

# Digitale Enttäuschung

Autor(en): **Hoffmann, Christian P.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **97 (2017)**

Heft 1043

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-736430>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

FREIE SICHT

## Digitale Enttäuschung

**51** Prozent der Deutschen sind der Ansicht, dass es ein Bundeswahrheitsministerium geben sollte – so das Ergebnis einer aktuellen YouGov-Umfrage unter 2038 Bürgern. Ausgerechnet eine Mehrheit der Deutschen, die in ihrer Geschichte jede erdenkliche Form des Totalitarismus ausprobiert haben, wünschen sich also im Jahr 2017, dass der Staat für sie

«wahre» und «unwahre» Nachrichten sortiere.

Nun gut, könnte man sagen, das sind halt die Deutschen. Und doch lässt sich die haarsträubende Meldung in einen Trend einordnen. Denn zunehmend führt der Siegeszug digitaler Medienplattformen zu verunsicherten Rufen nach der ordnenden Hand des Staates im Nachrichtengeschäft: Nahezu zeitgleich mit der Orwell'schen Meldung aus Deutschland wird in der Schweiz eine durch den Bund finanzierte Studie der TA-Swiss veröffentlicht, die eine Erweiterung der direkten staatlichen Medienförderung fordert. Die Digitalisierung, so der Tenor, gefährde etablierte journalistische Geschäftsmodelle, eine Sicherung der Medienqualität sei ohne Subventionen künftig nicht mehr möglich.

Dies- wie jenseits des Rheins geht man also einig: Ohne Staat verbreiten die Medien nur noch Unsinn. Und schuld ist: die Digitalisierung. Also auch: die Bürger. Denn glaubt man den Experten, nutzen diese das breiteste Medienangebot der Menschheitsgeschichte offenbar vor allem für den Konsum von Schund. «Lügenpresse» sozusagen, aber immerhin mundgerecht. Bittere Ironie: das grosse Versprechen der Digitalisierung war stets die «Demokratisierung» der Medien. Nie zuvor war es so leicht, Informationen und Meinungen zu erhalten und zu teilen. Nie zuvor war der Medienmarkt so offen wie heute. Und dennoch: anstelle eines Freiheitsgewinns könnte am Ende eine beispiellose Ausweitung staatlicher Macht im Mediensektor stehen.

---

### Christian P. Hoffmann

ist Professor für Kommunikationsmanagement an der Universität Leipzig und Forschungsleiter am Liberalen Institut in Zürich.

RES PUBLICA

## Letzter Akt im Swissness-Theater

**S**eit dem neuen Jahr ist die Swissness-Gesetzgebung in Kraft. Ihre Entstehung könnte problemlos als Vorlage für eine Komödie dienen – wenn sie nicht gleichzeitig ein solches Trauerspiel wäre. Ich erinnere mich bestens an die Debatten, die ich von der Journalistentribüne aus verfolgte und bei denen mir eines klar wurde: Der Schutzversuch des Schweizer Kreuzes vor Trittbrettfahrern aus dem Ausland – wir erinnern uns an die Coop-Super-Trophy-Aktion mit Schweizer Pfannen «made in China» – ist zu einer protektionistischen Übung für Bauern, die Uhren- und Kosmetikindustrie geworden. Dank gut organisierter Lobbyarbeit ist das Gesetz durchaus zu ihren Gunsten gestaltet worden. Entstanden ist jedoch auch ein Bürokratiemonster, das in seiner Verordnung detailliert zu allen möglichen Ausnahmen Auskunft gibt – zur schaurigen Belustigung meiner Studenten, denen ich Markenrecht unterrichtete.

Die Grundregel lautet, dass bei Lebensmitteln 80 Prozent der Zutaten aus der Schweiz stammen müssen. Nur gibt es zahlreiche Inhaltsstoffe, die hier nicht in ausreichendem Mass oder Qualität produziert werden – und ausgenommen werden. So ist die Schweiz zwar für ihre Schoggi berühmt, der Kakao stammt logischerweise jedoch nicht aus den Alpen. Eine Liste mit 58 saisonalen Ausnahmen, die per Departementsverordnung jährlich (!) überprüft wird, umfasst auch Himbeer-Püree für Glace oder Honig für die industrielle Verarbeitung. Es grüsst der Verwaltungsschimmel!

Vollumfänglichen Heimatschutz gibt es für Produkte aus Schweizer Milch – es darf nur ein Kreuz auf der Verpackung prangen, wenn ihr Anteil im Produkt zu 100 Prozent von hier stammt. Glücklicherweise die Bauern, die sich über eine höhere «Wertschöpfung» freuen. Das Nachsehen haben die Konsumenten und jene Produzenten, die aufs Kreuz verzichten. Wirklich tragikomisch dürfte aber der letzte Akt des Theaterstücks werden: Wie das Institut für geistiges Eigentum versucht, Markensündern auf der ganzen Welt das Handwerk zu legen, und als «Swissness»-Polizei Schweizer Sünder hinter Gitter bringt.

---

### Nadine Jürgensen

ist Juristin, freie Journalistin und Moderatorin. In ihrer Kolumne «Res publica» beschäftigt sie sich jeweils mit den Debatten des letzten Monats. Sie lebt bei Zürich.