regionen. Wahrscheinlich tragen wir zum inneren Zusammenhalt des Kantons Aargau mindestens soviel bei wie die SRG zum Zusammenhalt der Eidgenossenschaft. Gemessen am Gewicht und an der Grösse des Kantons müssten wir daher für unseren Service public mindestens 50 Millionen Franken Zwangsgebühren erhalten.

Unter Peter Schellenberg hat sich die SRG als nationale Anstalt immer mehr zu einem Unterhaltungssender entwickelt. Dies ist weiter nicht schlimm und findet sogar den behördlichen Segen, ist doch Rundfunk heute nach Bundesrat Leuenberger in erster Linie ein Unterhaltungsmedium. Und zweifellos trifft auch die jüngste Aussage von Beni Thurnheer zu: «Je tiefer das Niveau einer Sendung, desto höher die Einschaltquoten.»

Die SRG macht heute professionelles Boulevardfernsehen mit guten Informationssendungen. Es sei auch nicht bestritten, dass SF DRS 1 und SF DRS 2 besser geworden sind – dank Wettbewerb und nicht dank einem irgendwie formulierten Leistungsauftrag. Die Kulturabteilung wurde zwar zum Leidwesen vieler kulturell und intellektuell Interessierter abgeschafft, dafür sind Dieter Moor und Frank Baumann gekommen. Jetzt führt man die Kulturabteilung mit der Berufung von Iso Camartin wieder ein, weil man gemerkt hat, dass es politisch gefährlich ist, mit dem Leistungsauftrag so geringschätzig umzugehen.

These IV
Das SRG-Gebührenmonopol ist ein alter Zopf und im Internet-Zeitalter nicht haltbar.

Störend ist vor allem, dass der Konsument für etwas bezahlen muss, das er vielleicht gar nicht nutzen will. Wir zahlen nämlich Gebühren, gleichgültig, ob wir uns SF DRS 1 oder SF DRS 2 ansehen oder nicht. Wir bezahlen sie deshalb, weil wir einen Fernsehapparat im Wohnzimmer haben. Das ist etwa so, wie wenn wir Gebühren bezahlen müssten für einen PC, den wir gar nicht benutzen.

Wenn schon Gebühren, dann müssten diese nutzungsabhängig gestaltet werden. Es ist beim besten Willen nicht einzusehen, warum jemand Gebühren bezahlen muss, wenn er sich über Tele 24 informiert und vielleicht noch über das ZDF und bewusst auf die Informationskost der SRG-Sender verzichtet.

Interessant wird sein, ob jemand, der über Internet Radio und Fernsehen konsumieren will, dann auch Gebühren bezahlen muss. Und wie das allenfalls kontrolliert werden soll. Wir haben die Deregulierung des Marktes für Telekommunikation erlebt, wir erleben jetzt die Deregulierung des Strommarktes – wann erleben wir die Deregulierung des Medienmarktes?

Im Zeitalter des Internet und des Pay TV ist die zwangsweise Eintreibung von Gebühren ein alter Zopf. Die Legitimationsbasis für den Service public ist brüchig geworden, weil letztlich alle Medien mehr oder weniger einen Service public erbringen. Von der SRG, ihrer Lobby und ihren publizistischen Trabanten wird zwar fieberhaft an einer Legitimationsbasis gezimmert und eine Verteidigungsideologie aufgebaut, doch die vorgetragenen Begründungen sind wenig stichhaltig.

These V
«Idée suisse» ist eine gute Marketing-Idee, aber keine Legitimation für Gebühren.

Offensichtlich hat die SRG gemerkt, dass sie mit dem Service public allein den Anspruch auf das Gebührenmonopol nicht mehr lange aufrecht erhalten kann. Sie ist daher mit ihren Werbeberatern auf die raffinierte Idee gekommen, sich mit der «idée suisse» eine neue Legitimation für das Gebührenmonopol zu verschaffen. Das ist eine gute Marketing-Idee, die mit viel Werbeaufwand unter die Leute gebracht wor-

den ist, aber sie ist keine Legitimation für das Eintreiben von Gebühren.

Die idée suisse will suggerieren: Die SRG als staatstragende Institution hält die Schweiz zusammen, bildet eine Klammer für die Schweiz. Ohne SRG würde die Schweiz auseinanderfallen, gäbe es bald keine Schweiz mehr. Das leuchtet nach der «Röstigraben»-Diskussion unmittelbar ein und fast jedes Politiker-Herz schlägt höher. Wer will denn schon die Schweiz abschaffen?

Mit gleicher Begründung könnten indes alle anderen staatstragenden Institutionen ebenfalls Gebühren verlangen. Die Post und die SBB – die machen das ja schon. Und wie wär's mit den politischen Parteien? Die halten die Schweiz und ihre Landesteile doch auch zusammen. Und warum darf beispielsweise ein Medienkonzern wie Ringier nicht Gebühren erheben? Schliesslich bietet er seine Produkte und Informationsleistungen auch im Welschland und im Tessin an und unterhält überdies einen staatstragenden, wenn auch selbsternannten Mentor und Sonntags-Kolumnisten mit Rundum-Blick.

Wenn die idée suisse gebührenpflichtig ist, empfehle ich Roger Schawinski, sofort eine Senderfiliale im Welschland und im Tessin zu errichten.

Seitens der SRG wird man einwenden, ohne Gebühren liesse sich weder das Welsche noch das Tessiner Fernsehen finanzieren. Dagegen ist Einspruch zu erheben: Auch ein Welsches Fernsehen, ob auf privater oder gemischtwirtschaftlicher Basis, könnte ausschliesslich mit Werbung finanziert werden. Das Beispiel Tele 24 zeigt es.

Und was das Tessiner Fernsehen betrifft, entwickelt selbst die SRG eine Expansionsstrategie Richtung Norditalien, damit mehr Werbegelder erschlossen werden können. Falls die Finanzierung über Werbung im Tessin nicht ausreicht, müsste der Kanton zu Hilfe kommen und die Informationsleistung als Service public direkt entschädigen. Dies wäre auf jeden Fall sinnvoller als die gesamte Schweizer Bevölkerung nur wegen des nicht kostendeckenden Tessiner Fernsehens zur Kasse zu bitten.

These VI
Die Initiative auf Abschaffung der SRG-Gebühren muss kommen, damit eine neue Medienordnung möglich wird.

Die Armeeabschaffungs-Initiative der GSoA führte seinerzeit nicht zur Abschaffung der Armee. Die Initianten gaben sich auch nicht der Illusion hin, dass dies auf Anhieb möglich sein würde. Vielmehr verfolgten sie die Absicht, die Armee unter Druck zu setzen, die Institution Armee zu thematisieren und einen Reformprozess einzuleiten. Heute ist die Armee nicht abgeschafft, dafür auf dem Weg, schlank und effizient zu werden; sie ist bald auf die Hälfte reduziert – ohne Armee-Halbierungsinitiative. Ähnliche Ziele müsste eine Gebührenabschaffungs-Initiative verfolgen. Die SRG würde eine solche Attacke überleben, aber vielleicht wäre sie am Ende viel schlanker und effizienter und müsste nicht andauernd die Gebühren erhöhen.

An sich müssten die Konsumentenschutzorganisationen eine solche Initiative starten. Auch die Linke müsste hier initiativ werden und sich profilieren als Kämpferin gegen Monopole und Kartelle. Beide Organisationen werden sich aber hüten. Lieber wollen sie die SRG erhalten, weil diese in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten ihnen gegenüber eine tendenziell wohlwollende Berichterstattung betrieben hat. Und Christoph Blocher kann sich als Quotenjäger der Freitags-«Arena» auch nicht über mangelnde Bildschirmpräsenz beklagen, also wird er vorderhand medienpolitisch nichts unternehmen.

So besteht denn die Gefahr, dass die Initiative für die Abschaffung der SRG-Gebühren politisch aus der falschen Ecke kommt, nämlich ausgerechnet aus dem Tessin, lanciert von der Lega Ticinese, von den Nationalräten Bignasca und Maspoli.

Man muss der SRG im übrigen neidlos zubilligen, dass sie mit viel Diplomatie und Charme eine raffinierte Umarmungsstrategie betreibt. Niemand will es richtig mit der SRG verderben. Keine politische Partei, kein Politiker, denn er oder sie müssten befürchten, von der SRG geschnitten zu werden.

Im Parlament verfügt die SRG über eine starke Lobby, in der Verwaltung über einen starken Anhang. Selbst die grossen Medienunternehmen in der Schweiz haben sich mit der SRG arrangiert. Die Basler Mediengruppe, Ringier und die NZZ dürfen auf Kosten der SRG Presse-TV machen. Die Abnahme des geschäftlichen Risikos durch die SRG führt zu einer seltsamen Loyalität dieser Medienunternehmen, die sich selbst in den Zeitungsspalten niederschlägt. So hat gerade die NZZ, wie uns scheint, in der Medienberichterstattung etwas von ihrer Objektivität und medienpolitischen Unschuld verloren.

Wenn aber der Druck aus dem Lager der Medien nicht kommt, die Parteien in dieser Frage verzagt und kleinmütig bleiben und sich niemand mit der SRG anlegen will, muss der Bundesrat Mut beweisen und die Führungsinitiative ergreifen. Es ist ja auch denkbar, die Radio- und Fernsehordnung von oben herab zu ändern, damit sie demokratischer, gerechter und für alle Beteiligten akzeptabler wird.

These VII
Ideal wäre das BBC-Modell: Die Gebühren der SRG, die Werbung den Privaten.

Ob und wann die Gebührenabschaffungsinitiative kommt, muss hier offen bleiben. Aus unserer Sicht muss sie kommen, weil nur so politischer Druck entwickelt werden kann. Aber vielleicht haben Bundesrat und Parlament bei der anstehenden Revision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) ein Einsehen und lenken auf eine sinnvolle Kompromisslösung ein. Sie lautet in einem Satz: Die Gebühren der SRG, die Werbung den Privaten.

Aus ordnungspolitischer Sicht wäre diese Lösung klar die beste. Die SRG müsste auf Werbung und Sponsoring verzichten, dafür bekäme sie weiterhin allein die Gebühren. Es wäre ein Abschied von der Fünfer-und-Weggli-Politik. Ohne Werbung könnte sie ihren Leistungsauftrag wesentlich besser erfüllen und würde sich nicht dauernd in programmliche Widersprüche verstricken. Sie müsste nicht permanent auf Einschaltquoten schielen, könnte mehr anspruchsvolle kulturelle Sendungen und Beiträge für Minderheiten ausstrahlen. Auf der anderen Seite kämen die Privaten zu mehr Einnahmen. Der Wettbewerb zwischen gebührenfinanzierten und werbefinanzierten Sendern begänne zu spielen.

Dieses duale System funktioniert in England zwischen der BBC und den Privatsendern bestens und es funktioniert auch in der Schweizer Radioszene zur Zufriedenheit aller Beteiligten. Es ist daher nicht einzusehen, warum man im Bereich des Fernsehens nicht den Mut zu einer solchen Lösung hat. In Deutschland funktioniert das duale System zwischen öffentlich-rechtlichen Sendern und privaten Sendern ebenfalls besser als in der Schweiz, weil dort die Werbeeinschränkung für die öffentlich-rechtlichen Sender viel stärker ist. Aber selbst das deutsche Modell wird in der Schweiz kaum oder allenfalls nur zaghaft diskutiert.

Statt dessen gibt es Vorstellungen, wie man am Gebührenkuchen der SRG ein bisschen knabbern und naschen könnte. Vor einer solchen Brosamenpolitik ist zu warnen. Es gäbe wie bei der Landwirtschaftspolitik ein ewiges Seilziehen um Subventionen. Und nach einem unerquicklichen Gerangel müsste am Ende eine Behörde entscheiden, wer wieviel Gebühren bekommen soll und welche Kriterien gelten sollen. Vielleicht ist es der innige Wunsch von einigen Politikern, sich hier in Szene setzen zu können, aber es wäre mit Sicherheit der falsche Weg.

Die gesetzliche Ordnung für die elektronischen Medien Radio und Fernsehen sollte ordnungspolitisch einfach und klar sein, für alle Marktteilnehmer fair. Davon sind wir im Moment meilenweit entfernt.

Peter Wanner ist Verleger der AZ-Medien in Baden.