

Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Band: 97 (2017)
Heft: 1052

Artikel: Keine Panik!
Autor: Grob, Ronnie
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-736627>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 19.10.2024

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

6 Keine Panik!

Man traut dem Bürger nicht mehr zu, ohne öffentliches Radio und Fernsehen vernünftige Entscheide treffen zu können. Eine Widerrede.

von Ronnie Grob

Die Volksinitiative «No Billag» sieht sich einer gewaltigen Opposition der tonangebenden Bevölkerung gegenüber: der Bundesrat lehnt sie ab, und mit grosser Mehrheit auch die beiden Kammern des Parlaments. Von den nationalen Parteien unterstützt sie bisher nur die Unabhängigkeitspartei «up», die seit Gründung bei allen Wahlen erfolglos angetreten ist. Die Beobachter der Lage, insbesondere jene von bürgerlicher Seite, sind sich sicher, dass sie an der Urne nicht nur scheitern, sondern untergehen wird; die Frage sei nur, ob die Ablehnung eher 70 oder eher 90 Prozent betrage.

Doch was, wenn die Bürger stattdessen ihre Finanzlage und ihre Gewohnheiten stärker gewichten? Denn für alle, die finanziell knapp kalkulieren müssen und/oder gar keine SRG-Programme konsumieren, bietet sich die einmalige Chance, mehrere Hundert Franken jährlich zu sparen und/oder anders auszugeben. Sie können mit diesem Betrag ein Jahresabo einer Print- oder Online-Zeitung lösen oder ein Zweijahresabo des «Schweizer Monats». Sie können sich ein ganzes Jahr lang Netflix und Spotify leisten. Oder sie kaufen sich einen neuen Küchentisch, buchen eine Woche Ferien am Strand oder verbringen ein Wochenende in einem anständigen Hotel. Vor die Entscheidung gestellt, eine bewährte Lösung beizubehalten oder die Unterstützung komplett zu kappen, werden jedoch viele, wenn auch widerwillig, die SRG weiter finanzieren.

Masslose Expansion unter Walpen und de Weck

Wie auch immer die Sache ausgeht: die radikale Initiative ist eine Reaktion auf die Ära von SRG-Generaldirektor Roger de Weck von 2011 bis 2017, der den von seinem Vorgänger Armin Walpen ab 1996 eingeleiteten masslosen Expansionskurs der SRG nahtlos fortführte: neue Sender, neue Verbreitungswege, neue Geschäftsfelder. 2016 erhielt die SRG einen Gebührenanteil von 1218 Millionen Franken. Noch 1995, also vor de Weck und Walpen, betrug der Gebührenanteil 808 Millionen Franken: zwei Drittel des heutigen Betrags.

Mitverantwortlich für das rasante Wachstum ist die Vorsteherin des UVEK seit 2010, CVP-Bundesrätin Doris Leuthard. Mit einem opportunistischen, ja populistischen Schachzug verspricht

sie den einzelnen Haushalten grossherzig, ihre Kosten auf 365 Franken pro Jahr zu senken. Und bittet im Gegenzug eine Gruppe zur Kasse, die mit Radio und Fernsehen gar nichts zu schaffen hat: die Grossunternehmen. Sie müssen neu jedes Jahr von 910 Franken bei einem Umsatz zwischen einer und fünf Millionen Franken bis zu 35 590 Franken bei einem Umsatz von mindestens einer Milliarde Franken bezahlen¹. Economiesuisse, der Verband, der die Interessen dieser Grossfirmen vertritt, lehnt die No-Billag-Initiative dennoch ab: «Der Service public erfüllt wichtige demokratiepolitische Funktionen, die zur politischen Stabilität und zur Standortattraktivität der Schweiz beitragen.»²

Neue Kooperationen mit Staatsfirmen wie der Swisscom und Boulevardverlagen wie Ringier sind der bisherige Höhepunkt des Wildwuchses der SRG: das Werbenetzwerk Admeira konkurrenziert private Anbieter auf unfaire Weise in ihrem kommerziellen Kerngeschäft. Die bisherige Zulassung von Admeira ist ein ordnungspolitischer Sündenfall wie aus dem Lehrbuch – ein neuartiges Konglomerat, das ohne jeden erkennbaren Auftrag in der Bundesverfassung oder der Konzession geschäftet.

Was gestern noch als verblödend galt, soll heute unverzichtbar sein

Dem neuen Generaldirektor Gilles Marchand bietet sich nun die Chance, dieser Expansionsstrategie Einhalt zu gebieten und die SRG zurückzuführen auf ihren demokratierelevanten Kernauftrag: Information, Bildung und Kultur in vier Landessprachen, und – so schlägt es das neue Mediengesetz vor – auf den verschiedensten Verbreitungswegen. Mit dem Unterhaltungsauftrag in der Bundesverfassung haben die SRG-Programme zwar nach wie vor das Placet der Politik, auch Zerstreuung zu produzieren. Man sollte sich jedoch daran erinnern, dass der Auftrag zur Unterhaltung durch Radio und Fernsehen aus dem Jahr 1984 stammt, einer Zeit ohne Internet, in der das Privatfernsehen just am Anfang stand. Das Parlament ist deshalb gefordert, den Unterhaltungsauftrag für die SRG – mit Sicherheit keine Staatsaufgabe – aus Verfassung und Konzession zu streichen. Gleich nach dem No-Billag-Abstimmungstermin wird es an der Zeit sein, die Debatte über Ausmass und Auftrag von Service public und Medien-

förderung grundsätzlich zu führen. Anlass dafür wird das von der Verwaltung angestrebte neue Mediengesetz sein.

Bemerkenswert im Hinblick auf diese Debatte ist der Diskurswandel: Galt der Fernsehkonsum vor dreissig Jahren noch als gefährlich verblödend, so traut man dem Bürger heute nicht mehr zu, ohne öffentlich-rechtliches Fernsehen und Radio vernünftige Entscheidungen treffen zu können. Bei einer Annahme, so ist aus den Voten der Initiativgegner herauszuhören, bricht die Schweiz auseinander: es wird keinen Zusammenhalt mehr geben, das demokratische Staatswesen steht vor dem Aus. Man fragt sich unwillkürlich: wie bloss hat die Schweiz vor 1931 funktioniert, als es noch keine SRG gab? Nicht schlecht, könnte man behaupten: die einzigartigen Volksrechte Fakultatives Referendum (1874) und Volksinitiative (1891) fanden in einer Zeit in die Bundesverfassung, als der 1848 gegründete Bundesstaat noch jung war, Radio und Fernsehen noch nicht erfunden. Selbst als die verschiedensprachigen Landesteile kaum technische Mittel hatten, um miteinander zu kommunizieren, ist die Schweiz nicht auseinandergebrochen. Sollte das heute, wo Informationen und Kommunikationsmöglichkeiten zuhauf vorhanden sind und die Mobilität jährlich zunimmt, eher der Fall sein? Nein. Die Schweiz existiert auch in Zukunft aufgrund des Willens der Landesteile, aller individuellen Unterschiede zum Trotz einen Staat zu bilden.

Es sind stattdessen vor allem Politiker, Staatsangestellte und die Subventionsempfänger, denen die SRG-Kanäle als Publikationsplattform gefallen. Über die täglich neu hingestreckten SRF- und RTS-Mikrofone können sie sehr bequem eine grosse Medienöffentlichkeit erreichen und müssen sich darüber hinaus auch nicht selbst um den Medienwandel kümmern und sich fragen, wie sie ihre Wähler künftig erreichen. Radio und Fernsehen, ja, auch die Printpresse, sind bequeme Propagandaplattformen, die – anders als etwa das Internet – keine Rückmeldemöglichkeiten vorsehen. Nicht von der SRG profitiert dagegen der einzelne, in der Privatwirtschaft tätige Bürger. Anders als etwa auf Privatsendern wie Tele Züri kommt er nicht nur kaum je vor. Seine Handlungen und Aussagen werden auch besonders kritisch begutachtet. Vor allem dann, wenn sie sich von den vom Juste Milieu gerade akzeptierten Meinungen abheben.

Restrukturierungsaufgabe der Privaten

Die Redimensionierung des gebührenfinanzierten Medienmonopolisten zu einem privaten Medienunternehmen wäre nicht nur eine neue Chance für die SRG selbst, sondern auch eine für alle anderen privaten Medienanbieter. Es ist zwar richtig, dass sich der Kampf um die Aufmerksamkeit in den kostenlos empfangbaren Medien weiter zuspitzen wird. Der Wegfall des unfairen Wettbe-

werbsvorteils eines grossen, mit jährlich 1,2 Milliarden Franken unterstützten Konkurrenten bedeutet aber auch, dass Werbegelder neu verteilt werden. Gut möglich, dass in der Folge auch Bezahlmodelle von Privaten einen neuen Schub erhalten. Letztere ermöglichen Inhalte, die nicht in erster Linie auf die Erzielung hoher Quoten und Klicks ausgerichtet sind, sondern darauf, den Abonnenten auf längere Frist mit einem Medienangebot zufriedenzustellen.

Einige etablierte Medien und Verlage tun sich nach wie vor schwer, dem Medienwandel mutig ins Auge zu sehen und sich radikal zu erneuern, zu verjüngen und zu restrukturieren. Der Niedergang jener, die ihre Restrukturierungsaufgaben nicht erledigen, wird beschleunigt weitergehen, während neue Leitsterne am Horizont aufgehen. Das Crowdfunding-Projekt «Republik» etwa hat 13 845 Personen dazu gebracht, für 240 Franken ein Jahresabo für das Jahr 2018 zu lösen. Das US-amerikanische Unternehmen Netflix, das Filme, Serien und Dokumentationen inklusive vieler hochqualitativer Eigenproduktionen anbietet, startet international durch: der Aktienkurs hat sich seit 2015 vervierfacht. Privatwirtschaftliche soziale Medien wie Facebook, Twitter, YouTube und viele mehr schaffen derweil neue Foren mit neuen Inhaltsproduzenten und neuen Meinungsführern.

Allem Medienwandel zum Trotz kommt man nicht umhin, zu konstatieren, dass die Medienlandschaft der kleinräumigen Schweiz ausserordentlich vielfältig ist. Um die wenigen Leser rund um das aus internationaler Sicht winzige Städtchen Basel etwa buhlen privat finanzierte Zeitungen aus drei verschiedenen Verlagen: die «Basler Zeitung», die «Basellandschaftliche Zeitung» und die «Tageswoche», hinzu kommen etliche Online-Angebote. Das ist ein grosser Luxus und ein Ausnahmefall, der wohl kaum für alle Anbieter eine wirtschaftlich tragfähige Zukunft haben wird. Die Forderung, in jeder Schweizer Kleinstadt müsse es mindestens drei verschiedene Tageszeitungen geben, scheint mit dem Medienwandel unrealistisch geworden. Es wäre stattdessen besser, es gäbe schweizweit mehr schlagkräftige Verlage in unterschiedlichem Besitz, die sich in ihrer politischen Ausrichtung grundsätzlich voneinander unterscheiden. Medienvielfalt könnte auch bedeuten, dass nicht alle Medienproduzenten in Zürich ansässig sind, sondern die Regionen und Sprachregionen aus ihnen heraus beliefern. Am Ende obliegt es in einer Demokratie jedenfalls dem Bürger, zu entscheiden, welches Medienprodukt seine Nachfrage am besten befriedigt und welches nicht. Wer gelassen auf die Marktkräfte vertraut und überzeugt ist, am besten selbst mit seinem Medienbudget umzugehen, wird «No Billag» zustimmen, die anderen werden ablehnen. Beides ist legitim, aber: Die Schweiz wird auch bei einem «Ja» nicht zusammenbrechen. ◀

¹ <https://www.uvek.admin.ch/uvek/de/home/uvek/medien/medienmitteilungen.msg-id-68454.html>

² <https://www.economiesuisse.ch/de/artikel/selbstbestimmungs-und-no-billag-initiative-economiesuisse-fasst-2x-nein-parole>

Ronnie Grob

ist Redaktor dieser Zeitschrift. Er lebt in Zürich.