

Zoom
K&M

7

Kommunikation und Medien

**Deregulierung
des Gemeinwohls**

Telekommunikation als Markt der Märkte



Inhalt:

Akzent: Deregulierung des Gemeinwohls

	2	<i>Matthias Loretan</i> : Editorial
	4	<i>Urs Meier</i> : Aufklärung und Wirtschaftsliberalismus
	11	<i>Alex Bänninger</i> : Autobahn, Sackgasse oder Weg zur Freiheit?
	13	<i>Max Arnet</i> : Telecom-Szenarien für die Schweiz
	21	<i>Barbara Mettler-v.Meibom</i> : Freiheit, Gleichheit, Liebe
	30	<i>Urs A. Jaeggi</i> : Basisdienste in jeder Hütte?
	35	<i>Ulrike Knobloch</i> : Liberalismus: Klassisch, Neo, Ordo
Spektrum	38	<i>Thomas Schaufelberger</i> : Alphavision – Sternstunde des christlichen Fernsehens?
	45	<i>Urs Meier</i> : Im deregulierten Eldorado
Literatur	59	<i>Ursula Ganz-Blättler und Sabine Zeilinger</i> : Die Geschichte der SRG
	63	Kurzbesprechungen
Archiv	66	Merkmale des Mediengeschehens von April 1995 bis Februar 1996
Dokumentation	73	<i>Alfons Croci</i> : Neuausrichtung der PTT

Akzent:

Deregulierung des Gemeinwohls

EDITORIAL

Matthias Loretan

Deregulierung des Gemeinwohls: Der Titel dieses Heftes legt eine versteckte Programmatik offen. Deregulierung meint die Einführung des wirtschaftlichen Wettbewerbs. Politische Regulierung wird abgelöst durch die anonyme Steuerung über den Markt, durch das Spiel von Angebot und Nachfrage. Deregulierung ist entsprechend kein Wert an sich, sondern ein Mittel zum Zweck. Als Massnahme kann sie dem Interesse des Gemeinwohls dienen.

Aktueller Anlass zur Diskussion bietet die Revision des Fernmeldegesetzes. Sie zielt auf eine Öffnung des schweizerischen Fernmeldemarktes und auf eine Neuorganisation der PTT. Der bundesrätliche Entwurf sieht vor, das Telefonie- und Netzmonopol der Telecom PTT aufzuheben. Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) übernimmt alle hoheitlichen und wettbewerbsregulierenden Aufgaben. Mit dem Konzessionsregime sichert die Regulierungs- bzw. Aufsichtsbehörde einen geordneten Wettbewerb. Sie kann neben der Telecom auch Dritte mit der fernmeldetechnischen Übertragung von Daten betreuen. Die zuständige Behörde hält an der Grundversorgung als prioritärer sozialpolitischer Leitlinie fest und auferlegt deren Finanzierung über Konzessionsgebühren allen Marktteilnehmern. Im Rahmen korrespondierender Gesetzesrevisionen wird der Telecom PTT der unternehmerische Spielraum geschaffen, damit sie sich auf dem neu eingerichteten nationalen und dem internationalen Markt nachfrageorientiert und preisgünstig behaupten kann (Kostenwahrheit ohne Quersubventionierung unrentabler Dienste, Trennung von Post und Telekommunikation, Umwandlung der Telecom in eine Aktiengesellschaft des öffentlichen Rechts).

Im speziellen Fall der Telekommunikation kann gegen die geplante Deregulierung im Grundsatz wenig eingewendet werden. Die technischen Neuerungen, die Globalisierung der Märkte und die internationale Deregulierung vor allem in der Europäischen Union führen zu neuen Marktstrukturen. Ohne entsprechende Anpassungen sind die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Telekommunikation und mit dieser Schlüsselinfrastruktur die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes Schweiz gefährdet. Damit stünden auch die längerfristige Sicherstellung und Finanzierung der Grundversorgung auf dem Spiel.

Im international deregulierten Umfeld kann das Gemeinwohl nicht mehr an der Institution PTT festgemacht werden. Sie war als Monopolbetrieb in einem abgeschotteten Markt politisch einfach zu steuern. Die technische, politische und wirtschaftliche Dynamik in der Telekommunikation zwingt Abschied zu nehmen von einem Ordnungsrahmen, der mit der PTT als *Service public* wirtschaftliche und soziale Interessen miteinander verband. Aufgaben, die das Gemeinwohl betreffen, werden neu als Leistungserwartungen (Funktionen) in bezug auf die dynamische Entwicklung offen formuliert werden müssen. Diese Definitionsmacht fällt in die Zuständigkeit der politischen Instanzen. Je nach Tragweite hat das Parlament, der Bundesrat oder das BAKOM den gemeinwohlorientierten Auftrag zu konkretisieren und weiterzuentwickeln. Durch die neue Arbeitsteilung zwischen der Schweizer Telecom AG als marktorientiertem Unternehmen und der Regulierungs- respektive Aufsichtsbehörde wird gemeinwohlorientierte Politik nicht aufgehoben. Durch ihre Flexibilisierung wird sie im Gegenteil sogar noch anspruchsvoller. (Mit dem geplanten Verschwinden der PTT als *Service*

public verliert sie allerdings ein nationales Symbol und wird abstrakter.) Genau genommen wird das Gemeinwohl nicht dereguliert, sondern re-reguliert. Durch die offene Formulierung des gemeinwohlorientierten Leistungsauftrages wird die Definition dessen, was angesichts der technischen und wirtschaftlichen Entwicklung zur Grundversorgung gehört, zum Politikum. Die politische Öffentlichkeit wird wachsam sein müssen, dass soziale, ökologische und föderalistische Anliegen dabei angemessen berücksichtigt werden.

Die De- bzw. Re-Reregulierung lässt sich in fast allen gesellschaftlichen Bereichen beobachten: neben der Telekommunikation bei den elektronischen Medien, beim Verkehr, im Gesundheitswesen und sogar im Bereich des Kirchlich-Religiösen. Sofern sich dieser Trend nur als Demontage der Service-Public-Institutionen ohne gemeinwohlorientierten Korrektive vollzieht, ist er höchst problematisch. Ungeschminkt bekannte sich im Dezember 1995 eine Gruppe von Unternehmern und Wissenschaftlern um David de Pury zum neoliberalen Credo. Die Klarheit ihrer Postulate in der Streitschrift "Mut zum Aufbruch" trug dazu bei, dass sich politischer Widerstand gegen das neoliberale Konzept der Deregulierung bildet. Die marktwirtschaftlichen Erneuerer der Schweiz verstehen Deregulierung als Umbau des Sozialstaates. Zur Durchsetzung neoliberaler Standortpolitik fordern sie den Abbau staatlicher Garantien gemeinwohlorientierter Leistungen. Mit der Orientierung am Weltmarkt, der in seiner willkürlichen Selbststeuerung von internationalen politischen Instanzen völlig unzureichend kontrolliert wird, drängen die neoliberalen Repräsentanten auch auf eine Beschneidung nationalstaatlicher Politik. Der Staat soll sich darauf konzentrieren, die innere und äussere Sicherheit zu garantieren und für die Wirtschaft günstige Rahmenbedingungen zu schaffen. Diese Minimalisierung des Politischen schwächt die politische und soziale Integration. Längerfristig kann neoliberale Standortpolitik nämlich nur eine beschränkte Zahl hochproduktiver und entsprechend anspruchsvoller Arbeitsplätze anbieten. Die Folge wäre eine Spaltung der Gesellschaft in eine kleiner werdende Zahl von Menschen, die auf durchrationalisierten Arbeitsplätzen hohe Einkommen erzielen, und in eine zunehmende Zahl von Arbeitslosen. Im Rahmen der strikten Zweiteilung müssen die "Sozialfälle" mit Brot und Spielen, mit Geld und Fiktionen unterhalten werden. Sie stellen potentielle Gefährdungen der politischen und sozialen Stabilität dar, kommen also nur noch als Objekte

und Störungen in den Blick einer den Markt verabsolutierenden Standortpolitik.

Versteht man jedoch die De- bzw. Re-Reregulierung als eine dynamische Interpretation der Gemeinwohlorientierung in einem sich rasch wandelnden Umfeld, so braucht es nicht weniger, sondern mehr Politik. Statt der aussichtslosen Herstellung der Vollbeschäftigung hätte sie neue Arbeitsmodelle zu entwickeln. Neben der produktiven Erwerbsarbeit müsste die sozial nützliche Arbeit aufgewertet werden. Dies könnte geschehen mit einem Konzept, das der "negativen Einkommenssteuer" nachgebildet ist. Durch die staatliche Subventionierung niedriger Erwerbseinkommen wird der Politik allerdings eine weitreichende Definitionsmacht zugemutet. Zudem wird demokratische Politik gefordert sein, wenn es darum geht, die gesellschaftliche Entwicklung sozial verantwortlich, ökologisch nachhaltig und weltverträglich zu gestalten. Im deregulierten Umfeld ist Politik dringend auf ihre Rehabilitation angewiesen. Legitimation und Glaubwürdigkeit erhält demokratische Politik aber nur über die aktive Partizipation der Beteiligten.

Die Hauptrubrik *Akzent* dieses Hefts ist eingeklammert von zwei Beiträgen zur Theorie des Liberalismus. *Urs Meier* nimmt eine geistesgeschichtliche, *Ulrike Knobloch* eine ökonomische Differenzierung und Einordnung vor. *Alex Bänninger* bereichert die Debatte mit einem kritischen Blick auf die Rolle der Intellektuellen bei (kommunikations)technischen Umwälzungen, während im Aufsatz von *Barbara Mettler-v.Meibom* eben das von Bänninger anvisierte Mahnen als Haltung entwickelt wird – allerdings auf einem höchst informierten und differenzierten Niveau. Der Sachbeitrag von *Max Arnet* erklärt, worum es bei der laufenden Deregulierung der PTT geht. *Urs A. Jaeggi* bewirkt mit seinem Artikel eine Horizont-erweiterung, indem er die vielbeschworene Globalisierung tatsächlich in globaler Perspektive betrachtet. Auch die *Dokumentation* von *Alfons Croci* ist ein Beitrag zum Thema der Hauptrubrik.

In der Rubrik *Spektrum* hat sich ein Nebenschwerpunkt zum Thema Religion und Medien (insbesondere Fernsehen) ergeben. *Thomas Schaufelberger* hat das "Fenster zum Sonntag" der Alphavision auf Schweiz 4 einer Analyse unterzogen, und in einem Reisebericht erzählt *Urs Meier* über Religion, Fernsehen und Neue Medien in den Vereinigten Staaten, dem deregulierten Eldorado.

Akzent: Deregulierung

Aufklärung und Wirtschaftsliberalismus

IDEENGESCHICHTLICH SIND ZWEI TYPEN DES MARKTDENKENS ZU UNTERSCHIEDEN: DAS EINE MEINT DEN MARKT ALS KENNZEICHEN UND TRIEBKRAFT DER BÜRGERLICHEN AUFKLÄRUNG DES 18. UND 19. JAHRHUNDERTS UND DEREN VISION DER GESELLSCHAFTLICHEN LIBERALITÄT. DAS ANDERE VERFICHT DEN MARKT ALS PRINZIP EINER ABSOLUTEN GLOBALEN WETTBEWERBSWIRTSCHAFT. DA DIE BEIDEN BEGRIFFSWELTEN IN DER AKTUELLEN DEBATTE OFT UNZULÄSSIG VERMENGTE WERDEN, HIER EIN BEITRAG ZUR KLÄRUNG.

Urs Meier

Seit den Regierungsjahren von Margaret Thatcher und Ronald Reagan und erst recht seit dem Zusammenbruch des östlichen Staatssozialismus kämpfen die Exponenten des Wirtschaftsliberalismus mit gefestigtem Selbstbewusstsein für eine neue Ordnung. Privatisierung, Liberalisierung und Deregulierung sind die Schlüsselbegriffe eines Konzepts, das umfassende Gültigkeit beansprucht. In der Schweiz bietet die *Neue Zürcher Zeitung* dem kompromisslosen Liberalismus ein Forum, und die *Schweizer Monatshefte* sind gar mit ihrer redaktionellen Linie auf diese Richtung eingeschwenkt. Sie publizieren regelmässig Diskussionsbeiträge, die sich radikal abheben von den gängigen Meinungen der bürgerlich gezähmten Liberalen. Als Herolde einer reinen Lehre bekämpfen diese Autoren konsensorientierte Modelle wie soziale Marktwirtschaft, ausgleichende Strukturpolitik und staatliche Förderungsnassnahmen sozialer oder kultureller Art. Solch radikale Stimmen sind in der Diskussionskultur der Konkordanz zwar Ausnahmen, aber sie haben ein Echo, das nicht unterschätzt werden darf.

POLITISCHE VORSTÖSSE IN DER SCHWEIZ

Im Jahr 1991 sorgte eine Gruppe von Wirtschaftsvertretern um den ehemaligen Nationalbankpräsidenten *Fritz Leutwiler* für Aufsehen. Sie veröffentlichte eine neoliberale Programmskizze für die Schweiz der neunziger Jahre, die nicht nur wirtschaftliche, sondern auch soziale und kulturelle Deregulierungen vorsah, im Bildungswesen beispielsweise mit der Schaffung privater Elite-Hochschulen. Ähnliche Vorschläge kamen im gleichen Jahr von einer bundesrätlichen Experten-Gruppe unter dem Vorsitz des ABB-Vizepräsidenten *David de Pury*. Der Bericht de Pury erschien Bundesrat Delamuraz so brisant, dass er ihn nicht veröffentlichen wollte; doch der Inhalt der 33 Vorschläge wurde in der Presse referiert. Die Experten forderten die Beendigung der protektionistischen Landwirtschaftspolitik (Weltmarktpreise für Agrarprodukte in der Schweiz), die Privatisierung von Telecom, Post, SBB und SRG, scharfes Vorgehen gegen Kartelle aller Art (eine der klassischen ordnungspolitischen Staatsaufgaben), freie Einwanderung (um den Arbeitsmarkt in Bewegung zu bringen), Abschaffung des Saisonierstatuts (da es mit seiner Beschränkung der Bewegungsfreiheit für Arbeitskräfte eine strukturerhaltende Wirkung für schwache Wirtschafts-

Vertreter eines radikalen Liberalismus bekämpfen konsensorientierte politische Modelle

1991: bundesrätliche Experten-Gruppe de Pury schlägt eine neoliberale Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik vor

zweige hat). Weiter verlangte der Bericht qualifizierte Mehrheiten für neue Staatsausgaben (um die Staatstätigkeit einzuschränken), eine moderate CO₂-Abgabe (zur Stimulierung umwelttechnischer Innovationen), aber gleichzeitig stark erhöhte Grenzwerte für Immissionen (zur Vermeidung von Wettbewerbsnachteilen für die Schweizer Wirtschaft), Einführung der Marktmiete (um den Wohnungsbau attraktiv zu machen), Abschaffung von Institutionen des Mieterschutzes und anderes mehr. Die zum Teil tabubrechenden Visionen der Leutwiler- und der de-Pury-Gruppe waren offenbar der Auftakt zu dem *Revitalisierungsprogramm*, das der Bundesrat 1992 anstrebte. Es sollte die Schweiz im Hinblick auf den verschärften Wettbewerb im EWR "europatauglich" machen.

Mit wesentlich grösserem öffentlichem Echo als bei den ersten Vorstössen lancierten neunzehn Unternehmer und Wissenschaftler – erneut mit David de Pury als Aushängeschild – im Dezember 1995 ein Büchlein mit dem Titel "Mut zum Aufbruch". Da die Umsetzung des Revitalisierungsprogramms weit hinter den Erwartungen zurückgeblieben sei, brauche es einen neuen politischen Impuls, meinten die Autoren. Die Stossrichtung zielte wiederum auf generelle Deregulierung, und die meisten Postulate waren nicht neu. Es waren provokante Einzelheiten, die diesmal für heftige Diskussionen sorgten: kostendeckende Studiengebühren (die sich für ein Medizinstudium auf etwa eine Million Franken belaufen würden), steuerliche Begünstigung der Wirtschaft und der Reichen durch Abwälzung der Lasten auf die Mehrwertsteuer, Freiwilligkeit der Pensionskassen und Ersetzung der AHV durch eine obligatorische Grundversicherung auf tiefem Niveau.

1995: Gruppe de Pury lanciert die Diskussion mit "Mut zum Aufbruch" neu

NEOLIBERALE THEORIEN

Die neoliberalen Theorien haben auf den ersten Blick den Vorzug der Klarheit und Kohärenz. Sie verlangen den Primat des Marktes vor der Politik. Der wettbewerbsoffene Markt ist nach ihrer Überzeugung gerade deshalb das wirksamste Instrument der Wirtschaftsgestaltung, weil er auf gestaltende Eingriffe verzichtet und die Wirtschaft sich nach ihrer "natürlichen" Dynamik entfalten lässt. Die Wirtschaftspolitik hat nur die Aufgabe, jenen Ordnungsrahmen zu setzen und zu sichern, der den freien Wettbewerb ermöglicht, ist also im wesentlichen *Ordnungspolitik*. Darüber hinaus propagieren die Neoliberalen das umfassende Marktsystem als die einzige menschengerechte Gesellschaftsordnung. (Zur genaueren Orientierung über altliberale, neoliberale und ordoliberalen Positionen siehe den Beitrag von Ulrike Knobloch in diesem Heft). Allein der Markt garantiere individuelle Freiheit und sichere durch Entfaltung aller Einzelinteressen auch das höchste Mass an Wohlfahrt. Gemäss neoliberalen Denken sind grundsätzlich nur diejenigen Interessen und Wertungen legitim, die sich auf dem freien Markt durchzusetzen vermögen. Der Staat ist in keiner Weise befugt, in den Markt einzugreifen, weder mit regulierenden Massnahmen noch durch eigene wirtschaftliche Betätigung.

Neoliberale postulieren den Vorrang des Marktes vor der Politik

Auch die Neoliberalen anerkennen zwar gewisse Ausnahmen von dieser Grundordnung, wollen sie jedoch sehr strengen Legitimierungsanforderungen unterwerfen. So hat der Staat diejenigen Güter bereitzustellen, für die es zwar keinen Markt, aber trotzdem eine Nachfrage gibt, beispielsweise die äussere Sicherheit. Militärische Landesverteidigung ist eine der wenigen verbleibenden materiellen Staatsaufgaben. Sie kann zudem noch eingeschränkt werden durch Auslagerung beispielsweise der Wartung hochtechnisierter Waffensysteme zu privaten Unternehmen. Bei der inneren Sicherheit sind die neoliberalen Theoretiker sich schon weniger einig. Während Urs W. Schoettli in seinem liberalen Manifest (Schweizer Monatshefte 1/93) meint, Polizei und Strafvollzug genügen den Sicherheitserwartungen der Bevölkerung nicht und seien daher zu privatisieren, hält Stefan Hoffmann in einem Aufsatz in der gleichen Zeitschrift (Nr. 11/94) dies aufgrund von wenig ermutigenden Versuchen in Grossbritannien nicht für angebracht. Auch im Bildungswesen scheinen die Grenzen der staatlichen Zuständigkeit unter Neoliberalen nicht ausgemacht zu sein.

Der Markt sichert individuelle Freiheit und das Maximum an Wohlfahrt; der Staat ist grundsätzlich nicht befugt, in den Markt einzugreifen

Akzent: Deregulierung

Die einen sind für radikale Privatisierung, lediglich gemildert durch die Abgabe kommunaler Bildungsgutscheine, die es den Armen erlauben, wenigstens die Grundschule zu besuchen. Andere setzen den Gesamtnutzen einer guten Bildung aller so hoch an, dass sie vom Staat im privatisierten Erziehungswesen weitreichende Garantieleistungen erwarten.

Grosse Einigkeit herrscht hingegen bei der Ablehnung des Sozialstaats. Einrichtungen wie AHV, IV und ALV, gesetzliche Auflagen bei Krankenversicherungen, Regeln für Arbeits- und Mietverhältnisse und vieles mehr sind aus neoliberaler Sicht illegitime staatliche Eingriffe in private Verhältnisse. So spricht etwa der in der Neuen Zürcher Zeitung öfter als Gastautor zu lesende *Gerard Radnitsky* aus Trier von der "Reprivatisierung der Verantwortung". Der Staat solle die Menschen nicht länger bevormunden, sondern ihnen die Sicherung gegen die Risiken des Lebens zur privaten Regelung anheimgeben. So ganz scheint man allerdings der vorsorgenden Vernunft der Leute nicht zu trauen, denn oft wird zugleich vorgeschlagen, der Staat hätte eine Mindestversicherung für Krankheit, Unfall und Alter zu verordnen.

Die hohe Würdigung des Privaten hat gute historische Gründe. Mit der Entstehung des Liberalismus ist nämlich eng verbunden die Schaffung des modernen Privatrechts, einer der entscheidenden Errungenschaften der bürgerlichen Aufklärung im 18. und 19. Jahrhundert. Indem die Bürger zu privaten Rechtspersonen erklärt werden, entsteht erstmals in der Geschichte eine von staatlichen und korporativen Bindungen freie Sphäre. Diese kopernikanische Wende vom obrigkeitlichen Rechtsverständnis des absolutistischen Staats zur Philosophie des bürgerlichen Privatrechts war grundlegend für die Konstituierung der Moderne. Die radikale Individualisierung in der Postmoderne ist eine ihrer geistes- und sozialgeschichtlichen Nachwirkungen. Der Markt im heutigen Sinn wurde historisch von dem sich emanzipierenden Bürgertum hervorgebracht. Rechtlich konstituiert er sich aus einer Vielzahl von freien Verträgen zwischen privaten Subjekten, und wirtschaftliches Handeln in seinem Sinn ist im Grundsatz privates Handeln. Der Staat ist lediglich Garant der bürgerlichen Freiheiten nach innen und nach aussen. An diesem idealtypisch privatrechtlichen Wirtschaftsmodell halten die neoliberalen Theoretiker fest.

Der Neoliberalismus als umfassender Entwurf kann sich nicht als eine Idee verstehen, die neben oder sogar mit anderen zur Lösung wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Probleme beiträgt. Er ist kompromissfeindlich und kämpferisch, da er ja gerade im Nebeneinander unverträglicher Ordnungsvorstellungen die Wurzel aller Übel sieht. Mit besonderer Angriffslust widmen sich deshalb Liberale dieses Typs einer Politik der Mitte, wie sie für die schweizerische Konkordanzdemokratie kennzeichnend ist. Besonders den Freisinnigen legen sie eine radikale Erneuerung nahe: Klarer neoliberaler Kurs soll an die Stelle von Verständigung und Ausgleich treten. Der FDP als der traditionellen Partei der Freiheit mit einer durchaus revolutionären Geschichte wird eine solche Revitalisierung als einziger immerhin zugetraut. Alle anderen sind anscheinend auf Staatsinterventionismus, auf Interessenausgleich oder auf populistische Kurzzeitwirkungen aus und daher für das liberale Projekt unbrauchbar.

GERINGSCHÄTZUNG DER DEMOKRATIE

Fragen der politischen Umsetzbarkeit werden, soweit ich die Diskussion verfolgen konnte, wenig bedacht. Radikale Liberale lassen oft eine deutliche Geringschätzung der Demokratie, insbesondere der plebiszitären Direktdemokratie erkennen. Verwundern kann dies nicht, denn der Primat des Marktes vor der Politik verlangt ja, dass anstelle von politischen Entscheiden wenn immer möglich die Gesetze des Marktes regieren. Wer etwas durchsetzen will, muss es verkaufen können, und wer etwas haben will, soll dafür bezahlen – und zwar direkt als Privatperson und nicht indirekt über Steuern oder Abgaben, die alle unterschiedslos betreffen. Solche Marktmechanismen hätten beispielsweise zur Folge, dass private Unternehmen frei entscheiden über den Bau von Verkehrs- und Gesundheitseinrichtungen sowie über soziale und kulturelle Aufgaben. Die Kosten müssten

Sozialstaatliche Einrichtungen und Vorschriften sind illegitime staatliche Eingriffe in private Verhältnisse

Die Schaffung des Privatrechts ist eine historische Leistung von Aufklärung und Liberalismus

Neoliberalismus ist kompromissfeindlich und kämpferisch

selbstverständlich von den Benützern in jedem Fall voll getragen werden. Wer als Bürgerin oder Bürger in diesem System etwas bewirken wollte, müsste also nicht mehr Unterschriften sammeln oder eine Partei ins Leben rufen, sondern ein Unternehmen gründen. Schwieriger wird es damit bei Entscheiden für Umweltschutz (wer sorgt dafür, dass die Interessen der Natur oder künftiger Generationen marktfähig werden?) oder bei Voten mit rein politischem Charakter (Stimmrecht für Jugendliche, Antirassismugesetz, UNO-Beitritt). Auch Wahlen sind in das marktwirtschaftlich relativierte Politikverständnis des Neoliberalismus letztlich kaum einzuordnen. Es fehlt denn auch nicht an Bemerkungen von dieser Seite, die Politiker seien zu sachgerechtem Handeln nicht fähig, weil sie an ihrer Wiederwahl interessiert und somit auf propagandistisch auswertbare Interessenbedienung angewiesen seien. Positive Umschreibungen der von politischen Systemen zu erbringenden Leistungen sind zumindest nicht gerade die Stärke der Neoliberalen. Trotz einzelner demokratiethoretischer Versuche ist der neoklassische Liberalismus als politische Theorie ausgesprochen schwach. Die meisten Autoren begnügen sich mit einer Eindämmungsstrategie: Der Staat ist auf ein Minimum zurückzusetzen, damit seine strukturellen Mängel möglichst wenig Schaden anrichten können.

Es gibt einen weiteren Grund für die Distanz zwischen Neoliberalismus und Demokratie. Volksherrschaft ist das Machtsystem, das normativ auf der Gleichheit der Menschen aufbaut. Radikaler Liberalismus hingegen betrachtet die Ungleichheit der Menschen nicht nur als sozialen Naturzustand, sondern gleichzeitig als gesellschaftliches Ideal. Ungleichheit ist Garantie für unablässige Dynamik, kompetitiven Antrieb und wirtschaftliches Wachstum. Demokratie hat demgegenüber ein inhärentes Moment des Ausgleichens: Gleichberechtigung der Geschlechter, Chancengleichheit im Bildungswesen, Ausgleich zwischen wirtschaftlich bevorzugten und benachteiligten Regionen und Gesellschaftsschichten. Angesichts der antiegalitären Option ist es nur konsequent, wenn in dem bereits genannten liberalen Manifest gefordert wird, es dürfe nur ein Minimum an Steuern erhoben werden, und zudem seien Steuerprogression und Vermögenssteuer abzuschaffen. Soziale Differenz ist erwünscht und soll vom Staat nicht behindert werden. In neoliberalen Ausserungen wird der Sozialstaat denn auch öfter als Umverteilungsmaschine geschildert, die mit enormem bürokratischem Aufwand den Mittelstand und die Reichen plündert und mit ebenso monströser Ineffizienz und Inkompetenz soziale Probleme zu administrieren versucht. Als Resultate kommen dabei angeblich nur Strangulierung der vermögenden Bürger, Konditionierung der Unvermögenden zu Schleichern und Bittstellern, Heranzüchtung wirklichkeitsfremden Anspruchsdenkens und Lähmung der gesamten Wirtschaft heraus.

IDEOLOGISCHE FRONTEN

Wer es liebt, gelegentlich mit solchem Geschütz aufzufahren, muss wissen, wo der Feind steht. Zum einen wird er geortet in der Sozialdemokratie. Sie ist es, die den Staat zum Vampir macht, und sie versteht es, ausreichend grosse und zahlreiche Gruppen der Gesellschaft als Staatsklienten einzubinden, sodass ihr bei der Erhaltung und Perfektionierung sozialpolitischer Einrichtungen die Mehrheiten gewiss sind. Dadurch zwingt sie die anderen Parteien, das Umverteilungsspiel mitzumachen. Niemand ausser den entschiedenen Liberalen wagt es, diesen Staat beim Namen zu nennen: die perfide Realisierung des freiheitsfeindlichen Sozialismus unter dem Deckmantel der demokratischen Konkordanz.

Eine zweite Kategorie von Feinden sind die Intellektuellen, die für sozialistische Ideen empfänglich sind. Die Gefahr geht nicht in erster Linie von bekennenden Marxisten aus, die es ja kaum mehr gibt, sondern vielmehr von vorgeblichen Vermittlern. Wer linksliberal ist, soziale Anliegen aufnimmt, dem Marxismus partiell recht gibt, betreibt die Aushöhlung des Liberalismus und ist deshalb sein gefährlichster Widersacher. Solche Leute halten Schlüsselpositionen in Medien und öffentlichkeitsorientierten Institutionen – etwa in den Kirchen – und können so das Meinungsklima zu ungunsten

Anstelle von positiven Leistungen des politischen Systems betont der Neoliberalismus die Notwendigkeit von Staatsabbau und -eindämmung

Demokratie ist auch verdächtig wegen ihrem Hang zum Ausgleichen

Neoliberale bekämpfen die Politik der Konkordanz und die intellektuellen Vermittler

Akzent: Deregulierung

des Kapitalismus und des freien Markts beeinflussen. Linke und linksliberale Intellektuelle gelten den radikalen Liberalen auch deshalb als harte Gegner, weil die Intelligentsia angeblich um ihren Einfluss fürchtet und somit den Neoliberalismus aus Eigeninteresse bekämpft (ein Motiv, gegen das gerade ein Neoliberaler eigentlich nichts haben kann). In der Tat erbringen Intellektuelle eine besondere Art von geistigen Leistungen, die in einer liberalistisch deregulierten Gesellschaft kaum mehr gefragt wären: Sie prüfen Geltungsansprüche auf ihre Legitimität, sie untersuchen die Kohärenz von Wert- und Orientierungssystemen, sie diskutieren politische Entwürfe. All dies kann wegfallen, wenn man sich einmal darauf geeinigt hat, der Markt allein könne, dürfe und müsse entscheiden. Der Weg zu einer liberalen Neuorientierung der Gesellschaft führt deshalb über den Kampf um die öffentliche Meinung. Er ist seit einigen Jahren im Gang, und das liberale Lager hat deutlich Terrain gewonnen. Zumindest ist es gelungen, die Begriffe Liberalisierung, Deregulierung und Privatisierung als Äquivalente von Zukunftsorientierung zu etablieren.

Dieser radikale Liberalismus begreift sich selbst als eine unideologische Theorie. Die Begründung dafür sehen seine Vertreter in der Tatsache, dass der Neoliberalismus lediglich fordert, den Dingen ihren Lauf zu lassen und keine Vorgaben zu machen, seien sie nun mit Werten, Konventionen, Idealen oder Utopien begründet. Liberalismus dieser Art beschränkt sich darauf, einen gesellschaftlichen Naturzustand – den des freien Wettbewerbs oder des Kampfes aller gegen alle – zur alleinigen Spielregel zu erklären. Es ist leicht einzusehen, dass eine solche Selbsteinschätzung des Neoliberalismus nicht unstrittig sein kann. Der Gedanke eines gesellschaftlichen Naturzustandes ist in hohem Mass ideologieverdächtig. Er ist schon deshalb in sich widersprüchlich, weil Gesellschaft als historische, zivilisatorische und kulturelle Grösse in jedem Fall eben gerade nicht Natur ist. Zur Vergesellschaftung gehört wesentlich eine Verständigung über gewisse Dinge, die nicht zur freien Disposition stehen. In einem komplizierten Mechanismus von Interessenausgleich, Konfliktregelung und Konventionalisierung zivilisiert sich die Gemeinschaft. Ihr Wertesystem verändert sich dank einem dynamischen Gleichgewicht von Normen und Freiräumen – je nach Gesellschaftsform – sehr langsam oder relativ schnell. Die These eines idealen gesellschaftlichen Naturzustandes dagegen entspringt einem ungeschichtlichen Denken. Sie kann nichts anfangen mit der Erfahrung, dass in der gesellschaftlichen Wirklichkeit immer auch Leitbilder mit normativen Vorstellungen eine Rolle spielen, die den konkurrierenden Interessen entzogen sind. Nach neoliberaler Theorie darf niemand, der bei Verstand ist, uneigennützig handeln können. Radikaler Liberalismus gestattet es nicht, den Gedanken eines Gemeinwohls, das etwas anderes wäre als die Addition privater Interessen, in sein Weltbild zu integrieren. Die Vorstellung nicht marktfähiger Werte liegt ausserhalb liberalistischer Möglichkeiten. Damit ist ein entscheidender Teil der sozialen und kulturellen Wirklichkeit ausgeblendet.

DIE WIDERSPRÜCHLICHKEIT DES NEOLIBERALISMUS

Neoliberale Konzepte werden seit den achtziger, in der Schweiz seit den neunziger Jahren als ökonomische Notwendigkeiten verkündet. Als Grund dafür wird stets die Globalisierung der Wirtschaft genannt. Für exportorientierte und stark international verflochtene Branchen ist dieses Argument stichhaltig. Gegen eine gesellschaftspolitische Allgemeingültigkeit spricht aber die Erfahrung, dass es in der Regel nur die grossen, starken und dynamischen Wirtschaftseinheiten sind, die von Deregulierungen profitieren, während krisengeschüttelte und strukturell geschwächte Branchen und Betriebe sowie mittlere und kleinere Unternehmen sie eher zu fürchten haben. Eigentlich müsste dieser Umstand die Liberalen stutzig machen. Die klassische liberale Theorie denkt in überschaubaren Wirtschaftsräumen und verlangt, einem möglichst freien Konkurrenzkapitalismus das Feld zu bereiten, indem überlebte Regelungen abgeschafft, Staatsinterventionen zurückgenommen, Kartelle aufgelöst, behördliche Schikanen beseitigt und Rahmenbedingungen (Geldpolitik, Steuersystem, Sozialpolitik, internationale Abkommen etc.) für die Unternehmen

Im Kampf um die öffentliche Meinung haben die Neoliberalen Terrain gewonnen

Nach neoliberaler Theorie gibt es kein Gemeinwohl im Sinn einer Norm, sondern nur die Summierung privater Interessen

Nur grosse und starke Unternehmen profitieren von Deregulierungen

optimiert werden. Liberalismus rechnet grundsätzlich immer mit einer Vielzahl von Einheiten mit begrenzter Wirtschaftsmacht. Die transnationalen Grosskonzerne, die weitgefächerten Holdings und unüberschaubaren Konsortien passen eigentlich nicht ins liberale Weltbild.

Das Credo des Markts gründet in einem freiheitlichen Impetus; und der will nicht recht zu den wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Kahlschlägen passen, zu denen seine Befolgung dann häufig führt. Deregulierung hat zwei Gesichter. Das erste ist das der Befreiung von unsinnigen und überlebten Beschränkungen. Das andere Gesicht ist jenes der weltwirtschaftlichen Entwicklung, die sich in Form eines immer härteren Verdrängungswettbewerbs abspielt. Diese Art der Deregulierung ist kein frei gewähltes Konzept, sondern lediglich ein anderes Wort für die Zwänge, die durch technische Dynamik, durch Zusammenprall von nicht vergleichbaren Wirtschaftsräumen und Gesellschaftsformen sowie durch unvorstellbare wirtschaftliche Machtballungen entstehen. Obschon die beiden Typen von Deregulierung in der Wirtschaft zusammenwirken, haben sie eigentlich wenig miteinander zu tun. Der erste ist die Realisation einer ordnungspolitischen Vorstellung im staatlichen Handlungsbereich, der zweite hingegen die erzwungene Anpassung an internationale Spielregeln, die von den Mächtigsten im Markt mit Vehemenz global durchgesetzt werden.

Konzerne, Holdings und Konsortien passen nicht ins liberale Weltbild

Die vom Verdrängungswettbewerb erzwungene Deregulierung ist kein frei gewähltes Konzept

DAS BEISPIEL TELECOM

Ein instruktives Beispiel für das Zusammenwirken beider Typen von Deregulierung sind die Pläne zur Aufteilung von Post und Telecom und zur Privatisierung der letzteren. Die PTT, seit 1848 nationaler Regiebetrieb, sind in bald anderthalb Jahrhunderten zu einem weitverzweigten Unternehmen geworden. Die einzelnen Dienste – Postauto, Brief- und Paketpost, Zahlungsverkehr, Telegrafie, Telefon, Radio- und Fernsehübermittlung, Mobilfunk und Datenkommunikation – sind hinsichtlich ihrer Wirtschaftlichkeit extrem verschieden. Ihr gesetzlich festgelegtes Merkmal ist, dass sie in öffentlichem Auftrag geleistet werden, also vornehmlich nach Kriterien der Gleichbehandlung aller Landesteile. Der Sinn dieser staatlichen Auflage leuchtet ein: Kommunikations- und Verkehrsinfrastrukturen sollen überall zu gleichen Preisen zur Verfügung stehen, um ohnehin benachteiligte Regionen zumindest bei solchen Basiseinrichtungen nicht zusätzlich zu diskriminieren. Dieser Leistungsauftrag, wie er sinngemäss auch von den SBB und der SRG erfüllt wird, bürdet der Telecom PTT hohe Kosten auf. So heisst es, ein Drittel aller Poststellen sei nicht rentabel. Die Postautos sind hoch defizitär. Der lokale und regionale Telefonverkehr ist aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu billig. Auch die Paketpost deckt ihre Kosten nicht. Die Zustellung von Zeitungen ist sogar derart hoch subventioniert, dass sie längst zu einer für die meisten Titel lebenswichtigen Pressefördermassnahme – übrigens der einzigen, welche die Schweiz kennt – geworden ist. Profitabel sind vor allem der internationale Telefonverkehr, die Datenkommunikation und der Mobilfunk, also die Telecom-Geschäftsbereiche. Mit den Überschüssen aus diesen Diensten werden die Defizite der unwirtschaftlichen Sparten bezahlt und sogar überkompensiert.

Angesichts dieses Gleichgewichts könnte man auf den Gedanken kommen, das Postmonopol sei gar keine schlechte Lösung für die anspruchsvolle und kostspielige Aufgabe der flächendeckenden Versorgung mit postalischen und telekommunikativen Leistungen. Doch dieses harmonische Bild lässt die gewaltigen technischen Veränderungen der jüngsten Vergangenheit und das steile Wachstum des Kommunikationsbedarfs der Wirtschaft aufgrund von Informatisierung und Internationalisierung ausser acht. Unternehmen vor allem des Dienstleistungssektors haben sich als Grosskunden der Telecom PTT zu einer einflussreichen Organisation zusammengeschlossen und fordern marktgerechte Preise. Aus ihrer Sicht mutet es als Willkür oder alter Zopf an, dass ausgerechnet eine Bank, eine Versicherung oder ein Reiseunternehmen mit übersetzten Kosten für Übermittlungsdienste eine Quersubventionierung zugunsten der Paketbeförderung, der Erhaltung einer Postfiliale im Appenzel Aarg. oder einer Postautoverbindung im entlegenen Jura finanzieren sollen.

Technische und wirtschaftliche Entwicklungen untergraben das System der Quersubventionierung, mit dem die PTT bisher ihren Leistungsauftrag erfüllt haben

Akzent: Deregulierung

Noch viel wirkungsvoller als dieser Meinungsumschwung gegen das Monopol der Post sind zwei harte Tatsachen: Erstens können Konzerne bei ihren internationalen Fernmelde- und Datenverbindungen die PTT schon heute mit Leichtigkeit technisch umgehen, und zwar ganz legal. Zweitens hat die EU beschlossen, dass die nationalen Telekommunikationssysteme spätestens am 1. Januar 1998 von Monopolen befreit und für ungehinderten Wettbewerb offen sein müssen. Beides zwingt die Telecom PTT, mit der internationalen Entwicklung Schritt zu halten. (Genaueres dazu bieten der Aufsatz von Max Arnet und die Dokumentation von Alfons Croci in diesem Heft). Das Beispiel Telecom zeigt in zugespitzter Form, welche Kräfte die Deregulierungsprogramme in Schwung halten. Wirtschaftsgiganten wie der amerikanische Kommunikationskonzern AT&T und die ehemals staatlichen Telecom-Unternehmen der grossen europäischen Länder haben mit expansiver Geschäftspolitik den Fernmeldemarkt in Bewegung versetzt. Die deutsche Telekom hat sich in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Die privatisierte British Telecom (BT) ist längst in mehreren Ländern tätig und betrachtet heute das gesamte Europa als ihren Heimmarkt. Da die Fachwelt annimmt, dass in absehbarer Zukunft auf der ganzen Welt nur drei bis fünf Kommunikationsriesen den Wettbewerb überleben werden, suchen die nationalen Telecom-Unternehmen fieberhaft nach strategischen Allianzen. Ohne internationale Zusammenschlüsse hat die schweizerische Telecom längerfristig keine Überlebenschance. Kein nationaler Markt, auch nicht der des EU-Nichtmitglieds Schweiz, kann sich abschotten. Die moderne Technik ist ausgesprochen penetrierend, und das internationale Recht schützt den freien Informationsfluss.

**Nur wenige
Grosskonzerne
werden den glo-
balen Wettbe-
werb überleben**

ZWÄNGE DER GLOBALEN WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG

Wenn angesichts solcher Bedingungen das deregulierende Gleichziehen der Schweiz mit ordnungspolitischen Argumenten begründet wird, so erinnert das an den Kämpfer, der sich mutig entschliesst, sich dem Löwen zu stellen – und dabei zu vergessen versucht, dass er ohnehin gleich in die Arena geworfen wird. Der neoklassische Liberalismus sah bei aller Wettbewerbsdynamik doch einen überschaubaren Gang der Dinge. Nach F.A. von Hayek ist der Wettbewerb ein "Entdeckungsverfahren", das die jeweils besten wirtschaftlichen Strukturen zu finden erlaubt. Wie sie im einzelnen aussehen werden, darf niemand wissen können, weil Wettbewerb sonst verunmöglicht wäre. Diese Offenheit der Theorie, die aus methodischen und systemlogischen Gründen keine materiellen Voraussagen zulässt, ist getragen von der Überzeugung, dass in jeder durch freie Konkurrenz neu herausgebildeten Struktur wieder Wettbewerb entstehen wird.

Sollte dieser Mechanismus einmal versagen, so gab es für die liberale Theorie in der Zeit vor der globalen Wirtschaft einen Ausweg: Man konnte den Staat anrufen, der mit seinem ordnungspolitischen Instrumentarium die Marktkräfte wieder flott zu machen hatte. In einer weltweit agierenden und sich rasch verändernden Wirtschaft hält dieser Rettungsanker nicht mehr. Dass es gelingen könnte, in nützlicher Zeit wirkungsvolle supranationale Kontrollinstanzen zu schaffen, wäre eine verwegene Hoffnung. Unter dem Druck der omnipräsenten Deregulierungsparolen wird man es auch gar nicht versuchen. Man tut deshalb gut daran, sich mit den Tatsachen zu konfrontieren. Die neoliberalen Schübe in Reagans USA und Thatchers Grossbritannien waren nur die Vorläufer einer Weltrevolution des befreiten Kapitals.

**Völlig freier
Wettbewerb in
einer globalisier-
ten Wirtschaft
kann nicht mehr
unter Kontrolle
gebracht werden**

Dieser Text ist die neu bearbeitete Fassung des Aufsatzes "Das Glück ist privat – oder: Markt ersetzt die Politik. Privatisierung, Liberalisierung und Deregulierung im Aufwind", erschienen in: Zeitschrift für Kultur, Politik, Kirche / Reformatio Nr. 1, Februar 1995, S. 34 - 43

Autobahn, Sackgasse oder Weg zur Freiheit?

EINE KRITIK AN DER KRITIK DER NEUEN MEDIEN

Alex Bänninger

Paul Valéry konnte richtigerweise feststellen, Napoleon komme nicht schneller voran als Julius Cäsar. Etwa 250 Jahre lang, von 1500 bis 1750, benötigte eine Sendung von Paris nach Venedig unverändert zwei bis drei Wochen. Die Zeiten verkürzten sich mit der Pflasterung der Strassen, die den Galopp erlaubten. Auf höhere Geschwindigkeiten zielten auch Abraham und René Chappe, als sie 1829 in einem Memorandum vorschlugen, die von Paris ausgehenden Telegraphenlinien kapazitätssteigernd um Querverbindungen zu ergänzen. Mit dieser ebenso einfachen wie genialen Idee war das Netz erfunden, das die Telekommunikation so entscheidend entwickeln sollte. Die Raum-Zeit-Barriere war überwunden.

**1829: Erfindung
des Telekommunikationsnetzes**

Heute begegnen wir uns dank der Telekommunikation im Welt Dorf – und treffen uns dank Internet auf dem universellen Marktplatz oder sitzen am weltweiten Stammtisch. Dazwischen sind wir rund um den Erdball auf den Datenautobahnen unterwegs. Am elektronischen Strassenrand stehen die Kulturpessimisten und Moralapostel und tun, was sie seit Gutenberg bei jeder neuen Technologie schon immer mit Feuereifer taten: sie mahnen und warnen, demonstrieren und protestieren; bestimmt diskutieren sie. Das sei hier kritisiert und mit der Frage verbunden – einmal mehr –, warum sich Intellektuelle und Kulturinteressierte in der defensiven Position kompetenter fühlen als in der offensiven, in der abwehrenden sicherer oder doch behaglicher als in der politikgestaltenden. Die Ausnahmen bestätigen die Regel.

**Intellektuelle
fühlen sich in
der defensiven
Position kompetenter**

Ist es die Lust am Denken und Reden, die die Verantwortung vergessen lässt oder lähmt, und verhindert, handelnd einzugreifen? Ist es die Angst vor dem Wandel, die den Rückzug in den Elfenbeinturm empfiehlt? Ist es die Überschätzung des Wortes, die zur Geringschätzung der Tat führt?

Wie auch immer: Die Erfahrung gilt, dass sich die neuen Medien gegen sämtliche Einwände realisiert haben. Die kulturellen Dämme brachen. Das müsste endlich den Willen wecken, nicht den Lauf der Medien zu behindern, sondern ihn kulturell zu beeinflussen. Ein Offensein ist verlangt. Nicht Kassandrarufer wollen wir hören, sondern kulturelle Stentorstimmen.

**Nicht den Lauf
der Medien behindern,
sondern ihn kulturell beeinflussen**

Es geht nicht, auch bei den *Informations Highways* nicht, weder beim *Internet* noch bei *World Wide Web*, um die dramatisierte Schicksalsfrage, ob wir die Kultur fördern oder der Barbarei Vorschub leisten wollen; vielmehr müssen wir entscheiden, ob wir das neben dem kommerziellen und militärischen vorhandene Potential nutzen wollen: das demokratische, soziale und kulturelle.

**Das demokratische,
soziale und kulturelle Potential fördern**

Nach der Erfindung der Buchdruckerkunst – genauer: der beweglichen Lettern – revolutioniert sich die Kommunikation mit der Telematik ein zweites Mal. Diese gewaltige Umwälzung besteht nicht

Akzent: Deregulierung

so sehr in der Digitalisierung der Daten, der Integration von Text, Bild, Film und Ton sowie der Interaktivität, sondern in der Aufhebung der Informationsmonopole und in deren Ablösung durch eine informierte Gesellschaft. Die Vision einer wissenden und aufgeklärten Welt erhält eine reelle Chance.

Noch sind es die Verlage, Agenturen, Zeitungsredaktionen sowie Radio- und Fernsehstationen – also grosse und teure Apparate –, die über die Veröffentlichung von Informationen entscheiden. Für den Einzelnen bleibt der Zugang nach wie vor eng begrenzt. Erst wenn die Zugangsfreiheit verwirklicht ist, beginnt der *Free Flow of Information* und damit die informatorisch emanzipierte Gesellschaft.

In ihr ist der Einzelne fähig, sich irgendwann und irgendwo irgendwelche Daten, Fakten und Erkenntnisse zu beschaffen, und zwar grundsätzlich unabhängig von Verlagen, Agenturen, Zeitungen, Radio- und Fernsehstationen. Aus der monopolistischen oder doch oligarchischen Informationsgesellschaft wird die demokratische. Der Einzelne versorgt sich geistig nicht mehr nur aus seiner Bibliothek und Videothek, aus seinen Zeitungen und elektronisch empfangbaren Sendungen, sondern über seinen PC und die digitalisierten Informationsnetze nach dem individuellen, jederzeit frei bestimmten Bedarf.

Geraten wir dabei nicht von der Informationsflut in die verheerende Sintflut? Mit dem Übergang von der materiellen in die virtuelle Informationswelt wächst das Angebot zwar gewollt ins Unendliche. Aber besser als heute werden uns intelligente Navigationsprogramme helfen, den Überblick zu bewahren, und nur jene Informationen zu erhalten, die wir tatsächlich benötigen.

Die in der Welt entstehenden und gesammelten Erkenntnisse werden in Datenbanken gespeichert sein. Wir rufen sie über Glasfaserkabel und über Satelliten ab und nehmen sie auf unserem PC-Bildschirm oder ausgedruckt zur Kenntnis: durchwegs aktuell.

In der Dienstleistungsindustrie, die sich mit der Telematik aufbaut, steckt die Möglichkeit neuer Arbeitsplätze. Die elektronische Vernetzung erlaubt die Berufsarbeit zu Hause. Büroräume, die während der längsten Zeit des Tages leerstehen, lassen sich sinnvoller nutzen. Die Pendlerströme nehmen ab und mit ihr die Belastungen der Umwelt. Videokonferenzen ersetzen eine Vielzahl geschäftlicher Reisen. Auch dies wirkt sich auf den Verkehr minimierend aus und auf die Ökologie optimierend. Den Alphabetisierungs-Programmen als fundamentale Voraussetzung einer demokratischeren Welt eröffnet die Telematik hoffnungsvolle Perspektiven.

Diese Beispiele illustrieren die Notwendigkeit, die Digitalisierung der Kommunikation und die Virtualisierung der Realität auch als Fortschritt anzuerkennen und nicht einseitig zu problematisieren. Die besorgte und ängstliche kulturelle Kritik dringt nicht über den engeren Kulturraum hinaus. Nur den aus der Kritik gewonnenen Gestaltungs-Postulaten kann eine grössere Resonanz gelingen. In die Medienpolitik müssen kulturelle Forderungen einfließen, die indessen nicht in traditioneller Weise repressiv sein dürfen. Die kommerziell gesteuerte Liberalisierung benötigt dringend die kulturelle Ergänzung, Bereicherung und Gewissenhaftigkeit. Dem Haben gehört das Sein zur Seite: kein muffiges, verbiestertes, bleich-asketisches, sondern ein frisches, lebendiges und wagemutiges.

Allerdings: jenseits der moralisierenden Verdrossenheit und des pädagogischen Missionseifers will immer wieder gefragt sein, ob die Kommunikationstechniken nicht verhindern, was sie zu entwickeln vorgeben: Kreativität und Qualität.

Wie wir auf den Mond geflogen sind, um von dort aus die Erde deutlicher zu erkennen, so nachhaltig wäre zu wünschen, dass wir auf der Raketenreise durchs Internet Anfang und Ausgang aller neuen Technologien noch klarer vor uns sehen und noch intensiver erforschen: das menschliche Hirn. Das erfüllte Sein verlangt nach der Nutzung der in uns selber schlummernden Energien und kreativen Chancen.

Erst mit der Revolution des Free Flow of Information beginnt die informatorisch emanzipierte Gesellschaft

Intelligente Programme werden helfen, in der virtuellen Informationswelt die Übersicht zu behalten

Kulturelle Kritik soll nicht repressiv, sondern bereichernd sein

Telecom-Szenarien für die Schweiz

DIE TELECOM-PTT MUSS EINERSEITS ANSCHLUSS FINDEN AN DEN INTERNATIONALEN MARKT. ANDERERSEITS SOLL SIE LEISTUNGEN ZUGUNSTEN DES GEMEINWOHLS ERBRINGEN. DER AUTOR, WISSENSCHAFTLICHER BERATER IM RANG EINES VIZEDIREKTORS DER GENERALDIREKTION PTT, SKIZZIERT DIE POSITION SEINES UNTERNEHMENS.

Max Arnet

Bevor das gestellte Thema konkret angegangen werden kann, müssen Begriffe und Spielregeln geklärt werden. Ebenso ist der Gesamtzusammenhang mit der Wirtschaft, Gesellschaft und Politik herzustellen. Unter dem Schlagwort *Revitalisierung der Schweizer Wirtschaft*, was eigentlich Wiederbelebung eines vorher Leblosen heissen würde, ist nach anfänglichem Zögern und Murren eine gewisse Bewegung festzustellen. Mit der Einführung der Mehrwertsteuer, der Revision des Kartellgesetzes und der Schaffung des Binnenmarktgesetzes, dann auch mit dem Beitritt zur WTO (GATT-Nachfolge) sind wichtige Schritte auf der vom Bundesrat vorgeschlagenen Belebungsroute unternommen worden. In das Revitalisierungspaket ist auch die PTT-Neuaufrichtung mit neuem Organisationsgesetz (TOP), mit neuem Postgesetz und neuem Fernmeldegesetz sowie einer Reihe von davon abhängigen gesetzlichen Regelungen eingepackt. Uns interessiert hier ausschliesslich der Bereich der Telekommunikation, deren Entwicklung, Deregulierungsperspektiven und Auswirkungen. Zurück nun zu den erklärungsbedürftigen Begriffen, die häufig verwendet, aber kaum je hinterfragt und definiert werden.

Ausgangspunkt und eine Art Oberbegriff ist die *Liberalisierung* oder Befreiung von staatlichen und andern Fesseln, die den freien Handel mit Gütern und Dienstleistungen beeinträchtigen könnten. Ursprünglich stammt der Begriff von der Freihandelsidee, wie sie in verschiedensten Abkommen, neustens mit der WTO zu verwirklichen gesucht worden ist und wird.

Die Neuformierung der PTT ist Teil des bundesrätlichen Revitalisierungsprogramms für die Schweizer Wirtschaft

Liberalisierung ist der Oberbegriff, abgeleitet von der Idee des Freihandels

VORTEILE EINER LIBERALISIERUNG

- Schnellere Produkte-Entwicklung und kürzere Produktionsprozesse
- Kundenspezifische Problemlösungen
- Verbesserte und transparentere Lenkungen der Preise, z.B. durch Wegfallen von Quersubventionen

NACHTEILE EINER LIBERALISIERUNG

- Bestehen natürlicher Monopole (*ein* Anbieter ist optimal)
- Externe Effekte
- Ruinöser Wettbewerb
- Fehlendes privates Angebot (Qualität, Preis)
- Politische Lenkungsmöglichkeiten durch einen Staatsbetrieb

Akzent: Deregulierung

Unter *Deregulierung* versteht man jene Massnahmen, die der Liberalisierung zum Durchbruch verhelfen sollen:

- Der Staat verzichtet auf Massnahmen, mit denen versucht wird, Marktversagen zu korrigieren oder politische Zielsetzungen gegen den Markt durchzusetzen (Mindestpreise, Normen, Vorschriften).
- Durch das freie Spiel der Marktkräfte soll die Effizienz erhöht werden.
- Im Bereich der *Telekommunikation* sind es insbesondere Monopolpreise, Zulassung von Geräten, Netz- und Dienstmonopole, die zur Diskussion stehen.

Deregulierung bedeutet Verzicht auf staatliche Steuerung des Marktes

Der letzte und konsequenteste Schritt der Liberalisierung ist die Abgabe bisher staatlicher Eigentümerechte und -pflichten an Private, das heisst die *Privatisierung*. Allerdings müssen zwei Voraussetzungen gegeben sein, damit Privatisierung Sinn macht und verhindert wird, dass aus einem staatlichen Monopol ein privates entsteht: Rentabilität des Geschäftes und wirksamer Wettbewerb.

Privatisierung ist der konsequenteste Schritt der Liberalisierung

TRENDS IN DER ENTWICKLUNG DER TELEKOMMUNIKATION

Es sind im wesentlichen drei Entwicklungsbereichen zu unterscheiden: Jene der *Technologie*, der *Wirtschaft* und der *Gesellschaft*. Sie verlaufen nach eigenen Gesetzen, aber nicht unabhängig voneinander. So stellt sich einmal mehr die Grundfrage, ob das technische Angebot die Nachfrage auslöse oder ob die Bedürfnisse von Wirtschaft und Gesellschaft den technischen Fortschritt auf Trab halten.

Seit mindestens zwei Jahrzehnten prophezeien Wissenschaft und Industrie das Zusammenwachsen der verschiedenen Kommunikations- und Informations-Systeme oder zumindest eine systemübergreifende Vernetzung und Verständigung. *Integration* heisst das Schlüsselwort, *Digitalisierung* die gemeinsame Sprache. Die technische Entwicklung war in der Telekommunikation lange Zeit die massgebende dynamische Kraft und spielte eine Vorreiterrolle für die Anwendung der Kommunikationsmöglichkeiten. Schätzungsweise hundert Jahre lang bestimmte das technische Angebot die Nachfrage. Die grossen monopolistischen Hüter und Verteiler der Netze, Geräte und Dienste, die nationalen PTT's, vollzogen, was Wissenschaft und Industrie anboten, ja manchmal sogar aufdrängten.

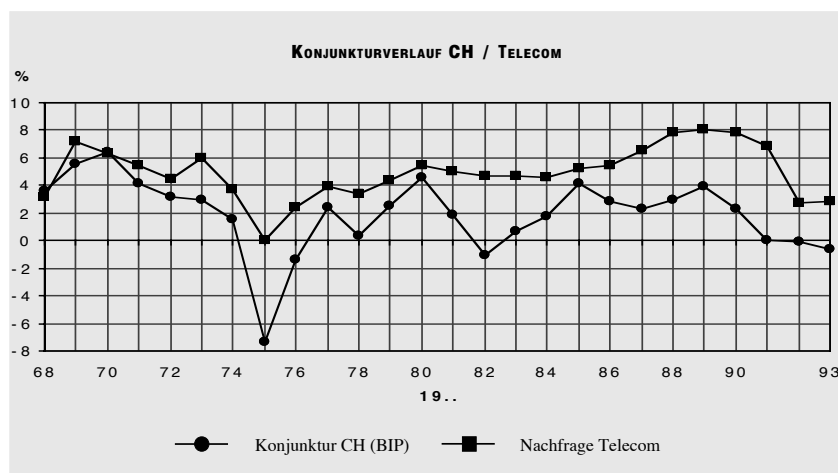
Technologische Trends: Integration und Digitalisierung

Die Perspektiven der technischen Entwicklung gehen, in kurzen Zügen dargestellt, etwa in folgende Richtungen:

- *Datenautobahnen* oder *Information-Highways* sind Voraussetzungen zur Verwirklichung der Vision vom *Global Village*, in welchem jeder mit jedem verbunden ist, weltweit Daten, Bilder und Töne austauschen kann; technisch in absehbarer Zeit vermutlich realisierbar. Offen sind wirtschaftliche und gesellschaftliche Fragen.
- *Digitalisierung der Netze*: Anfang 1994 wurde zusammen mit 25 Netzbetreibern in 20 Ländern Europas (inkl. Schweiz) das Euro-ISDN (Integrated Services Digital Network) eröffnet. Damit wurde eine einheitliche, zukunftssichere, europaweite telekommunikations-Netzstruktur auf der Basis des Schmalband-ISDN geschaffen, das viele neue Anwendungen ermöglicht.
- *ATM-Technik* (Asynchroner Transfer-Modus) als Voraussetzung für das künftige Breitband-ISDN ermöglicht die *Information-Highways* von morgen. Pilotprojekte sind in der Schweiz und in Europa im Gange. Der weltweite Standard erlaubt Breitbanddienste auf globaler Ebene.
- *Glasfaser bis zum Kunden*: Im Unterschied zum Schmalband-ISDN benötigen Breitband-Anwendungen Glasfasern bis zum Kunden. Zusammen mit der ATM-Vermittlungstechnik sind dies die technischen Grundlagen für das Multimedia-Zeitalter.

Weltweit und auch in unserm Land ist die *Nachfrage nach Telekommunikations-Leistungen* in einem überdurchschnittlichen Wachstum. In den letzten 25 Jahren gab es nur einmal einen konjunkturell bedingten Rückschlag: Im Jahre 1975 war der Zuwachs bei Null; das Brutto-Inland-Produkt (BIP) sank im gleichen Jahr um sieben Prozent. Im langjährigen Durchschnitt verlief die Nachfragekurve um rund zwei Prozentpunkte über dem Verlauf des BIP. Von Zeit zu Zeit können eigentliche Wachstumsschübe ausgemacht werden, die zumeist darauf beruhen, dass die Kunden selber tätig werden können und ohne Zwischenschaltungen ihre Kommunikationsbedürfnisse zu befriedigen in der Lage sind. Das geschah seinerzeit bei der Realisierung der Telefon-Vollautomation im Inland (letzte Zentrale in den fünfziger Jahren) und vor zwanzig Jahren mit der internationalen Selbstwahl. Bei künftigen neuen Anwendungen wird dieses Modell eine Selbstverständlichkeit sein.

Wirtschaftlicher Trend: starkes Wachstum der Nachfrage



Auf der Angebotsseite – hier wird die Telecom-Industrie in der Schweiz betrachtet – dominieren die folgenden Trends (siehe auch die untenstehende Tabelle und Grafik) :

- Verlagerung der Wertschöpfung von Hardware zu Software
- Verminderung der Fertigungstiefe und dadurch der eigenen Wertschöpfungsanteile als Folge der globalen Arbeitsteilung von etwas über 40 Prozent in den achtziger Jahren auf 37 Prozent 1993 (die Tendenz geht gegen 30 Prozent, den heutigen Stand in der Maschinen- und Elektroindustrie gesamthaft)
- Verminderung der Lieferungen an die PTT-Telecom seit 1992 als Folge des geringer erwarteten Nachfragezuwachses sowie der strukturellen und technologischen Veränderungen

Sozusagen zwischen Angebot (Telecom-Industrie) und Nachfrage befindet sich der Vermittler, die Telecom-PTT sowie zunehmend in- und ausländische Anbieter von Geräten und Dienstleistungen der Telekommunikations-Branche. Die Grenzen zwischen den Marktteilnehmern verwischen sich übrigens immer mehr. Als Trends sind hier auszumachen:

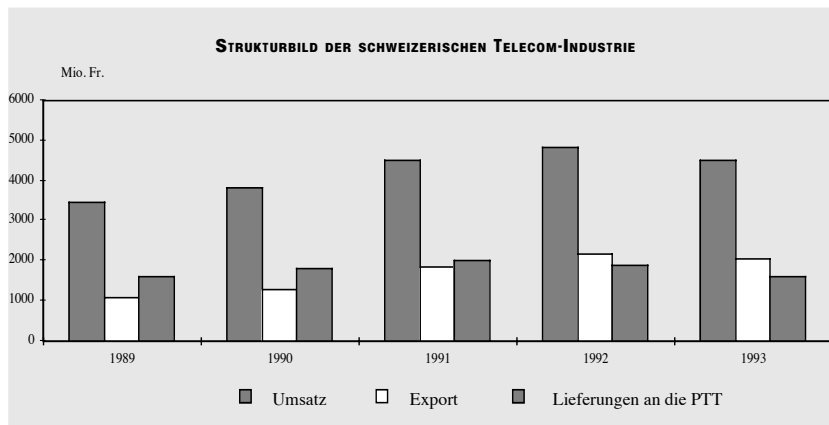
- Globalisierung der Tätigkeiten und der Märkte (UNISORCE, UNIWORLD, Beteiligungen in Osteuropa, usw.)

Telecom PTT befindet sich in Vermittlerposition zwischen Angebot und Nachfrage

Akzent: Deregulierung

STRUKTURDATEN DER SCHWEIZERISCHEN TELECOM-INDUSTRIE											
Jahr	Umsatz in Mio Fr.	Exporte		Lieferungen an PTT		Vor- leistungen		BWS *) Mio Fr.	Mitarbeiter in der CH		BWS je Mitar- beiter
		in Mio Fr.	%	in Mio Fr.	%	in Mio Fr.	%		davon F + E		
1989	3479	1080	31	1630	47	2018	58	1461	19453	2520	75105
1990	3829	1269	30	1816	47	2259	59	1570	19450	2640	80720
1991	4513	1857	41	2022	45	2708	60	1805	19691	2713	91680
1992	4824	2170	45	1904	39	2943	61	1881	15029	2708	125160
1993	4503	2041	45	1591	35	2837	63	1666	13518	2698	123240

*) BWS – Bruttowertschöpfung



- Liberalisierung der Märkte und der Rahmenbedingungen, von den USA in den achtziger Jahren ausgelöst, von Grossbritannien als erstes europäisches Land realisiert, von der EU für 1998 proklamiert
- Bemühungen um eine strukturell und ordnungspolitisch europataugliche helvetische Lösung (Gesetzesreformen TOP und FMG)

Verschiedene *Trends der gesellschaftlichen Entwicklung* verknüpfen sich mit den wesentlichen Merkmalen der modernen Telekommunikation. Sie schaffen so den soziokulturellen Hintergrund

Telekommunikation geht parallel mit gesellschaftlichen Trends

für die technischen und wirtschaftlichen Umwälzungen bzw. verstärken deren Durchsetzungskraft. Stichwortartig können diese Trends wie folgt benannt werden:

- Trend zum *Individualismus* und damit verbunden die Abnahme von kollektiver Verantwortung und Solidarität
- Trend zum *ökonomischen Maximieren*, zum Gewinnen in allen denkbaren Spielformen
- Trend zum *Erleben*, mit allen Sinnen, möglichst heute und nicht erst morgen

Trends zu Individualismus, Gewinnmaximierung und Erlebnis

ORDNUNGSPOLITIK FÜR DIE TELEKOMMUNIKATION IN DER SCHWEIZ

Der heute gültige Art. 36 der Bundesverfassung sagt klipp und klar:

- Das Post- und Telegrafewesen im ganzen Umfange der Eidgenossenschaft ist Bundessache.
- Der Ertrag der Post- und Telegrafverwaltung fällt in die eidgenössische Kasse.
- Die Tarife werden im ganzen Gebiete der Eidgenossenschaft nach den gleichen, möglichst billigen Grundsätzen bestimmt.

In diesen einfachen Bestimmungen, die 120 Jahre lang allen technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen standgehalten haben, sind Grundwerte enthalten wie flächendeckende Versorgung, Preisgerechtigkeit für alle, nicht nur Oberhoheit, sondern Eigentum des Bundes.

Auf der Gesetzesstufe (im geltenden Fernmeldegesetz von 1992) wird der Verfassungsauftrag wie folgt ausgeführt:

“Dieses Gesetz soll gewährleisten, dass die Fernmeldebedürfnisse von Bevölkerung und Wirtschaft in allen Landesteilen zuverlässig, preiswert und nach gleichen Grundsätzen befriedigt werden können.”

Die Zuweisung unter Art. 4 (Anbieter) “Die PTT-Betriebe erbringen die Dienstleistungen im Bereich des Grunddienstes” ist ein Beweis für das Grundkonzept des *Service public*. Weitere Grundwerte sind die flächendeckende Versorgung, Recht und Sicherheit. Eine Teilliberalisierung ist eingeleitet mit der Freigabe von erweiterten Diensten, von Teilnehmeranlagen sowie der Möglichkeit von Konzessionen im Netzbereich.

Verfassung und geltendes Gesetz definieren die PTT als Service public

Alle bisherigen Revisionsvorhaben der PTT und des Eidgenössischen Verkehrs- und Energiewirtschafts-Departements (EVED) verliefen unter der Rahmenbedingung, dass die Bundesverfassung nicht angetastet werden soll, da sowohl das Risiko der dazu notwendigen Volksabstimmung als auch der Zeitbedarf den gedrängten, von den europäischen und den Marktentwicklungen her diktierten Fahrplan völlig in Frage stellen würde. Das Beibehalten dieser Rahmenbedingung heisst letztlich aber nur, dass der bisherige Hauptakteur Telecom-PTT weiterhin mehrheitlich im Eigentum des Bundes bleibt. Alles übrige kann relativ frei gestaltet werden.

Aus taktischen Gründen wird der Verfassungsrahmen nicht geändert

Dem zu revidierenden Fernmeldegesetz werden folgende Vorstellungen zu Grunde gelegt:

- Es ist sicherzustellen, dass Bevölkerung und Wirtschaft vielfältige, preiswerte und international konkurrenzfähige Fernmeldedienste angeboten werden. Dies ist durch Förderung des Wettbewerbs anzustreben.
- Die Grundversorgung ist in allen Landesteilen zuverlässig und preiswert zu gewährleisten
- Monopole und das Konzept eines *Service public* werden aufgegeben und durch eine Konzessionspflicht für alle Anbieter ersetzt. Für eine Übergangsfrist von fünf Jahren ab Inkrafttreten des Gesetzes bleibt die Telecom-PTT ohne Entschädigung verpflichtet, die Grundversorgung sicherzustellen.
- Die Grundversorgung wird klar umschrieben, die Konzessionen werden ausgeschrieben und die geeigneten Bewerber in die Pflicht genommen. Zum Ausgleich der regional unterschiedlich gedeckten Kosten kann ein Fonds geöfnet werden, der aus Konzessionsabgaben zu speisen sein wird.

Ziele der Reform: internationale Konkurrenzfähigkeit und sichere Grundversorgung

Akzent: Deregulierung

Ziele der hier skizzierten Reform sind: Effizienz und Vielfalt in der Inlandversorgung, Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Geschäft, insgesamt Verstärkung des Telekommunikations-Standortes Schweiz.

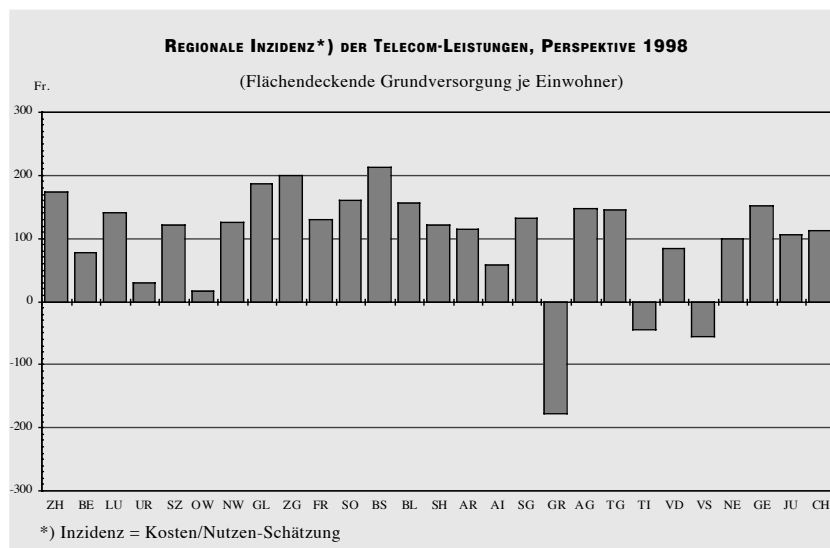
PTT-STRATEGIEN

Zur Hauptsache sind es die strategischen Hauptstossrichtungen des Bereiches PTT-Telecom, die hier zu erwähnen und den Trends und veränderten Rahmenbedingungen gegenüberzustellen sind. Die PTT als ganze spielt dann eine Rolle, wenn Organisation und Politik einzubeziehen sind; in erster Linie geht es dort um die Totalrevision des PTT-Organisationsgesetzes.

Die Strategien der PTT-Telecom sind im Hinblick auf einen parallel zur EU liberalisierten Markt wie folgt erkennbar:

- Das Modell der möglichst weiten *Marktöffnung* wird bejaht, um die seit langem angestrebten unternehmerischen Freiheiten entwickeln und um die internationale Allianzfähigkeit entscheidend verbessern zu können.
- Als Marktführerin kann die PTT-Telecom die *flächendeckende Versorgung* nachfragegerecht, preisgünstig und sicher gewährleisten. Wieweit Mitbewerber sich an dieser Grundaufgabe beteiligen werden, soll schrittweise erprobt werden. Von der Schaffung eines Fonds zum Ausgleich der regionalen Unterschiede (siehe nachstehende Grafik) ist zumindest in einer Einführungsphase abzusehen, denn die PTT-Telecom hätte als einzige in diesen Topf einzuwerfen und daraus wieder zu nehmen; eine rein bürokratische und unnötige Übung.

Die PTT Telecom bejaht eine möglichst weite Marktöffnung



Diese Grafik ist das massgebende Hauptergebnis einer Studie über die flächendeckende Telecom-Versorgung. Mit einer solchen finanziellen Ausgangslage kann die flächendeckende Grundversorgung von der PTT-Telecom gut sichergestellt werden. Die drei Regionen mit Unterdeckung belasten das regionale Ausgleichssystem nur mit etwa 10 Prozent.

Mit den Absichten, das Land in nur noch vier Netzgruppen zu gliedern und für alle Verbindungen einen einheitlichen, distanzunabhängigen nationalen Tarif einzuführen, können für den Hauptanbieter und für die Bevölkerung beste Ausgangsbedingungen im neuen Telekommunikations-Zeitalter geschaffen werden.

Eine ökonomisch und unternehmerisch bedeutende strategische Stossrichtung ist die *Internationalisierung* im Rahmen von Allianzen, Beteiligungen und andern Formen der Zusammenarbeit. Schon sind zahlreiche solche Beispiele in Gang gesetzt oder in Aussicht genommen. Mit der Umwandlung der PTT-Telecom in eine Aktiengesellschaft wird ein noch bestehendes Hindernis für die konsequente Verfolgung dieser zukunfts- und wachstumsträchtigen Strategie abgebaut. Zusammen mit ihren Partnern von UNISOURCE/UNIWORLD strebt die PTT-Telecom die Position eines *Global Players* im internationalen Telekommunikations-Geschäft an.

Distanzunabhängige Tarife schaffen für alle gleiche Bedingungen

PTT-Telecom will ein Global Player werden

SZENARIEN

Dem Blick in die Zukunft mit der Entwicklung der Rahmenbedingungen und ihrer Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft liegen drei Szenarien zugrunde; ein pessimistisches, ein sehr optimistisches und ein realistisches.

Szenario Status quo: Das Fernmeldegesetz wird auf Druck der Wirtschaft vor dem Organisationsgesetzes revidiert, scheitert aber nach einem Referendum aus gewerkschaftlichen und regionalen Kreisen. Die internationalen Marktöffnungen treten nach EU- und WTO-Regeln ein.

Auswirkungen: Ein weiterer "Sonderfall Schweiz", der mit fragwürdigen Massnahmen, in der Regel zulasten der PTT-Telecom, abgeschwächt wird: Mit bundesrätlichen Verfügungen wird das Netz- und Sprach-Monopol bei SBB, Elektrizitätswerken und Kabelnetzbetreibern gelockert. Die weltweit tätigen internationalen Telekommunikations-Gesellschaften nützen jede Ritze im brüchigen Gefüge des Inlandmarktes für ihre Geschäfte aus. Das lukrative internationale Geschäft geht der schweizerischen Telecom grossenteils verloren.

Dadurch geht die Investitionsfähigkeit markant zurück; die PTT-Telecom entwickelt sich zwangsweise zu einer inländischen Infrastruktur-Gesellschaft zurück. Insgesamt wird der Telekommunikations-Standort Schweiz erheblich geschwächt.

Pessimistisches Szenario: Schwächung durch politische Blockierung

Szenario Liberalismus: Das Fernmeldegesetz wird als reines Marktgesetz ausgestaltet, trotz Bedenken wird das Referendum nicht ergriffen. Über die Konzessionen verteilt das BAKOM (EVED) mehr oder weniger willkürlich den Telekommunikations-Kuchen. Jeder gegen jeden und alle gegen die allzu grosse und mächtige PTT-Telecom, heisst die Losung.

Auswirkungen: Die erzielbaren Preise begrenzen die Kosten und erzeugen Druck auf die Arbeitsplätze. Neuanbieter auf dem Markt haben den Vorteil, von Anfang an rigoros zu rationalisieren und mit geringeren Personalkosten an den Start zu gehen. Da jeder strukturpolitische Ausgleich entfällt, führen regional unterschiedliche Kosten zu regional unterschiedlichen Preisen.

Versorgungsqualität und -kontinuität der Rand- und Bergregionen sind nicht mehr gewährleistet. Eine Zwei- bis Dreiklassen-Gesellschaft zeichnet sich ab.

Die grossen internationalen Telekommunikations-Gesellschaften steigen dort voll ins inländische Geschäft ein, wo dies gewinnbringend scheint. Die Rentabilität ist von der Bevölkerungsdichte abhängig. Der Telekommunikations-Standort Schweiz wird immer mehr fremdbestimmt. Die von Wirtschaftskreisen geforderte Privatisierung der Telekommunikation findet nicht institutionell (was nur durch Änderung der Bundesverfassung möglich wäre), sondern marktässig statt.

Markt ohne jeden Ausgleich führt in der Telekommunikation zur Zwei- oder Dreiklassengesellschaft

Akzent: Deregulierung

Szenario Realismus: Das Fernmeldegesetz wird nach einem begrenzten Marktmodell nach dem Leitsatz: "soviel Wettbewerb wie möglich, soviel gesellschaftliche Mitverantwortung wie nötig" ausgestaltet. Der Markt wird schrittweise und nach Erfahrung geöffnet. Nicht das BAKOM, sondern ein politisches Gremium setzt die Rahmenbedingungen und verteilt den Kuchen. Die PTT-Telecom erhält einen Leistungsauftrag zur Sicherung der flächendeckenden und nachfragegerechten Grundversorgung ohne Subventionen und Ausgleichsfonds. Eine asymmetrische Regulierung zu Lasten der PTT-Telecom wird verhindert.

Auswirkungen: Die Effizienz und Vielfalt der Telekommunikation in unserem Land wird erhöht. Sogar die Glasfaser zu jedem Kunden als Voraussetzung des *Global Village* kann verwirklicht werden. Garantierte Qualität, kontrollierte Preise und ein gesichertes PTT-Geheimnis machen das hohe Niveau Grundversorgung aus. Zudem kann die PTT-Telecom kann international voll mitmachen und gleichberechtigt am Wettbewerb um Märkte teilnehmen.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die zusammenfassende Würdigung beruht auf Überlegungen zu den Bereichen Wirtschafts- und Regionalpolitik, Gesellschafts- und Sozialpolitik, Europa- und Standortpolitik, sowie den Perspektiven aufgrund der drei Szenarien.

Eine gesamthafte Beurteilung ergibt:

1. Es wäre verhängnisvoll, wenn die Revision des Fernmeldegesetzes (FMG) an einem Referendum scheitern würde und der Status quo beibehalten werden müsste.
2. Es wäre ebenfalls verhängnisvoll, wenn das vom Bundesrat in die Vernehmlassung gesandte FMG verschärft (ohne Versorgungsauftrag an die Telecom-PTT) aus dem Parlament herauskäme, da mit dem reinen Marktmodell wesentliche Grundwerte in Frage gestellt werden.
3. Es ist unabdingbar, dass der Übergang vom Monopol (*Service public*) zum freien Markt nicht in der Art einer Hau-ruck Übung sondern gesellschafts- und sozialverträglich gestaltet wird.

Daraus lassen sich folgende Empfehlungen ableiten:

1. Für die Gestaltung der künftigen Telekommunikations-Politik unseres Landes sind gerechte und glasklare Spielregeln notwendig.
2. Die PTT-Telecom muss den Leistungsauftrag oder die generelle Konzession erhalten, eine nachfragegerechte Grundversorgung weiterhin sicherzustellen (ohne Fondslösung, aber mit tragfähigen Rahmenbedingungen).
3. Das Wettbewerbsmodell ist EU-konform zu gestalten; dabei ist Rosinenpicken und asymmetrische Regulierung unter allen Umständen zu verhindern.

Telekommunikation ist das weltumspannende Mittel, um Völker und Menschen zu verbinden, um politische, soziale und kulturelle Werte friedlich auszutauschen. Der Zugang zu diesem System und dessen Anwendungen sind Allgemeingüter; das erfordert eine neutrale Oberaufsicht zur Gewährleistung von Sicherheit und Gerechtigkeit sowie Schutz vor Missbrauch; das erfordert aber auch Förderung der Entwicklung bis hin zur Realisierung der Vision des *Global Village*.

Marktöffnung mit Leistungsauftrag führt zu guter Grundversorgung und Wettbewerbsfähigkeit

Ein Scheitern der FMG-Reform wäre fatal

Der Übergang vom Service public zum freien Markt muss sozialverträglich gestaltet werden

Zugang zu Telekommunikation ist ein Allgemeingut und verlangt Sicherheit, Gerechtigkeit, Schutz vor Missbrauch und Förderung der Entwicklung

Freiheit, Gleichheit, Liebe

ÜBERLEGUNGEN ZU MENSCHENBILDERN UND VISIONEN FÜR EINE 'MULTIMEDIALE
GESELLSCHAFT'

Barbara Mettler-v.Meibom

Themenstellungen sind Anregungen. So wurde ich durch die Veranstalter angeregt, über 'Freiheit' und 'Gleichheit' nachzudenken: Welche bildungs- und sozialpolitischen Sichtweisen liessen sich focussiert auf diese Begriffe in die Diskussion bringen?

In einer Stunde der Musse begriff ich, dass hier eine wichtige Amputation stattgefunden hatte: Die Trias der Begriffe Freiheit – Gleichheit – Brüderlichkeit, mit denen die französische Revolution hervorgetreten war, war des letzten Begriffes beraubt worden. Mir schien dies kein Zufall, und so habe ich mich in der folgenden Zeit damit auseinandergesetzt, diese Trias gedanklich wiederherzustellen und auf die sogenannt 'multimediale' Gesellschaft zu beziehen. Ich tue dies nicht als Bildungs- oder Sozialpolitikerin, sondern als Politik- und Kommunikationswissenschaftlerin, die sich in den vergangenen Jahren intensiv mit Technikentwicklung, Technikgestaltung und Technikfolgen, insbesondere in ihrem kommunikativen Aspekt auseinandergesetzt hat.

MENSCHENBILDER, GESELLSCHAFTSBILDER, VISIONEN

Unser Denken, Fühlen, Handeln kennt geheime Massstäbe: Menschen- und Gesellschaftsbilder. Es sind unbewusste oder bewusste Vorstellungen davon, was der Mensch ist, wie die Gesellschaft beschaffen ist, wie Mensch und Gesellschaft sich weiterentwickeln sollten und was dazu nötig ist. Als innerer roter Faden prägen sie unsere Wahrnehmungen, unseren Zugang zur Welt und zum anderen, aber auch unsere Handlungsweisen. Sie entstehen in einem komplexen Prozess des Hineinwachsens in die Welt, werden entscheidend von unseren Eltern und nahen Personen unseres Umkreises geprägt und von den Erfahrungen, die wir insbesondere in Kindheit, Jugend und jungem Erwachsensein durchlaufen.

Solche Menschen- und Gesellschaftsbilder sind erstaunlich stabil; sie sind wie Brillen, die unsere Sichtweise entscheidend prägen. An Extremen vorgestellt: Ist der Mensch von Grund auf aggressiv oder von Grund auf mit göttlicher Liebeskraft ausgestattet? Ist eine Gesellschaft der Kampf aller gegen alle oder eine Lebens- und Lerngemeinschaft, die jedem Menschen Raum bietet, die für ihn oder sie wichtigen Erfahrungen zu machen? Ist das Verhältnis der Nationen zueinander eines, das über den Einsatz von Macht- und Herrschaftsmitteln ausgestaltet wird oder eines, das von wechselseitiger Abhängigkeit und Kooperationsnotwendigkeit gekennzeichnet ist?

Unter Visionen verstehe ich noch mehr als Menschen- und Gesellschaftsbilder. Visionen, die der Kritik an einer als inhuman angesehenen Gegenwart entspringen, führen zu Entwürfen für eine bessere, humanere Zukunft, zu Vorstellungen vom besseren Leben. Es sind Ideen, die uns befeuern, über das Bisherige und als ungenügend Empfundene hinauszugehen, zu neuen Ufern aufzubrechen und Kritik an der Gegenwart in die Konstruktion einer besseren Zukunft umzuwandeln. Visionen

Wahrnehmungs- und Handlungsmuster sind geprägt von Menschen- und Gesellschaftsbildern

Visionen sind Zukunftsentwürfe und Vorstellungen vom besseren Leben

Akzent: Deregulierung

verschaffen Menschen- und Gesellschaftsbildern den Glanz des Aufbruchs, die Kraft zur Verwandlung hin zu mehr Humanität.

Menschenbilder, Gesellschaftsbilder und Visionen ordnen also unsere Vorstellungen, Gefühle und Handlungen und gehen ein in unsere "Konstruktionen von Wirklichkeit". Dies gilt auch für die Technik und die Art technischer Projekte. Vorstellungen und Visionen finden sich in Technikkonzepten, Technikleitbildern, Konzepten für die Anwendung von Technik, Konzepten für flankierende bildungs- und sozialpolitische Massnahmen und in Konzepten für die politische, ökonomische oder soziale Durchsetzung von Technik. Kein Wunder, dass auch Konflikte um Technik und Technikanwendungen ebenfalls mit Hilfe von Menschen- und Gesellschaftsbildern ausgetragen werden.

Der Streit um Menschenbilder, Gesellschaftsbilder und Visionen ist alles andere als beliebig. Da sich in ihnen ordnende, gestaltende Prinzipien verbergen, die zum Teil in zentralen Begriffen verdichtet werden, lohnt es, ihren Gehalt zu präzisieren und transparenter werden zu lassen. So möchte ich mit einer Verdeutlichung meiner Vorstellungen und Visionen beginnen:

Der Mensch ist von Grund auf liebesfähig und liebeswillig. Ziel aller Bildungspolitik sollte es sein, dass Menschen zu liebes-, kommunikations- und handlungsfähigen Menschen heranwachsen können. Der Grund hierfür ist naheliegend: Ohne Liebe können wir Menschen nicht das Urvertrauen entwickeln, das uns befähigt, mit uns selbst, mit unseren Mitmenschen und mit unserer Mitwelt in einen befriedigenden Kontakt zu treten. Wo Jugendliche emotionale Mangel Erfahrungen machen, entstehen Gesellschaftsprobleme, denn Jugendprobleme sind im Generationswechsel Gesellschaftsprobleme. Dieser Zusammenhang ist für mich die Folie, auf deren Hintergrund ich die gegenwärtigen Entwicklungen betrachte, bewerte und Visionen für 'anderes und mehr' entwickeln möchte.

Es war wie gesagt kein Zufall, dass die Trias „Freiheit – Gleichheit – Brüderlichkeit“ auf die ersten beiden Begriffe zusammengeschmolzen war. Freiheit und Gleichheit stehen begrifflich für die Gegenpole, um die sich Demokratiedebatten drehen. Mit dem Freiheitsbegriff wird das Konzept des Liberalismus bzw. der liberalen Demokratie verbunden, mit dem Gleichheitsbegriff das Konzept der sozialen bzw. sozialistischen Demokratie. Innergesellschaftlich gewendet: Mit dem Freiheitsbegriff wird die Freiheit gegenüber staatlicher Bevormundung eingefordert, mit dem Gleichheitsbegriff die Chancengleichheit in einer faktisch von Ungleichheit geprägten Gesellschaft.

Verfolgt man die gesellschaftlichen Auseinandersetzungen in unserem Land, so lassen sich immer wieder Phasen feststellen, in denen ein starkes Interesse sich darauf richtet, das Gegensatzpaar von Freiheit und Gleichheit zum Ausgleich zu bringen, so zum Beispiel nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs, als das Konzept der sozialen Marktwirtschaft entwickelt wurde. Derzeit befinden wir uns hingegen in einer Phase, in der der Freiheitsbegriff derart in den Vordergrund gestellt wird, dass die fruchtbare Spannung zwischen Freiheit und Gleichheit auf Kosten der letzteren aufgegeben wird. Darauf komme ich später zurück.

Freiheit und Gleichheit waren aber nicht die einzigen Begriffe, unter deren Ägide der Aufbruch in demokratischere Verhältnisse gesucht wurde. Sie standen in Verbindung mit jenem dritten Begriff, dem der Brüderlichkeit. Er benennt eine andere Qualität, nämlich die Beziehungsqualität zwischen Menschen. Nicht um Rechte oder Ansprüche geht es bei diesem Begriff, sondern um Bezogenheit, Verantwortlichkeit und Wechselseitigkeit, soziale Einbindung.

Brüderlichkeit als Begriff reicht aus heutiger Sicht jedoch nicht mehr, um diesen Qualitäten Ausdruck zu geben. Gesucht ist ein Begriff, der die gemeinte Beziehungsqualität auf die ganze Mitwelt ausdehnt, auf Mensch, Pflanze, Tier, Kosmos. Was bietet sich da mehr an als der Begriff der Liebe, den Doris Janshen bereits 1983 als dritten Begriff in die Diskussion eingeführt hat (Janshen 1983, S.40; 1988)? Liebe lässt sich begreifen als die Kraft, die hilft, Trennungen zu überwinden: die Trennung von sich selbst, die Trennung von anderen. Die Kraft der Liebe stärkt

Technische Projekte widerspiegeln die Leitbilder einer Gesellschaft

Liebesfähigkeit ist eine der entscheidenden Leitvorstellungen der Bildung

Von der Trias Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit haben die ersten beiden Begriffe die Demokratie debatten geprägt

Der dritte Begriff – Brüderlichkeit – benennt nicht Rechte und Ansprüche, sondern die Beziehungsqualität zwischen Menschen

Selbstvertrauen und Selbstsicherheit ebenso, wie sie Akzeptanz und Achtung des anderen fördert. Und die Kraft der Liebe ist prinzipiell nicht beschränkt auf Menschen, sondern kann überall und bezogen auf alles wirksam werden: auf Pflanzen, Tiere, auf die Natur in allen Formen und Ausprägungen. Liebe bezeichnet so die einzige Beziehungsqualität, die alles umgreifen kann. Sie ist der Kern jedes Mitgefühls und jeder Verantwortlichkeit gegenüber Mitwelt und gegenüber sich selbst. Freiheit – Gleichheit – Liebe erweist sich aus dieser Sicht als eine Trias von Werten, die den Weg in eine humanere Gesellschaft ebnen kann. Es ist der Kern einer Vision, in der sich der Mensch eingebunden weiss in ein umfassenderes Ganzes, das ihn trägt und für das er Verantwortung übernehmen muss.

Liebe ist der Kern von Mitgefühl und Verantwortlichkeit

PROBLEMATISCHE ABSOLUTSETZUNGEN

Politik im Namen eines absolut gesetzten Freiheitsbegriffs ist neoliberalistische Politik. Margaret Thatcher und Ronald Reagan haben sie prototypisch vorgeführt, doch Elemente dieser Politik setzen sich in zunehmendem Ausmass durch. Neoliberalistische Politik will Freiheit von allen Regeln, Beschränkungen, Begrenzungen durchsetzen, und ihr vorrangiges Anwendungsfeld ist die Wirtschafts- und Sozialpolitik. Wirtschaftlich soll dem uneingeschränkten Marktmechanismus Raum gegeben werden, politisch sollen Ausgleichsmassnahmen für die Nicht-Privilegierten abgebaut werden.

Neoliberalismus ist die Politik der absolut gesetzten Freiheit

Ein wichtiges Stichwort neoliberalistischer Wirtschaftspolitik ist die Deregulierung. Deregulierung soll staatliche Auflagen und Regeln aufheben, die einer freien Entfaltung der Marktkräfte im Wege stehen. Flugverkehr wird dereguliert mit dem Erfolg, dass nicht nur die Preise sinken und viele Firmen pleite gehen, sondern auch die Umwelt durch den Anstieg der Flugbewegungen bedrohlich belastet wird. Der Post- und Briefverkehr wird dereguliert mit dem Erfolg, dass nicht nur mehr Anbieter und Angebote auf dem Markt sind, sondern auch die Versorgung für die grosse Allgemeinheit wesentlich teurer und schlechter wird. Neoliberalistische Politik fördert die Zweidrittel-Gesellschaft, in der die Chancen zur Teilhabe höchst ungerecht verteilt sind. Bildung kann sich leisten, wer vermögende Eltern hat, die ein Studium finanzieren können. Arbeit erhält, wer Beziehungen in das Beschäftigungssystem hinein hat. Karriere macht, wer die Ellbogenmentalität der Stärkeren anzuwenden weiss.

Auch im Hinblick auf die sogenannte multimediale Gesellschaft hinterlässt die neoliberalistische Politik ihre Spuren: Der Rundfunk wird vom Kulturgut zur Ware umdefiniert und damit dem Marktmechanismus unterworfen. Privatkommerzielle Programmanbieter werden zugelassen, und ihre Zahl wird beliebig erhöht; damit entsteht statt eines publizistischen ein kommerzieller Wettbewerb, bei dem die journalistische und publizistische Ethik und die Programmqualität schweren Schaden nehmen. Unter dem Schutz der Meinungsfreiheit werden zunehmend publizistische Angebote durchgesetzt, die die Würde des Menschen und damit jenen Wert fundamental verletzen, der hier als Liebe bezeichnet wurde. Und schliesslich: Die Telekommunikation wird privatisiert und dereguliert, was nicht nur die Zahl der Anbieter und Dienstleistungen erhöht, sondern auch den Preis der bisherigen Dienstleistungen und den Service für die Grunddienste erheblich verschlechtert. Zugang zu Informationen und Wissen wird in einer neoliberalistisch ausgestalteten sogenannt multimedialen Gesellschaft das Privileg für den Teil der Bevölkerung sein, der es sich leisten kann.

Deregulierte Telekommunikation droht die Gesellschaft zu spalten

Die Herkunft solcher Vorstellungen liegt, wie bereits erwähnt, im angelsächsischen Raum. In der amerikanischen Demokratietradition wurde die Gleichheit der Siedler als Befreiung von der Bevormundung durch die Briten verstanden. Die Freiheit der Wirtschaftsbürger in den Kolonien gegen die Eingriffe der Krone hat als historische Erfahrung ein Demokratieverständnis hervorgebracht, das sowohl auf einer Überwertigkeit des Freiheitsbegriffs wie vor allem auf seiner Fundierung im Wirtschaftlichen beruht.

Akzent: Deregulierung

Eine Politik, in der der Gleichheitsbegriff überwertig im Vordergrund steht, zielt darauf ab, Gleichheit in einer von Ungleichheit gekennzeichneten Gesellschaft mit allen Mitteln herzustellen. Darin steckt eine Gefahr uniformierender und manipulierender Art. Wo die Marktkräfte Ungleichheit erzeugen, soll der Staat die ordnende Funktion übernehmen und den einzelnen Akteuren Vorgaben für ihr Handeln machen. Gesellschaftlich können derartige Konzepte zu einer sozialen Diktatur und Uniformierung führen, oder – in die Zukunft hinein gedacht – zu einer Ökodiktatur, in der mit staatsautoritären Mitteln ein gleicher Umweltverbrauch durchgesetzt werden soll. Bildungspolitisch führt eine dogmatische Verfolgung des Gleichheitsgrundsatzes weit über die kompensatorische Bildung mit dem Ziel der Chancengleichheit hinaus; verminderte Lernchancen für Kinder der Bildungseliten gehören zu den besonders perversen Formen einer fehlgeleiteten Gleichheitspolitik.

Züge einer auf Gleichheit um jeden Preis angelegten Politik finden sich wiederum auch im Mediensektor. Publizistisch würde eine auf Gleichheit fixierte Politik, die die Freiheitsdimension vernachlässigt, der Zensur Tür und Tor öffnen. Auch das Konzept der Datenautobahn bis in jeden Haushalt kann zum Beispiel als Ausdruck einer Politik verstanden werden, die den gleichen Zugang für alle TeilnehmerInnen bezweckt. Statt auf die unterschiedlichen telekommunikativen Bedürfnisse von privaten Haushalten, Verwaltungen und Betrieben Rücksicht zu nehmen, werden Maximallösungen für jeden Anschluss konzipiert und mit Hilfe von Standardisierungsmassnahmen durchgesetzt. Eine solche Vision der Datenautobahnen ist nicht etwa, wie heute alle meinen, in den USA entstanden. In ihrer spezifischen Variante der auf technischer Gleichheit basierenden Maximallösung ist sie in der Bundesrepublik konzipiert und auf europäischer Ebene unter dem Stichwort ISDN (Integrated Service Digital Network) oder IBFN (Integriertes Breitbandiges Fernmeldenetz) in die Planung eingebracht worden (vgl. Mettler-v.Meibom 1986). Allerdings ist es hier nicht die Gleichheit der Menschen und ihrer Chancen, die im Vordergrund steht, sondern die maximale Markterschließung, die eine technische Maximallösung im Sinne technischer Gleichheit verlangt, eben die Datenautobahn.

So lässt sich also beim Durchgang durch unterschiedliche Politikfelder feststellen, dass Freiheit zu grosse Gleichheit korrigiert und umgekehrt, und dass wir dort Auswüchse feststellen können, wo der eine Wert auf Kosten des anderen überwertig wird. Doch genügen Freiheit und Gleichheit, oder brauche ich politisch auch den dritten Wert, die dritte Kraft, die Liebe?

Bei dieser dritten Kraft geht es um den Geist, die Orientierung, die Haltung. Je nach ihrer Anwesenheit oder Abwesenheit kann aus dem Konzept der Freiheit ein konstruktives, Trennungen überwindendes Moment oder ein Instrument der Unterdrückung der Schwachen durch die Starken werden. Sie entscheidet auch darüber, ob aus dem Konzept der Gleichheit ein Handeln werden kann, das von Respekt und Achtung vor dem Andersartigen getragen ist. Fehlt sie, so wird Gleichheit zu einem Konzept, mit dessen Hilfe Normierung und Unterdrückung durchgesetzt wird.

Das heisst, Liebe ist als geistige, auf Beziehung und Bezogenheit gerichtete Qualität unverzichtbar, wenn – in Verbindung mit den Konzepten der Freiheit und der Gleichheit – Wege in Richtung auf eine humanere, das heisst sozial- und umweltverträglichere Gesellschaft im nationalen, internationalen, globalen Massstab gesucht werden.

SICH BILDER MACHEN UND SICH BILDEN

Die konstruktivistische Schule in den Kommunikationswissenschaften (vgl. Merten/ Schmidt/ Weischenberg (Hg.) 1994) hat ein längst vorhandenes, aber verschüttetes Wissen wieder reaktiviert: Wir sehen nicht nur ein Bild; wichtiger ist: wir machen uns ein Bild. Das bedeutet, wir sind aktiv daran beteiligt, wie wir Wirklichkeit wahrnehmen. Damit komme ich zurück auf die Menschen- und Gesellschaftsbilder, die wir im Laufe unseres Lebens entwickeln und die wie eine Brille unsere Wahrnehmungen in diesem oder jenem Licht erscheinen lassen.

Überwertung der Gleichheit droht in Diktatur auszuarten

Bei Medien und Kommunikation führt Gleichheitspolitik zu Zensur und zu technischen Maximallösungen

Die Werte der Freiheit und der Gleichheit korrigieren sich ohne den Wert der Liebe gegenseitig nur ungenügend

Sind nun die Medien mit ihrer Fülle von Bildern für diese Prägung irrelevant? Hängt alles von uns selbst ab, oder wirken die medialen und nicht-medialen Bilder, die wir sehen, auf uns zurück? Weder prägen uns allein die äusseren Bilder, noch machen wir uns ein Bild unabhängig davon, was wir mit unseren Sinnen wahrnehmen. Vielmehr gibt es einen engen Wechselbezug zwischen Aussen und Innen: mit den nach aussen gerichteten Sinnen 'ergreifen' wir die Welt, und indem wir dies tun, machen wir uns ein Bild, das wiederum unsere Art des Weltzugangs bestimmt. Sich-bilden, Bildung ist also ein nicht endender Wirkungskreislauf von Wahrnehmung und Verarbeitung. Deswegen ist das 'was' und das 'wie' so entscheidend: Welche Art von Sinnennahrung führen wir uns zu und wie verarbeiten wir sie? Womit und wie bilden wir uns?

Inbilder prägen unsere Visionen ebenso wie von aussen wahrgenommene Bilder. Junge (und alte) Menschen sind heute mit einer Übermacht von medialen Bildern konfrontiert, die gewalthaltig, roh, primitiv, suggestiv, materialistisch sind. Als Eltern und PädagogInnen diese Flut medialer Bilder zu kontrollieren und das Mediennutzungsverhalten vor Computer- oder Fernsehbildschirmen zu steuern, kann nur noch begrenzt gelingen. In den meisten Zimmern von Kindern und Jugendlichen stehen heute Fernseher; spätestens in der Adoleszenz, wenn junge Menschen einen hohen geistigen Orientierungsbedarf haben, sind restriktive Eingriffe der Eltern zunehmend weniger erfolgreich. Umso wichtiger ist es daher, dass der innere Filter so entwickelt wird, dass die geöffnete Pandorabüchse der Bilderflut bewältigt werden kann. Wenn Menschen die Erfahrung des "Wahren, Schönen, Guten" machen und lernen, sich von Verachtung, Hass, Wut, Eifersucht, Gier und Gewalt fernzuhalten, dann wird dies auch das Mediennutzungsverhalten mitbestimmen. Dann wird es leichter fallen, Inhalte auszuwählen, die helfen, sich ein Bild zu machen, das die Selbst- und Fremdestruktivität nicht fördert.

Mit anderen Worten: Vorrang vor allen anderen Bildungszielen hat die Entwicklung einer liebenden und beziehungs-fähigen Persönlichkeit. Dies erfordert zugleich eine Erfahrung von Freiheit und Gleichheit, da Liebe ohne Freiheit und Gleichheit in ihr Gegenteil verkehrt werden kann. In einer Mediengesellschaft, die gekennzeichnet ist durch eine Übermacht der Bilder, welche die Anbieter zunehmend nach kommerziellem Kalkül auswählen, ist dieses Ziel aller Bildung noch wichtiger und vordringlicher geworden. Gelingt die Erziehung zu Freiheit, Gleichheit und Liebe nicht, so kann über die Macht der Bilder ein Sog zu einer Haltung der Destruktivität gegen sich selbst und gegen andere verstärkt werden. Umgekehrt: Indem wir lernen, lebensfördernde Bilder auszuwählen, machen wir uns ein Bild von uns selbst und anderen, das als verbindende und Trennungen überwindende Kraft auf uns und andere zurückwirkt.

Entsprechen die geheimen Lehrpläne und Bildungskonzepte im Hinblick auf die heraufkommende multimediale Gesellschaft diesem Ziel? Oder herrschen andere Bildungsziele und Konzepte vor? Wenn ja, wie stehen diese im Verhältnis zu der hier skizzierten Vision von Freiheit, Gleichheit und Liebe?

DIE JUGEND ALS TRÄGERIN DES TECHNISCHEN FORTSCHRITTS

Die Promotoren der Multimediaentwicklung setzen auf nichts so sehr wie auf die Jugend, weil Jugendliche ein unverkrampftes Verhältnis zur Technik besitzen und sich quasi spielerisch im Umgang mit ihr einüben. Wo technischer Fortschritt als Fortschritt *per se* begriffen wird, stellt sich die Frage nach dem warum und wozu nicht. Doch auch so kann es gesehen werden: "Wer in der Wissenschaft Fortschritte macht, aber in der Humanität Rückschritte, hat mehr Rückschritte als Fortschritte gemacht." So scheint es mir auch mit dem jetzt anstehenden Projekt der multimedialen Gesellschaft. Wozu die neuen Techniken eingesetzt werden sollen, bleibt weitestgehend im Dunkeln. *Teleshopping* und *Video-on-Demand* sind die zwei wichtigsten Anwendungen, die für die privaten Haushalte genannt werden. Darin einen sozialen oder humanen Fortschritt auszumachen, dürfte schwer fallen. Die Internet-Euphorie eines demokratischen weltweiten Netzes mit freiem

Weil Bildung ein Kreislauf von Wahrnehmung und Verarbeitung ist, ist die sinnliche Erfahrung für die Prägung des Menschen entscheidend wichtig

In der Bilderflut der Medienwelt ist die Erziehung zur Liebesfähigkeit noch wichtiger geworden

Akzent: Deregulierung

Zugang wird man erst einmal eine Weile beobachten müssen. Dass das Netz wegen Überlastung zusammenbrechen könnte, ist ebenso denkbar, wie dessen Unterwerfung unter einen kommerziellen Mechanismus, der den Zugang wiederum über das Geld steuert. Mit anderen Worten: Ein technisches Projekt ist vorrangig im Hinblick auf die ihm impliziten Wertsetzungen und Ziele zu bewerten. Hieran entscheidet es sich, ob es Wege in eine humanere Gesellschaft und in einen besseren Umgang mit uns selbst weist.

Die Unbefangenheit, die Jugendliche der neuen Technik entgegenbringen, ist im übrigen nicht eine der Jugendlichen, sondern weitaus mehr der *Jungen*, also geschlechtsspezifisch. Sie entspricht dem spielerischen Umgang, den Jungen und Männer mit Technik an den Tag legen. Für Mädchen und Frauen steht hingegen die Zweckbestimmung, das 'wozu' im Vordergrund des Umgangs mit Technik. Insofern lässt sich bei Frauen eine Art häuslicher Vernunft gegenüber Technik ausmachen (vgl. Böttger/Mettler-v.Meibom 1990). Zugleich haben Frauen aufgrund der weiblichen Sozialisation ein ausgeprägteres Bewusstsein für Beziehungsfragen entwickelt, also für jene dritte Kategorie in der Trias Freiheit-Gleichheit-Liebe. Von daher stehen Frauen, auch junge Frauen, den technischen Kommunikationsmedien tendenziell eher skeptisch gegenüber: Wo Mensch-Maschine-Kommunikation an Gewicht gewinnt, kann die zwischenmenschliche Kommunikation stark in Mitleidenschaft gezogen werden. Die männlichen Jugendlichen als Garanten des technischen Fortschritts zu sehen, könnte insofern vor allem Ausdruck einer geschickten Marktstrategie der Hersteller und Diensteanbieter erscheinen. Die Freiheit des Marktes wird dabei nicht in Einklang gebracht mit den Zielen Gleichheit und Liebe.

DIE ERWACHSENEN UND IHRE ERFahrungen SIND WEITGEHEND IRRELEVANT

Mit der Aufwertung von (männlichen) Jugendlichen zur wichtigsten Kraft der Marktentwicklung findet eine Entmachtung und Selbstentmachtung nicht nur von Frauen, sondern auch der älteren Generation statt. Letzteres geschieht zu Recht, wenn die ältere Generation sich selbst desavouiert hat, zum Beispiel im Hinblick darauf, wie ernst sie die demokratierelevanten Ziele von Freiheit, Gleichheit, Liebe verfolgt hat. Die stark materialistische Orientierung der heutigen Erwachsenengeneration ist aus dieser Sicht ebenso zu kritisieren wie die Rücksichtslosigkeit, die sich in der inzwischen etablierten Zweidrittel-Gesellschaft niederschlägt.

Bei der derzeitigen Überbewertung der jüngeren Generation und ihrer gleichzeitigen sozialen Vernachlässigung in einer sprichwörtlich kinderfeindlichen Gesellschaft scheint mir jedoch etwas ganz anderes im Vordergrund zu stehen: Ich sehe darin vor allem den Versuch, die multimediale Gesellschaft mit Macht durchzusetzen und Widerstände dort zu unterlaufen, wo dies besonders leicht fällt. Dabei wird zum Teil völlig unverhohlen auf eine materialistische und hedonistische Orientierung gesetzt, auf die hin die Jugendlichen instrumentalisiert werden. Wenn ich mir vergegenwärtige, wie viele meiner Studierenden zum Beispiel mit Telefonmarketing, Telebanking und Werbung ihr Studium verdienen und dort ihren zukünftigen Arbeitsmarkt sehen, dann steht dahinter viel fehlgeleitetes Interesse und Missbrauch von Idealismus für kommerzielle Zwecke. Die Macht der Verhältnisse zwingt sie in Tätigkeiten, die ihrem Bedürfnis nach sinnvollem Tun in keiner Weise gerecht werden – eine neue Stufe und Form der Entfremdung!

Auch hier gerät die Trias der Werte aus den Fugen: Liebe als gesellschaftsgestaltende Kraft anzunehmen heisst auch, Menschen zu sinnvollem Tun zu verhelfen. Ein auf vordergründige materialistische Ziele hin orientiertes technisches Projekt entfremdet die Menschen hingegen sich selbst und unterstützt das Machtprinzip. Die bisherigen Tendenzen in Richtung der multimedialen Gesellschaft lassen bei den Verantwortlichen wenig Sensibilität für derartige Zusammenhänge erkennen.

Die Fragen nach den sozialen und humanen Gewinnen der neuen Medientechnik sind nicht beantwortet

Frauen begegnen der Technik nicht spielerisch, sondern mit häuslicher Vernunft

Die Propagierung der multimedialen Gesellschaft appelliert an die Technikbegeisterung junger Männer und an hedonistisch-materialistische Orientierungen

BILDUNGSAUFGABEN ANGESICHTS DER NEUEN TECHNIKEN

Diese von *Klaus Haefner* mit besonderer Vehemenz vertretene Position lässt sich in verschiedener Weise akzentuieren. Die Forderung kann fern aller Überlegungen erhoben werden, wozu die neuen Techniken eingesetzt werden sollen. Dann genügt es einfach, eine Ausstattung der Schulen mit Informations-, Kommunikations- und Multimediatechniken (IKM-Techniken) zu fordern und Informatikunterricht zu installieren. Vieles wurde, Haefner würde sagen zu wenig, in dieser Richtung getan.

Wichtiger ist jedoch, wozu und in welchem Geist die neuen Techniken zur Anwendung gebracht werden. In der Schule lernen wir auch nicht schreiben um des Schreibens willen, sondern um zu lernen, was man mit der Fähigkeit des Schreibens alles machen kann. Wozu also nutzen gerade junge Menschen den Computer bzw. die Medien? Ganz offensichtlich steht im Vordergrund der Computernutzung das Unterhaltungsinteresse. Unterhaltungsslalom am Fernseher, Spielen am Computer, Kontakte in virtuellen Internet-Welten und Party-Lines... Dabei scheinen Langeweile, fehlende Kontaktmöglichkeiten und Kontaktscheu eine weit größere Rolle zu spielen, als dies normalerweise gesehen wird. Nicht nur die Adoleszenzphase ist von tiefgreifender Unsicherheit über die eigene Rolle geprägt. Medienkonsum kann bei solchen Unsicherheiten eine Entlastung bringen, indem sie die Kontaktwünsche auf ein Medium umlenkt: den Fernseher, den Videorecorder, den Computer, den Walkman. Die Lösungsstrategien wie auch die Wahl des Mediums scheinen dabei geschlechtsspezifisch unterschiedlich zu sein.

Mensch-Maschine-Interaktion eröffnet jedoch keine körperlich-sinnlichen Erfahrungen. Soziale Nähe lässt sich nicht durch Medienkonsum befriedigen, weder passiven noch interaktiven, weder im Internet, an der telefonischen Party-Line, dem akustischen Partnertreff, oder gar mit dem Sextelefon. Menschliche Nähe stellt sich nur her über das Wagnis, hier und jetzt zu leben und den Kontakt zu anderen zu wagen.

Technische Medien, auch die Multimediatechniken, können jedoch für völlig andere Zwecke genutzt werden, nämlich im Hinblick auf Ziele, die der Vision von Freiheit, Gleichheit und Liebe weit stärker Ausdruck geben: Umweltschutz, Organisation von Mitmenschlichkeit, ganzheitliche Aneignung des Nahraums – sie alle lassen sich durch eine *Kombination von sensomotorischen und technischen Zugängen* interessanter und in der Sache effizienter gestalten. Denkbar und möglich ist Technikeinsatz im Hinblick auf soziale und ökologische Ziele, für gewaltfreie Freude und Spiel im sozialen Kontakt, sofern dies gewollt und organisiert wird. Mit grossen Anstrengungen und sozusagen entgegen dem Trend werden solche Versuche zum Teil in pädagogischen Pilotprojekten für den Einsatz von Multimediatechniken in Schulen entwickelt. Hier tritt zu Recht die formale Computerbildung zurück hinter den pädagogischen Auftrag. Die neuen Techniken werden in Dienst genommen für übergeordnete Ziele anstatt für kommerzielle Zwecke.

DEFIZITE UND POSTULATE

Wer sich auf die Wertetrias Freiheit – Gleichheit – Liebe einlässt, wird viele der heute rund um Multimedia angebotenen Hoffnungen und Euphorien als fragwürdig begreifen. Die Durchsetzung von Multimedia wird mit einer neoliberalistischen Ordnungspolitik, mit Deregulierungsmassnahmen und technikkakzeptanzfördernden Strategien vorangetrieben. Weniger das *freie Spiel der Marktkräfte* ist dabei das Ziel, als der Abbau aller Regelungen, die einer Ausweitung der Märkte im Wege stehen könnten. Dabei scheint es auch nicht zu interessieren, ob mit den staatlichen Auflagen und Regelungen wichtige Belange der Menschen und des Gemeinwesens geschützt werden sollen und können.

Es werden auch keine Anstrengungen unternommen, dem *Gleichheitsgrundsatz* in seinem Aspekt der Chancengleichheit Rechnung zu tragen (vgl. Kubicek 1995). Im Gegenteil: Wir erleben im Bildungssektor überall Tendenzen, Finanzmittel zugunsten von IKM-Techniken in den Haushalten

Medienkonsum kann in der Adoleszenz von Unsicherheiten entlasten

Der Einsatz von Medien und Kommunikationstechnik für sinnvolle Ziele wird in pädagogischen Pilotprojekten gelernt

Akzent: Deregulierung

umzuschichten; damit einher geht jedoch nicht der Ausbau der öffentlichen Infrastruktur von Information und Kommunikation, sondern eher deren Abbau: Bibliotheken schrumpfen zugunsten von Datenbanken, die für ihre BenutzerInnen erhebliche Kosten erzeugen.

Am grössten ist das Defizit jedoch sicherlich im Hinblick auf die Kategorie *Liebe*. Aus der Sicht der hier vorgestellten Überlegungen müsste pädagogisch der Liebes-, Beziehungs- und Kommunikationsfähigkeit von jungen Menschen absoluter Vorrang eingeräumt werden. Sie bestimmt individuell und kollektiv darüber, wie mit den gesellschaftlichen Visionen von Freiheit und Gleichheit umgegangen wird, ob im Sinne der Macht- und Herrschaftsausübung oder im Sinne einer Humanisierung der Gesellschaft. Junge Menschen (und nicht nur diese!) brauchen die Chance, zielorientiert miteinander zu kooperieren und dies solidarisch zu tun und nicht mit Ellbogenmentalität gegeneinander. Sie brauchen soziale und ökologische Ziele, für die es lohnt, sich mit aller Kraft einzusetzen. Und sie brauchen die lebendige Erfahrung der sie umgebenden Realitäten, im unmittelbaren Nahraum ebenso wie in grösseren regionalen Zusammenhängen. Statt dessen überwiegen zur Zeit Vorstellungen instrumenteller Bildung im Hinblick auf IKM-Techniken. Oder es kommt gleich zur Indiennahme der NutzerInnen für kommerzielle Zwecke, die vor allem dem Eskapismus Vorschub leistet. Der Vision einer Humanisierung der Gesellschaft ist dies in keiner Weise zuträglich.

Hier zu einer Änderung zu kommen, dürfte nicht gehen, ohne dass *Männer und Frauen* in einer anderen Weise als bisher zusammenwirken:

Die den Frauen abverlangte 'Beziehungsarbeit' ist um so wirksamer, je mehr deren Wert anerkannt und ihre Grundlage nicht unterminiert wird. Dies gilt nicht nur mikrosozial im alltäglichen Lebenszusammenhang, sondern vor allem auch makrosozial: Infrastrukturpolitik ist eine fast ausschliessliche Domäne von Männern, die sie entsprechend den Vorstellungen ihres Lebenszusammenhangs gestalten. Kindererziehung und in erheblichem Ausmass auch die Pädagogik sind dagegen Domänen der Frauen. In der Vergangenheit wurde Infrastrukturpolitik unter Absehung von Alltagsbedürfnissen und -erfordernissen, die den Lebenszusammenhang von Frauen und Kindern ausmachen, betrieben. Durch exzessiven Strassenbau wurde zum Beispiel das Wohnumfeld dem Verkehr preisgegeben; die Folge ist eine Verinselung und Verhäuslichung von Kindheit und eine organisierte Freizeitgestaltung mit hohem Aufkommen von motorisiertem Individualverkehr. Durch zügellosen Ausbau der TV-Angebotsstruktur werden die Wohnungen und Zimmer mit Bildern überschwemmt, gegen die kaum ein Ankommen möglich ist. Durch die jetzt anstehende Multimediaentwicklung soll der private Markt noch weiter ausgereizt, sprich Umfang und Intensität alltäglicher Mediennutzungen noch mehr ausgeweitet werden.

Müttern und indirekt Frauen als Geschlecht wird durch diese Politik objektiv immer mehr präventive und reparierende (Medien-)Erziehung abverlangt. Gemäss der immer noch vorherrschenden geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung sind sie es, als deren Aufgabe man die frühkindliche und kindliche Erziehung begreift.

Unter den Bedingungen der vielen gesellschaftlichen Fehlentwicklungen die Liebes-, Kommunikations- und Beziehungsfähigkeit von Kindern zu fördern und einen verantwortlichen Umgang mit Medien einzuüben, will immer weniger gelingen. Solange die Familie zum Ghetto der Kleinstfamilie geschrumpft ist, solange nicht neue lebendigere und vielfältigere Formen des Zusammenlebens entwickelt werden, solange der öffentliche Raum nicht wieder stärker den Menschen als dem Autoverkehr überantwortet wird und solange wir die Schulen nicht pädagogisch und zeitlich für ihr Umfeld öffnen, werden Frauen in der Medienerziehung immer mehr 'versagen' müssen. Sie sollen für etwas geradestehen, was sie nicht verursachen und nicht zu verantworten haben. Und da sie unter diesen Bedingungen in vielen Fällen die notwendige 'Beziehungsarbeit' nicht leisten können, wachsen an der Basis unserer Gesellschaft die Probleme. Wir können es längst mitverfolgen: Probleme der Jugend sind im Generationenwechsel Probleme der Gesellschaft.

Deregulierung ist gegen Chancengleichheit gerichtet, indem öffentliche Infrastrukturen wie z.B. Bibliotheken abgebaut und private Datenbanken gefördert werden

Jungen Menschen fehlen unmittelbare Realitäts-erfahrungen

Die Zivilisationsentwicklung untergräbt die den Frauen abverlangte Beziehungsarbeit sowohl mikro- wie makrosozial

Erziehung allgemein und Medienerziehung werden zunehmend erschwert

Eine Strategie der Angebotsmaximierung, im Sinne von 'freie Fahrt für Multimedia', gerade auch für die Jugend, wie sie derzeit betrieben wird, verbietet sich eigentlich von selbst. Wo das Reisen in virtuelle Realitäten, in medial erschlossene Räume attraktiver wird als die unmittelbare Erfahrung des Nahraums und der Menschen, mit denen ich zusammenlebe, gerät die Entwicklung von Liebes-, Kommunikations- und Beziehungsfähigkeit in Gefahr. Eine Kommunikationsethik und ein pädagogisches Konzept im Hinblick auf die sogenannt multimediale Gesellschaft sollte sich daher auf die Trias von Freiheit – Gleichheit – Liebe rückbesinnen. Deren humanisierende Substanz ist nur dann gewährleistet, wenn das Spannungsverhältnis zwischen den drei Zielvorstellungen erhalten bleibt und nicht das eine auf Kosten des anderen in den Vordergrund gestellt wird.

**Maximierung der
Multimedia-Ange-
bote ist sozial
nicht zu ver-
antworten**

Literatur:

- Böttger, Barbara/ Barbara Mettler-v.Meibom: Das Private und die Technik. Frauen zu den neuen Informations- und Kommunikationstechniken. Opladen: Westdeutscher Verlag 1990
- Fromm, Erich: Die Kunst des Liebens. Amerik. Original: 1956. Frankfurt/Berlin/ Wien: Ullstein 1980
- Janshen, Doris: Naturrecht versus Naturzerstörung. Zur Verdrängung des Weiblichen aus den Menschenrechten. In: Freiheit + Gleichheit. Streitschrift für Demokratie und Menschenrecht, Heft 4, 1983, S.27-40
- Janshen, Doris: Liebe. Zur politischen Dimension eines Gefühls. In: Universitas, 43.Jg., 1988, S.668-680
- KOKOS 1995: Kommunikation in vernetzten Systemen. Dokumentation einer Tagung am 14.12.1994 in Frankfurt/Main. Wiesbaden: Hessisches Institut für Bildungsplanung und Schulentwicklung
- Kubicek, Herbert: Die soziale Dimension der Neuen Medien als politische Herausforderung. In: Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft 1995. Multimedia - Technik sucht Anwendung. Heidelberg: R.v.Decker, 1995, S. 54-66
- Merten, Klaus / Siegfried J. Schmidt / Siegfried Weischenberg (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994
- Mettler-v.Meibom, Barbara (1986): Breitbandtechnologie. Über die Chancen sozialer Vernunft in technologiepolitischen Entscheidungsprozessen. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Mettler-v.Meibom, Barbara / Christine Bauhardt (Hrsg.): Nahe Ferne - fremde Nähe. Infrastrukturen und Alltag. Berlin: Sigma 1993

Dieser Text ist die gekürzte Fassung eines Vortrags auf der Fachtagung "Jugend auf der Datenautobahn" des Instituts Jugend Film Fernsehen am 21. Mai 1995 in Bonn. Die vollständige Version erscheint in: Schell, Fred (Hrsg.): Jugend auf der Datenautobahn.

Akzent: Deregulierung

Basisdienste in jeder Hütte?

TELEKOMMUNIKATION UND ENTWICKLUNGSLÄNDER

Urs A. Jaeggi

Das bunte Bild, mit dem die Telecom Schweiz vor kurzer Zeit in den grossen Gazetten des Landes ganzseitig für ihre Dienste geworben hat, ist ebenso grotesk wie realistisch: In einer karibischen Fischerhütte verfolgen ein paar Jamaicaner begeistert die rasende Fahrt eines Viererbobs durch den Eiskanal. In scheinbarer Selbstverständlichkeit prallen zwei Welten aufeinander – die tropische und die nordische – und verschmelzen zu einer noch ungewohnten Einheit. Marshall MacLuhans Vision vom globalen Dorf ist Wirklichkeit geworden. Die Telekommunikation macht's möglich.

Ob die weltweite Vernetzung der technischen Kommunikation mehr als nur geographische Grenzen, Distanzen und Räume zu überwinden vermag, wird sich allerdings erst noch weisen müssen. Dem für immer mehr Menschen zur Selbstverständlichkeit werdenden Bad in der Informationsflut, dem Surfen im Cyberspace und dem Rasen auf den Data-Highways steht immerhin die fast unglaubliche Tatsache gegenüber, dass immer noch mehr als die Hälfte der Menschheit keinen Zugriff zu einem einfachen Telefon hat. Und über das wichtigste Instrument für den Zutritt zu dem, was gelegentlich als "neues Wissen" bezeichnet wird, den Computer, verfügen zwar in den USA auf 1'000 Menschen 265 (Statistik 1993), in Indien, das im Software-Bereich alles andere als ein Entwicklungsland ist, indessen nur gerade einer.

Mehr als die Hälfte der Menschen hat keinen Zugang zum Telefon

NEBENSCHAUPLATZ DRITTE WELT

Die Frage, ob Telekommunikation, das heisst die weltweite und unbehinderte Vermittlung von Informationen und Daten über Satelliten, Computer-Netzwerke, elektronische Bild- und Tonträger, die Menschheit vereint oder endgültig in eine Zweiklassen-Gesellschaft von "Informierten" und "Nichtinformierten" dividiert, ist keineswegs beantwortet. Die Euphorie der Machbarkeit eines globalen Kommunikationssystems mit scheinbar unbeschränktem Zugriff auf Daten und Informationen für alle verdeckt zur Zeit die Sicht auf die Realität. Das kann nur jenen recht sein, die in der Telekommunikation die Branche mit den grössten Zuwachsraten orten und wohl am wenigsten aus ökologischen Gründen daran arbeiten, dass der Weltmarkt Kommunikation bereits Ende der neunziger Jahre grösser sein wird als der Automobilmarkt. Sie investieren in Betriebssysteme und Netzwerke, für deren Benutzung sie nach der Einführungsphase immer höhere Gebühren verlangen werden. Ihre Politik ist in der Computerbranche im Kleinen schon heute vorgezeichnet: Leistungsfähige Betriebssysteme sind wohlfeil zu erstehen. Der Ärger beginnt, wenn Beratung notwendig ist oder – um beim simpelsten aller Vergleichsbilder zu bleiben – der Preis für eine Ersatzkartouche für den Bubblejet-Printer bezahlt werden muss.

Noch ist nicht ausgemacht, ob Telekommunikation die Menschheit vereint oder in eine Zweiklassen-Gesellschaft teilt

Gerade weil die Telekommunikation eine der zukunftsreichsten Wachstumsbranchen ist und gerade, weil immer weniger, aber dafür umso mächtigere Konzerne um Vormachtstellungen im Markt kämpfen, ist gegenüber der vielzitierten Demokratisierung der Kommunikation und damit auch der Weltgemeinschaft durch erleichterten Datenzugang und den unbehinderten Fluss der Information Skepsis angebracht. Wie berechtigt sie ist, zeigt sich – man ist versucht zu sagen: einmal mehr – auf dem Nebenschauplatz Dritte Welt. Nebenschauplatz bleiben Entwicklungsländer nicht nur, weil sie in den internationalen Verteilstatistiken für Telekommunikation und elektronische Datenverarbeitung unter der diskriminierenden Rubrik "Andere" erscheinen. Von nicht zu unterschätzender Bedeutung ist vielmehr, dass die Profiteure der telekommunikativen Entwicklung vor allem im Handels- und Dienstleistungssektor, nur bedingt in der produktiven Industrie und kaum in dem in der Dritten Welt nach wie vor bedeutendsten Wirtschaftszweig, der Landwirtschaft, zu finden sind.

Die Hoffnung, dass sich die "information poor" durch die leichte Zugänglichkeit zur Telekommunikation zu "information rich" wandeln würden, wird sich, realistisch gesehen, kaum erfüllen. Dagegen sprechen zu viele Faktoren. Genügende Energieversorgungssysteme und funktionierende Telefonleitungen – beides Voraussetzungen für eine globale telekommunikative Vernetzung bis in die Peripherie – sind in vielen Entwicklungsländern vor allem Afrikas noch längst keine Selbstverständlichkeit. Gegen einen raschen Ausbau sprechen nicht nur die hohen Kosten und die relativ dünne Besiedelung zahlreicher peripherer Gebiete, sondern in viel höherem Masse die historische Erfahrung. Technologische Innovationsschübe wie beispielsweise die Telegrafie, Telefonie, Printmedien, Radio und Fernsehen haben noch nie zu einer Verbesserung des allgemeinen sozialen Wohlstandes geführt, wie irrtümlicherweise immer wieder behauptet wird. Sie haben die Zweiklassengesellschaft vielmehr zementiert. Der Grund dafür ist einfach: Die Veränderung der Rahmenbedingungen, das heisst eine andere Verteilung des Zugangs zur Macht und zu den Gütern, vermochten sie nicht zu bewirken; wohl nicht zuletzt deshalb, weil sie selber den herrschenden Gesetzen der Macht und des Verteilungskampfes ausgesetzt wurden.

VERLAGERUNG VON DER GESELLSCHAFTLICH-ETHISCHEN AUF DIE TECHNISCH-ÖKONOMISCHE EBENE

Dass Macht- und Marktpolitik in der Entwicklung der Telekommunikation ein erstarrter Aspekt ist – und Habenichtse deshalb nicht nur geringe Chancen haben, sondern aller Voraussicht nach noch weiter ins Abseits gedrängt werden –, ist spätestens seit dem Scheitern der von der UNESCO vorgeschlagenen Weltinformations- und Kommunikationsordnung in den achtziger Jahren augenfällig. Unter dem Vorwand, die Entwicklungsländer würden mit Unterstützung des damaligen Ostblocks mit dieser Ordnung die Pressefreiheit westlichen Zuschnitts untergraben, traten die Vereinigten Staaten damals unter Gefolgschaft einiger weiterer Nationen aus Protest aus der UNESCO aus und stürzten die Organisation für Erziehung, Wissenschaft und Kultur der Vereinten Nationen in eine tiefe Krise. Der wirkliche Grund für die radikale Massnahme war – wie klarsichtige und unbefangene Beobachter schon damals analysierten – ein ganz anderer: Die USA fürchteten um ihre Vormachtstellung im Kommunikations-Business, kontrollierten sie doch weite Bereiche der Film- und Fernsehindustrie, des internationalen Nachrichten- und Informationsmarkts, des Austausches von Wirtschafts- und Wissenschaftsdaten und auch des Hardware-Sektors.

Heute weiss man, dass die USA, die zumindest im Bereich der Software die unbestrittene Nummer eins der Welt sind, mit ihrem spektakulären Austritt aus der UNESCO eine Doppelstrategie verfolgten. Einerseits verlagerten sie die politische Diskussion um Kommunikationsfragen und der internationalen Medienpolitik von der gesellschaftlich-ethischen und kulturellen Ebene weg zur technologisch-wirtschaftlichen. In der UNESCO wurden auf der Grundlage des 1980 veröffentlichten MacBride-Reports über Kommunikation und Gesellschaft, "Many Voices, One World", Themen wie Pressefreiheit, freier Fluss der Information und Zugang aller zu den Medien bei

Grosskonzerne streben Vormachtstellungen auf dem Wachstumsmarkt Telekommunikation an

Die Landwirtschaft als wichtigster Wirtschaftszweig der Dritten Welt profitiert kaum von Telekommunikation

In der Peripherie fehlen Infrastrukturen für eine Vernetzung

In den 80er Jahren scheiterte die von der UNESCO propagierte New World Information and Communication Order NWICO

Akzent: Deregulierung

notabene grosser Drittwelt-Präsenz diskutiert. Dies widersprach inhaltlich den Vorstellungen der Vereinigten Staaten, denen weniger an freien Medien, denn an freien Marktzugängen für die Medien gelegen war. Eine Verlagerung der öffentlichen Debatte von der UNESCO in mehr wirtschaftlich und technisch orientierte Institutionen wie das Allgemeine Zoll- und Handelsabkommen (GATT, heute Welthandelsordnung WTO), die Konferenz für Handel und Entwicklung (UNCTAD), die Organisation für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), die Internationale Fernmeldeunion (ITU) oder die Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) wurde deshalb bewusst angestrebt.

Die Distanzierung zur UNESCO aber entsprach andererseits auch der in den USA bereits in den frühen achtziger Jahren zurechtgelegten Strategie für eine internationale Medienpolitik. Diese setzte auf bilaterale Verhandlungen anstelle von bindendem Völkerrecht. Zwar mag die oben aufgeführte Liste internationaler Organisationen, in welchen die medienpolitische Diskussion nun stattfindet, in einem gewissen Widerspruch dazu stehen. Dies allerdings nur scheinbar: Ein genaueres Hinschauen offenbart, dass etliche dieser Institutionen eine verhältnismässig geringe Drittwelt-Präsenz aufweisen. Wie wichtig bilaterale Verhandlungsstrategien für die USA sind, zeigt sich nicht nur in zahlreichen Austrittsdrohungen, beziehungsweise im Nichterfüllen der Beitragszahlungen gegenüber multilateralen Organisationen, sondern auch in der Zuckerbrot- und Peitsche-Politik gegenüber einzelnen Staaten. "Unbotmässiges" Verhalten führt schon mal zu Bestrafung mit dem Entzug der Meistbegünstigungsklausel oder dem Mittel der Exportbeschränkung, wie dies beispielsweise Indien oder Brasilien in der Informationsindustrie oder südostasiatische Länder in der Urheberrechtsfrage erfahren mussten. Der vielzitierte Begriff "Deregulierung" im Wirtschaftsbereich müsste auch einmal unter diesem Aspekt betrachtet werden.

ÖKONOMISIERUNG DER KOMMUNIKATION MIT FOLGEN

Wenn die Informations- und Telekommunikations-Industrie als Markt verstanden wird und man sich bewusst ist, dass in diesem Marktgeschehen die Software eine ungleich grössere Rolle spielt als die Hardware, ist leichter zu verstehen, welche Funktion den Ländern im Süden (und wohl auch den bisher gerade in diesem Bereich wenig entwickelten des Ostens) zugewiesen wird. Sie werden nicht als Informations- und Kommunikationspartner, sondern als Informations- und Kommunikationsnutzer, beziehungsweise -käufer definiert. Schwellen- und Entwicklungsländer sind Märkte von einem gewissen, aber auch beschränkten Interesse, die es zu erschliessen gilt. Denn nur über eine totale Ausschöpfung des Marktes sind die enormen Investitionskosten und der kostspielige Verdrängungskampf unter den Giganten der Branche, den sogenannten "Global Players", zu amortisieren. Die radiale Struktur ihrer Kommunikationsnetze – alles läuft über zentrale Stellen – erhärtet diese These.

Den Preis, den die Entwicklungsländer für ihre – wenn zumindest vorläufig eher marginale – Teilnahme an einer weltweit vernetzten Kommunikation zu bezahlen haben, wird möglicherweise sehr hoch sein. Einseitiger Informationsfluss, kulturelle Kolonisierung, Desorientierung durch Informationsüberflutung und Verstärkung der Abhängigkeit bis zum Verlust der Souveränität sind nur drei Stichworte dazu. Letzteres war schon in den achtziger Jahren ein Grund, der viele Länder der Dritten Welt eine neue Informations- und Kommunikationsordnung vehement fordern liess und die USA bewog, ihren Austritt aus der UNESCO nicht nur anzudrohen, sondern zu vollziehen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die ungehinderte Ausstrahlung von Radio- und Fernsehprogrammen über geostationäre Satelliten in die Hoheitsgebiete souveräner Staaten durchaus ambivalent ist: Sie kann unerwünschte bis unstatthafte Beeinflussung oder gar Infiltration durch einen Drittstaat bedeuten. Sicher aber ist auch die Angst gewisser Staatsoberhäupter vor Demokratieschüben als Folge einer offenen, nicht mehr von ihnen kontrollierten Information. Im Zusammen-

Den USA war weniger an freien Medien als an freien Marktzugängen für ihre Medienindustrie gelegen

Die USA zogen bilaterale Verhandlungen dem bindenden Völkerrecht vor und setzten immer wieder einzelne Länder unter Druck

Entwicklungs- und Schwellenländer werden von den Global Players als abhängige Technik-anwender definiert

Der Dritten Welt droht kulturelle Kolonisierung, Desorientierung und Verlust der Souveränität

hang mit globaler Kommunikation hat die Frage des Souveränitätsprinzips aber letztlich nur nebensächlichen Charakter.

Keineswegs marginal dagegen ist die Ökonomisierung von Information, Kultur und wirtschaftlichen oder wissenschaftlichen Daten. Die Software-Industrie boomt mit zweistelligen Wachstumsraten, und die Vereinigten Staaten sind der absolute Marktleader. Mit ihrer Vormachtstellung in den Bereichen Betriebssysteme, neuronale Netze, Computeranimation und Datenbanksysteme verfügen einige wenige Grosskonzerne sozusagen über eine Monopolstellung, die kaum zu umgehen ist. Das trifft in ähnlichem Umfang auch für die Film- und Fernsehindustrie der USA zu. Die Kommerzialisierung des Fernsehens hat zu einer sprunghaften Vermehrung der Programmanbieter geführt. Damit aber ist auch die Nachfrage nach sendbarem Material gewachsen, und aller Voraussicht nach wird der Fernsehprogramm-Markt in den nächsten Jahren noch kräftiger angeheizt. Kein Wunder, wird doch allein der gesamteuropäische Bedarf für das Jahr 2'000 auf 700'000 Sendestunden geschätzt (1985 galt es noch – allerdings beschränkt auf Westeuropa – 160'000 Stunden zu füllen). Der audiovisuelle Markt der USA scheint zur Zeit der einzige zu sein, der diese Bedürfnisse abzudecken vermag. So steigt der Anteil an US-amerikanischen Kinofilmen keineswegs nur in den Kinos ständig, sondern auch in den Fernsehprogrammen rund um die Welt. Zusammen mit Serien aller Art und weiteren TV-Programmangeboten üben die Vereinigten Staaten einen Einfluss aus, wie er noch nie zuvor stattfand. Dass durch eine solchermaßen vorangetriebene globale Homogenisierung der Kultur ethnische Konflikte und fundamentalistische Tendenzen gefördert werden, sei nur nebenbei erwähnt. Die Kolonisierung über die Medienkommunikation erfasst nicht nur Entwicklungsländer. Betroffen sind nahezu alle.

Angesichts der Ökonomisierung von Software im Computerbereich, sogenanntem neuem Wissen durch Vernetzung von Datenbanken und der gelegentlich als "Programmücke" bezeichneten Nachfrage nach audiovisuellen Programmen bleibt die schöne Geschichte vom zentralafrikanischen Bauer, der vor seinem Notebook sitzt und via Internet die Kaffee-Notierungen an der New Yorker Börse abrufen, um zu entscheiden, ob er seine Ernte jetzt oder erst später verkaufen soll, wohl noch lange eine Illusion. Der Zugriff auf Basisdienste in jeder Hütte ist zwar theoretisch machbar, bringen wird er aber kaum etwas. Die Marktmechanismen werden es zu verhindern wissen.

Das in Entwicklungs-Zeitschriften immer wieder heraufbeschworene Beispiel deckt zweierlei auf:

- die euphemistische Haltung sonst in der Regel recht kritischer Personen, wie sie im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit zu finden sind, gegenüber einer neuen Technologie, die raffiniert propagiert, aber kaum je hinterfragt wird;
- eine wenig ganzheitliche Denkweise, die das schnelle, aber möglicherweise kurzfristige Erfolgs erlebnis über die Erkenntnis stellt, dass letztlich nur eine langwierig und beschwerlich zu vollziehende Veränderung der Rahmenbedingungen die Voraussetzung auch für einen ungehinderten und gleichberechtigten Zugang zur Kommunikation verschaffen kann.

PRIMÄR IN DIE TELEKOMMUNIKATION INVESTIEREN?

Die Euphorie über die Möglichkeiten der Telekommunikation ist zwar durchaus verständlich. Nichtregierungs-Organisationen (NGO's) sowohl aus dem Norden wie im Süden orten zurecht eine Verbesserung ihres Nachrichtenflusses, der gegenseitigen Information und der Koordination etwa dank E-Mail. Und es ist ihnen zweifellos auch schon gelungen, dank globaler Vernetzung wirksam und schnell zu agieren. So etwa berichtet die deutsche "epd - Dritte Welt Information" im September 1995, wie es dank elektronischer Botschaften gelungen ist, in einer weltweiten Protestaktion von Umweltschützern die geplanten Bohrungen des US-amerikanischen Ölkonzerns Conoco mitten im Yasuni-Nationalpark in Ecuador zu verhindern. Und in einem Artikel mit dem vielsagenden Titel "Die Zapatisten auf der Datenautobahn" beschwört die österreichische Entwicklungszeitschrift "Südwind" (Nr. 10, Oktober 1995) das Bild des Subcommandante Marcos, der mit dem Laptop im

In den wichtigsten Bereichen der Informations- und Kommunikationsindustrie haben die USA die Vormacht

US-Produkte beherrschen den Kino- und Fernsehmarkt in zunehmendem Mass

NGO's benützen globale Kommunikationsnetze mit wachsendem Erfolg

Akzent: Deregulierung

Busch sitzt und via E-Mail die neusten Botschaften der Zapatisten in alle Welt schickt, zwar nur in einer Bildlegende. Aber es wird doch moniert, dass das Beispiel Mexiko zeige, "dass die rasante Entwicklung, die die Daten Highways in den letzten Monaten genommen haben, den Organisationen von zivilgesellschaftlichen Bewegungen ebenso zugute kommen kann wie jenen, die bereit sind, ihre sozialen und politischen Interessen wenn nötig auch mit Waffen zu verteidigen."

Der Beispiele liessen sich leicht mehr aufzählen, etwa vom Einbruch offener Informationen über Satelliten in bewusst geschlossene Gesellschaften, wie dies etwa im Iran der Fall ist. Oder über das indonesische Osttimor, wo die brutale Ermordung zweier oppositioneller Studenten im Anschluss an eine friedliche Demonstration durch die Regierungstruppen innert Stunden über E-Mail an die Weltöffentlichkeit gelangte. Sind sie ein Beweis dafür, dass Entwicklungsländer ihre ohnehin spärlichen Mittel prioritär in den Ausbau moderner Telekommunikation investieren, wie es die "Unabhängige Kommission zur weltweiten Entwicklung des Fernmeldewesens" – die sogenannte Majtland Kommission – empfiehlt?

Es ist nicht zu bestreiten, dass moderne Telekommunikation technisch in der Lage ist, Öffentlichkeit auch dort zu schaffen, wo solche unerwünscht ist. Dieser subversive Charakter ist Kommunikationsmedien schon immer eigen gewesen, auch den traditionellen. Nur muss man wissen, dass gerade dies einer der wesentlichen Gründe ist, weshalb Macht, gleichgültig ob im politischen oder wirtschaftlichen Bereich, die Kontrolle über die Kommunikation anstrebt. Die Fernmelde-netze sind eben nicht die neutralen Leitungssysteme, als welche die Maitland-Kommission sie definiert. Auch in Entwicklungs- und Schwellenländern nicht: Der indonesische Präsident Suharto, der die Rolle der Telekommunikation in seinem von ihm mit eiserner Hand regierten Land bei der Stärkung des Zusammenhalts der Gesellschaft, des Identitätsbewusstseins und auch der politischen Stabilität immer wieder hervorhebt, weiss wovon er spricht: Zwei Satelliten liess er ins All schiessen, um die via Fernsehen verbreitete Staatspropaganda im ganzen Inselstaat verbreiten zu können. Und der britische Medien-Tycoon Rupert Murdoch, hat im von ihm zu über sechzig Prozent kontrollierten asiatischen "Star-TV" die journalistisch gut aufbereitete Informationen vermittelnde "BBC World Service Television" kurzerhand entfernen lassen, um die herrschenden Kräfte in diesem Raum nicht zu vergraulen.

Prioritär in die globale Telekommunikation zu investieren, wie dies die Majtland-Kommission den Entwicklungsländern und auch den Entwicklungshelfern empfiehlt, kann deshalb einen wirklichen Sinn erst dann haben, wenn eines der wesentlichen Merkmale der Entwicklung eben auch in diesem Bereich zur Realität wird: die Partizipation aller Beteiligten am Entwicklungsprozess. Davon ist heute kaum etwas zu spüren. Deshalb behält die Unterstützung von Projekten, die lokalen Bedürfnissen angepasst sind und die einen Zugang aller zur Kommunikation eher ermöglichen, vorläufig weiterhin Vorrang. Solche Entwicklungsvorhaben schliessen übrigens die Anwendung moderner Kommunikationstechnologie keineswegs aus.

Moderne Telekommunikation erlaubt offene Information in diktatorischen

Die gleiche Technik dient aber auch der Staatspropaganda

Telekommunikation dient der Entwicklung nur, wenn sie partizipativ aufgebaut wird

Akzent: Deregulierung

Liberalismus: Klassisch, Neo, Ordo

ZUR MARKTWIRTSCHAFT ALS STEUERUNGSMECHANISMUS FÜR EINE VIELZAHL WIRTSCHAFTLICHER HANDLUNGEN GIBT ES HEUTE KEINE ALTERNATIVE. DOCH DAMIT IST NOCH NICHTS ZUR ART DER ORDNUNGSPOLITISCHEN EINBETTUNG DES MARKTS GESAGT. DIE AKTUELLE DISKUSSION LEIDET UNTER EINEM MANGEL AN KLARER UNTERSCHIEDUNG ZWISCHEN VERSCHIEDENEN LIBERALEN KONZEPTEN. DABEI WÄRE GERADE DIESE KLÄRUNG WICHTIG, UM ZU KOHÄRENTEN WIRTSCHAFTS- UND GESELLSCHAFTSPOLITISCHEN ENTSCHEIDUNGEN ZU KOMMEN.

Ulrike Knobloch

Im folgenden Beitrag sollen drei liberale Positionen deutlich voneinander unterschieden werden, die in der allgegenwärtigen Deregulierungs-, Privatisierungs- und Liberalisierungs-Debatte nur zu gern vermischt werden: Es sind dies die klassisch liberalen, die neoliberalen und die ordoliberalen Vorstellungen von Ordnungspolitik. Als oberster Grundsatz jeder liberalen Position gilt die Freiheit und Selbstbestimmung des Einzelnen, die nur dort eingeschränkt werden dürfen, wo die Freiheit anderer behindert wird. Bei der Frage, wie trotz der grundsätzlich individuellen Orientierung der Wirtschaftssubjekte Wohlstand und soziale Gerechtigkeit für alle Menschen erreicht und gesichert werden können, unterscheiden sich dann aber die drei genannten Positionen deutlich voneinander.

Liberaler Grundsatz: Freiheit und Selbstbestimmung dürfen nur durch Freiheit anderer beschränkt werden

KLASSISCH LIBERALE ÜBERZEUGUNGEN

Die klassischen Liberalen oder auch Altliberalen gehen davon aus, dass der Markt die Fähigkeit zur Selbstregulation besitzt. Dahinter verbirgt sich der Glaube an die "unsichtbare Hand" des Marktes, die dafür sorgt, dass, wenn jeder sein Eigeninteresse verfolgt, daraus das Gesamtwohl aller resultiert. Nach dieser Vorstellung führt der sich selbst überlassene Markt zur für alle besten Lösung, zu Wohlstand und sozialer Gerechtigkeit. Dem Staat kommt nur die Rolle eines Nachwächters zu, der für Ruhe und Ordnung zu sorgen hat. Seine regulierenden Eingriffe in den Markt soll er auf ein Minimum reduzieren und die Marktwirtschaft mehr oder weniger sich selbst überlassen, da sie in sich schon die Fähigkeit habe, das im Interesse aller Liegende zu verwirklichen. Staatliche Regelungen über dieses Mindestmass hinaus werden nicht nur als nicht notwendig angesehen, sondern scheinen für das Erreichen der übergeordneten Ziele sogar hinderlich zu sein. Falls dennoch zusätzliche staatliche Regelungen vorgenommen wurden, so muss – dieser Lehre zufolge – dereguliert werden, bis das Regulierungsminimum des Nachwächterstaates wieder erreicht ist. Mit dieser Harmonievorstellung der über den Markt sich ausgleichenden Interessen beziehen sich die klassischen Liberalen immer wieder – allerdings unberechtigterweise – auf den

Klassischer Liberalismus sieht im Staat nur den Nachwächter

Akzent: Deregulierung

Moralphilosophen und Ökonomen *Adam Smith*, der zwar die Formel von der "unsichtbaren Hand" geprägt hat, doch nicht ohne auf die Einbindung des Marktes in eine höhere (göttliche) Ordnung zu verweisen.

Auch wenn man den Glauben an diese höhere Ordnung heute nicht mehr teilen mag, darf der Gedanke der Regulierung der Marktergebnisse in die von allen vernünftigerweise gewünschte Richtung nicht aufgegeben werden. Der Markt bedarf einer Auseinandersetzung darüber, ob wir seine Ergebnisse tatsächlich wollen. Besonders deutlich geworden ist dies durch die zunehmenden Umweltschädigungen unserer Wirtschaftsweise. Während die Forderung nach einer ökologischen Marktwirtschaft in den siebziger Jahren noch belächelt wurde, nehmen sie inzwischen doch auch etablierte Parteien ernst.

Ergebnisse und Wirkungen des Markts müssen diskutiert werden

AUFGABEN DES STAATES

Viele Wirtschaftspolitiker in Theorie und Praxis sehen mittlerweile ein, dass es einer staatlichen Rahmenordnung bedarf, die den Wettbewerb erst ermöglicht. Damit gehen sie über die klassisch liberale Vorstellung von einem Nachwächterstaat hinaus. Es wird erkannt, dass für die Wirtschaft zunächst einmal "Spielregeln" festzulegen sind, innerhalb derer sich der Wettbewerb am Markt abspielen kann. Dem Staat kommt nach diesem liberalen Konzept eine erhebliche Ordnungsfunktion zu: Er hat vor allem die Eigentumsrechte zu definieren, die Einhaltung von Verträgen zu sichern, den Wettbewerb zu fördern, ein monetäres System zu schaffen, sich für die Bekämpfung von Monopolen und die Beseitigung ihrer Folgewirkungen einzusetzen sowie die private Wohlfahrt zu unterstützen (Rich 1990).

Nach moderneren liberalen Konzepten hat der Staat Ordnungsfunktionen zu erfüllen

Daraus wird ersichtlich, dass zwei Ebenen klar voneinander abzugrenzen sind: die dem Markt vorgeordnete Ebene des Gesellschaftsvertrages, der auch die Rahmenordnung des Marktes festlegt, und die Ebene privater Tauschverträge, die den Austausch zwischen freien Wirtschaftssubjekten regeln. Auf der Ebene der Rahmenordnung sind zwischen allen Beteiligten und Betroffenen diejenigen Regeln zu vereinbaren, in deren Rahmen dann private Tauschverträge – hier geht es um die Ebene des Marktes selbst – als legitim betrachtet werden können. Jede aufgeklärte liberale Position muss an diese Unterscheidung der Ebenen anknüpfen. Auf der Ebene des Marktes regeln sich die Dinge durch privates Handeln. Doch wie kommt es zum Gesellschaftsvertrag und zur Festlegung der Rahmenordnung? Wie werden die Spielregeln vereinbart?

Die Ebene der Rahmenordnung ist von der Ebene des Markts zu unterscheiden

NEOLIBERALE VORSTELLUNGEN

Das Kriterium für die Zustimmung oder Ablehnung der zu vereinbarenden Regeln auf der Ebene des Gesellschaftsvertrages bleibt nach neoliberalerem Verständnis der private Vorteil der Beteiligten. Regelungen werden akzeptiert, wenn sie mir nützen, andernfalls lehne ich sie ab. Dadurch wird aber die ethische Idee der Legitimität einer politischen Ordnung auf ihre kollektive Effizienz reduziert. Die klassisch liberale Vorstellung von der Selbstregulationsfähigkeit des Marktes wird von den Neoliberalen also weiter ausgedehnt, indem nun auch noch die Rahmenordnung des Marktes dem Wettbewerb ausgesetzt wird. Deregulierung ist nach dieser Vorstellung immer dann notwendig, wenn dadurch Effizienzgewinne ermöglicht werden. Dieses aus ökonomischer Sicht erstrebenswerte Ziel wird aber immer dann fragwürdig, wenn es zu Lasten von Mensch und Natur geht. Bei der Festlegung der Rahmenordnung geht es aber gerade darum, die grundlegenden Rechte der Menschen zu schützen und wirtschaftliche Handlungen auf sozial- und umweltverträgliche, menschen- und nachweltgemäße zu beschränken. Diese Rechte und durch die Gesellschaft festgelegten Normen sind "als Werte an sich" unabhängig von jedem ökonomischen Kalkül zur Geltung zu bringen.

Neoliberale unterstellen auch die Rahmenordnung dem Wettbewerb

ORDOLIBERALE VORSTELLUNGEN

Der Markt selbst liefert aus sich heraus kein Kriterium, welches über seine richtigen oder falschen Entwicklungen entscheidet, und er verbirgt auch kein solches Entscheidungskriterium in sich. Diese klassisch liberalen und auch noch neoliberalen Vorstellungen zu überwinden, ist heute meines Erachtens notwendig, um eine wirklich aufgeklärte ordnungspolitische Position einnehmen zu können. Eine ordnungspolitische Alternative, die es näher zu betrachten gilt, ist der Ordoliberalismus, der nicht mit dem Neoliberalismus auf eine Stufe zu stellen ist, sondern sich wesentlich von ihm unterscheidet.

Der Ordoliberalismus geht auf den deutschen Ökonomen *Walter Eucken* zurück, der schon während des zweiten Weltkrieges zusammen mit einigen Freiburger Kollegen über eine Marktordnung für das Deutschland der Nachkriegszeit nachdachte. Sie waren überzeugt von der Notwendigkeit, die Marktwirtschaft verantwortlich zu gestalten, gerade um die Instrumentalfunktion des Marktes aufrechtzuerhalten. Durch bewusste Gestaltung der Rahmenordnung sollten – so Eucken – Bedingungen geschaffen werden, “unter denen sich funktionsfähige Marktformen und Geldordnungen entfalten können”.

Während sich dieser Aussage auch die Neoliberalen noch anschliessen können, liegt der wesentliche Unterschied der ordoliberalen Position in der *Begründung* für die Gestaltung der Rahmenordnung. Dazu schreibt Eucken in seinem posthum veröffentlichten Buch “Grundsätze der Wirtschaftspolitik” (1952): “Es kommt alles darauf an, dass der Ordnungsgedanke (...) auch in die soziale Gesinnung mit aufgenommen wird.” Die Überlegungen zu einer Rahmenordnung dürfen also nicht nochmals dem ökonomischen Kalkül unterworfen werden, sondern sie müssen getragen sein von einer “sozialen Gesinnung”, worunter die ethische Grundüberzeugung zu verstehen ist, dass die Rechte aller Menschen zu schützen sind und allen Menschen eine lebenswerte Zukunft zu sichern ist. Es bestehen nämlich zu Recht Zweifel daran, dass “Solidarität und Gerechtigkeit sich rein marktwirtschaftlich ohne grösseres Zutun des Staates einfach so ergeben” (Leibundgut 1995).

Der Markt ist ein notwendiges Koordinationsinstrument in unserem heutigen Wirtschaftssystem. Ohne ein funktionierendes ökonomisches System ist eine moderne Wirtschaftsweise überhaupt nicht denkbar. Aber die Verantwortung für die Marktergebnisse kann nicht wiederum an das ökonomische System delegiert werden. Die Wirtschaft gestaltet sich nicht automatisch so, dass die von allen gewünschten Ergebnisse erreicht werden. Das blosse Zusammenwirken von rein individuell orientierten Marktteilnehmern führt nicht zu gemeinschaftlichen Zielen. Sie zu erreichen ist vielmehr eine Aufgabe, die alle angeht, und zwar *als Menschen* und nicht bloss als am persönlichen Nutzen orientierte Wirtschaftssubjekte.

Ordoliberalismus unterstellt die Rahmenordnung der politisch-ethischen Verantwortung

Wirtschaft führt nicht von sich aus zu humanen Resultaten

Lesehinweise:

- Eucken, Walter: Grundsätze der Wirtschaftspolitik, Tübingen 1952
- Rich, Arthur: Wirtschaftsethik II: Marktwirtschaft, Planwirtschaft, Weltwirtschaft aus sozioethischer Sicht, Gütersloh 1990
- Leibundgut, Hektor: Stichwort “Privatisierung”, in: Zeitschrift für Kultur, Politik, Kirche/ Reformatio, 1/1995, S. 32-33
- Schluep, Walter R.: Revitalisierung, Deregulierung, Reprivatisierung, Wettbewerb der Systeme – was sonst noch an neuen wirtschaftsrechtlichen Delikatessen?, in: ders. (Hg.): Recht, Staat und Politik am Ende des zweiten Jahrtausends, Bern / Stuttgart / Wien 1993, S. 477-514
- Ulrich, Peter: Die Zukunft der Marktwirtschaft: neoliberaler oder ordoliberaler Weg? Eine wirtschaftsethische Perspektive, in: François Psychère (Hg.): Tagung der Schweizerischen IVR-Sektion, ARSP-Beiheft 62, Stuttgart 1995, S. 33-52

Spektrum

Alphavision – Sternstunde des christlichen Fernsehens?

“FENSTER ZUM SONNTAG”, EINE PRIVATE SENDUNG AUF SCHWEIZ 4, BIETET EIN FREIKIRCHLICH-EVANGELIKALES PROGRAMM. DIESER BEITRAG ANALYSIERT INHALTE UND JOURNALISTISCHE MACHART DER ERSTEN ELF AUSGABEN.

Thomas Schaufelberger

“Guten Morgen, ich begrüße sie zur ersten Sendung des ‘Fensters zum Sonntag’”, so präsentierte Brigitte Frei, Alphavision-Moderatorin, den erwartungsvollen Zuschauerinnen und Zuschauern am 17. September 1995 auf Schweiz 4 die erste von evangelikaler Seite verantwortete religiöse Sendung auf einem gesamtschweizerischen Kanal. Das “christliche” Programmfenster stiess nicht auf viel Gegenliebe, als die Alphavision im Dezember 1993 ein Konzessionsgesuch stellte. Die landeskirchlichen Mediendienste nahmen zunächst ablehnend, dann kritisch zustimmend Stellung. Sie befürchteten, die Konzessionierung wäre das Signal zu einer Entwicklung des religiösen Marktes im Fernsehen, bei dem sie notabene nicht mithalten könnten.

Die Bruchstelle, an der schon vor Jahren der Grundkonsens der evangelischen Publizistik in zwei Hauptströme auseinandergebrochen ist, liegt im Verständnis der Medien. Evangelikale Publizistik ist entschieden missionarische Publizistik und betrachtet das Fernsehen in erster Linie als ein Instrument für die Verkündigung. Wie packt ein Veranstalter von missionarischen Programmen die Aufgabe an, ein Programm herzustellen, das die in der Konzession geforderte Meinungsvielfalt berücksichtigt? Diese Frage versuchte ich mit einer Inhaltsanalyse zu beantworten.

ELFMAL “FENSTER ZUM SONNTAG”

Analysiert wurden alle elf Sendungen zwischen dem 17. September und dem 26. November 1995, normalerweise am Sonntagmorgen um 11.30 Uhr und in einer Wiederholung am Sonntag Abend um 23.00 Uhr auf Schweiz 4 ausgestrahlt. “Fenster zum Sonntag” sendet abwechselnd ein von der Alphavision produziertes Magazin mit einem

Schwerpunktthema und eine vom Evangeliums-Rundfunk verantwortete Talkshow mit je zwei eingeladenen Gästen und zugespielten Filmbeiträgen. Am fünften Sonntag im Monat strahlt die Alphavision einen Special aus. Jede Sendung wurde aufgrund eines Codebuches verschlüsselt.

Der Vorgang des Codierens geschah in zwei Schritten. Zuerst wurde jede Sendung in Beiträge eingeteilt. Der Beitrag grenzt sich ausschliesslich semantisch, das heisst durch ihren Themenbereich vom vorhergehenden und nachfolgenden ab. Ein Beitrag setzt sich aus mehreren Präsentationsformen zusammen: Anmoderation, Filmbericht, Interview, Abmoderation. Jede Präsentationsform eines Beitrags wurde im zweiten Schritt codiert. Eine Präsentationsform ist eine abgeschlossene Einheit, die sich durch den Wechsel der journalistischen Darstellungsart abgrenzt. Präsentationsformen können sein: Anmoderation, Abmoderation, Filmbericht, Interview, Statement, Predigtmitschnitt, Konzertausschnitt, Kommentar. Zusammen enthalten alle Sendungen 51 Beiträge und 272 Präsentationsformen. Während die durchschnittliche Anzahl der codierten Beiträge pro Sendung bei der Alphavision bei 5,2 liegt, ergeben sich für die ERF Talkshows nur durchschnittlich 4. Das liegt daran, dass ERF gewöhnlich zwei Filmbeiträge in das Studiogespräch einspielt. Das Gespräch selber verläuft in zwei langen Blöcken (gezählt als 2 Beiträge). Dieses Konzept bewirkt auch, dass die Beiträge beim ERF länger ausfallen (422 Sekunden im Durchschnitt) als bei der Alphavision, die in ihre Magazin-Sendungen durchschnittlich 306 Sekunden lange Beiträge packt. Die Gesprächsform beim ERF wirkt sich auch auf die Anzahl und Länge der Präsentationsformen eines Beitrags aus. 199 Präsentationsformen

Datum	Thema	Produktion	1. Ausstrahlung	Länge
17.09.95	Büssen auf Befehl?	Alphavision	11.30	30 Min.
24.09.95	Im Gespräch mit Hugo Stamm	ERF	11.31	29 Min.
01.10.95	Urlaub einmal anders	Alphavision	11.30	28 Min.
08.10.95	Kinderadoption aus der 3. Welt	ERF	10.01	29 Min.
15.10.95	Wiedergutmachung im Strafvollzug	Alphavision	11.30	29 Min.
22.10.95	Muss ein Pfarrer noch glauben?	ERF	11.30	30 Min.
29.10.95	Go Gospel (Johnny Thompson Singers)	Alphavision	11.50	30 Min.
05.11.95	Kirche hat viele Gesichter	Alphavision	11.30	29 Min.
12.11.95	Rocktempel oder Kirchenschiff?	ERF	11.30	30 Min.
19.11.95	Krebs und dennoch Hoffnung	Alphavision	11.30	30 Min.
26.11.95	Himmel, Hölle oder Verwesung?	ERF	11.30	30 Min.

wurden für die 31 Beiträge der Alphavision codiert. Nur 73 waren es für 20 Beiträge beim ERF. Daraus ist deutlich der Magazincharakter der Alphavision zu lesen, die mit durchschnittlich 5 Minuten langen Beiträgen auf eine kurzweilige, attraktive Fernsehform setzt.

THEMA NUMMER EINS: DER PERSÖNLICHE GLAUBE

Das Themenspektrum zeigt einen ganz klaren Favoriten. Sowohl bei der Anzahl Beiträge wie auch bei der effektiven Länge der Beiträge wurde das Thema "der Mensch im Transzendenzbezug: Glaube, Gebet, Busse, Hoffnung, Innerlichkeit, Sinnfrage" in fast der Hälfte aller Beiträge zum Hauptinhalt gemacht. Bei der Alphavision in 48,4, beim ERF in 35 Prozent der Beiträge. An zweiter Stelle liegen Gottesdienst (Alphavision 12,9 %, ERF 15 %) und Verkündigung (ERF 15 %). Auffallend ist, dass alle anderen Funktionen der Kirche, zum Beispiel Jugendarbeit, Seelsorge oder Diakonie (sozial-karitative Tätigkeit) nur gerade in einem einzigen Beitrag erscheinen. Weitere in Landeskirchen wichtige und aktuelle Themen werden nicht erwähnt: Frauenthemen, Gesellschaftskritik, Ökumene. Beispiel dafür ist der Beitrag über einen ehemals Drogenabhängigen und Aidskranken im Zürcher Sunne-Egge. Es liegt nahe, dabei diakonische Aufgaben der Kirche oder gesellschaftliche Zusammenhänge zur Drogensucht zu thematisieren. Das passiert aber bei Alphavision nicht. Statt dessen geht es einzig um das persönliche Glaubensleben des Aids-Patienten.

56 Prozent der Beiträge werden nicht aus aktuellem Anlass ausgestrahlt. Die Magazinsendungen der Alphavision sind immerhin deutlich aktueller als die ERF-Sendungen. Ein Drittel aller Beiträge behandelt Ereignisse von unmittelbarer Aktualität, meist kirchliche Feiertage wie Betttag (Büssen auf Befehl?) und Reformationssonntag (Kirche hat viele Gesichter). Diese Ergebnisse bestätigen eine zuvor aufgestellte Hypothese. Ein Programm, das die ewig gültige Wahrheit des individuellen christlichen Glaubens darstellt, kann auf Aktualität verzichten.

Die Hypothese, dass ein missionarisches oder "heisses" Programm kaum ohne kommentierende oder interpretierende Formen der Berichterstattung auskommt, erweist sich als richtig. Mehr als die Hälfte aller Präsentationsformen (54,7%) sind in kommentierender Form gehalten. Dies, obwohl in keiner Sendung ein Kommentar ausdrücklich als solcher angekündigt wird. Berichtende Formen und Hintergrundinformationen kommen auf gemeinsam 33,1 Prozent. Der hohe Anteil an kommentierenden Formen beim ERF (64,4%) ist auf die vielen Interviewsituationen im Studio zurückzuführen. Die Aussage eines eingeladenen Gastes wird immer dessen Meinung ausdrücken und daher kommentierend sein. Allerdings fällt beim "Thema-Tisch" auf, wie stark das Moderatorenteam in seinen Fragen an die Gäste kommentierende Formen anwendet. Die Interviewfragen des ERF weisen einen Wert von 4,3 auf einer Skala von 1 (berichtende Darstellung) bis 5 (kommentierende Darstellung) auf. Dieser Befund, der für die journalistische Bewertung der Sendung eine Bedeutung hat, weist darauf hin, dass die Journalistinnen und Journalisten des "Fensters zum Sonntag" eine "heisse" Sendung machen und machen wollen. Sie halten nicht zurück mit ihren eigenen Interpretationen oder mit einer Kommentierung der thematisierten Inhalte. Nicht immer stört das, aber manchmal wirkt es ärgerlich. Besonders beim "Thema-Tisch" merkt der Zuschauer sehr schnell, auf welcher Seite das Moderatorenteam steht. Neben kommentierenden Fragestellungen spricht auch die Mimik und Gestik dafür. Sie wurde zwar im Rahmen der Inhaltsanalyse nicht systematisch erfasst, trotzdem füge ich ein Beispiel an: Pfarrer Georg Schmid (ref. Landeskirche) und Pfarrer Florian Bertsch (Freikirche) diskutieren über das Leben nach dem Tod. Als Georg Schmid erwähnt, dass für ihn nach dem Tod eine Vorbereitungszeit auf die Ewigkeit folge, lachen die Moderatoren laut und fragen zurück, ob er damit das Fegefeuer meine. Nach seiner Präzisierung folgt die Darstellung der Sicht von Florian Bertsch. Während seines Votums nickt Verena Bircher,

Spektrum

eine Moderatorin, ständig und deutlich und hört mit ernsthafter Miene zu. Damit wurde subtil und ohne Worte deutlich kommuniziert, welche theologische Sicht vertretbar ist und welche nicht.

Interessant ist auch ein Blick auf den Typ der Berichterstattung, aufgeschlüsselt nach Themen, wieder auf einer Skala von 1 (berichtend) bis 5 (kommentierend). Die Kernthemen "persönlicher Glaube" (4), „Verkündigung“ (4,75) und "Gottesdienst" (3,8) weisen stark interpretierende Form auf. Andere Themen wie der diakonische Auftrag der Kirche oder die Darstellung der Landeskirche als Institution werden unkommentiert dargestellt.

Konflikte sind beim Alphavision-Magazin nie erkennbar. Die Sendung will nicht Konflikte und Unstimmigkeiten aufzeigen, sondern klare Lösungsansätze bieten. Anders die Situation beim ERF: Das Konzept des "Thema-Tisch" sieht vor, kontroverse Themen zu diskutieren, und das wird dann auch in 80 Prozent der Beiträge deutlich. In drei Beiträgen ist der Konflikt auf institutioneller Ebene anzusiedeln. Alle drei wurden codiert in der Sendung "Muss ein Pfarrer noch glauben?" und in allen dreien ging es um die Abgrenzung gegenüber der landeskirchlichen Sicht.

MISSIONARISCHE DRAMATURGIE

Beachtung verdient die Dramaturgie der Beiträge. Jede Präsentationsform wurde danach bewertet, ob sie eine Aufforderung zum Christwerden beinhaltet (codiert wurden auch verschlüsselte Aufrufe). Wenn die Aufforderung zum Christwerden in Beziehung zum chronologischen Ablauf der Beiträge gesetzt wird, zeigt sich, dass sie im Durchschnitt in der letzten oder zweitletzten Präsentationsform auftaucht. Je deutlicher diese Aufforderung ist, desto später erscheint sie im Beitrag. Daraus lässt sich die Dramaturgie vieler Beiträge erahnen. Meist wird eine neutrale oder schwierige Lebenssituation aufgeworfen (Krebs, Gefängnisaufenthalt, Ferien, Aids usw.), dann wird die Lebensgeschichte eines Menschen erzählt, der mit dieser Situation konfrontiert ist. Spätestens in der letzten Einstellung wird dann gezeigt, wie dieser Mensch – dank seinem Glauben – mit der schwierigen Situation fertig geworden ist, wie er sein Handeln verändert hat, auf welche Weise ihm der Glaube hilft.

Die Vielfalt des Themenspektrums wurde schon beschrieben. Wie steht es um die Vielfalt der Meinungen? Nach verschiedenen Kriterien wurden Urheber von Präsentationsformen erfasst. Dabei zeigte sich folgendes: In ziemlich genau der Hälfte aller Präsentationsformen war ein Jour-

nalist oder eine Journalistin des "Fensters zum Sonntag" Urheber. Die andere Hälfte setzte sich aus 76 Personen oder Personengruppen zusammen (Strassenumfragen mit mehreren Kurzstatements wurden jeweils nur als eine Person pro Thema gezählt, um die Statistik nicht zu stark zu verfälschen). War eine Person ohne Angabe einer Denomination klar als Christ oder kirchlich Engagierte erkennbar, wurde sie als "christlich-kirchlich allgemein" codiert. Diese Kategorie bekam dann auch am meisten Codierungen. 31,5 Prozent aller Urheber waren dieser Gruppe zuzuordnen. Diese Aufstellung zeigt eine interessante Erscheinung. In vielen Fällen genügt es dem "Fenster zum Sonntag", die Person als Christ mit persönlicher Beziehung zu Gott erkennbar zu machen. Denominationen spielen da keine Rolle mehr. Eine Art gelebte, inner-evangelische oder innerfreikirchliche Ökumene wird sichtbar. Sollen kirchenferne Menschen erreicht werden, bringt die Erwähnung der denominationalen Unterschiede nichts.

Zu ihnen kommen Urheber, die klarer definiert werden. Aus dem freikirchlichen Bereich sind das Methodisten (6,6%), Personen aus der Freien Evangelischen Gemeinde (FEG, 2,6%), aus den Vereinigten Bibelgruppen (VBG, 2,6%) oder eindeutig aus einer Freikirche (10,5%). Ausser FEG und Methodisten werden aber keine weiteren grossen Freikirchen (Chrischona, Pfingstmission, Gemeinde für Urchristentum) namentlich erwähnt. Zusammen also gehören etwa 53,8 Prozent einer eher evangelikalen Glaubensrichtung an. Demgegenüber stehen Urheber aus landeskirchlichen Positionen: Es sind 9,2 Prozent (7,9% reformiert, 1,3% katholisch). Wie gross ist der Laienanteil der Urheber? Vielfach ist der Beruf der Urheber nicht bekannt (42,1%). Beim Überblick über die erwähnten Berufe fällt auf, dass Urheber mit akademischen Berufen nur dreimal vorkommen (3,9%). Es ist also anzunehmen, dass es dem "Fenster zum Sonntag" im Gegensatz zur gleichzeitig ausgestrahlten "Sternstunde Philosophie" gelingt, auf einem für die Zuschauer idealen, nicht elitären Niveau zu bleiben. Der Anteil an Laien, die sich zu theologischen Themen äussern, ist hoch (77,6%). Nur 22,4 Prozent sind Geistliche, Theologen oder Pfarrer. Ihr Anteil ist beim ERF höher (36,8%, sogar 57,6% in bezug auf die Re-zeit) weil er meist Pfarrer für die Streitgespräche einlädt. Bei der Magazinform der Alphavision spielen Pfarrer eine noch kleinere Rolle (17,5%) und zwar auch in der effektiven Länge der Inhaltsvermittlung (18,7%). Im Magazin reden vor allem Menschen, die jeder Zuschauer auch als Nachbar haben könnte. Das ist

einer der ganz grossen Pluspunkte der Alphavision im Vergleich mit von Landeskirchen oder SF DRS-Fachredaktion verantworteten Sendungen. Das Alter der Urheber lag in den meisten Fällen zwischen 30 und 55 Jahren (43,4 %). Weit interessanter ist aber das Geschlecht der Urheber. Hier zeigt es sich, dass die Sendungen von Männern geprägt sind, genau wie die Freikirchen. Fast zwei Drittel (61,8 %) der Urheber sind Männer. Nur 15 Frauen (19,7 %) kamen im gleichen Zeitraum zu Wort.

In einem weiteren Schritt soll geklärt werden, welche nicht-journalistischen Urheber bei welchen Themen zu Wort kommen. Zuerst das auffallendste Ergebnis. Die sechs Urheber der Reformierten Landeskirche kommen nur in einem Fall zu Wort beim Kernthema der Sendungen (der Mensch im Transzendenzbezug). Würden sie da die "falschen" Antworten geben? Sie werden als Urheber eingesetzt bei den Themen Gottesdienst, Verkündigung, Diakonie, Landeskirche als Institution, Glaube und Gesellschaft (Gefängnisseelsorger). Ganz anders Urheber aus evangelikalem Raum (gesamthaft 40). Ihr Hauptthema ist der persönliche Glaube des Einzelnen (20 Urheber).

"LÖSUNGEN AUS CHRISTLICHER PERSPEKTIVE"

Die journalistische Stilform entspricht den fernsehtechnischen Anforderungen. Die Sendungen sind für ein Zweimillionen-Jahresbudget qualitativ erstaunlich gut gemacht. Ein Magazinbeitrag der Alphavision folgt meist dem Schema: Anmoderation, Filmbeitrag, Abmoderation. Beim ERF überwiegt wegen den Studiodiskussionen die Form des Interviews (23,3 %) und des Statements (26 %). Das persönliche Statement ist die dominierende Stilform in den Beiträgen der Alphavision.

Aufschlussreich ist auch die Auswertung der journalistischen Stilformen nach dem Typ der Berichterstattung. Auf einer Skala von 1 (berichtende Form) bis 5 (kommentierende Form) erreicht – erwartungsgemäss – das persönliche Statement und das Interview den höchsten Wert. Die Filmberichte entsprechen journalistischen Anforderungen und sind mit Werten von 1,8 (Alphavision) und 2,9 (ERF) nahe an einer sachlichen berichtenden Form. Ungewöhnlich hingegen, dass die Interviewer schon in ihren Fragen stark interpretieren (Wert bei 4,4). Einen Rückschluss auf die Dramaturgie der Beiträge lassen die Ergebnisse bei der Moderation zu. Während die Anmoderationen zu Beginn eines Beitrags im Schnitt 2,8 aufweisen, schnellte der Wert bei der Abmoderation auf 4,2. Das heisst, dass die Abmoderation sich sehr nahe beim Kommentar befindet, obwohl nicht als solcher gekennzeichnet. Der Schluss

liegt nahe, dass mit der Abmoderation die "Lösung aus christlicher Perspektive", die sich im Verlaufe der Beitragsdramaturgie herauschält, nochmals betont werden soll.

Die Hypothese für die Sprache der "Fenster zum Sonntag"-Beiträge war, dass sie sich im üblichen Bereich für die evangelikale Rede bewegt. Die Inhaltsanalyse bestätigt dies, auch wenn keine Wortauszählung erfolgt ist. Bei jeder Präsentationsform wurden die wichtigsten Leitbegriffe codiert, pro Präsentationsform aus technischen Gründen höchstens fünf. Resultat dieser Auswertung: Das Wort "Gott" erscheint in 19,9 Prozent, "Jesus" in 11,8 Prozent von allen Präsentationsformen. Rein statistisch gesehen gibt es in jedem Beitrag eine Präsentationsform, die "Gott" mindestens einmal erwähnt. Weit vorne rangieren andere Kernwörter einer eher pietistischen Frömmigkeit: Bibel (11,4 %), Kirche (9,9 %), Glaube und Gebet (je 7,7 %), Busse, Versöhnung, Pfarrer (je 3,7 %). Die Frage ist, ob eine solche Fülle an theologischen und dogmatischen Begriffen geeignet ist, die Aufmerksamkeit von Kirchenfernern – so wie das die Alphavision möchte – zu erregen und das Evangelium verständlich zu kommunizieren.

In einem nächsten Schritt habe ich mir notiert, wenn bestimmte Wertvorstellungen deutlich kommuniziert wurden. Bei dieser Aufstellung darf allerdings keine intersubjektive Überprüfbarkeit geltend gemacht werden. Sie kann trotzdem tendenziell aufzeigen, welche Argumentationsstrukturen in bezug auf christliche Themen in den Sendungen gewählt wurden. Einige Male – über verschiedene Sendungen verteilt – taucht zum Beispiel das Motiv "Religion ist ein Urbedürfnis jedes Menschen" auf. Diese Argumentation ist sinnvoll, um Menschen "abzuholen", die nicht mehr ausschliessliche Christen sind. Sie hat also eine ausgesprochen taktische Bedeutung und wird vor allem vom Moderatorenteam des ERF aufgegriffen. Ebenfalls vorhanden ist die Argumentation "Papierchrist sein gilt nicht – die Überzeugung muss stimmen". Es ist gewissermassen der zweite Schritt in der Argumentationskette. Nach dem Abholen folgt hier das, in den untersuchten Sendungen meist sanfte Überzeugen. In einem dritten Schritt ist einige Male das Argument "Christen sind glücklich, getragen, fröhlich usw." oder auch "Gott ist auch im Leid nahe" angewendet worden. Daneben habe ich vor allem beim ERF die polemische Struktur "echte Christen werden immer wieder (zu Unrecht) angeklagt" oder "in der Landeskirche herrscht kein richtiger Glaube" angetroffen.

Spektrum

DAS PERSÖNLICHE "ZEUGNIS" ALS GROSSE STÄRKE

Die grosse Stärke des "Fenster zum Sonntag" ist das persönliche Zeugnis, die erzählte Lebensgeschichte. Eine Form, die in den pietistisch geprägten Freikirchen seit Jahrhunderten gepflegt und geübt wird. In jeder Sendung werden grössere oder kleinere, packendere und weniger packende Lebensgeschichten erzählt. Die persönlichen Berichte wirken fast in jedem Fall glaubwürdig, echt und schlicht. Dieses Resultat spricht auch für die Macher des "Fenster zum Sonntag". Hier gelingt ihnen ein Stück professionelle Fernseharbeit. Sie arbeiten bewusst mit dem derzeit üblichen und erfolgreichen Konzept der Selbstbeichte in allen möglichen Talkshows. Die Beiträge im "Fenster zum Sonntag" sind dagegen aber ein gutes Stück weniger voyeuristisch. Natürlich gibt es auch bei "Fenster zum Sonntag" Geschichten unterschiedlicher Qualität. Grosse Wirkung hatte ein einfacher katholischer Mönch, weniger glaubwürdig wirkte eine Frau, die mit streng evangelikalem Vokabular ihre Gottesbeziehung beschrieb. Als Kehrseite der grossen Stärke wurde in den Hypothesen formuliert, dass an persönliche Zeugnisse anschliessende Bekehrungsauftrufe dem Zuschauer die Möglichkeit nehmen, über das Gesagte nachzudenken. Mit verschiedenen Auswertungen versuche ich, dieses Feld zu bearbeiten. Zuerst wurde die Tendenz eines Beitrages erfasst. Die Auswertung ergibt, dass insgesamt 42,2 Prozent aller 51 Beiträge teilweise oder eindeutig tendenziös sind (AlphaVision 38,7 %; ERF 50 %). Explizit neutral sind 19,6 Prozent (AlphaVision 3,2 %; ERF 45 %). Der grosse Anteil an neutralen Codierungen beim ERF ist auf die Diskussionsform zurückzuführen, die meist zwei Meinungen zum Ausdruck brachte. In 37,3 Prozent aller Beiträge konnte kein solches Schema angewendet werden (AlphaVision 58,1 %; ERF 5 %). Die Resultate zeigen, dass der ERF wesentlich tendenziöser arbeitet als die AlphaVision. Die Hälfte der ERF-Beiträge sind tendenziös. Ein Resultat, das aufgrund des stark kommentierenden und manchmal polemisierenden Moderatorenteams erwartet werden musste.

Auf der Ebene der Präsentationsform habe ich nach verschiedenen Kriterien codiert. Zuerst erhob ich eine allgemeine Bewertung. Wurde eine christliche Handlung, Haltung oder eine christliche Institution, Kirche positiv, negativ oder neutral bewertet? Mehr als die Hälfte der Präsentationsformen bleibt in dieser Frage undifferenziert, neutral sind immerhin noch 14,7 Prozent. Positiv gewertet wurde in 72 Präsentationsformen, das sind 27,9 Prozent. Bemerkenswert sind die sieben negativen Bewertungen

des ERF: Sie betreffen alle die Landeskirche im Zusammenhang mit dem Thema: "Was muss ein Pfarrer glauben?".

Als zweites katalogisierte ich Bemerkungen zu Vor- oder Nachteilen, die ein christliches Leben nach sich zieht. Wenn also zum Beispiel jemand davon sprach, dass er jetzt – nachdem er Christ geworden ist – eine grössere Ruhe fühle, wurde die Präsentationsform unter "nichtmaterielle Vorteile" codiert. Unter dieser Kategorie wurden insgesamt 18,3 Prozent der Präsentationsformen codiert. In 80,2 Prozent war kein derartiges Schema zu beobachten. Schliesslich habe ich notiert, wenn eine Aufforderung zum Christwerden erkennbar war. Einerseits wurden explizite Redewendungen wie "um Rettung zu erlangen, muss der Mensch Jesus Christus als seinen Heiland annehmen" (Prof. Mauerhofer) oder "wer Gott in sein Herz aufnimmt, erlebt grosse Freude" codiert, andererseits versuchte ich auch verschlüsselte Aufrufe zu codieren. Wenn jemand von seinem Leben als Christ so erzählte, dass eine Art Werbeeffect eintrat, ging ich von einem verschlüsselten Aufruf aus. Das Resultat: Dreiviertel der Präsentationsformen sind in dieser Frage undifferenziert (76,7 %). Insgesamt 23,3 Prozent, oder 61 Präsentationsformen enthalten eine Aufforderung zum Christwerden. Also in jedem der 51 untersuchten Beiträge durchschnittlich 1,2 Mal, was wieder ein Hinweis auf den dramaturgischen Aufbau der Beiträge gibt. Eine Aufforderung zum Christwerden kommt in jedem Beitrag so gut wie sicher. Die 61 Aufforderungen teilen sich auf in empfehlende Aufforderungen (4,6 %), notwendige Aufforderungen (1,5 %) und verschlüsselte Aufforderungen (17,2 %). Die Sendungen sind also weit entfernt von Zeltmissions-Evangelisierungsmethoden. Die Botschaft der Umkehr und Busse wird vorsichtig vermittelt. Ob das Selbstbeschränkung aus kommunikationstaktischen Gründen oder Anpassung an die Konzessionsbestimmungen ist, lässt sich nicht ausmachen.

SONNTÄGLICHE BEOBSACHTUNGEN

Der ausgiebige Fernsehkonsum am Sonntagmorgen war von unterschiedlicher Qualität. Ich versuche meine Beobachtungen zusammenzufassen. Am qualvollsten für den Fernsehzuschauer war die Sendung "Urlaub einmal anders". Fast jede Aussage, jedes Statement, jede Antwort hat in dieser Sendung einen zeugnishaften Charakter. Zudem bleiben die Interviewpartner oberflächlich. Die Hauptaussage der Sendung kommt darum nicht über ein "Christen bleiben unter sich und haben es schön zusammen" hinaus. Ein braungebrannter Feriengast eines christlichen

Hotels am Mittelmeer lässt sich zur Aussage hinreissen: "Das ist das Schöne, wenn man unter Christen, unter Gleichgesinnten ist, man kann auch über gewisse persönliche Sachen sprechen und austauschen". Der Zuschauer, der nicht zum "Club" gehört, fühlt sich ausgeschlossen und schaltet ab. Die Filmbeiträge über Heimstätten und Hotels kommen – journalistisch gesehen – nicht über das Niveau eines PR-Beitrags hinaus.

Ein zweites Beispiel dafür, dass Fernsehsendungen mit klarem missionarischem Charakter oft misslingen: Der ERF hat Hugo Stamm ins Studio eingeladen. Nun wird ein Beitrag eingespielt, der Zitate aus einem Buch Stammans einblendet, wie ein Sekte zu erkennen ist. Diese Merkmale einer Sekte werden dann mit Einblendungen von Bibelstellen verglichen. So soll gezeigt werden, dass sogar bibeltreue Christen unter den Sektenbegriff Stammans fallen. Der Beitrag wirkt unglaublich selbstgerecht, nirgends – auch nicht im anschließenden Studiogespräch – taucht eine selbstkritische Fragestellung auf, was man in einer Sendung, die mediengerecht sein will, erwarten dürfte, auch wenn sie von evangelikalen Publizisten gemacht ist. Hier zeigt sich die Schwierigkeit, Verkündigung und Publizistik zu mixen. Das Resultat ist dürrig und bestätigt die Ergebnisse der Kommunikationswissenschaft. In Studien wurde nachgewiesen, dass bei dieser Form der Überzeugungskommunikation keine Resonanz über den Kreis derer hinaus zu erreichen ist, die schon die gleiche Meinung haben. "Unfertige" Gedankenanstöße, Gleichnisse im jesuanischen Sinn, die den Charakteristika des Fernsehens entsprechen, wären viel wirkungsvoller.

Und noch ein drittes Beispiel: Bei verschiedenen "Thema-Tisch" Sendungen des ERF ist mir aufgefallen, dass kritische Rückfragen an die evangelikal-christlichen Studiogäste eher pseudokritischer Natur sind. Ich nenne sie Bühnenfragen. Ihre Aufgabe ist es, dem Studiogast die Gelegenheit zu geben, seine evangelikal-christliche Position darzulegen. Eine Form, die auch bei Alphavisions-Sendungen ab und an zu beobachten ist. Manchmal, besonders bei zwei Filmbeiträgen über schwerkranke Menschen, lässt einen das Gefühl nicht los, dass es nicht um diese Menschen ging, sondern nur darum, anhand ihres Schicksals aufzuzeigen, dass sich ein Leben mit Jesus lohnt. Während eine Frau todkrank im Spitalbett liegt, fragt die Redaktorin stehend daneben: "Glauben sie daran, dass Gott das Beste für sie im Sinn hat?" In einem anderen Beitrag schildert der aidskranke Roger seine Lebensgeschichte. Sie geht unter die Haut. Dazwischen erklärt eine Stimme im Off nochmals deutlich und klar, worum es

geht: um eine Gottesbeziehung. Diese Off-Texte nehmen der Geschichte von Roger den Wind aus den Segeln. Der Beitrag über Roger will nicht Verständnis für ihn oder für Randständige oder für Sterbende schaffen, sondern will "beweisen", dass es Gott gibt. Rogers Geschichte wird so missbraucht. Die nachvollziehbaren, alltäglichen Lebensgeschichten zeigen plötzlich nicht mehr die Menschen, sie sind nicht mehr Gleichnisse für das Reich Gottes, sondern nur noch Instrument oder Vorwand für die Werbung in Gottes Namen. Wegen der Dramaturgie, die meist in der vorletzten oder letzten Einstellung eine Aufforderung zum Christwerden enthält, werden viele gute Lebensgeschichten "vergeben".

Die Absicht hinter solchen Beiträgen, ja die Instrumentalisierung von Menschen wirkt unangenehm, ganz im Gegensatz zu Aussagen, die absichtslos geäußert werden. Aussagen eines einfachen Mönchs oder des Leiters des Theologisch-Diakonischen Seminars sind Beispiele dafür, dass biblische oder christliche Aussagen im Fernsehen nicht fehl am Platz sein müssen. Das Kriterium dafür ist aber, dass sie nicht versteckte Verkündigung enthalten.

ALLES IST "CHRISTLICH"

Auf eine spezielle Verwendung des Wortes "christlich" bin ich in mehreren Sendungen gestossen. Alles, was "christlich" ist, wird relativ undifferenziert zum eigenen Lager geschlagen. In der vorliegenden Untersuchung habe ich diesen Punkt schon einmal als positive Form einer in-ner-evangelischen Ökumene geschildert. In diesem Konzept hat sogar ein katholischer Mönch oder eine bekannte amerikanische Gospelband Platz. Zitat aus der Sendung: "Gospel ist ja etwas durch und durch Christliches!" Ob das wirklich so ist, bleibt offen. Auf jeden Fall gibt die Sendung dem Zuschauer das Gefühl, dass eine Person oder eine Sache entweder "christlich" oder "nicht-christlich" ist. Zwischenkategorien scheint es nicht zu geben. Typisch für diese Haltung ist der Gebrauch des Wortes "Pfarrer". Immer, wenn es um kontroverse Themen geht, werden die eingeladenen Pfarrer klar als freikirchliche oder landeskirchliche Pfarrer gekennzeichnet. Geht es aber um Themen, die als Lösung für Probleme dargestellt werden, verschwindet diese Differenzierung schnell. Alle sind einfach nur noch Pfarrer, egal ob freikirchlich oder landeskirchlich. Alles, auch landeskirchliche Projekte, wird in diesem Fall dem Lager "christlich" zugeschlagen und für die Vermittlung der Vorteile eines christlichen Lebens genutzt.

Spektrum

Angefügt werden müssen positive Eindrücke. Wohltuend unaufdringlich sind die bearbeiteten Psalm- und Bibeltexte, die in Alphavision-Sendungen als meditative Elemente zusammen mit Landschaftsaufnahmen gesendet werden. Sie lassen Raum für eigene Gedanken, für eigene Interpretation, obwohl auch in diesen Texten von Gott die Rede ist. Der morgendliche Fernsehkonsum wird zum Genuss.

Von Zeit zu Zeit gelingt es auch, in Beiträgen neue Gleichnisse vom Gottesreich zu schaffen. So erzählt zum Beispiel eine Frau, die krebskrank war und wochenlang in

einem absolut sterilen Raum abgeschieden von ihrer Familie und Umwelt leben musste. Den Moment, als sie aus diesem "Gefängnis" entlassen wurde, schildert sie mit dem Wort "Erlösung". Ein gelungenes Beispiel, wie biblische Worte in neuen Gleichnissen – mediengerecht und zeitgemäss – umgesetzt werden können.

ZUSAMMENFASSUNG

Obwohl das "Fenster zum Sonntag" eine professionelle und fernsehgerechte Vermittlungsform anwendet, ist die Versuchung zur Instrumentalisierung gross. Immer wieder tauchen verkündigende, missionierende, sanft oder weniger sanft drängende Elemente auf. Das ist nichts Illegitimes, aber es entspricht nicht dem Medium Fernsehen und seinen Kommunikationsmechanismen. Zuschauer lassen sich sowieso nicht bekehren und denken am liebsten selber über ihnen wichtig erscheinende Themen nach. Wird eine missionierende Absicht deutlich, werden viele, im wahrsten Sinne des Wortes, abschalten.

Schade, wenn dieses Defizit die grosse Chance und das grosse Können des evangelikalen Fernsehens mindert. Das Geschichtenerzählen, das persönliche Zeugnis, die neuen Gleichnisse mit Menschen von heute in den Hauptrollen sind die Stärken des "Fenster zum Sonntag". Mit einer einfachen Dramaturgie gelingt es, diese Geschichten als Lösung für schwerwiegende Probleme, mit denen Menschen zu kämpfen haben, darzustellen. Natürlich gerät da vieles allzu einfach. Aber das ist mediengerechter und verständlicher als ausgewogene, alle Seiten abwägende, die Komplexität darstellende Fernsehbeiträge. Diese Qualität des "Fenster zum Sonntag" dürfte auch der Grund sein, dass die Zuschauerzahlen im Steigen begriffen sind. Obwohl immer noch verschwindend klein, ist die Einschaltquote im November annähernd an die Zuschauerzahlen der wesentlich elitärerem "Sternstunde Religion" (SF DRS) herangerückt.

Fazit der Untersuchung: Immer, wenn die kommunikationstheoretischen Vorgaben des Mediums Fernsehen eingehalten werden, kann dem "Fenster zum Sonntag" eine sehenswerte und nachdenklich stimmende "Kommunikation des Evangeliums" gelingen. Wird in die dargestellten Lebensgeschichten und Gleichnisse werbende Verkündigung verpackt, verlieren die oft sehr guten Geschichten an Glaubwürdigkeit und Echtheit, kommt ihnen der Charakter des gelingenden Lebens abhanden. Sie werden nur noch verstanden von einer eingeweihten Schar religiöser Insider.

MEDIENPOLITISCHER PRÄZEDENZFALL?

um. Der Konzessionierung des "Fenster zum Sonntag" ging ein langwieriges Seilziehen voraus. Am 22. Dezember 1993 reichte die Alphavision AG ihr Gesuch ein, worauf das Bundesamt für Kommunikation (Bakom) bei vierzig interessierten Unternehmen und Institutionen eine Anhörung durchführte, unter anderem bei den Landeskirchen. Diese beauftragten ihre Mediendienste mit der Ausarbeitung einer gemeinsamen Stellungnahme. Darin wurde die Deklaration des Projekts als "christliches Fernsehen" und die Konzessionsdauer von zehn Jahren kritisiert. Stattdessen verlangten die Landeskirchen in ihrer Eingabe vom 10. Februar 1994 eine Kennzeichnung der Sendungen, die deren freikirchlich-evangelikalen Hintergrund deutlich machen würde, und eine lediglich versuchsweise Konzession für drei Jahre. Beide Punkte trafen sich mit den Vorstellungen des Bakom. Zudem forderte die landeskirchliche Stellungnahme eine Klärung der medienpolitischen Implikationen des Vorhabens. Die Verhandlungen erwiesen sich zum Teil als zäh. Lange tat sich die Alphavision schwer mit einer für die Gegenseite akzeptablen Selbstdeklaration, und die Behörden schienen ausserstand, die Fragen zum allfälligen Präzedenzcharakter des Projekts zu beantworten. Um den Versuch trotzdem ohne weitere Verzögerung starten zu lassen, schlugen die Mediendienste dem Bakom im Februar 1995 eine Expertenkommission vor, welche die Grundsatzprobleme begleitend zum laufenden Projekt zu klären hätte. Nachdem Alphavision im März eine taugliche Selbstdeklaration vorgelegt hatte, erteilte der Bundesrat am 10. Mai 1995 die Konzession. Die landeskirchlichen Wünsche sind darin berücksichtigt. – *ZOOM K&M* kommt in der nächsten Ausgabe auf die medienpolitischen Aspekte des Versuchs und die Arbeit der Expertenkommission zurück.

Im deregulierten Eldorado

RELIGION, FERNSEHEN UND NEUE MEDIEN IN DEN USA – EIN REISEBERICHT

Urs Meier

Im Oktober 1995 bereiste ich drei Wochen lang die USA, um die Medieneinrichtungen einiger grosser Kirchen und kirchlicher Organisationen sowie verschiedene Fernsehstationen zu besuchen. Ziel dieses Studienaufenthalts war es, mir ein Bild zu verschaffen von der kirchlichen Fernseharbeit und vom Gebrauch neuer Informations- und Kommunikationstechniken. Das hierzulande vieldiskutierte Phänomen der sogenannten *Electronic Church* war nicht Gegenstand meiner Recherchen. Trotzdem war es ständig präsent, denn in den USA führt jede kirchliche Betätigung im Rundfunk zwangsläufig auch zur Auseinandersetzung mit den gut organisierten, geschäftstüchtigen und schlagkräftigen Propagandisten des religiösen und gesellschaftspolitischen Konservatismus. Trotz der Eingrenzung des Beobachtungsfeldes auf den Bereich der traditionellen Kirchen, die sogenannten *Mainstream-Churches*, ergab sich ein unerhört vielfältiges Bild. Ich greife exemplarisch einige Begegnungen und Erfahrungen heraus, verzichte auf eine Systematisierung der Informationen und konzentriere mich aufs Berichten.

Die nationalen kirchlichen Institutionen der USA wie das Lutheran Center in Chicago, der National Council of Churches sowie die American Bible Society in New York City haben – bei vielen Unterschieden im Detail – eines gemeinsam: Sie präsentieren sich wie Hauptsitze von Konzernen und residieren an repräsentativen Adressen in eindrucksvollen Gebäuden. Wie das Haus, so das Ritual. Man kommt in der Eingangshalle zu einem Empfangs- und Securitydesk und wird nach telefonischer Avisierung, peniblem Eintrag in ein Besucherregister und Abgabe einer *Badge* (mit Vordruck "Hello! My name is ...") abgeholt oder auf den Weg zu einem dreistellig nummerierten Büro geschickt. Frauen und Männer im Haus sind *businesslike* gekleidet und tragen ein Namensschild. Die Hierarchie ist sichtbar am Verhalten der Leute und an der Einrichtung der Büros. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der unteren und mittleren Stufen sitzen in Grossraumbüros, halb abgeschirmt in Kojen, die Kader haben geschlossene

Zimmer von abgestufter Grösse und Ausstattung. Der Umgangston ist jedoch kollegial und freundschaftlich. Besucher sind offensichtlich prestigefördernd. Man wird andauernd irgendwelchen Leuten vorgestellt, und man wechselt ein paar freundliche Worte. Die eigentlichen Gespräche aber sind ausserordentlich offen, die Partner wollen gefragt werden und sind zu jeder Auskunft bereit. Mit Kritik an der eigenen Arbeit wird nicht gespart, und man ist aufrichtig interessiert an der Meinung des Besuchers.

ROTE STIEFEL FÜR LUTHERANER

Don Schroeder, Navypilot im Vietnamkrieg und Sohn eines Pfarrers, führt zusammen mit einer Geschäftspartnerin die *Mentor Media*, eine Video- und Fernsehproduktionsfirma im kalifornischen Pasadena. Im Grossraum von Los Angeles gibt es unzählige solche Unternehmen, grösstmässig gefächert vom Einmannbetrieb bis zum Weltkonzern. Mentor Media gehört mit einem Dutzend Mitarbeitenden zu den ganz Kleinen. Don Schroeder verdient sein Geld hauptsächlich mit Management- und Verkaufsheftlehrgängen auf Video. Daneben produziert er religiöse Fernsehsendungen, meist im Auftrag der *Missouri Synod*, der streng konservativen lutherischen Denomination in den Vereinigten Staaten. Die strenggläubigen Lutheraner sind eine schwierige Kundschaft, die den freundlichen Don gelegentlich an den Rand der Verzweiflung treibt. Jedes Drehbuch muss von einer theologischen Kommission abgesehnet werden. Da wird dann in solch einem erlauchten Gremium erbittert diskutiert, ob in einem Weihnachtsmärchen die Heldin rote Stiefel bekommen dürfe, weil derlei als Symbol der Eitelkeit ein gar zu unchristliches Signal setze. Im Falle des genannten Märchentrickfilms brauchte es elf Drehbuchfassungen, bis die lutherischen Bedenken ausgeräumt waren.

"Red Boots for Christmas" wurde von der Missouri Synod bei Mentor Media für Weihnachten 1995 in Auftrag gegeben. Zeichentrickfilme gelten als Familienprogramme *par*

Spektrum

excellence und sind deshalb bei den in den Sendern an sich wenig gefragten religiösen Themen einigermassen erfolgversprechend. Die Fernsehstationen übernehmen solches Material an kirchlichen Festtagen nicht ungern, da sie oft Mühe haben, passende Feiertagsprogramme zusammenzustellen. Trickfilme können auch auf dem Videomarkt gut verkauft werden, sodass es im günstigen Fall möglich ist, die enormen Produktionskosten wieder hereinzuholen. "Red Boots for Christmas" basiert auf einer Kindergeschichte, die von einem verstorbenen deutschen Pfarrer geschrieben und von einem nicht mehr existierenden Verlag verlegt wurde. Schon die Abklärung der Rechte – unter anderem mit Hilfe eines Privatdetektivs – erforderte einhalb Jahre. Endlich stimmte die Witwe des Verfassers dem Projekt zu. Amerikanische Drehbuchautoren und Zeichner erarbeiteten anschliessend das Storyboard. Nach der Erstellung der genauen Vorlagen für die Szenen, Akteure, Requisiten und Details ging das ganze nach Taiwan zur Ausführung. Dort wird die höchst arbeitsintensive Zeichenproduktion zu viel günstigeren Preisen gemacht als in den USA. Ähnlich gut wie Taiwan sind nach Auskunft von Don Schroeder Korea, Tschechien und Polen im Geschäft. Für Mentor Media war die Zusammenarbeit mit dem taiwanesischen Atelier trotz grossem Kostenvorteil nicht ohne Risiko. Es habe hunderte von Nachbesserungen gebraucht, erzählt Don Schroeder, bis die Qualitätsansprüche des disneygewohnten amerikanischen Publikums einigermassen erfüllt worden seien. Der fernöstliche Standard sei noch nicht auf US-Niveau, werde aber zusehends besser.

RELIGION AM RAND

Die Produktionen von Mentor Media sind fast immer für Ostern oder Weihnachten bestimmt. Sie müssen von den kirchlichen Auftraggebern vermarktet und den Sendern zusammen mit fest gebuchter Werbung angeboten werden. Dieses sogenannte *Bartering* ist eine gängige Form der Distribution bei Sendungen, welche die alles entscheidenden Werbeeinnahmen nicht quasi von selbst anziehen. Religion verkauft sich in diesem angeblich so religiösen Land offenbar schlecht. Im allgemeinen sind deshalb die Programmveranstalter nicht an religiösen Sendungen interessiert. Don Schroeder ist allerdings der Meinung, dies könnte wesentlich anders sein, wenn die Verantwortlichen an Religion persönlich etwas mehr interessiert wären. Die jungen, dynamischen Leute, die im Fernsehbusiness Karriere machen, hätten ganz einfach keine Beziehung zu Kirchen. Religion komme in ihren Programmen fast nur

mit negativer Affiche, nämlich als verbohrtcr Fundamentalismus vor.

Die Gründe dieser Verzerrung sieht Schroeder einerseits darin, dass die in Fernsehstoffen angewendete simple Dramaturgie nur grobe Charaktertypen und zugespitzte Emotionen kennt. Diesen Gesetzmässigkeiten werde der primitive Frömmigkeitstypus des rechthaberischen und selbstgerechten Fundis besser gerecht als der vielschichtige Charakter einer kritischen christlichen Figur. Andererseits ist Schroeder überzeugt, dass die *Televangelists*, die geschäftstüchtigen fundamentalistischen Fernsehstars, mit ihrer massiven Medienpräsenz das Bild der Religion verdorben haben – und das mit weitreichenden gesellschaftlichen Folgen. Don Schroeder hält das allgemeine Klima in bezug auf Christentum für sehr frostig, obschon 86 Prozent der Bevölkerung einer christlichen Denomination angehören und viele von ihnen sich als bewusste Christen verstehen. Doch Schroeder sucht die Schuld nicht nur bei den Medien und bei den Fundamentalisten. Die Kirchen, so seine Meinung, hätten es versäumt, ihre Kräfte in der Medienarbeit rechtzeitig zu bündeln und für ihre Fernsehproduktionen ein effizientes Marketing zu betreiben.

Die Frage habe ich auf meiner Reise immer wieder gestellt: Weshalb haben die Kirchen so grosse Mühe, sich im Fernsehen zu behaupten, wenn doch die kirchlichen Bindungen der amerikanischen Bevölkerung eine derart grosse Rolle spielen? Wie kommt es, dass in diesem Fall der Markt anscheinend kaum funktioniert?

James Wall, Chefredaktor von *Christian Century*, der in Chicago erscheinenden Wochenzeitschrift für Religion und Kultur, ist ein Film- und Medienfachmann und Mitglied im Vorstand der lokalen ökumenischen Fernsehrichtung. Die wöchentlichen Halbstundensendungen werden in den Chicagoer Programmen von ABC und CBS ausgestrahlt. Die Sendezeit muss mit Spendengeldern gekauft werden, aber dennoch betrachten es die Fernsehunternehmen als ungeschuldete Gefälligkeit, diese zur Verfügung zu stellen. Dabei findet die Ausstrahlung in beiden Programmen jeweils sonntags um 6.30 Uhr statt! Kein Wunder, dass auf dem Prospekt von *Greater Chicago Broadcast Ministries* gross gedruckt ist: "Think VCR! Videotape our Programs to Share with Others" (Denkt an den Videorecorder! Zeichnet unsere Sendungen auf, um sie andern zugänglich zu machen). James Wall ist zudem überzeugt, dass die Ausstrahlung der kirchlichen Produktionen eine Goodwill-Sache der Networks ist, die jederzeit abgeblasen werden kann. Die Basis für die religiösen Sendungen ist unstabil, obschon deren organisatorisches

und publizistisches Konzept den Sendern eigentlich entgegenkommt. Die protestantischen und orthodoxen Kirchen haben sich nämlich für diese Fernseharbeit zusammengeschlossen, und die Themen der Sendungen konzentrieren sich auf gesellschaftlich-sozialethische Fragen. Es ist ihr erklärtes Ziel, zur allgemeinen Wertediskussion beizutragen.

Auf meine Nachfrage bestätigt James Wall die Analyse, die ich mehrfach gehört habe. Obschon ein Markt für religiöse Sendungen aus der Sicht der Mainstream-Kirchen zweifellos vorhanden wäre, wollen sich die Networks darauf nicht einlassen: "Sie befriedigen lieber die *Unterhaltungsbedürfnisse* der religiösen Amerikaner." Die Gründe sieht auch James Wall einerseits in der personellen Zusammensetzung der Managementspitzen der Networks, andererseits macht er aber die Eigenart des US-Fernsehens dafür verantwortlich. Es habe sich nämlich radikal zu einem Unterhaltungsmedium entwickelt. Wall teilt hierin die Meinung von *Neill Postman*, den er persönlich gut kennt und sehr schätzt.

WERBUNG, SCHROTT UND HIGHLIGHTS

Meine Eindrücke als Europäer vom US-Fernsehen sind zunächst beherrscht von der Penetranz der Werbung. Sämtliche Programme, auch die Informationen, werden alle paar Minuten unterbrochen. Ein weiteres durchgängiges Merkmal ist die starke Emotionalisierung. Die *Showmasters* arbeiten physisch dreimal so schwer wie ihre europäischen Kollegen. Da wird vor der Kamera in allen Registern agiert mit Stimme, Mimik und Gesten. Ein aufgeheiztes Studiopublikum schürt die Stimmung. Auch die Informationssendungen zeigen viel Interaktion zwischen den Moderierenden und intensive Hinwendung der *Anchormen* und *Anchorwomen* zum Fernsehpublikum. Schliesslich fällt die bescheidene Qualität der fiktionalen Programme auf. Die meisten Serien sind sichtlich Fließband-Produktionen auf billigstem Niveau. Was von dieser Programmsparte nach Europa gelangt, scheint Ware der besseren Machart zu sein.

Der trotz aller Kritik hartnäckig gute Ruf des amerikanischen Fernsehens dürfte sich aus Leistungen wie bei der Übertragung von *American Football* nähren. Hier ist die Fernsehregie atemberaubend perfekt. Kommentierende Mienen der Trainer, Gesten der Schiedsrichter, Details aus dem Kampfgetimmel: alles ist in dramatischer Grossaufnahme da. Der rhythmische Wechsel der Einstellungen und Perspektiven, der studiomässig ausgeleuchtete Kampfplatz, der zwischendurch geöffnete Blick auf die riesige

Arena des Stadions, die vielschichtige Geräuschkulisse mit Publikumsgetöse, Musik und zwei schreienden, aber sich nie verhaspelnden Reportern – das schafft ein Fernseherlebnis, dem ich mich trotz geringer Sympathie für dieses derbe Spiel nicht entziehen kann. In jedem Moment, da die Spannung absinkt, wird auch hier Werbung dazwischengeschaltet. Nach längeren Werbeblöcken werden ins Bild der laufenden Übertragung zur Erinnerung nochmals die animierten Logos der beworbenen Produkte eingeblendet, und einer der Reporter spricht die Werbetexte dazu. Irgendwelche Skrupel betreffend Trennung von Programm und Reklame hat man hier längst hinter sich gelassen.

Grosse Mode sind zur Zeit gerade die Beziehungskisten-Shows. Ein kalifornischer Sender bestreitet damit einen ganzen Spätabend mit mehreren gleichartigen Sendungen nacheinander. Sie drehen sich immer um die zwischenmenschlichen Probleme von Paaren und Einzelgästen. Der angriffliche Showmaster zerrt alles ans Licht. Zur fortschreitenden Enthüllung der Intimitäten lässt er Zeugen auftreten und in die Auseinandersetzung eingreifen. Ein deftiger Ehestreit zum Beispiel legt mühelos noch ein paar Zacken zu, wenn der Seitensprungpartner der ungetreuen Gattin die Bühne betritt. Mit solchen Überraschungsgästen und anderen Strategien der Blossstellung wird eine Mischung von Psychotherapie und Gerichtsverhandlung inszeniert. Dies alles spielt sich ab vor einem Studiopublikum, das sich lautstark einmischt und Partei ergreift. Die Zuschauer werden aufgerufen, per *Ted* ihre Meinung kundzutun: Soll das Paar X sich scheiden lassen oder nicht? Ist der Kandidat Y "a womanizing dog" (ein Schürzenjäger) oder "not a dog"?

In grösstmöglichem Kontrast dazu das Bildungsfernsehen von *Public Broadcasting System PBS*: Ein schwarzer Literaturwissenschaftler erklärt auf anschauliche Art formale Grundbegriffe wie Bericht und Kommentar, Schilderung und Motivierung und stellt dem Publikum anhand von Textbeispielen Aufgaben unterschiedlichen Schwierigkeitsgrades. Die Lösungen werden in einem Multiple-Choice-Raster anschliessend gleich aufgedeckt. Ziel der Sendung ist es erklärermassen, den Leuten Hilfen zur Lektüre literarischer Texte zu geben und sie auf's Lesen neugierig zu machen.

Eine verschärfte Variante des Beziehungsdramen-Reality-TV ist die *Richard Bey Show*. Bey hat Frauen eingeladen, die gefangene Kriminelle erklärermassen deshalb lieben, weil sie kriminell und gefangen sind. Mit dabei auf dem Set sind deren Mütter, Schwestern oder Schwägerinnen,

Spektrum

die das nicht gutheissen. Immer wieder entbrennt lautstarker Streit unter den Showgästen, und Richard Bey brüllt sie nieder, um wieder zu Wort zu kommen. Bey lässt die Frauen Dinge sagen wie: es sei geil, einen Mörder zu lieben, es sei recht gewesen, dass er jene Frau umgebracht habe. Die blöde Kuh sei selber schuld; sie hätte den Täter eben genervt. Bei heftigen Wortwechseln werden Geräusche eingeblendet wie Klingeln, Lachsackgequietsche, Schweinegrunzen. Garniert wird die Show von als Polizisten spärlich kostümierten Bodybuildern, die gelegentlich eine renitente Ganovenbraut in Handschellen legen, um dann mit ihr eine erotische Anmache zu veranstalten. Und selbstverständlich gibt es auch hier ein wild intervenierendes Publikum, das schreit und applaudiert. Bey führt einen titanischen Kampf, um die Show schliesslich zu einem Punkt zu führen, an dem so etwas wie Verständnis für die verrückten Frauen möglich wird und an dem er sagen kann: Ihr seid auf dem falschen Trip. Er ist der Raubtierbändiger, allein im Käfig mit einer Meute reissender Bestien, oder anders decodiert: Der Verfechter elementarster Normen gegenüber einer in Anomie versinkenden Gesellschaft.

Es gibt in den USA eine öffentliche Debatte über solche Shows. Sogar in einer Nachrichtensendung des Fernsehens erscheint ein kurzer Bericht von einer Tagung, die sich mit dem Phänomen befasst. Die prominenten unter den umstrittenen Showmastern hätten sich der Diskussion allerdings nicht gestellt, heisst es. Die Tagung setzte augenscheinlich voraus, dass die Showgäste jeweils "echt" sind, selbst wenn deren Auftritte noch so unglaublich anmuten. Vermutlich sorgt die Konkurrenz zwischen den Sendern durch permanenten Zwang zum Überbieten dafür, dass Wettbewerber entlarvt würden, wenn sie mit ungedeckten Checks mitzupokern versuchten.

ZURÜCK ZUM CHRISTLICHEN AMERIKA

Immer wieder begegne ich dem Ruf nach festen Werten in der Gesellschaft, nach wertorientierten Medien, nach verantwortungsbewussten Managern im Medienbusiness. Einer, der diesem Bild wohl entsprechen dürfte, ist *Ken Wales*, Produzent der legendären und äusserst beliebten Serie "Christy". Ken Wales referiert in San Fernando Valley, Los Angeles, vor der kritischen Medien-Konsumenten-gruppe *Viewer's Voice*. Der Grund für seine Einladung ist die noch immer nicht abgeebbte Erschütterung darüber, dass CBS "Christy" vor fünf Jahren aus dem Programm genommen hat. Wales, ein smarterer Endfünfziger, fährt mit seinem riesigen Lincoln beim Hotel *Sportsman's Lodge*

vor, in dem *Viewer's Voice* tagt. Als versierter Kommunikator stellt er sich sofort auf den Ton ein, der hier gefragt ist. Diese Leute suchen, auch wenn sie in einer bestimmten Richtung kritisch sind, nach einer Autorität, der sie trauen und die sie verehren können. Wales' Rhetorik, Körpersprache und Mimik sind die eines Präsidentschaftskandidaten. Er erzählt die Geschichte von "Christy", der Passion seines Lebens, wie er betont. Die Serie basiert auf dem Buch von *Kathrin Marshall*, welche darin die Lebensgeschichte ihrer Mutter festgehalten hat. Das Buch, das die Reifung einer religiösen Persönlichkeit schildert, ist mit acht Millionen Exemplaren seit 1976 nicht nur ein Best-, sondern ein Longseller. Nach Ken Wales ist es eine Geschichte "mit Liebe, Leidenschaft, Humor, Würde und Opferbereitschaft". Wales wollte daraus ursprünglich einen Kinofilm machen – er hat eine Hollywood-Karriere durchlaufen – landete aber schliesslich, nach langen Umwegen und vielen Hindernissen, bei einer Serie im Auftrag von CBS. Er ist Produzent und Inhaber der Rechte. Ken Wales schildert, wie er sich durchgesetzt hat und wie unerklärliche Ereignisse ihm immer wieder den Weg ebnet haben. Die Entstehungsgeschichte sei nach "God's timetable" verlaufen, sagt er mehrmals, und nebenbei erwähnt er seine Verbindungen zu *Billy Graham*. Zwar findet man das Fanatische des "Maschinengewehrs Gottes" (Graham über Graham) bei ihm nicht, wohl aber das Glatte und etwas Selbstgefällige, das so vielen Evangelikalen eigen ist.

"Christy" soll sich formal-ästhetisch von der Dutzendware der US-Serien abheben; das haben mir mehrere Gewährsleute bestätigt. Ken Wales berichtet von seinem hartnäckigen Kampf, an Originalschauplätzen und mit spielfilmähnlichem Aufwand drehen zu können. Um dem Endprodukt eine unverwechselbare Handschrift aufzuprägen, habe jeweils, entgegen allen Gebräuchen des Fernsehgeschäfts, ein und derselbe Regisseur eine ganze Staffel im Zusammenhang realisiert. Die kurzen Ausschnitte, die Wales beim Treffen von *Viewer's Voice* vorführt, zeigen in der Tat sauberes Filmhandwerk mit guten Schauspielerinnen und Schauspielern.

Doch dies ist nicht der entscheidende Grund, weshalb die Serie so viele begeisterte Fans hat. "Christy" ist zu einem Symbol für alles geworden, was viele Amerikanerinnen und Amerikaner heute in ihrem Fernsehen vermissen: Anstand, Würde, Werte, religiöser Gehalt. Offenbar handelte es sich um eine mehrheitsfähige Religiosität; die Serie wurde von Kirchen aller Richtungen und Denominationen lebhaft begrüsst. Wales erklärt das mit dem

Fehlen akzeptabler religiöser Elemente im allgemeinen Programm. Das Volk sei mit grobem und dämlichem Stoff überfüttert und dankbar für echte Werte.

ERFOLG AM FALSCHEN ORT IST KEIN ERFOLG

Die Serie hatte angeblich 1986 bis 1990 grossen Erfolg. Doch ein personeller Wechsel an der Spitze von CBS habe eine Art Klimasturz bewirkt. Man habe dort "Christy" nicht mehr gewollt und die Serie deshalb gekillt. Als Grund sei genannt worden, die *Ratings* seien zwar gut, aber sie beruhten auf den falschen Leuten, nämlich auf zu vielen ländlichen weiblichen älteren Personen und zu wenigen städtischen männlichen Zuschauern zwischen 18 und 49 Jahren. Die Absetzung muss einen Sturm ausgelöst haben mit hunderttausenden von Protestbriefen. CBS habe die Zahl nicht bekanntgegeben, jedoch angedeutet, es seien zehnmal so viele gewesen wie bei vergleichbaren Fällen.

Als zweiten Grund der Absetzung nennt Wales die Führungskräfte bei den Networks. Sie seien nur zu sechs bis acht Prozent an Religion, Ethik und Wertfragen interessiert und glaubten nur zu zwei bis drei Prozent, diese Dinge hätten etwas mit ihrem Beruf zu tun. Die Bemerkung löst bei den Viewer's Voice-Mitgliedern lebhaft Klagen über den "liberalen" Trend in den Managements von Hollywood und den Networks aus.

Jetzt läuft die Serie auf Kabel im *Family Channel*, der speziell abonniert werden muss. Sie werde dort allerdings halbherzig promoviert (der Grund nach Wales: "NIH, Not Invented Here"). Zudem wird "Christy" – offenbar sehr erfolgreich – bei *Home Video* auf Kassetten vertrieben. In kürzester Zeit seien bereits über eine Viertelmillion Stück verkauft worden.

Offenkundig hat ein formal und inhaltlich konservatives, aber auch überdurchschnittlich sorgfältig gemachtes Fernsehprodukt den Kirchen und vielen Publikumsgruppen das Gefühl gegeben, hier finde endlich wieder einmal "ihr" Programm statt. Ken Wales hat diesen Effekt geschickt ausgenutzt und vermarktet das Produkt nach dessen Absetzung bei CBS auf anderen Gleisen. Sein Auftritt bei Viewer's Voice ist Teil dieser Strategie.

Neben den legitimen Interessen des Produzenten macht sich an der Story um die schnöde Behandlung einer anständigen Serie auch das diffuse Unbehagen weiter Kreise gegenüber dem kommerziellen Fernsehen fest. Darüber hinaus scheint "Christy" zum Symbol geworden zu sein für ein Gefühl der Fremdheit vieler Christen gegenüber einer anscheinend entkirchlichten, religiös wurzellosen

Gesellschaft. Diese Menschen sind deshalb so irritiert und gekränkt, weil zu ihrem religiösen Kosmos auch die freiheitliche Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung gehört, deren Durchsetzung nun ausgerechnet die für sie zentralen Werte marginalisiert. Ausgerechnet der von ihnen selbst hochgehaltene freie Markt drängt sie an den Rand. Medienkritische Gruppen wie Viewer's Voice und gemässigt konservative kirchliche Kreise sind sich vermutlich kaum bewusst, dass sie mit ihrem Ruf nach der alten Ordnung ungewollt nicht nur den freien Markt einschränken, sondern auch noch andere essentielle Bestandteile ihres eigenen Weltbildes in Gefahr bringen: Die Meinungs- und Medienfreiheit droht im Namen von reichlich diffusen "Werten" eingeengt oder gar abgeschafft zu werden.

ABSAGE ANS SELBSTMITLEID

Eine prononcierte Gegenposition zu der kirchlichen Selbstmitleidung vertritt *Kris Lee*, Direktor der Elektronischen Medien im *Office of Communication* der *Episcopal Church* der USA, die der Anglikanischen Kirche entspricht. Er kritisiert die Haltung der Kirchen gegenüber den Medien scharf. Nach seiner Meinung haben die Kirchen den notwendigen Wechsel ihrer Medienpolitik anlässlich der Reagan-Deregulierung verschlafen. Der Grund dafür ist, so Lee's schonungslose Analyse, dass sie schon vorher keine adäquate Haltung zu den Medien entwickelt hatten. Kris Lee hält die Kirchenleitungen für im allgemeinen inkompetent in Medienfragen. Aus einer Abwehrhaltung gegenüber der säkularen Öffentlichkeit sei weder das notwendige *Know-how* geschaffen noch das erforderliche Geld zur Verfügung gestellt worden. Die Mainstream-Kirchen hätten sich von den evangelikal-fundamentalistischen Gruppen kampfflos in den Schatten stellen lassen. Die oft gehörte Erklärung, die Misere liege an der unkirchlichen Haltung der Managementspitzen der kommerziellen Networks, hält Lee für völlig falsch. Nach seiner Überzeugung sind die Networks an Kirchen und Religion durchaus interessiert. Es fehle nur daran, dass christliche Themen richtig angeboten würden. Lee vergleicht mit anderen Non-Profit-Organisationen, die professionelle PR-Arbeit betreiben. Deren Pressesprecher pflegten persönliche Kontakte und seien jederzeit erreichbar. Sie stellten den Medien gebrauchsfertige Materialien wie Fotos, Videos, Grafiken und Texte zur Verfügung. Vor allem aber stünden diesen Organisationen Leader vor, die fähig seien, den Medien Red' und Antwort zu stehen. Mit solchen Massnahmen ist es nach der Erfahrung von Kris Lee relativ leicht, Themen in die Programme zu

Spektrum

bringen; sie bedingen aber langfristige und kontinuierliche Aufbauarbeit.

Wenn der Markt der Medien das angeblich so starke Interesse an Religion und "Werten" nicht besser befriedigt, kann das mehrere Gründe haben. Eine Erklärung sagt, die Kirchen schätzten die religiöse Situation der amerikanischen Gesellschaft falsch ein. Demnach wäre in den USA die Säkularisierung unter einer noch relativ intakten traditionsgebundenen Oberfläche weiter fortgeschritten, als es auf den ersten Blick scheint. Eine gegensätzliche Deutung hält es für eine Tatsache, dass ein Missverhältnis zwischen Programmangebot und Publikumsinteressen bestehe. Das kommerzielle Fernsehen unterliege einem Mechanismus, der einseitig die Unterhaltungswünsche befriedige und bei wichtigen Teilen der Nachfrage gar nicht greife. Das angebliche Ignorieren der so dringlich geforderten Werte kann aber auch daran liegen, dass die unter diesem Begriff verborgenen Haltungen allzu wolkig sind. Es sollte jedenfalls nicht ausgeschlossen werden, dass die Medienbranche sich aus einem gesunden Misstrauen gegen Forderungen sträubt, die sich nur vordergründig als Teil der Nachfrage auf dem Markt deklarieren, in Wirklichkeit aber einen verdeckten totalen Anspruch erheben.

FREIE BAHN FÜR SCHLAGKRÄFTIGE KONSERVATIVE

Der Optimismus Kris Lee's, was die Durchsetzbarkeit von Interessen der Mainstream-Kirchen auf dem elektronischen Medienmarkt betrifft, wird nicht allgemein geteilt. *Cade Bursell* ist Fernsehproduzentin der fortschrittlichen und sozialkritischen *United Church of Christ*, deren Hauptsitz in Cleveland angesiedelt ist. Sie schildert den Vormarsch der extremen Rechten in den Medien als bedrohlich. Immer mehr griffen Gesinnungsschnüffelei und Zensur um sich, letzteres zum Teil durch Unkenntnis, zum Teil durch Komplizenschaft der Behörden. In Ohio sei die Schliessung eines Buchladens verfügt worden, weil er Filme von Pasolini auf Video angeboten hatte. Rechtsgerichtete christlich-fundamentalistische Gruppen verfügten über sehr viel Geld und operierten absolut professionell und effizient. Dem hätten die offenen, kritischen Gruppen, die es in grosser Zahl gibt, nichts Gleichwertiges entgegenzusetzen.

In die Zeit meiner USA-Reise fällt der vom umstrittenen schwarzen Moslem-Führer *Louis Farakhan* initiierte *Million Man March*, eine Männermanifestation in Washington D.C., die der kollektiven Selbstverpflichtung auf eine konservative religiöse Werthaltung und ein patriarchales Familienverständnis dienen will. Die grossen Networks

berichten auffällig neutral bis wohlwollend über das Ereignis. Kommentierende Statements sind entweder abwägend oder befürwortend. Der Tenor: Farakhan habe sich zwar bisher mit rassistischen, antisemitischen, antifeministischen und antihomosexuellen Parolen hervorgetan, aber mit dem Million Man March habe er einer guten Sache gedient, nämlich der moralischen Aufrüstung der Schwarzen. Auffällig ist, dass Frauen zu Wort kommen, die dieses exklusive Männerereignis (Frauen waren ausdrücklich ausgeschlossen) befürworten. Einzig PBS bringt klar kritische Stimmen, zum Beispiel ein langes Gespräch mit einer schwarzen Bürgerrechtlerin und Feministin, die den March als eine Aktion gegen die Interessen der Frauen bewertet. Verschiedene Gesprächspartner bestätigen meine Beobachtung: Die Networks sind daran interessiert, keine der wichtigen gesellschaftlichen Gruppen zu brüskieren – und dazu zählen die Gefolgsleute Farakhans und diejenigen, die ihn aus taktischen Gründen dulden.

Die Entpolitisierung des Fernsehens hat groteske Ausmasse angenommen. *NBC Dateline*, die meistgesehene Newsshow der USA, bringt an einem Abend in ihrer halbstündigen Sendung keine einzige politische Information. In der anschliessenden ebenfalls 30 Minuten dauernden regionalen New Yorker Nachrichtensendung des NBC-Senders *Channel 4* ist das einzige politische Thema der Protest gegen den USA-Besuch von Yassir Arafat anlässlich der 50-Jahrfeiern der Uno. Die am stärksten vertretene Gattung von Informationen in beiden Sendungen sind an diesem Tag Berichte über aktuelle und vergangene Kriminalfälle. *Dateline* berichtet an erster Stelle über negative Reaktionen der amerikanischen Öffentlichkeit auf den vor zehn Tagen erfolgten Freispruch O.J. Simpsons. Das zweite Sujet behandelt fahrlässige Krebsuntersuchungen eines Labors, als deren Folge zwei Frauen gestorben sind. Im dritten ausführlich behandelten Thema schildert ein Sheriff, wie er eine Frau zum Geständnis brachte, ihre zwei Kinder ermordet zu haben. Im New Yorker Informationsmagazin gilt der umfangreichste Bericht dem ungelösten Mordfall um ein siebenjähriges Mädchen, das vor dreissig Jahren ums Leben kam. Beide Sendungen werden alle paar Minuten von einem Werbeblock unterbrochen, wobei jeweils vor den Spots die nachfolgenden Meldungen in Trailern angerissen werden. Die Präsentation ist temporeich und temperamentvoll, und die Präsentatorinnen und Präsentatoren versprühen enorm gute Laune. Sie sind darin so amerikanisch, wie viele Leute hier sind: ungeheuer entgegenkommend, immer zum Lächeln bereit, nie um Worte verlegen und etwas laut.

TEURE SAAT UND MAGERE ERNTE

Mike Maus, Direktor der *Communication Commission* des *National Council of Churches NCC* in New York, stimmt meiner Beurteilung zu, dass die amerikanischen Kirchen zwar enorme Anstrengungen unternehmen, um in den elektronischen Medien präsent zu sein, dass dies aber nur bescheidene Erfolge zeitigt. Die Deregulierung der achtziger Jahre hat die einst benachteiligten Evangelikalen und Fundamentalisten schlagartig an die Spitze gebracht. Sie waren es gewohnt, sich nach dem Markt zu richten und – besonders wichtig! – Sendezeit zu kaufen. Bei den

grossen Networks CBS, ABC und NBC haben die protestantischen Mainstream-Kirchen gerade noch ein halbstündiges *Special* pro Jahr. Ob dieses bei den einzelnen Fernsehgesellschaften der Networks auch wirklich ausgestrahlt wird, ist nicht einmal sicher. Die Kirchen haben mit intensiver Kontaktarbeit zu den pro Network über 200 Gesellschaften inzwischen etwa die Hälfte von ihnen für die Ausstrahlung dieser *Specials* gewinnen können. Szenenwechsel. *John Blessington* hat als Redaktor der *Cultural and Religious Broadcasts* bei CBS in New York

KIRCHEN UND RUNDFAK IN DEN USA

um. Seit 1923 gibt es im NBC-Radio regelmässige religiöse Sendungen. Als die *Federal Communications Commission FCC* 1934 die Programmveranstalter generell verpflichtete, dem "öffentlichen Interesse" zu dienen, sahen die *Mainstream-Kirchen* darin eine Basis für ihre Mitwirkung. Sie waren es, die in der Folge Zugang zu den Radio- und später zu den Fernsehprogrammen hatten, während die *Evangelikalen* nicht berücksichtigt wurden. In den vierziger Jahren bildete sich das bis heute nachwirkende Gegenüber: hier die *Mainstream-Kirchen*, die mit einem bildungsorientierten Medienkonzept die Zusammenarbeit mit den Sendern suchen und sich als religiös-ethische Instanzen in der Öffentlichkeit artikulieren; dort die *Evangelikalen*, die sich mit einem Verkündigungskonzept der Medien selbstständig bedienen und auf die Bekehrung der Gesellschaft hin arbeiten. Als die kommerziellen Fernsehnetworks entstanden, richteten sie wöchentliche religiöse Sendungen ein, die einigen grossen Zusammenschlüssen von *Mainstream-Kirchen* zur Verfügung standen (bei CBS seit 1948). Die fünfziger und sechziger Jahre waren mit jährlich über 200 Sendungen die grosse Zeit dieser Art der religiösen Fernsehproduktion. Ausserdem waren die Kirchen zunehmend auch in lokalen Radio- und Fernsehsendern präsent. In den siebziger Jahren begannen die Networks die kirchlichen Sendeplätze zu reduzieren. Ab 1986, im Zuge grosser Konzentrationen im Medienmarkt und rigoroser Profitorientierung, reduzierten die Networks die Termine auf jährlich einen pro Religionsgruppe. *Dave Pomeroy*, Direktor für Elektronische Medien in der *Communications Commission* des

National Council of Churches, nennt vier Faktoren, die diesen Niedergang bewirkt haben:

- 1) Die *Evangelikalen*, von jeher darauf verwiesen, Sendezeit zu kaufen, waren mit dieser Policy den zunehmend profitorientierten Sendern willkommener als die *Mainstream-Kirchen*, die von den Veranstaltern Eigenleistungen erwarteten und überdies bei der FCC immer weniger Rückhalt genossen.
- 2) Das Lokale gewann in den Medien sehr stark an Bedeutung, auch bei den religiösen Sendungen.
- 3) Der Sport begann die religiösen Sendungen in immer frühere Sonntagmorgen-Stunden abzudrängen.
- 4) Wichtigster Faktor aber ist die *Deregulierung*.

Das in den frühen siebziger Jahren noch stark auf Initiativen "von unten" ausgerichtete Kabelfernsehen erfuhr durch Einspeisung von Satellitenprogrammen einen ersten Kommerzialisierungsschub. 1984 wurden die *Must-Carry Rules* für Kabelnetze aufgehoben: Die Verpflichtung zur Verbreitung von *Public-Interest-Programmen* entfiel, die kommerzielle Orientierung dominierte, und die wirtschaftliche Konzentration machte rasche Fortschritte. Die Kombination von Satellit und Kabel begünstigte wiederum die evangelikalen Anbieter, die ihre Sendungen zum Teil über eigene Satellitenkanäle verbreiten. Dieses Handicap versuchten die *Mainstream-Kirchen* wettzumachen, indem sie 1989 *Vision Interfaith Satellite Network VISN* gründeten. Das kostspielige und wenig erfolgreiche Projekt *VISN* ist nicht zu verwechseln mit dem kanadischen *Vision TV*, das eine ähnliche Grundidee mit einem anderen Konzept umsetzt und seit 1988 erfolgreich operiert.

Spektrum

ein Stück amerikanische Mediengeschichte miterlebt. Auch für ihn hat die Reagan-Deregulierung einen tiefen Einschnitt bedeutet. Die Sendezeit für Religion ist danach bei den Networks dramatisch dezimiert worden, da ihnen nur noch eine minime Verpflichtung für sogenannte *Public-Interest-Programme* auferlegt ist. CBS macht heute für die verschiedenen Religionsgemeinschaften insgesamt noch vier 30-Minuten-Specials pro Jahr plus eine Weihnachtssendung. ABC und NBC halten es angeblich ungefähr gleich, was bedeutet, dass es in den grossen Networks pro Jahr insgesamt noch ein Dutzend landesweit angebotene Religionssendungen gibt. Diese Sendungen werden von den Networks bezahlt und produziert; die Themen werden in Absprache mit der *Interfaith Broadcasting Commission IBC* festgelegt. In der IBC sind vertreten: *National Council of Churches, New York Board of Rabbis, The Southern Baptist Radio and Television Commission, United States Catholic Conference*. Die Sendungen müssen von den in einem Network zusammengeschlossenen Sendern nicht ausgestrahlt werden. Im Falle von CBS tun es etwa die Hälfte der 200 Sender; Blessington bestätigt mit dieser Angabe die von Mike Maus genannte Quote. Die Fernsehanstalten haben dem Network gegenüber viel Freiheit, denn Lizenzinhaber sind die einzelnen Sender, nicht CBS. Zwar fordern die Sendelizenzen in der Regel die Berücksichtigung der religiösen Gemeinschaften, aber viele Sender erfüllen diese Pflicht lieber mit regionalen Sendungen als mit den zentral produzierten Specials.

Bisher gibt es in diesen als Public-Interest-Sendungen deklarierten Specials keine Werbung. Heute jedoch möchte John Blessington noch so gerne Werbung einführen, um seine Shows zu "normalem Fernsehen" zu machen und für die Sender grössere Anreize zu deren Übernahme zu schaffen. Heute bedeutet die Ausstrahlung der religiösen Specials für die Stationen nämlich den Verzicht auf Werbeeinnahmen. Die Sendezeiten der Specials werden von den Sendern frei festgelegt. Meist sind es Zeiten zwischen 6 und 7 Uhr am Sonntagmorgen! So sind nur stark interessierte Leute zu erreichen, die daran denken, den Videorecorder zu programmieren. Ausstrahlungstermine am frühen Nachmittag, die für Weihnachtssendungen üblich sind, gelten schon als ausgezeichnete Sendeplätze.

John Blessington ist der Überzeugung, dass die Kirchen eine Chance gehabt hätten, sich im Fernsehen besser zu behaupten. Dazu hätte erstens gehört, sich vor der Deregulierung schon aktiv auf die neue Situation vorzubereiten, und zweitens hätten die Kirchen versuchen sollen,

mit tatkräftigem Lobbying zumindest das Ausmass der Deregulierung einzuschränken. Beides sei nicht geschehen, und in der Folge sei die Lage heute für die religiösen Programme entsprechend desolat. Niemand kann es dem distinguierten Mittsechziger verdenken, dass er an den Erinnerungen an die besseren Zeiten des US-Fernsehens hängt und vermutlich sehnlich auf seine Pensionierung wartet.

ZWÖLF MILLIONEN FÜR EIN PROMILLE

Neben den unzähligen Initiativen kirchlicher Fernseharbeit auf lokaler und regionaler Ebene haben die Mainstream-Kirchen auch auf nationalem Niveau eine grosse Anstrengung unternommen, um im amerikanischen Fernsehmarkt wieder Fuss zu fassen. *Vision Interfaith Satellite Network VISN* ist ein Zusammenschluss von sechzig christlichen und jüdischen Kirchen und Vereinigungen und veranstaltet den *Faith & Values Channel F&V*, ein 24-Stunden-Programm. Die konfessionelle und religiöse Vielfalt der Trägerschaft und des Programms ist ein Konzept, dessen Realisierung hohe Ansprüche stellt. Drei Regeln für die Programmanbieter sollen den Toleranzrahmen und den Konsens absichern: Verboten sind erstens *Proselytenmacherei* (Abwerbung von Mitgliedern), zweitens *Fundraising* (Spendenaufrufe für die Sendungen) und drittens *Propaganda* gegen andere religiöse Gruppen. Diese dritte Regel macht gelegentlich Probleme bei evangelikal-fundamentalistischen Gruppen, die Aversionen gegen die katholische Kirche und gegen die Juden haben.

Von den 98 Millionen TV-Haushalten der USA sind über 60 Millionen verkabelt, und zwar in 11'000 Kabelsystemen. F&V kann 28 Millionen Haushalte erreichen. Die höchsten Ratings liegen aber nur bei mickrigen 100'000 Haushalten oder etwa 230'000 Zuschauern. Der Aufwand von jährlich zwölf Millionen Dollar steht demnach einem Ertrag gegenüber, der sich darin erschöpft, im besten Fall ein Promille der Bevölkerung anzusprechen. Als Grund für den geringen Erfolg gilt ausgerechnet das Hauptmerkmal des Senders: Die Vielfalt der beteiligten Gemeinschaften führt dazu, dass der Kanal kein klares Profil hat. F&V versucht die Ratings zu puschen mit eingekauften Serien und Unterhaltungssendungen, die in Qualität und Inhalt mit den Zielen des Kanals vereinbar sind. Dies wiederum aber stösst bei manchen VISN-Mitgliedern auf Widerstand.

VISN muss bei den vielen tausend Kabelsystemen einzeln für die Einspeisung von F&V werben, was schlicht vom

EINE ERFOLGSSTORY IM NORDEN: DAS KANADISCHE VISION TV

um. *Vision TV* erhielt 1987 die Lizenz für ganz Kanada und begann 1988 über Satellit zu senden. Hinter der in Toronto ansässigen Gesellschaft stehen sechzig wichtige Kirchen und Religionsgemeinschaften des Landes (Christen, Juden, Moslems, Hindus, Buddhisten, Sikhs und andere). Im Programmteil *Mosaic* können sie Sendezeit für ihre eigenen Programme kaufen. Die Regeln für den Zugang zu *Mosaic* sind:

- 1) Die Gemeinschaft muss seit 75 Jahren bestehen.
- 2) Sie muss in fünf der zwölf kanadischen Provinzen vertreten sein.
- 3) Sie muss das Recht besitzen, Ehen zu schliessen.
- 4) Sie muss als karitative Organisation vom Staat anerkannt sein.

Drei der vier Kriterien müssen erfüllt sein. Neben den grossen Kirchen sind mehrere ausgesprochen fundamentalistische und rechtsgerichtete Gruppen beteiligt; einige entsprechen dem Typus *Electronic Church*, so die "100 Huntley Street", ein pfingstlicher Sender (der übrigens einen eigenen Kanal anstrebt). Mit einem aus-

föhrlichen *Code of Ethics, Standards and Practices* versucht *Vision TV* Auswüchse zu verhindern.

Den Grossteil des Angebots von *Vision TV* macht jedoch *Cornerstone* aus, ein qualitativ anspruchsvolles unabhängiges Vollprogramm, das einen guten Ruf genießt. Um die Orientierung für die Zuschauer zu erleichtern, sind die *Mosaic*-Programme am Wochenende, die *Cornerstone*-Sendungen an den Wochentagen. Praktisch hat der Sender zwei Gesichter und zwei Publikumsgruppen. *Cornerstone's* Image eines wertorientierten Qualitätssenders hat laut Programmdirektor *Peter Flemington* den Erfolg von *Vision TV* begründet. Er meint, seit dem Niedergang von *CBC* (Canadian Broadcasting Corporation) erfülle heute eher *Vision TV* die Normen, für die früher *CBC* gestanden habe. Zahlreiche Fernsehleute hätten zu *Vision TV* gewechselt.

Vision TV plant bereits einen neuen Kanal mit einem Kinderprogramm für die unter 12-Jährigen. Das Projekt stösst auf breite Zustimmung, weil auf diesem Sektor qualitativ befriedigende Sendungen stark vermisst werden. Die Chancen zur Erlangung der Lizenz für dieses zweite Programm sind angeblich sehr gut.

Umfang des Vorhabens her fast aussichtslos ist. Zudem kämpft der Satellitensender mit starker Konkurrenz. Die ebenfalls via Satellit verbreiteten evangelikal-konservativen Programme wie *Trinity Broadcasting Network TBN* (sogenannte *Televangelists* oder *Electronic Churches*), *Eternal Word Channel* und *Gospel Music Network* haben den Vorteil der klaren Profilierung. Zudem konkurrieren die Mainstream-Kirchen sich selbst, indem sie den Sendern ja auch lokale und regionale Programme anbieten. *Nelson Price*, Direktor von *VISN* in New York, macht einen abgekämpften und resignierten Eindruck. Sein Projekt bewegt sich ständig am Rand des Abgrunds. Eine Chance sieht er lediglich darin, dass F&V im wachsenden Programmangebot des zukünftigen interaktiven Mediensystems nicht mehr auf das Wohlwollen der Sender angewiesen sein und so eine kirchlich-religiöse Präsenz behaupten wird. Bis dahin aber gilt es, erst einmal zu überleben.

ERFOLG AUF LOKALER EBENE

Einer dieser lokal-regionalen religiösen Programmveranstalter ist *Atlanta Interfaith Broadcasters AIB*. *John Allen* gründete *AIB* 1969. Basis war damals die

gesetzliche Verpflichtung, religiöse Sendungen anzubieten. Das galt auch für lokale Stationen. Dem Veranstalter war das *AIB*-Konzept willkommen, weil es alle religiösen Gruppen einschloss und ihn so der Mühe entthob, selbst für gleichmässige Berücksichtigung der Gruppierungen zu sorgen. Als 1980 mit der Deregulierung die Verpflichtung der Sender entfiel, in ihren Programmen Religion einzubeziehen, waren praktisch überall die religiösen Sendungen augenblicklich weg vom Bildschirm. Etwa zur gleichen Zeit aber kam mit der Verkabelung eine neue Form der Programmdistribution auf. *John Allen* reagierte, indem er dem lokalen Kabelnetzbetreiber anbot, gleich einen ganzen Kanal zu übernehmen. Dies traf sich insofern mit den Interessen des Kabelinhabers, als ein solches Programm durch seinen Lokalbonus die Abonnierung des Kabelangebots attraktiver machte. Heute umfasst das Kabelsystem von Atlanta 600'000 Haushalte (Atlanta hat 2,5 Millionen Einwohner). Das Programm kann gesplittet werden in Zentrum und Suburbs.

AIB sendet ein 24-Stunden-Programm, das sich aus folgenden Typen von Beiträgen zusammensetzt: Eigenproduktionen von *AIB*; Produktionen lokaler Gemeinden (regelmässig oder einmalig); religiöse Produktionen von

Spektrum

nationalen Medieneinrichtungen grösserer Kirchen, die von deren örtlichen Gemeinschaften ins Programm gebracht werden. AIB ist werbefrei. Sponsoring ist mit genauen Regeln erlaubt. Die Religionsgruppen kaufen ihre Sendezeit bei AIB. Weitere (allerdings geringe) Einnahmen kommen von Stiftungen. Die Gemeinden haben teilweise eigene Produktionseinrichtungen. Sie können auch Technik und Support bei AIB mieten. Innerhalb des gesetzten Rahmens sind die Gemeinden völlig frei, was sie senden wollen. Die Hauptregeln gleichen denen von VISN: Keine Spendenaufforderungen und keine Herabsetzung anderer Gruppierungen. Über den ersten Punkt gibt es eine Kontroverse, da mehrere Gemeinden Mühe haben, die Mittel aufzubringen. Bei der zweiten Regel sind die Schwierigkeiten exakt die gleichen, wie sie auch von F&V-Programmanbietern gelegentlich verursacht werden. Im allgemeinen aber scheint der lokale Religionskanal mit bemerkenswert geringen Reibungen zu funktionieren. Das kann am Charisma des Gründers liegen, und im übrigen muss auch das 26jährige Wirken von AIB dazu beigetragen haben, dass in Atlanta ein freundliches interreligiöses Klima herrscht.

Generell stellt John Allen fest, dass die konservativ-rechtsgerichteten Gruppen auch in seinem Projekt entschlossener einsteigen als die Mainstream-Churches. Letztere verhalten sich dem Fernsehen gegenüber tendenziell reserviert und zögerlich. John Allen, der selbst presbyterianischer Pfarrer ist, bemüht sich darum, die Kirchen mit dem Fernsehen in Kontakt zu bringen. Dies gelingt teilweise mit dem Sendegefass der Präsentation einzelner Gemeinden. Da es in Atlanta 1'200 Religionsgemeinschaften gibt, wird dieser Programmform der Stoff so bald nicht ausgehen. Zuschauer, die solche Sendungen sehen, regen dann oft in ihrer eigenen Gemeinde eine ähnliche Präsentation an. Aus Erfahrung setzt John Allen stark auf Laienmitarbeit. In jeder Gemeinde gebe es zwei oder drei Leute, die beruflich irgendwie mit Fernsehen oder Film zu tun haben. *Media-Ministry for Lay-People* ist die von Allen propagierte Formel. AIB hat zwölf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die meisten teilzeitlich angestellt. Alle sind polyvalent. John Allen's Frau managt die Beziehungen mit den Gemeinden und den Verkauf von Sendezeit und arbeitet als Kamerafrau im Studio. Der blinde schwarze Portier und Telefonist ist zugleich Sänger und Keyboarder in einer wöchentlichen Einmann-Blues-Sendung. Die Talkmasterin einer AIB-Show treffe ich in der chaotisch improvisierten Schaltzentrale bei der souveränen technischen Abwicklung des Programmablaufs.

John Allen stimmt selbst theologisch vielem nicht zu, was über seinen Sender geht. Die stockkonservativen Southern Baptists zum Beispiel sind in Georgia und entsprechend auch bei AIB stark. Sollten die Scientologen Sendezeit kaufen wollen, so müsste er sie ihnen vermutlich geben, meint Allen auf meine Frage. Er ist allerdings froh, dass ein solches Begehren bisher nicht vorliegt. Grinsend fügt er bei, er würde ihnen fürs erste einen schlechten Sendeplatz geben und beobachten, was sie machen. Generell glaubt er aber mit seiner offenen Haltung bisher gut gefahren zu sein. Er hält die Abbildung des religiösen Pluralismus im Fernsehen grundsätzlich für notwendig und richtig.

GESELLSCHAFTSPOLITISCHE DIMENSIONEN

Beverly Chain, Direktorin der Kommunikationsabteilung der bereits erwähnten *United Church of Christ* in Cleveland, hat lange Erfahrung mit *Media-Advocacy*, ja sie ist eigentlich die Haupturheberin dieser sozialetisch orientierten Medienarbeit, die in den Kirchen der USA während den vergangenen zwei Jahrzehnten eine hervorragende Rolle gespielt hat. Die *Grand Old Lady* hat, in der Regel gemeinsam mit dem National Council of Churches, zahlreiche Verfahren gegen Programmanbieter durchgeföhrt, um sie zur Einhaltung bestehender Vorschriften zu zwingen. Die *Federal Communications Commission FCC*, welche die Vorschriften erlässt, tut in der Regel nichts zu deren Durchsetzung, da angeblich Personal und Mittel dazu fehlen. Die *United Church of Christ* hat für solche Fälle sogar einen eigenen spezialisierten Juristen. Früher wurden die Kläger von den Gerichten, wenn sie gewonnen hatten, für ihre Prozesskosten entschädigt – und *Beverly Chain* hat praktisch immer gewonnen. Heute gibt es die Kostenerstattung nicht mehr, und somit ist die *Advocacy-Tätigkeit* schwieriger geworden. Zur Zeit will *Beverly Chain* die Networks dazu zwingen, auch die von der FCC vorgeschriebenen erzieherischen Kindersendungen anzubieten, statt nur den massenhaften Schrott aus Gewalt und Stupidität. Ein weiterer Vorstoss richtet sich gegen die subtile Ausgrenzung von benachteiligten Bevölkerungsgruppen durch das sogenannte *Redlining*: Entgegen den klaren Auflagen der FCC für die Schaffung gesellschaftlicher Chancengleichheit beim Aufbau der Informationsgesellschaft finden die Unternehmen Tricks, um die wirtschaftlich weniger interessanten Stadtquartiere bei der Glasfaserverkabelung zu umgehen. Die "roten Linien" – daher "Redlining" – auf den Stadtplänen zur planerischen Ausgrenzung ärmerer Wohngebiete sind meist identisch mit rassistischen Ghettos und Slums.

Beverly Chain hat die Media-Advocacy sogar in der eigenen Kirche oft verteidigen müssen. Mit dem Vorwurf, derartige Stellungnahmen und Aktionen führten zu einer unzulässigen Politisierung der Kirche, hatte sie sich mehrfach auseinanderzusetzen. Beverly Chain hat solche Diskussionen immer begrüsst, weil sie Gelegenheiten waren, ihr Verständnis von kirchlichem Engagement in der modernen Gesellschaft zu begründen und zu erklären. Jetzt geht die Kämpferin in Pension. Ob kirchliche Media-Advocacy eine Fortsetzung findet, ist ungewiss.

INVESTITIONEN IN DIE ZUKUNFT

Fern Lee Hagedorn, eine Frau von asiatischer Zierlichkeit, sprüht von Energie. Sie leitet eine Gruppe von drei Personen, die sich im Wolkenkratzer der *American Bible Society* beim New Yorker Central Park mit Multimedia-Projekten befasst. In Form von Videos und CD-ROM sind bisher herausgekommen: die Heilung des Besessenen am See Genezareth, die Geschichte vom Vater und den zwei Söhnen, die Verkündigungsgeschichten um Elisabeth und Maria. In Arbeit ist das Gleichnis vom barmherzigen Samariter. Zielgruppe sind die unter 18-Jährigen. Fern Lee Hagedorn meint aber, die effektive Nutzung sei breiter gestreut. Die Multimedia-Pakete umfassen verschiedene Dramatisierungen in Videosequenzen von bis zu zehn Minuten, mehrere englische und spanische Textfassungen, exegetisch-historische Sachinformationen, jugendorientierte hermeneutische Umsetzungen, Darstellungen in abendländischer Literatur, Malerei und Musik sowie verschiedene Möglichkeiten zur kreativen Behandlung des Stoffs. Letztere beschränken sich vorläufig auf die Zusammenstellung einer "Diashow" aus dem vorhandenen Bildmaterial und auf die Eingabe von Texten (eigene Übersetzung, eigene literarische Versuche). Diese Experimente sind in der Bibelgesellschaft der USA nicht unumstritten. Manche der Mitarbeiter, die sich einem traditionellen Verständnis des Übersetzens verpflichtet fühlen, halten die Multimedia-Versuche für beliebige Spielereien oder fürchten gar, hier werde die Würde der heiligen Texte tangiert.

Die CD-ROM-Versionen sind für Fern Lee Hagedorn lediglich Vorläufer einer besseren Technik. In einigen Jahren, so rechnet sie, werde sich eine effizientere CD-Technik für interaktives Video auf dem Markt durchsetzen, und mit der von der Regierung propagierten Datenautostrasse werde Multimedia als Online-Dienst zum Durchbruch kommen. Sie ist zuversichtlich, dass die Angebote stark verbessert und erweitert werden können und dass dies alles für Nutzer und Hersteller mit geringeren Kosten als heute zu

machen sein wird. Doch vorläufig ist noch nicht einmal die CD-ROM-Technik genügend verbreitet, um den Multimedia-Produkten der Bibelgesellschaft einen ausreichenden Markt zu verschaffen. Als Low-Tech-Versionen werden deshalb aus dem gleichen Material Videos konfiguriert und auf VHS-Kassetten verkauft, um auch die weniger ausgerüsteten Kunden bedienen zu können.

Über die Wirkung und Akzeptanz bei der Zielgruppe weiss die Forschergruppe der *American Bible Society* bisher wenig. Untersuchungen seien zwar angestellt worden, hätten sich aber als nicht aussagefähig erwiesen. Die Jugendlichen, so erzählt Fern nicht ohne Bewunderung, seien untersuchungsresistent, da sie Befragungen nicht ernst nähmen. Demgemäss kann die Projektleiterin auch wenig darüber sagen, ob Jugendliche solche Medien als wirklichkeitsferne Spiele betrachten wie andere Computergames oder ob sie sie als realitätsbezogene Information nutzen. Fern hätte nichts dagegen, wenn das spielerische Element im Vordergrund wäre. Nach ihrer Meinung muss die Bibelgesellschaft auch mit dem Medium des Spiels umgehen lernen, um Jugendliche anzusprechen.

Bereits in näherer Zukunft sind nach ihrer Meinung Techniken des interaktiven audiovisuellen Dramas in Reichweite. Die Leiterin der Multimedia-Projekte verfolgt auch diese Spur und möchte, sobald es die Technik erlaubt, hier ebenfalls experimentieren. Allerdings ist die Finanzierung eine riesige Hürde. Bereits für eine CD-ROM muss die Bibelgesellschaft mit 350'000 Dollar an rein externen Kosten rechnen, und bei interaktiven Filmen wird der Aufwand gar um ein Vielfaches grösser sein.

Reg Pettus, Chef von *Pettus Media & Design* in Marietta bei Atlanta zeigt und erklärt seine Multimedia-Produktionen, die er unter anderem im Auftrag der *American Bible Society* entwickelt. Pettus, ein gemächlicher etwa sechzigjähriger Schwarzer, hat nichts von einem Computerfreak an sich. Er stand früher bei IBM einer Forschungsabteilung vor und ist jetzt Inhaber und Leiter eines familiär wirkenden Betriebs für avantgardistische Multimedia-Produkte. Leichtfingrig spielt er in einer fast fertiggestellten Produktion für die Bibelgesellschaft herum und meint, die Kirchen hätten wohl noch nicht begriffen, was für eine Umwälzung sich da anbahne. Die Neuen Medien, so seine Überzeugung, würden zu einer Demokratisierung des theologischen Wissens führen. Die Herstellung multimedialer und interaktiver Informationsträger basiere auf einer Operationalisierung theologischer Kenntnisse und Kompetenzen, und die Nutzung eines so strukturierten Mediums bedeute die Reproduktion und in der Konsequenz

Spektrum

auch Aneignung des einprogrammierten Wissens. So wie Textverarbeitungsprogramme die Fähigkeiten von Tippmamsellen und Schriftsetzern substituiert haben, könnten nach Reg Pettus die kommenden theologischen Cyberspace-Anwendungen die kunstgerechte und wissenschaftlich fundierte Bibelinterpretation in die Hände der Nutzer geben.

SCHRITTE ZUM ELEKTRONISCHEN PUBLIZIEREN

Der Nachrichtensender CNN bietet in den USA täglich 15 Minuten Bildungsprogramm an. Es wird nachts ausgestrahlt zur Aufzeichnung in den Schulen. Zunehmend wichtiger wird das umfangreiche Begleitmaterial, das gleichzeitig über Internet angeboten wird. Die Themen beleuchten jeweils Hintergründe der hauptsächlichsten Aktualitäten, zum Beispiel die Geschichte und Geographie des Nahen Ostens. Gary Rowe, Vizepräsident von CNN, ist als Chef des *Educational Department* des Senders für diese Programme zuständig. Er erklärt das Interesse von CNN an seinem Bereich folgendermassen: Der Sender wolle etwas tun für die Bildung der zukünftigen News-Konsumenten. Gleichzeitig dienten diese Programme der Imagepflege. CNN müsse sich nämlich wie jeder Veranstalter alle paar Jahre einer kritischen administrativen Prüfung unterziehen, und da sei es für den Sender gut, etwas Gemeinnütziges vorweisen zu können. Schliesslich aber, und dies ist der wichtigste Grund, sei das *Educational Department* für CNN das Experimentierfeld für neue Medienangebote in Richtung Multimedia und Interaktivität. Dieser letzte Aspekt ist sogar so wichtig, dass der Abteilung von Gary Rowe bei CNN eine strategische Schlüsselstellung zukommt.

Rowe vertritt die These, Fernsehen werde in Zukunft nicht mehr *Broadcasting* sein, sondern *Publishing*. Auf dieser Grundannahme baut er seine langfristig orientierte Strategie für CNN auf. Beim Besuch im CNN-Centrum wird mir eindrücklich demonstriert, was Rowe damit meint. Er benützt seine nächstlichen CNN-Schulfunksendungen, die übrigens von einem Drittel aller amerikanischen Schulen aufgezeichnet und verwendet werden, um das "Konzept des Publizierens" anstelle des herkömmlichen "Konzepts des Sendens" aufzubauen und zu erproben. Zur Zeit bietet CNN für Schulen ausserdem Multimedia-Pakete, sogenannte *Electronic Fieldtrips*, an. Die Themen werden von Lehrern vorgeschlagen und entwickelt, CNN leistet redaktionellen und technischen Support und finanziert die gesamte Produktion. In der Hauptsache aber werden Materialien und Verfahren entworfen, für die es im Augenblick

noch nicht einmal praktische Anwendungen gibt. Gary Rowe produziert mit seiner Abteilung zu einem schönen Teil auf Vorrat. Nächstes Jahr soll zusammen mit Philips ein Test mit CD-I (Video interaktiv) durchgeführt werden. Doch für die CNN-Tüftler wird auch dies nur eine Episode sein. Sie warten auf eine neue Videodisk-Technik und auf die Bereitstellung von erschwinglichen Multimedia-Online Verfahren. In Gary Rowe's Zukunftsperspektive muss Fernsehen stets als Element eines jeweils umfassenderen Konzepts gesehen werden. Je grösser das Angebot wird, desto genauer hat sich das einzelne Programm oder Medienpaket auf eine bestimmte Nutzung und bestimmte Nutzer auszurichten. – Der CNN-Vizepräsident hält übrigens die Versuche der American Bible Society mit interaktiven Multimediaprodukten für wegweisend und arbeitet deshalb als engagiertes Kirchenmitglied in einem begleitenden *Think-tank* mit. Nebenbei sitzt er auch im Vorstand des Lokalkanals AIB, mit dessen Leiter John Allen er befreundet ist.

ERWEITERUNG DES HORIZONTS MIT FERNSEHEN

Die Zentrale der *Evangelical Lutheran Church of America ELCA* hat ihren Sitz in einem mächtigen Gebäude, das zu einem Bürokomplex nahe des Chicagoer Flughafens gehört. Die ELCA ist neben den erzkonservativen, fundamentalistischen Lutheranern der bereits erwähnten Missouri Synod die ökumenisch aufgeschlossene und eher fortschrittliche lutherische Kirche. Ihr *Department of Communication* belegt im Hauptsitz ein weitläufiges Stockwerk und umfasst die Abteilungen Administration, Church and Public Relations, Internal Church Communication, Public Media Ministry, Resource Information and Networks sowie News and Information. Unter den vielfältigen Aktivitäten dieser kirchlichen Kommunikationseinrichtung gibt es zwei oder drei, die als Vorstösse in neue Terrains der näheren Betrachtung besonders wert sind.

John L. Peterson ist Direktor des *Public Media Ministry*. Seit einiger Zeit ist er dabei, eine neue Fernsehform aufzubauen, ein Familienmagazin mit dem Namen "Storybarn" (Geschichtenscheune). Der Rahmen der halbstündigen Magazine ist ein Puppenspiel. Ein schusseliges Huhn und eine clevere Schildkröte moderieren Beiträge, die – und das ist das Besondere an "Storybarn" – aus aller Welt stammen. John Peterson lädt lutherische Kirchen aller Kontinente ein, Themenbeiträge zu produzieren, die dem Publikum in einer anderen Weltgegend etwas erzählen können von ihrem Alltag und ihrer Kultur, von ihrer Weise des Lebens und Glaubens. Viele dieser Partner sind

Kirchen in der Dritten Welt. Die ELCA bietet wenn nötig technische und finanzielle Unterstützung. Doch die inhaltlichen Konzepte wie auch deren Realisierung sind vollumfänglich Sache der Gastproduzenten. Peterson versucht damit, ein Netz des weltweiten Programmaustausches zu initiieren, das sich gründlich unterscheidet vom üblichen Medienimperialismus der USA. Zudem wagt er es, einem amerikanischen Publikum, das durch seine kommerziellen Medien vom Rest der Welt so gut wie gar nichts erfährt, die Beschäftigung mit Selbstportraits anderer Kulturen nahezulegen. Einige bereits produzierte Ausgaben von "Storybarn" zeigen, dass dies auf recht unterhaltsame Weise geschehen kann. Die Vorgabe, für Kinder zu produzieren, könnte sich als Schlüssel zur Lösung der anspruchsvollen Aufgabe erweisen.

KIRCHEN IN DEN DATENNETZEN

Das Department of Communication der ELCA ist früh in die Datenkommunikation eingestiegen. Ausgehend von der hauseigenen Datenverarbeitung wurde *LutherLink* aufgebaut, ein sogenanntes *Wide Aerea Network* für einen geschlossenen Benützerkreis im gesamten Kirchengebiet der ELCA, das neben den USA auch die Karibik einschliesst. Tausende von Dienststellen und Mitarbeitenden nutzen das *LutherLink* für administrative und theologische Arbeiten, und die Zahl der Beteiligten wie auch der Anwendungen wächst rasant. Seit kurzem bietet das *LutherLink* zum Beispiel eine Datenbank mit den Adressen sämtlicher zur ELCA gehörenden Gemeinden der USA. Der Clou daran ist ein Suchprogramm, das in einem vorgegebenen Umkreis von fünf, zehn oder zwanzig Meilen für jede beliebige Adresse die nächstliegende Gemeinde ermittelt. Angesichts der hohen Mobilität der Bevölkerung und der überaus verwirrenden Kirchenlandschaft mit hunderten von Denominationen leuchtet der Sinn einer solchen Dienstleistung ein.

Gerade dieses Beispiel zeigt, dass kirchliche Datenkommunikation durchaus nicht nur für geschlossene Benutzergruppen interessant ist. *Mim Woolbert*, Theologin und Computerfachfrau in der Abteilung *Resource Information and Networks* entwickelt neben *LutherLink* auch das *Internet*-Angebot der ELCA. Nicht nur die Zentrale, sondern auch zahlreiche Lutherische Gemeinden haben ihre *Home Pages* im *World Wide Web* des Internet. *Mim* verbringt inzwischen einen grossen Teil ihrer Zeit damit, das Geschehen in den Internet-Diskussionsforen mitzuverfolgen und auszuwerten. Solche elektronischen Konferenzen werden manchmal von ihr eröffnet, entstehen aber

auch spontan, wachsen ungeregt und erfreuen sich jedenfalls regen Zuspruchs vor allem junger Internet-Fans. *Mim Woolbert*, der man die Computerfachfrau nicht ansieht, stellt fest, dass mit dem Networking ein neuer Stil in die ELCA Einzug hält, der von den Fachleuten der Kirche ganz neuartige theologische und kommunikative Fähigkeiten erfordert.

Ähnliche Erfahrungen macht *Mim's* Kollege *Andrew Lang*, der bei der United Church of Christ in Cleveland für die Datenkommunikation verantwortlich ist. Auch er beschreibt eine neue Art der demokratischen und chaotischen Kommunikation, und er merkt an, dass genau deswegen autoritäre Gemeinschaften wie zum Beispiel die Mormonen in diese interaktive Kommunikation nicht einsteigen wollen. Solche Organisationen bestehen darauf, ihr dogmatisches Wissen unter Kontrolle zu halten. Sie nutzen zwar moderne Kommunikationsmittel, aber sie lassen keine freie Gegenseitigkeit zu, sondern verteilen die Information streng von oben nach unten. Wie *Mim Wolbert* untrstreicht auch *Andrew Lang*, es sei notwendig, das Geschehen im Netz zu beobachten, Fragen zu beantworten und bei festgefahrenen Diskussionen mit eigenen Beiträgen neue Impulse zu setzen.

WAS ZU LERNEN IST

Vieles im Verhältnis von Kirchen und Medien präsentiert sich in den USA auf den ersten Blick fundamental anders als in der Schweiz. Das Rundfunksystem ist im Grundsatz privatwirtschaftlich organisiert, und die Programmbieter orientieren sich konsequent am Markt. Auch die Grössenverhältnisse machen beim Vergleichen Vorsicht ratsam. Manche amerikanischen Lokalsender bedienen Gebiete, die um ein Mehrfaches grösser sind als die Region DRS. Kirchen mit öffentlich-rechtlichem Status gibt es nicht. Zum Kern des amerikanischen Staatsverständnisses gehört die Trennung zwischen Religionsgemeinschaften und Staat. Die religiöse Szene ist extrem vielfältig und unübersichtlich. Auch auf diesem Gebiet hat das privatrechtliche Grundprinzip ein ausgeprägtes Marktverhalten zutage gefördert, das die traditionellen religiösen Zugehörigkeiten teils ergänzt, teils bedrängt.

Diese idealtypischen Gegensätze zwischen den USA und uns werden allerdings durch mehrere Verschiebungen zunehmend relativiert. Der ideologische, gesellschaftliche und lebenspraktische Stellenwert des Marktprinzips holt in der Alten Welt mächtig auf, gerade in den Bereichen Kultur, Medien und Religion. Der europäische Blick

Spektrum

auf die Neue Welt war schon immer erregt von Faszination und Beunruhigung, weil stets klar zu sein schien, dass drüben unsere Zukunft vorbereitet werde. Und heute wird der Abstand zudem laufend verringert durch die Globalisierung der wirtschaftlichen Entwicklungen.

Der Deregulierungsschub, den Ronald Reagan dem amerikanischen Rundfunkwesen in den frühen achtziger Jahren verordnet hatte, traf die Kirchen unvorbereitet. Sie haben sich von dem Schock bis heute nicht erholt. Noch ist die Frage nicht geklärt, ob in diesem Kahlschlag die Kirchen mit ihrer tatsächlichen gesellschaftlichen Position konfrontiert worden sind oder ob die Streichung von programmlichen Richtlinien, welche unter anderem die Kirchen begünstigt hatten, nicht vielmehr die Medien definitiv an die kalten und geistlosen Mechanismen des Geldes ausgeliefert hat. Einfacher gefragt: Sind die Kirchen oder die Medien den Menschen entfremdet? Eine simple Antwort gibt es bestimmt nicht, aber die Frage dürfte hilfreich sein, um den Schock zu verarbeiten.

Wer immer im Schnittbereich von Kirchen und Medien tätig ist, weiss ein Lied zu singen von tiefsitzenden Aversionen und falschen Erwartungen auf kirchlicher Seite. Das ist in den USA nicht anders. Medienarbeit ist für Kirche und Theologie im Kern immer eine Begegnung mit der säkular-pluralistischen Welt. Damit sie fruchtbar wird, braucht es den Einbezug des öffentlichen Handelns in die theologische Reflexion. Medienarbeit muss, wie das im Ausdruck *Media Ministry* zum Ausdruck kommt, als essentieller Teil des Kircheseins begriffen werden. Amerikanische Kirchen haben in dieser Richtung Ansätze entwickelt, von denen wir lernen können.

Literatur

Die Geschichte der SRG

DIE HISTORISCHE ERFORSCHUNG DES NATIONALEN RADIO- UND FERNSEHVERANSTALTERS UND DIE ARCHIVIERUNG DES AUDIOVISUELLEN MATERIALS LEIDEN IN DER SCHWEIZ AN DEFIZITEN. IN BEIDEN BEREICHEN GIBT ES JETZT ANSTRENGUNGEN, UM DIE VERSÄUMNISSE WETZUMACHEN.

Ursula Ganz-Blättler und Sabine Zeilinger

Historische Forschung beginnt, je nach Thema und Fragestellung, draussen im Feld oder drinnen in den Archiven. Meistens an beiden Orten gleichzeitig. Fernseh- und Radioforschung müsste demnach "draussen" betrieben werden: dort, wo die Empfangsgeräte stehen und Sendungen, gleich welcher Art und Beschaffenheit, gesehen und gehört werden. Und drinnen: in den Archiven der SRG und grundsätzlich überall, wo quellenhistorische Unterlagen und Materialien zur Schweizer Radio- und Fernsehgeschichte gelagert werden und zugänglich sind. Womit auch schon zwei grundsätzliche Probleme von historischer Forschung anhand von audiovisuellem Material angesprochen wären: die Lagerung und die Zugänglichkeit ebendieses Materials. Ganz zu schweigen davon, dass die Auseinandersetzung mit Bildquellen, erst recht mit bewegten Bildern, neue und noch kaum erprobte Zugänge der Quellenkritik und -analyse nötig macht.

Bis heute war und ist audiovisuelles Quellenmaterial für universitäre und andere Forschungszwecke gar nicht so einfach aufzutreiben und auszuwerten, wie es vielleicht die Entwicklung der modernen Medientechnologie mit den entsprechenden Speichermöglichkeiten (Tonband, Video, Laserdisc, CD-ROM, etc.) nahelegt. Das hängt damit zusammen, dass der Zugriff auf entsprechendes Material nur zum Teil eine Frage der Technik ist. Wichtiger sind die personellen und finanziellen Mittel. Diese wiederum sind abhängig von der Bedeutung, die man der Quellensicherung beimisst.

AKTUELLER FORSCHUNGSSTAND

Die vielen SRG-internen Chroniken, die bei Gelegenheit verschiedenster Jubiläumsdaten verfasst und in Manuskriptform an die Belegschaft oder, im Rahmen von öffentlichen

Veranstaltungen, an die Presse abgegeben wurden, entbehren durchwegs eines wissenschaftlichen Anspruchs. Sie vermitteln jedoch erste wertvolle Einblicke in die bewegte Geschichte der Institution SRG und sind als Spiegelbild einer stets im Kreuzfeuer der behördlichen und öffentlichen Kritik stehenden Medieninstitution von nicht zu verachtendem Wert. Dasselbe gilt für die zahlreichen kleineren und grösseren veröffentlichten Schriften zur SRG-Geschichte, die aus der Feder hausinterner Autoren stammen, angefangen von den Memoiren Karl Erbs zur Sportberichterstattung des Fernsehens DRS (1973) bis hin zu der Jubiläumsschrift zum 40jährigen Bestehen des Fernsehens DRS von Hanspeter Danuser und Hans Peter Treichler. Erschienen ist letztere 1993 unter dem Titel "Show – Information – Kultur".

Die beiden Autoren von "Show – Information – Kultur" (die bibliographischen Angaben zu allen erwähnten Werken finden sich im Anhang) bezeichnen sich als "intime Kenner" der Institution; tatsächlich haben beide für das Fernsehen DRS gearbeitet und sind heute als freie Publizisten tätig. Das Buch soll eine Übersicht zur Geschichte der SRG bieten. Anlass zu dem Buch ist das vierzigjährige Jubiläum des Schweizer Fernsehens DRS. Der Band will jedoch nicht eine Chronik der vergangenen Ereignisse darstellen, sondern in erster Linie ein Lese- und Bilderbuch sein, Handbuch zum gelegentlichen Nachschlagen und Fundgrube für Anekdotisches. Beim Betrachten der Bilder und beim Lesen der Texte ist die Sympathie der Autoren zur Institution, die die Drucklegung finanzierte, deutlich spürbar. Als Beitrag zur Geschichte der SRG (hier: des DRS-Fernsehens) hat die Schrift weit eher legitimierenden als informativen Charakter. Wichtige Entwicklungsphasen des Fernsehens (wie zum Beispiel die

Literatur

“Ära Guido Frei” 1957-1980) werden beiläufig erwähnt und erscheinen erst wieder im lexikalischen Teil; viele der farbigen Bilder dienen lediglich der Auflockerung des Ganzen.

Anspruchsvoller im Zugang sind Auseinandersetzungen, die von universitärer Warte aus verfasst wurden, aus publizistikwissenschaftlicher oder (seltener) aus geschichtswissenschaftlicher Sicht. Eine 1979 veröffentlichte Studie des Seminars für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich vermittelt unter dem Titel “Fernsehen unter Anklage” nebenbei auch wertvolle Einblicke in die Geschichte der Institution SRG. Ulrich Saxer wertete dabei unter Mitarbeit von Marie-Theres Guggisberg die Vorarbeiten einer drei Semester dauernden studentischen Projektgruppe aus. Es geht in der Studie um die Institutionalisierungsschwierigkeiten des 1979 noch verhältnismässig jungen Fernsehbetriebs DRS und die daraus resultierende Systemkrise. Seit der Deregulierung des Rundfunks haben Beschwerdefälle und Reklamationen zwar etwas nachgelassen, aber es wäre gerade aus systematischer Sicht dennoch interessant, den damals gewählten Ansatz weiterzuverfolgen. Nach Ansicht der Verfasser ist die Institutionalisierung des Fernsehens, vor allem in der Deutschschweiz, damals “noch keineswegs erfolgreich abgeschlossen, vielmehr ein prinzipiell offener und darum spannungsreicher Prozess des Strukturauf- und -abbaus” (Saxer 1979, S.vii).

Einen weiteren grundlegenden und ungleich aktuelleren Beitrag zur Aufarbeitung der Geschichte unseres nationalen Fernsehens leistet ein 1993 erschienener wissenschaftlicher Band mit dem Titel “Medienlandschaft Schweiz im Umbruch”, verfasst von Werner A. Meier, Heinz Bonfadelli und Michael Schanne. Ausgangspunkt des Berichts ist die Gefahr eines wachsenden Verlustes staatlicher, kultureller und wirtschaftlicher Souveränität und Identität im Bereich der nationalen audiovisuellen Industrie. Während ein Kapitel der Rundfunkpolitik der achtziger Jahre in der Schweiz gewidmet ist und insbesondere die Botschaften des Bundesrates zum Radio- und Fernsehartikel bzw. zum Radio- und Fernsehgesetz analysiert, befassen sich die Autoren an anderer Stelle mit den Auswirkungen der europäischen Entwicklung auf die Leistungen der schweizerischen Rundfunkveranstalter, die der SRG auf der einen und die der privaten Anbieter auf der anderen Seite. Dass sich der Rundfunk mehr und mehr von einem öffentlichen Kulturgut zur elektronischen Kioskware wandelt, ist eine bekannte These, die im Fazit des Bandes mit Daten und Fakten belegt und untermauert wird.

Neben den drei erwähnten Beiträgen zur Geschichtsschreibung der SRG, von denen einer aus der Institution selber stammt, wäre noch vieles mehr zu erwähnen, was – am Rande zumindest – die Geschichte des Schweizer Fernsehens mitschreibt. Hier sei auf die weiterführende Literaturliste zum Schluss dieses Beitrags verwiesen. Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch der Hinweis auf verschiedene unveröffentlichte bzw. noch laufende Universitätsprojekte zur Aufarbeitung einer Schweizer Fernseh- und Radiogeschichte, die insbesondere in Genf, in Fribourg sowie am Seminar für Publizistikwissenschaft in Zürich betrieben werden.

ARCHIV UND DOKUMENTATIONSSTELLEN

- Schweizer Radio DRS, Studio Basel; Dokumentation und Archiv (Tel. 061/ 365 34 11)
- Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG), Generaldirektion, Bibliothek und Dokumentation (Tel. 031/ 351 92 38)
- Radio Suisse Romande (RSR), Service documentation et archives (Tel. 021/ 318 11 11)
- Schweizerische Landesphonothek (Tel. 091/ 946 65 96)
- Schweizer Fernsehen DRS, Dokumentation (Tel. 01/305 52 41)

Die Geschichte der SRG als Forschungsgegenstand führt durch verschiedene Archive und Dokumentationen. Viele dieser Stellen sind offiziell nicht zugänglich. Trotzdem lohnt sich eine Anfrage. Das vermehrte Aufkommen von Anfragen von verschiedenen Seiten (Schulen, Studierende, anderweitige Forschungszwecke) hat die Diskussion ins Rollen gebracht, wie der Zugang zu Archiven generell geregelt werden soll. Dies soll keine vollständige Auflistung sein, sondern nur ein Hinweis auf wichtige Stellen. Die Kapazitäten der Institute sind allerdings beschränkt; das heisst auch, dass auf individuelle Anfragen vorläufig mit (begreiflicher) Zurückhaltung reagiert wird.

HISTORISCHES BEWUSSTSEIN – EINE GELDFRAGE?

Fragen der Geschichtsschreibung zeigen das historische Bewusstsein einer Institution erst auf. Gibt es ein solches bei der SRG überhaupt? Von Journalisten und Journalistinnen wird oft behauptet, dass sie schon von Berufs wegen kein Geschichtsbewusstsein hätten. Ihre Denkweise sei ganz auf die Gegenwart ausgerichtet, und die Vergangenheit erscheine nur wichtig in Hinblick auf ihre Aktualisierbarkeit. Das mag in beschränktem Masse auch

für Fernsehmitarbeiter und -mitarbeiterinnen gelten: Nachdem eine Fernschaufnahme fertig ist, wird die Arbeit abgeschlossen. Die Akten werden oft gar nicht richtig abgelegt, und Quellen sowie anderes grundlegendes Material gehen vergessen. Dies alles bedeutet für die SRG, dass es sehr schwierig ist, überhaupt ein Geschichtsbewusstsein zu entwickeln.

1988 erging im Auftrag der Text-Dokumentation des Fernsehens DRS ein Forschungsauftrag an zwei Historikerinnen; ihre Aufgabe war es, ein historisches Hausarchiv des Schweizer Fernsehens DRS einzurichten und Materialien zu einer Ausstellung zusammenzutragen. Die Arbeit von Eva Sutter und Marianne Huber konzentrierte sich in erster Linie auf die Anfänge des Schweizer Fernsehens in den fünfziger und sechziger Jahren. Nach ungefähr drei Jahren wurde das hoffnungsvolle Projekt vom Sparhammer der SRG getroffen und musste abgebrochen werden. Die Ausstellung existiert noch immer als Phantom im Hausarchiv, welches heute der Text-Dokumentation unterstellt ist und nach Angaben der zuständigen Archivare innerhalb des Hauses eher "selten" genutzt wird. Die SRG und ihr Geschichtsbewusstsein – am Ende doch eine Frage der Geldmittel?

SRG-GESCHICHTSSCHREIBUNG: EIN (NEUER) ANLAUF

Die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG wurde 1931 gegründet. Bis heute kann festgestellt werden, dass sich nur wenig in Sachen "Geschichte der SRG" getan hat. Intern wurden zu aktuellen Anlässen und zu speziellen Jubiläen Publikationen herausgegeben. Daneben existieren verschiedene Diplom-, Lizentiats- und Doktorarbeiten zum Thema. Die verschiedenen Arbeiten tragen jedoch nur Mosaiksteine zu einer Geschichte der SRG zusammen. Eine systematische Darstellung wurde bis jetzt noch nicht in Angriff genommen. Das soll sich allerdings grundlegend ändern.

SRG-Generaldirektor Antonio Riva hat vor kurzem grünes Licht zu einem Projekt mit dem Arbeitstitel "Geschichte der SRG" gegeben. Unter der Leitung von Markus T. Drack soll die Aufarbeitung der Geschichte der SRG an die Hand genommen werden. Die Komplexität der Angelegenheit macht ein interdisziplinäres Vorgehen notwendig. Das Projekt ist dementsprechend auf die Mitarbeit Dritter, vor allem seitens der bestehenden Forschungsinstitute an den Schweizer Universitäten, angewiesen. Als erstes werden zur Zeit ein Forschungskonzept sowie ein Publikationskonzept ausgearbeitet. Entsprechend wird der zeitliche, finanzielle und personelle Aufwand abgeschätzt.

Es müssen Voraussetzungen für die Benutzung der zahlreichen Quellen durch Aussenstehende geschaffen werden: Die Sicherung der Bestände in den Bibliotheken, Dokumentationen und Archiven, der Nachweis der wesentlichen Quellen (welche dezentral und in allen Sprachregionen aufbewahrt sind) mittels Verzeichnissen und Bibliographien und nicht zuletzt die Regelung der Benutzung durch die Geschichtsforschung sind vordringliche Aufgaben.

Die SRG will nicht einfach nur eine Geschichte verfassen, sondern sie will, nach Aussage von Markus T. Drack, "ihre Vergangenheit der kritischen Analyse durch die Geschichtswissenschaft unterbreiten". Zum einen geht die Medien- und insbesondere Fernsehgeschichte alle an, zum anderen übersteigt die gestellte Aufgabe die Kapazitäten der Institution. Die SRG sucht aus diesem Grund die Zusammenarbeit mit Personen, Instituten und Institutionen, welche sich mit der historischen Erfassung der Medien beschäftigen. Sie ist auch bereit, ihre Archive im Rahmen des Projektes zu öffnen. Die Sicherung weiterer historischer Quellen ist eine vordringliche Aufgabe. Deshalb bittet die SRG Personen, welche über gedrucktes und ungedrucktes Material zur Geschichte des Radios und Fernsehens der Schweiz verfügen, ebenso um Unterstützung wie jene Stellen (im In- und Ausland), welche sich bereits mit medienhistorischen Arbeiten befassen oder befasst haben. Interessenten wenden sich an: Generaldirektion SRG, Dr. Markus T. Drack, Projektleitung Geschichte der SRG, Postfach, 3000 Bern 15.

ARCHIVIERUNG AUDIOVISUELLER MATERIALIEN

Wer sich mit der Geschichte der SRG als Forschungsgegenstand beschäftigt, erkennt als zentrales Problem rasch die Frage der Archive. Was ist wo zu finden, in welchem Zustand – und welches sind die Zugangs- und allenfalls Ausleihbedingungen? Audiovisuelle Quellen besitzen eine ganz besondere Qualität, und dies nicht nur bei medienhistorischen Fragestellungen: Sie machen die Vergangenheit auch sinnlich erfassbar. Jedoch gibt es Legitimierungsfragen, die sich bei schriftlichem, insbesondere gedrucktem Material längst nicht in dem Mass stellen. Hier werden laufend Gelder in die Archivierung investiert; für die im Vergleich junge Gattung der audiovisuellen Materialien fehlt hingegen in weiten Kreisen noch immer ein Bewusstsein für deren kulturhistorischen Wert. Nicht aufbereitete Materialien drohen in den verschiedenen Archiven unterzugehen. Vor allem magnetisch aufgezeichnete Ton- und Filmmaterialien sind nur beschränkte

Literatur

Zeit haltbar. Die Aufzeichnungen müssen deshalb innert nötiger Frist auf neue Träger überspielt oder auf ein haltbareres technisches Medium umkopiert werden – oder sie gehen unwiederbringlich verloren.

Gemäss ihrem Leistungsauftrag sind die dezentralisierten SRG-Archive verpflichtet, Eigenproduktionen zu archivieren. Die Programmbedürfnisse bestimmen dabei die Auswahl. Die Redaktionen haben zu entscheiden, was archiviert werden soll. Der immer wieder auftretende Mangel an personellen Mitteln, mit anderen Worten an Zeit und Geld, macht dies nicht einfacher. So kommt es immer wieder zu kurzfristigen Wegwerfaktionen. Die Frage der Aufbewahrung von audiovisuellem Material ist jedoch zentral für das historische Bewusstsein einer Gesellschaft. Dies wurde kürzlich auch von der "Grande nation" im Westen der Schweiz zur Kenntnis genommen. In Frankreich nämlich besteht seit dem 20. Juni 1992 die gesetzliche Pflicht, audiovisuelle Quellen im Bereich der Eigenproduktionen zentral aufzubewahren.

Die Zeit drängt, da gewisse Ton- und Bildträger, insbesondere Tonband- und Videokopien, keine Garantie für eine längerfristige Speicherung von audiovisuellen Inhalten bieten. Eine Lösung böte die Gründung eines zentralen Archivs, wie dies beispielhaft in der Bundesrepublik Deutschland mit dem deutschen Rundfunkarchiv und dem historischen Archiv der ARD in Frankfurt gehandhabt wird. Eine zentrale Archivierung, wenn möglich mit Bundesgeldern finanziert, ist vorläufig jedoch schon aus Spargründen nicht mehr in Diskussion. Vernetzung heisst inzwischen das Stichwort: Unter dem Projekttitel "Memoriav" ist eine (bereits 1990 gegründete) Arbeitsgruppe daran, konkrete Massnahmen zur Sicherung gefährdeter audiovisueller Materialien zu entwickeln und laufend in die Praxis umzusetzen. Bis heute hat der Bund rund eine Million Schweizer Franken in entsprechende personelle und finanzielle Mittel investiert. Aber auch die Schweizerische Landesphonothek, das Schweizerische Bundesarchiv, die Cinémathèque Suisse in Lausanne und – eben – die sprachregionalen Studios der SRG beteiligen sich auf der Basis eines informellen Netzwerkes am Verbundprojekt "Memoirav".

Zu den Pilotprojekten von "Memoriav" zählt die Restaurierung der im Archiv des Schweizer Fernsehens DRS vorhandenen Tagesschau-Dokumente aller drei Sprachregionen. Dabei geht es nicht nur darum, Trägermaterialien (und damit die Inhalte) längerfristig zu sichern, sondern auch um die Frage des "Öffentlichkeitscharakters" dieser Dokumente. Zumindest der universitären Nutzung und

Auswertung sollen die bisher weitgehend unter Verschluss gehaltenen Puzzleteile unseres "nationalen Fernsehgedächtnisses" zugänglich gemacht werden.

Das Fazit ist somit ein tröstliches: Ein Anfang wäre gemacht.

Literaturverzeichnis: (Auswahl, in chronologischer Reihenfolge)

- Pünter, Otto: Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft 1931 - 1970, Bern 1971
- Saxer, Ulrich, unter Mitarbeit von Marie-Theres Guggisberg: Fernsehen unter Anklage. Ein Beitrag zur Theorie publizistischer Institutionen, Zürich, Seminar für Publizistikwissenschaft 1979 (Diskussionspunkt 5)
- Halter-Schmid, Ruth: Schweizer Radio 1939 - 1945. Die Organisation des Radiokommunikators durch Bundesrat und Armee, Bern / Stuttgart 1980
- Dietrich-Bertini, Sonia: La nascita della televisione della Svizzera italiana. Un problema di federalismo, Fribourg 1983
- Fuchs Roland: Die Rechtsgrundlagen der Programmaufsicht des Bundes über den Rundfunk, Bern 1982
- Alter, Urs: Zielkonflikte im Unternehmen Rundfunk. Eine empirische Untersuchung zum Schweizer Fernsehen, Hamburg 1985 (Forschungsberichte und Materialien 6)
- Rathgeb, Jürg / Paul Ruschetti / Christoph Schmid: Sportberichterstattung am Schweizer Fernsehen, Zürich, Seminar für Publizistikwissenschaft 1985 (Diskussionspunkt 10)
- Radio DRS: Seit 1912 die ganze Schweiz auf Sendung, Basel 1991
- Huber, Ursula / Eva Sutter: Archivführer. Verzeichnis der im historischen Archiv vorhandenen Unterlagen zur Geschichte des Schweizer Fernsehens, Zürich, Fernsehen DRS (Ms.) 1991
- Dummermuth, Martin: Die Programmaufsicht bei Radio und Fernsehen in der Schweiz, Basel / Frankfurt 1992 (Neue Literatur zum Recht)
- Schnell, Urs: Kopfvoran. Zehn Jahre Lokalradio, oder die Geschichte von Radio Förderband Bern, Bern 1992
- Danuser, Hanspeter / Hans Peter Treichler: Show - Information - Kultur. Schweizer Fernsehen: Von der Pionierzeit ins moderne Medienzeitalter, Aarau 1993
- Mayer, Françoise / Blaise Rostan: TSR-Broschüre, Genf (TSR) 1993
- Meier, Werner A. / Heinz Bonfadelli / Michael Schanne: Medienlandschaft Schweiz im Umbruch. Vom öffentlichen Kulturgut Rundfunk zur elektronischen Kioskware, Basel / Frankfurt 1993
- Schanne, Michael: Einführung in die Mediengeschichte der Schweiz, in: Schanne / Schulz (Hrsg.): Journalismus in der Schweiz. Fakten, Überlegungen, Möglichkeiten, Aarau 1993 (Schriften zur Medienpraxis 10)
- Trachsel, Rudolf: Ein halbes Jahrhundert Telekommunikation in der Schweiz, Aarau 1993
- Schenker, René: 1954 - 1994 à la Télévision Suisse Romande. Quelques anecdotes et souvenirs de René Schenker, directeur jusqu'en juillet 1985, Genf (TSR) 1994
- Saxer, Ulrich / Projektgruppe: Die SRG im institutionellen Wandel, Zürich, Seminar für Publizistikwissenschaft, 1996 (Diskussionspunkt)

Kurzbesprechungen

Klaus Armingeon und Roger Blum (Hg.): Das öffentliche Theater. Politik und Medien in der Demokratie, Paul Haupt Verlag, Bern 1995

ce. Den Aufsätzen liegen Referate zugrunde, die im Rahmen einer Vortragsreihe an der Universität Bern im Wintersemester 1994/95 gehalten wurden. Die Autoren befassen sich unter verschiedenen Blickwinkeln mit den Beziehungen zwischen Massenmedien und Politik. So untersucht Ulrich Saxer am Beispiel des Bundeshauses das Verhältnis zwischen den Eliten in Politik und Medien. Hanspeter Kriesi beschreibt Veränderungen in der Öffentlichkeit und ihre Folgen für die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger.

Hans-Peter Siebenhaar: Europa als audiovisueller Raum. Ordnungspolitik des grenzüberschreitenden Fernsehens, Leske und Budrich, Opladen 1994

ce. Die als Dissertation eingereichte Untersuchung geht den wichtigsten Veränderungen während der letzten anderthalb Jahrzehnte im Medienbereich nach. Siebenhaar zeigt auf, wie neue Kommunikationstechniken (zum Beispiel Kabel und Satellit) den Rahmen nationalstaatlicher Rundfunkpolitik gesprengt haben, und bietet eine systematische Analyse europäischer Fernsehpolitik. Er untersucht die von EG und Europarat entwickelten Fernsehordnungen, Massnahmen zur Förderung der Programmindustrie und der Fernsehtechnologie und die bisher realisierten Vorhaben eines Europäischen Fernsehens. Er geht der Frage nach, wie das Medium für europäische Integration genutzt werden kann und entwirft ordnungspolitische Perspektiven.

Stephan Russ-Mohl: Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus – Modell für Europa? Edition Interfrom, Zürich 1994

ce. Der in der journalistischen Weiterbildung engagierte Publizistikwissenschaftler Stephan Russ-Mohl kritisiert

Methoden und Missbräuche des rabiaten Sensations- und "Enthüllungs"-Journalismus. Statt die Medien von aussen zu reglementieren, plädiert er für mehr Selbstkontrolle und Selbstkritik. Auf wissenschaftlichen Theorien aufbauend und konkrete amerikanische Erfahrungen berücksichtigend, führt er vor, wie ein Qualitätssicherungssystem im Journalismus funktionieren kann und wie sich entstehende finanzielle Lasten sinnvoll verteilen lassen.

Andreas Wittwen: Infotainment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung, Zürcher Germanistische Studien, Peter Lang Verlag, Bern 1995

ce. Unter dem Schlagwort "Infotainment" versuchen seit längerem die privaten, etwas zurückhaltender auch die öffentlich-rechtlichen Anbieter, ihre Informations- und Nachrichtensendungen unterhaltender zu gestalten. Die Dissertation führt in den Stand publizistischer Forschung ein und stellt in einer vergleichenden qualitativen Inhaltsanalyse Techniken und Strategien des tagesaktuellen Nachrichtenjournalismus in deutschen, amerikanischen und australischen Programmen vor.

Franz Riklin: Schweizerisches Presserecht, Stämpfli juristische Lehrbücher, Verlag Stämpfli, Bern 1996

ce. Die letzten zwanzig Jahre sind durch eine immer stärker werdende Verrechtlichung der Medien gekennzeichnet. Verwiesen sei auf die Revision des privatrechtlichen Persönlichkeitsschutzes, die Einführung des Gendarstellungsrechtes, die Auswirkungen des Bundesgesetzes über den unlauteren Wettbewerb, das unlängst in Kraft getretene Datenschutzgesetz und die seit kurzem verwirklichte Pönalisierung von Gewaltdarstellungen und rassistischen Aussagen. Viele Schranken sind in der Sache gerechtfertigt. Ein Problem bildet jedoch die Quantität und die oft bestehende Unschärfe dieser Vorschriften, die politische Diskussion um die Gestaltung des Zeugnisverweigerungsrechtes für Medienschaffende oder die Auswirkungen des neuen Urheberrechts auf die Medien. Das

Literatur

Standardwerk des in Freiburg lehrenden Professors für Straf- und Medienrecht vermittelt einen durch ein Stichwortverzeichnis erleichterten umfassenden Überblick über alle wesentlichen Fragen des Presserechts. Das Lehrbuch eignet sich auch für die Verwendung in der Rechtspraxis. Obwohl in erster Linie auf die Presse bezogen, stellt sich die angesprochene Problematik weitgehend auch für die übrigen Medien.

Riccardo Bonfranchi (Hg.): Wir können mehr als nur Schrauben verpacken.... Der Einsatz des Computers bei Menschen mit geistiger Behinderung, Ott Verlag, Thun 1995

ce. Die Autoren erörtern grundsätzliche Überlegungen zum Computereinsatz bei geistig behinderten Menschen. Konkrete Beispiele computerunterstützter Förderung werden dargestellt und geeignete Software beschrieben. Mit Adressverzeichnis und Empfehlungen für die Praxis.

Klaus Kreimeier: Lob des Fernsehens, Carl Hanser Verlag, München 1995

ce. Der Medientheoretiker und Filmautor unternimmt eine Analyse aktueller Entwicklungen des Mediums Fernsehen. Er lässt sich weder durch Technik-Euphorie noch kulturkritische Jeremiaden die Neugier auf die ästhetischen Möglichkeiten austreiben, die dem Stand der Technologie entsprechen. Seine Beschreibungen und Analysen des Programmangebots insbesondere deutscher TV-Kanäle zeigen, wie eng aufklärerische und regressiv Tendenzen miteinander verflochten sind. Er plädiert für eine dem Bildmedium angemessene neue Ästhetik.

Louis Bosshart, Wolfgang Hoffmann-Riem (Hg.): Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation, Ötschlager-Verlag, München 1994

jj. 1992 veranstalteten die Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und die Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und

Medienwissenschaft in Fribourg einen Kongress. Der Berichtsband bietet eine Fülle an Materialien und Fallbeispielen, aus denen erste Schlussfolgerungen für eine systematische Forschung gezogen werden. In drei grundlegenden Referaten werden historische Aspekte unterhaltsamer Kommunikation beschrieben, eine Theorie der Unterhaltung aufgestellt sowie eine Charakteristik unterhaltender Momente der Medienkultur gegeben. Im zweiten Teil untersuchen Beiträge den Wirklichkeitscharakter der Medienunterhaltung, zum Beispiel anhand der Gefühlkultur in Publikumszeitschriften. Untersuchungen verschiedener Genres sowie ihrer Produktion und Rezeption schliessen sich an. Es werden Probleme der unterhaltsamen Politikvermittlung erörtert; die Abschlussdiskussion beschäftigt sich mit ethischen Dimensionen der massenmedialen Unterhaltung.

Louis Bosshart, José Ribeaud und Anton Scherer (Hg.): Katholische Presse, was nun? Presse catholique: quel avenir? Universitätsverlag Freiburg Schweiz 1993

sb. Angesichts der Medienkonzentration und der Entparteilichung bzw. Entkonfessionalisierung der Presse ist die Frage nach der Zukunft der katholischen Publizistik von höchster Aktualität. Im zweisprachigen Sammelband, erschienen zum 65. Geburtstag von Hugo Baeriswyl, nehmen Autorinnen und Autoren, die in der einen oder anderen Weise der Katholischen Kirche verbunden sind, dazu Stellung. Urs Allematt analysiert die Modernisierungskrisen der katholischen Kirche und stellt fest, dass heute progressive und traditionalistische Kirchenbilder nebeneinander bestehen und aufeinanderprallen. Die Herausforderung für die Kirche bestünde darin, mit diesen unterschiedlichen Konzepten zu leben und sie dialogisch aufeinander zu beziehen. – Der Medienbeauftragte der Ungarischen Bischofskonferenz, Laszlo Lukas, betrachtet die Beziehung der Intellektuellen zu Macht und Demokratie, wobei er auch seine Erfahrungen im ehemals kommunistischen Ungarn einfließen lässt. – Die meisten Autoren sind der Ansicht, die katholische Presse müsse in der modernen Gesellschaft ihren Platz neu finden und sich dieser zugleich stellen. In diesem Spannungsverhältnis soll einerseits die Kirche die Unabhängigkeit der katholischen Medienschaffenden akzeptieren und fördern, andererseits sollen diese sich an christlichen Werten orientieren und sich der kirchlichen Gemeinschaft gegenüber loyal verhalten.

Rolf Kämpeli: Kamboriam. Ein Bericht. Im Malaria-Dschungel Kambodschas und der Schweiz, Kommissionsverlag Balmer, Zug 1995

sb. Aus Anlass der Rückkehr von Prinz Sihanouk aus dem Exil reist ein Reporter 1991 für drei Wochen nach Kambodscha. In der Er-Form beschreibt der Erzähler die schrecklichen Folgen des Krieges, in dem wechselnde Parteien die Bevölkerung terrorisiert haben. Kurz vor seiner Abreise fährt ein seltsames Zucken durch die Glieder des Journalisten. Die immer stärker werdenden Anfälle rauben ihm das Bewusstsein. Zurück in der Schweiz versucht der Reporter die anhaltenden Störungen zu verstehen. Er deutet die körperlichen Zeichen als Folge des Kulturschocks, als Ausdruck der Hilflosigkeit, das Beobachtete zu verarbeiten. Doch dann setzt sich eine viel lapidare Einsicht durch: Das Mittel "Lariam" zur Malariaprävention hat die körperlichen Reaktionen ausgelöst. Die Arznei, die den Besucher aus der Ersten Welt hätte schützen sollen, gefährdete also seinen Körper und löste die Trübung seines Bewusstseins aus. – Die Collage von objektiven Erzählungen und subjektiven Traum- und Erinnerungsbildern flicht Bezüge so ineinander, dass den Lesenden der Überblick verwehrt wird. Erst allmählich findet man sich durch die Lektüre im Dschungel zwischen Erster und Dritter Welt zurecht. In seiner geistigen Verwirrung hat sich der Journalist mehr aus Kambodscha heimgeholt, als in einer Reportage möglich gewesen wäre. Dieses Mehr vermag Kämpeli in seiner literarischen Umsetzung deutlich zu machen. – Der erzählende Teil wird ergänzt mit einem Nachwort von Adolf Muschg zur literarischen Konfrontation von Erster und Dritter Welt, einer Dokumentation von Roland Fuchs zu den politischen Hintergründen Kambodschas sowie einem Abriss des dreijährigen Briefwechsels zwischen Rolf Kämpeli und der Herstellerfirma von Lariam.

Archiv

MERKPUNKTE ZUM MEDIENGESCHEHEN VON APRIL 1995 BIS FEBRUAR 1996

Presse

ebo. *Ein neuer Pressemonolith in der Zentralschweiz:* Als „Zweckheirat“ wurde das bedeutendste Ereignis in der Schweizer Presselandschaft angekündigt: Am 15. September 1995 meldeten die beiden Luzerner Tageszeitungen, Luzerner Neuste Nachrichten (LNN) und Luzerner Zeitung (LZ), ihre baldige Fusion auf der ersten Seite. Was man schon seit einiger Zeit befürchtet hatte, wurde Wirklichkeit: Die Zentralschweiz bietet auf längere Sicht keinen Platz für zwei grosse, sich konkurrenzierende Tageszeitungen. Vor allem Ringiers LNN war in den letzten Jahren in finanzielle Schwierigkeiten geraten, nachdem sich die LZ an der nationalen Anzeigenkombination Swiss Pool beteiligt hatte. Das eiserne Gesetz der modernen wirtschaftlichen Pressekonzentration hat sich wieder einmal bestätigt: eine Region, eine Zeitung. Die Fusion oder vielmehr die Übernahme der LNN durch die Konkurrenzzeitung trat am 3. Januar 1996 in Kraft mit dem Erscheinen der *Neuen Luzerner Zeitung*. Nur vier Jahre früher hatte schon das damalige katholische Vaterland mit dem freisinnig-liberalen Luzerner Tagblatt fusioniert. Durch die Zusammenlegung gingen 120 Stellen, die Hälfte davon im redaktionellen Bereich, verloren. Damit wird aber auch ein langer und teurer Überlebenskampf zwischen zwei um den ersten Platz streitenden Zeitungen beendet. Die neue Zeitung behält die Kopfblätter der früheren Luzerner Zeitung in der übrigen Zentralschweiz (Uri, Schwyz, Obwalden, Nidwalden sowie Zug).

Nur 26 Tage nach der ersten Nummer des Fusionsprodukts erschien eine neue Tageszeitung als Monopolbrecher unter dem Titel *Luzern heute*. Unterstützt von linken und einigen freisinnigen Persönlichkeiten und mit einem Aktienkapital von nahezu einer Million Franken will die Pro Zeitung Verlags AG mit diesem Blatt eine Alternative für die regionale Information bieten. Die Startauflage betrug 20'000 Exemplare. Unterdessen segelt die Neue Luzerner Zeitung in farbigbunter Aufmachung als „überparteilich-bürgerliches“ Blatt mit 125'000 Exemplaren als nunmehr

fünftgrösste Schweizer Tageszeitung auf ihrer Eroberungsfahrt in der Innerschweiz weiter.

Die *BaZ-Gruppe* wird Mehrheitsaktionärin der Curti-Medien. Der Verlag der Basler Zeitung hat seine Position am Ende des vergangenen Jahres noch verstärkt, indem er seinen Anteil am Aktienkapital der Curti-Medien von ursprünglich 35 Prozent (1993), dann 50 (anfangs 1995) auf 65 Prozent erhöhte. Mit dieser Mehrheitsbeteiligung übt die BaZ-Gruppe die Kontrolle über Die Weltwoche und den Beobachter aus. Beat Curti wird mit 35 Prozent Minderheitsaktionär seiner Gruppe. Umsatzmässig liegt die BaZ-Gruppe/Curti-Medien nun mit 500 Millionen Franken dicht hinter der Zürcher TA-Media AG.

Neue Besitzverhältnisse beim *Bund*: Im Mai 1995 traten bei der in finanziellen Nöten liegenden Berner Tageszeitung Der Bund neue Besitzverhältnisse in Kraft. Die beiden Verlage NZZ und Ringier beteiligen sich mit je 45 Prozent, Publicitas mit 10 Prozent am Aktienkapital. Die kommerzielle und publizistische Leitung übernahm die NZZ. Mit dieser Lösung und dank der Zürcher Unterstützung sollte die Stellung des Bund als unabhängige und liberale Zeitung gestärkt werden. Im September wurde auch das Monatsmagazin NZZ-Folio zum ersten Mal dem Bund beigelegt. Damit konnte dessen Auflage auf 200'000 Exemplare erhöht werden. Gegenüber der starken Konkurrentin Berner Zeitung (130'000 Exemplare) versucht der vor allem in der Stadt Bern präsente Bund mit seiner Auflage von 60'000 Exemplaren nun vermehrt auch in der grösseren Umgebung auf dem Land Fuss zu fassen. Das neue Inseratekombi mit der NZZ soll auch hier die finanzielle Lage verbessern helfen.

FACTS, das neue Nachrichtenmagazin: Nachdem Ringier anfangs 1995 auf die Lancierung des mit viel Lärm angekündigten Nachrichtenmagazins Reflex verzichtet hatte, kam im April das bei der TA Media AG verlegte Wochenmagazin FACTS ohne Konkurrenz heraus (siehe Archiv, ZOOM K&M 5/6). Ein halbes Jahr später betrug die (noch nicht beglaubigte) Auflage 50'000 Exemplare, wovon

etwa 20'000 an Abonnenten versandt und der Rest am Kiosk verkauft, zum Teil auch gratis verteilt wurde. Das Magazin zielt auf eine Käuferschaft von hunderttausend ab und rechnet mit einer ausgeglichenen Bilanz innerhalb fünf Jahren.

Edipresse beteiligt sich an Agefi: Die Westschweizer Mediengruppe Edipresse, im Besitz der Familie Lamunière, hat im August 49 Prozent des Aktienkapitals der Wirtschafts Tageszeitung Agefi (Agence Economique et Financière) gekauft. Der Generaldirektor der Zeitung, Alain Fabarez, früher alleiniger Aktionär, behält 51 Prozent. Für die Edipresse bedeutet die Beteiligung eine interessante Investition und bietet Entwicklungsmöglichkeiten für ihre eigene Gruppe, im besonderen auch im Hinblick auf die Schaffung einer gemeinsamen Datenbank. Damit wird die Quasi-Monopolstellung des grossen Westschweizer Unternehmens, das auch am meisten vom Verschwinden der Genfer Tageszeitung La Suisse profitiert hat, zwischen Lausanne und Genf noch weiter gestärkt. Im Geschäftsbericht weist Edipresse für 1994 einen Umsatz von 430 Millionen Franken und einen Reingewinn von 36 Millionen aus.

Das Ende einer englischsprachigen Zeitung: Die im November 1994 lancierte englischsprachige Tageszeitung *The Geneva Post* (siehe Archiv ZOOM K&M 4) wurde nach nur sieben Monaten im Juni 1995 wieder eingestellt. Das angestrebte Leserpublikum, das mindestens 10'000 Abonnenten und Käufer hätte ergeben sollen, fand sich nicht, und die Zeitung erreichte eine Verkaufsauflage von weniger als 5'000 Exemplaren. Die grösste Enttäuschung brachte aber das Werbegeschäft: Statt der vorgesehenen täglichen zwei Seiten Inserate kamen nur ganz vereinzelt einige Anzeigen, und die wenigen granzseitigen Inserate waren Eigenwerbung für die Geneva Post!

Der Herausgeber hatte gehofft, die Zeitung durch die Umstellung auf wöchentliches Erscheinen noch retten zu können. Die Rechnung ging nicht auf, denn als Wochenzeitung erfüllte sie ihre Aufgabe nicht mehr und kam dazu mit den amerikanischen Nachrichtenmagazinen sowie den britischen Sonntagszeitungen in Konkurrenz, denen sie natürlich nicht gewachsen war. Der Misserfolg der gut aufgemachten und lebendigen, wenn auch nicht besonders originellen Geneva Post zeigte wieder einmal, dass auch im internationalen Genf der Markt für eine englische Zeitung zu klein und das Interesse der Beamten der Internationalen Organisationen an lokaler und nationaler Information gering ist.

Hat eine satirische Zeitschrift noch eine Zukunft? Die einst populäre und erfolgreiche satirische Wochenzeitschrift *Nebelspalter* („Frechdachs aus Rorschach“, wie sie sich selber nannte), ist seit den achtziger Jahren auf die schiefe Bahn gerutscht. Von 52'000 Exemplaren sank die Auflage in weniger als zwanzig Jahren auf die Hälfte, und der vor zwei Jahren ernannte junge Chefredaktor hat das Satireblatt mit teilweise ruppigen und geschmacklosen Artikeln noch weiter heruntergewirtschaftet. Ganze 17'000 Abonnenten und fast keine Werbung mehr zählt der 1875 gegründete Nebelspalter, der unter der Leitung des berühmten Karikaturisten Carl Böckli (Bö.) jahrzehntelang und bis 1962 seine redaktionelle Blütezeit kannte. Viele Abonnenten annullierten die Zeitschrift aus Protest oder auch aus Langeweile. Der „gute Schweizer Witz“ gehört der Vergangenheit an, und für eine moderne und geistreiche Satire fehlt offenbar die nötige Kompetenz. Um den totalen Absturz zu verhindern, hat der Verlag nun die Redaktion (zum zweiten Mal seit 1993) ausgewechselt, eine Kursänderung vorgesehen und aus der wöchentlichen Zeitschrift ab Januar 1996 eine monatliche gemacht. Trotz den drastischen Massnahmen liegen die Chancen für die Zukunft der Zeitschrift nicht besonders günstig. Satire stösst in einer konfliktreichen und innenpolitisch intolerant gewordenen Krisengesellschaft auf zunehmende Schwierigkeiten. Und: Satiriker fallen nicht vom Himmel, auch (oder insbesondere) in der Schweiz.

Medienpolitik

um. Im April 1995 übernahm die SRG die Mehrheit der *Schweizerischen Teletext AG*. Rückwirkend auf 1. Januar 1995 erhielt die SRG 75 Prozent (bisher 50 %) des Aktienkapitals. Die übrigen 25 Prozent gehören dem Verein Videopress, einem Zusammenschluss von Zeitungsverlagen, der die Hälfte der Aktien gehalten hatte.

Aufhebung des Telefonrundspruchs: Im Mai 1995 beschloss der Bundesrat, den technisch veralteten, defizitären und immer weniger genutzten Telefonrundspruch (TR) auf Ende 1997 aufzuheben. Der TR hat noch eine gewisse Bedeutung in dünnbesiedelten Gebieten mit schlechtem UKW-Empfang.

Radio-Sendegebiete in der Deutschschweiz: Anfang Mai 1995 legte das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) nun auch für die noch fehlenden Teile der Deutschschweiz einen Entwurf zur definitiven Festlegung der Sendegebiete vor (vgl. Rubrik Archiv in ZOOM K&M Nr. 4). Die gewachsene Struktur wird nur leicht verändert. Das

Archiv

BAKOM strebt eine flächendeckende Versorgung mit Lokalradioprogrammen an. Bisher nicht erschlossene Regionen wie Glarus, Uri und das Emmental sollen durch Ausdehnung bestehender Sendegebiets oder neue Veranstalter versorgt werden. In den Zentren Zürich, Solothurn, Schaffhausen und St. Gallen sollen zusätzliche Kontrastprogramme ermöglicht werden, und eine landesweite Mittelwellenfrequenz wird ausgeschrieben. Um diese Konzession bewirbt sich der Volksmusiksender Radio Eviva. Ein Gesuch für den gleichen Kanal oder für ein Fenster im Programm von Eviva hat der Evangeliumsrundfunk Schweiz eingereicht.

Zeitungstarife der Post: Der Streit zwischen den Zeitungsverlegern und der Post um das Ausmass der Tarifierhöhungen für den Zeitungstransport spitzte sich im Herbst 1995 zu (vgl. Rubrik Archiv in ZOOM K&M Nr. 1 und Nr. 3). Die vom Eidgenössischen Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement EVED geleiteten Verhandlungen, die per Anfang 1996 zu einer Regelung führen sollten, scheiterten an unvereinbaren Positionen. In dem Konflikt geht es unter anderem auch um die Konkurrenz zwischen Post und privaten Zustellfirmen. Die Post befürchtet, die Privaten würden die profitablen Verteilgebiete besetzen und ihr die uninteressanten und teuren Randregionen überlassen. Umgekehrt kritisieren die Verleger mangelnde Flexibilität der Postdienstleistungen.

Fernmeldegesetz (FMG): Das am 1.5.1992 in Kraft gesetzte FMG soll nach dem Willen des Bundesrates auf Anfang 1998 revidiert werden (vgl. die Beiträge von Max Arnet und Alfons Croci in diesem Heft). Hauptgrund für die Notwendigkeit der Erneuerung ist, dass das FMG von 1992 den PTT noch ein Netzmonopol zugesteht. Die von der Europäischen Union auf 1.1.1998 festgesetzte volle Liberalisierung der Telekommunikation setzt auch der Schweiz den Termin für die Reform. Der vom Bundesrat im August 1995 in die Vernehmlassung geschickte Entwurf entspricht weitgehend den Forderungen der Telecom und der interessierten Industrie. Strittig ist vor allem der Begriff der Grundversorgung. Ein Teil der Stellungnahmen fordert breite und gesetzlich fixierte Basisdienstleistungen für alle, um ihnen in der zukünftigen Informationsgesellschaft gleiche Chancen zu bieten. Bundesrat, Telecom und Wirtschaft wollen jedoch die Umschreibung der Grundversorgung im Gesetz offen lassen. Die Revision des FMG zieht auch marginale Änderungen des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) nach sich. Medienpolitisch relevant ist sie aber hauptsächlich, weil die moderne Telekommunikation viele Funktionen integriert,

die man herkömmlicherweise zu den Medien zählt (Bildschirmzeitung, Video-on-Demand etc.).

Neue Radio- und Fernsehkonzessionen: siehe Abschnitte Privatrado und Privatfernsehen.

Medienrecht

um. *Die Unabhängige Beschwerdeinstanz (UBI)* wertete im Juni 1995 einen Bericht der Sendung "Tell Quel" des Westschweizer Fernsehens TSR vom 13. November 1992 über den Genfer Notar Didier Tornare als Konzessionsverletzung. Ein Genfer Gericht hatte die Ausstrahlung des Beitrags über den wegen Wirtschaftsdelikten verhafteten Immobilienspekulanten verboten, doch TSR hatte sich über die Weisung hinweggesetzt (vgl. Rubrik Archiv in ZOOM K&M Nr. 1). In der Zwischenzeit ist Tornare zu fünf Jahren Zuchthaus und fünfjährigem Berufsverbot verurteilt worden. Die UBI erkannte jedoch in dem Fernsehbericht eine unzulässige Vorverurteilung. – Im Dezember 1995 stellte die UBI eine Konzessionsverletzung durch den "Kassensturz" des Schweizer Fernsehens DRS fest. Das Konsumentenmagazin habe in einem Bericht über die Planierung eines Biotops im bündnerischen Ilanz eine vorgefasste Meinung verbreitet und dem Gebot der Sachgerechtigkeit nicht genüge getan. – Anfang 1996 löste *Ursula Nordmann-Zimmermann*, bisherige Vizepräsidentin der UBI, Felix Auer im Präsidium des Mediengerichts ab.

In einem Revisionsverfahren vor dem Zürcher Obergericht wurde ein erstinstanzlicher Freispruch in Sachen "Blutgeil"-Video in eine Verurteilung umgewandelt wegen Verstosses gegen Artikel 135, Absatz 1 des Strafgesetzbuches, den sogenannten "Brutalo-Artikel" (vgl. den Beitrag von François A. Bernath in ZOOM K&M Nr. 5/6 und die Rubrik Archiv in jenem Heft). Die Produzenten und Darsteller aus der Wohlgroth- und Hausbesetzerszene Zürichs bekamen Bussen von je 1'000 Franken auferlegt. Damit ist erstmals eine Verurteilung aufgrund des 1990 neu eingeführten "Brutalo-Artikels" zustande gekommen. Selbst der Staatsanwalt meinte jedoch, der Gesetzgeber habe der Justiz mit der schwammigen Strafnorm gegen die Brutalos kaum lösbare Probleme aufgeladen.

Der Nationalrat unterstellte in seiner Septembersession 1995 die aus Gründen des Persönlichkeitsschutzes verhängten *gerichtlichen Publikationsverbote* dem Rekurs ans Bundesgericht. Allerdings wird der Appell ans oberste Gericht keine aufschiebende Wirkung haben. Bisher hatten kantonale Gerichte letztinstanzlich entschieden. In ver-

schiedenen Kantonen war eine Praxis üblich geworden, die auf eine Zensur der Medien durch Privatinteressen hinauslief. Mit seinem Entscheid wollte der Nationalrat die Pressefreiheit schützen gegen missbräuchliche Beanspruchung von Persönlichkeitsschutzrechten.

uv. Keine politische Werbung an Radio und Fernsehen: Werbung für politische Anliegen soll in Radio und Fernsehen weiterhin nicht möglich sein. Dies antwortete der Bundesrat im September 1995 auf eine Anfrage von Nationalrat Maximilian Reimann (SVP, Aargau). Die beiden Privatsender Radio Argovia und Radio Sunshine hatten vor den eidgenössischen Wahlen letzten Sommer den Parteien in ihrem Sendegebiet gratis Werbezeit angeboten. Den Parteien wurde entsprechend ihrem Wähleranteil von 1991 Sendezeit zubemessen. Am meisten Zeit stand der SVP zu. Den Verantwortlichen ging es nach eigenen Aussagen darum, das Verbot politischer Werbung ins Wanken zu bringen.

um. Ebner-Biographie zurückgezogen: Im November 1995 zog Die Weltwoche ein in ihrem ABC-Verlag aufgelegtes Buch nach einer Klagedrohung des porträtierten Gründers der BZ-Bank, Martin Ebner, zurück. Weltwoche-Herausgeber Rudolf Bächtold begründete den Schritt damit, sein Verlag, der in einen langwierigen Prozess gegen den Textilunternehmer Adrian Gasser verwickelt sei, könne sich kein weiteres Verfahren dieser Grössenordnung leisten. – Ein Vierteljahr später kam das Buch von Jörg Becher über Martin Ebner dann doch heraus.

Gefälschte Fernsehberichte: Im Januar 1996 wurde ein deutscher Filmproduzent festgenommen, weil er seit 1992 mindestens 22 gefälschte Fernsehberichte an Sender verkauft hat. Betroffen ist auch das Magazin "10 vor 10" des Schweizer Fernsehens DRS.

SRG Radio

uv. 50 Jahre Echo der Zeit: Die abendliche Informationssendung von Radio DRS wurde im September vergangenen Jahres 50 Jahre alt. Die Sendung zum innen- und aussenpolitischen Tagesgeschehen steht mit der nüchternen Vermittlung von Information und mit ihren Analysen quer in der aktuellen Medienlandschaft. Das Echo der Zeit wird seit Anfang 1995 zeitverschieben auf allen drei Programmen ausgestrahlt.

NISKO: Im Radio Studio Zürich ist im März 1995 der neue voll-digitale Informations- und Sendekomplex (NISKO) in

Betrieb genommen worden. Damit sind in erster Linie grosse Veränderungen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verbunden. Die ProgrammmitarbeiterInnen am Mikrofon müssen neben dem Inhalt neu auch die Technik im Griff haben (Selbstfahrtechnik), die TechnikerInnen geraten zunehmend in eine Assistenzfunktion. Die HörerInnen merken vorerst nichts von der verbesserten Audioqualität, da das Programm weiterhin analog übertragen wird. Mit NISKO können aber in Zukunft auch digitale Übertragungsverfahren wie DAB angewendet werden.

Marktanteil von DRS unter 50 Prozent: Im ersten Halbjahr 1995 sank der Marktanteil von Schweizer Radio DRS erstmals unter die "magische" Grenze von 50 auf rund 48 Prozent gegenüber 37 Prozent für die Lokalradios. Die Erosion trat vor allem in den Spitzenzeiten am Morgen, Mittag und Abend auf, in denen DRS mit dem Ausbau des Informationsbereiches im Rahmen von Radio '95 gerade hatte zulegen wollen. 1996 kommt es nun in der Abteilung Information, die 1995 noch mit 800'000 Franken zusätzlich ausgestattet wurde, zu einer Sparrunde. Nicht mehr unbestritten ist der Umfang der Informationsleistungen, insbesondere beim nur schwach genutzten Info 3 um 13.00 und Echo 3 um 17.00 Uhr im dritten Programm. Geprüft werden auch Massnahmen, um dem generell unbefriedigenden Publikums-kumserfolg von DRS 3 entgegenzuwirken. Mittelfristig stehen auch für die Regionaljournale Veränderungen an; diskutiert werden u.a. nach Senderäumen differenzierte Konzepte. Vor 1997 sind hier allerdings keine Veränderungen zu erwarten.

Sprachregionale Programme in der ganzen Schweiz: Bis Ende 1995 sollten die ersten Programme des Westschweizer und Tessiner Radios auch in der Deutschschweiz zu hören sein – und umgekehrt. Dies jedenfalls hatte der Bundesrat versprochen. Durch eine Fehlplanung der Telecom wird die Verbreitung des ersten Programms der italienischen Schweiz in grossen Teilen der Deutschschweiz vorerst jedoch nicht möglich sein, weil die Ausstrahlung vom Sender Säntis aus den Flugverkehr im Raum Zürich stören könnte. Überprüft wurde die neue Frequenz erst, nachdem die Telecom die neuen Frequenzen offiziell freigegeben hatte.

"Der Kultur ihren Platz sichern": Unter diesem Motto haben Kulturschaffende an einer von "Suisseculture" initiierten Tagung verschiedene medienpolitische Forderungen gestellt. Sie verlangten die Einsetzung von "Kulturbeiräten" für die SRG; die Zweckbindung von Konzessionsgebühren und eine Quotenregelung zur Förderung

Archiv

schweizerischen Kulturschaffens. Die Tagung endete mit der Einsetzung einer Arbeitsgruppe, die ein von der SRG zum Kulturauftrag geplantes Symposium vorbereiten soll.

Privatradio

uv. Rangliste Privatradios: Wie schon im vergangenen Jahr ist die Lokalradiolandschaft 1994/95 weitgehend stabil geblieben. Bei den *Tagesreichweiten* ergaben sich folgende Verschiebungen: Um ganze zehn Prozent zulegen konnten Radio Piz Corvatsch (auf 53 %) und RTN-2001 in Neuchâtel (auf 27 %), um acht Prozent steigerte sich Radio Jura Bernois (auf 29 %). Sechs Prozent mehr erreichten Radio Argovia (auf 46 %), Radio BeO (auf 46 %) und Radio Munot (auf 33 %). Einen Verlust von acht Prozent musste Radio Rottu hinnehmen (auf 54 %), sechs Prozent Verlust verzeichnen Radio Gonzen (auf 24 %) und Radio Radio Freiburg (auf 16 %). Um fünf Prozent sank die Tagesreichweite bei Radio 32 (auf 18 %), bei Radio Grischa (auf 39 %), bei Radio Chablais (auf 24 %) und Radio Fribourg (auf 18 %).

In *Zürich* hat Radio 24 mit einer Zunahme um zwei Prozent (auf 18 %) seinen Vorsprung auf Radio Z vergrössert, das seinerseits bei der Tagesreichweite drei Punkte verlor (auf 12 %). Bei der weniger aussagekräftigen Zahl der "allgemeinen Hörerschaft" hat Radio 24 gegenüber der Vorjahresperiode sogar 22 Prozent oder 100'000 Hörerinnen und Hörer auf rund 540'000 zugelegt. Aber auch Radio Z hat sein allgemeines Publikum um knapp neun Prozent auf rund 400'000 Hörerinnen und Hörer steigern können. Im Raum *Bern* hat sich der Abstand zwischen den beiden Sendern etwas verringert, indem Extra Bern drei Prozent Tagesreichweite verlor (auf 21 %) und Förderband umkehrt 3 Punkte gutmachte (auf 13 %).

Radio L: In Liechtenstein ging am 15. August 1995 das erste Privatradio auf Sendung. Damit erhalten die ostschweizerischen Privatradios Rheintal und Gonzen Konkurrenz. Radio L beschäftigt auch MitarbeiterInnen aus der Schweiz, Deutschland und Österreich. Bereits liegt auch ein Konzessionsgesuch für ein liechtensteinisches Fernsehen vor. Die Zunahme von eigenen Medienangeboten könnte dazu führen, dass Liechtenstein die 250'000 Franken, die jährlich für Nachrichten aus dem Fürstentum an die SRG gehen, nicht mehr zu zahlen gewillt ist.

Radio Edelweiss: Kein neuer Folklore-Sender, sondern der neue Name des ehemaligen Radio Raurach. Aber nicht nur der Name, sondern auch das Programm wurde neu konzipiert, um dem baselstädtischen Konkurrenzsender

Basilisk besser gewachsen zu sein. Die Verflechtung mit Radio Basilisk, das mit 100'000 Franken am Sender beteiligt war, wird finanziell und redaktionell aufgelöst.

Lokalradios konzessioniert: Der Bundesrat hat im September 1995 23 Radiostationen die definitive Konzession für die nächsten zehn Jahre erteilt. Mit der Konzessionierung von *World Radio Geneva (WRG)*, einem von der SRG und der englischen Nachrichtenagentur Reuters getragenen Programm in Französisch und Englisch, wurde die SRG zur Lokalradio-Mitveranstalterin. Neu konzessioniert wurden ausserdem in Locarno *Radio Ticino* und in Bern das Alternativradio *RaBe*. Keine Konzession bekam als einzige bisherige Veranstalterin La Voce del Bellinzonese und im Raum Basel das nichtkommerzielle Radio X. In Basel mit einem Einzugsgebiet von 420'000 Personen bleibt es also bei zwei Sendern. Anders in Bern, wo auf ein Einzugsgebiet von 350'000 Personen neu drei Radios kommen. In Basel hatten sich die regionalen Medien und mit ihnen die Basler Regierung gegen einen weiteren Sender eingesetzt. Der Entscheid des Bundesrates fiel entgegen dem Antrag des Bakom. Die Initianten von Radio X haben Beschwerde eingereicht.

Neuer News-Pool: Verschiedene Deutschschweizer Privatradiostationen haben sich Mitte letzten Jahres zur Gründung der RANA (Radionachrichten GmbH) zusammengesetzt. Die RANA dient der Beschaffung nationaler und internationaler Kurznachrichten und News-Bulletins für die beteiligten Privatsender und ist eine Reaktion auf die veränderte Privatradiopolitik der SRG. Diese hatte die Nachrichtenübernahme von DRS mit Auflagen verknüpft, die für die Lokalsender nicht mehr attraktiv waren. An der Gründung der RANA waren folgende Sender beteiligt: Lokalradio Thurgau, Radio Gonzen-Rheintal, Radio Schwyz, Radio Wil, Radio Munot, Radio Eulach und Radio ZÜRSEE. Die RANA wurde Radio ZÜRSEE angegliedert, dessen um eineinhalb Stellen erweitertes Tagesteam von sechs bis 23 Uhr stündlich Nachrichten an die Abnehmer liefert.

SRG-Fernsehen

sb. 1995 war für das *Schweizer Fernsehen DRS* ein Jahr der Konsolidierung. SF DRS erreichte zur Hauptsendezeit einen *Marktanteil* von 37 Prozent, ein Prozent weniger als im Vorjahr. Das Schweizer Fernsehen DRS suche nicht den maximalen, sondern den optimalen Markterfolg, kommentierte Peter Schellenberg, Direktor von SF DRS, diese Entwicklung. Darunter versteht er eine Markt-

orientierung, die den Leistungsauftrag an die SRG berücksichtigt.

Schweiz 4 legte 1995 von 3 auf 4 Prozent zu. Das Programm setzt sich zusammen aus Sportübertragungen, Programmlieferungen von SF DRS, Eigenleistungen von Schweiz 4 und Sendungen von Presse-TV (PTV). Die Verbesserung der Marktposition ist hauptsächlich auf die Verlegung von Sportsendungen auf diesen Kanal zurückzuführen. Seit Oktober ist Schweiz 4 zudem in fast allen Haushalten der Schweiz zu empfangen. Trotzdem weisen Programmierung und Positionierung Schwierigkeiten auf: Wegen den Sportübertragungen wird der gewohnte Programmablauf jährlich an rund 140 Tagen umgestellt, was die Übersichtlichkeit des Programms beeinträchtigt und eine Publikumsbindung erschwert.

Im Juli unterzeichnete die SRG ein *Kooperationsabkommen* mit dem europäischen Kulturkanal *Arte*. Der auf ein Jahr befristete Vertrag umfasst im wesentlichen die Bereitstellung von finanziellen Mitteln – im Minimum eine Million Franken – zur Realisierung gemeinsamer Projekte.

In der Finanzierung gewinnen *Sponsoring* und *Product-Placement* an Bedeutung. In nur drei Jahren verdoppelte SF DRS die Einnahmen aus diesen Quellen auf 10 Millionen Franken. 1995 wurden 39 Sendungen oder Sendereihen gesponsert, fünf mehr als im Vorjahr. Schwerpunkt beim Sponsoring bildet der Sport. Erstmals wurde 1995 in drei Sendungen *Product-Placement* praktiziert, so zum Beispiel in "Die Direktorin".

Die Boulevard-Zeitung *Blick* lancierte im Herbst eine Kampagne gegen das *Informationsmagazin 10 vor 10* und seine Leiterin Jana Caniga. Die Fernsehredaktion holte zu einem satirisch gemeinten Gegenschlag aus, worauf die Chefredaktion satirische Beiträge in Nachrichtensendungen verbot.

Privatfernsehen

sb. *Alphavision*: Im Mai 1995 erteilte der Bundesrat der Alphavision AG die Konzession für das Fenster zum Sonntag. Christen aus Freikirchen und der evangelischen Allianz, die sich in der Stiftung Christliches Fernsehen zusammengeschlossen haben, erhalten die Möglichkeit, in eigener redaktioneller Verantwortung Fernsehen zu machen. Das Pilotprojekt ist auf Ende 1997 befristet. Seit dem 17. September 1995 strahlt die Alphavision jeden Sonntag um 11.30 Uhr (Wiederholung am späten Sonntagabend) ihre Sendung auf Schweiz 4 aus (zum Konzessionsgesuch

der Alphavision und zur Stellungnahme der kirchlichen Mediendienste zum Paradigmenwechsel der publizistischen Behandlung von Religion im Fernsehen vgl. ZOOM K&M Nr. 3, Seite 85).

Presse TV (PTV): Im September erhielt PTV, gemeinsames Dach für Programme von Zeitungsverlagen auf Schweiz 4, die definitive Konzession. Zu den bisher beteiligten Verlegern stiess kurz darauf die Gruppe Basler Zeitung und übernahm einen Anteil von 20 Prozent an PTV.

Star-TV: Ende August ging der Service-Kinokanal Star TV auf Sendung. Das uncodierte Spartenprogramm bringt rund um die Uhr Promotion für aktuelle Kinofilme. Beteiligt sind zu 51 Prozent der Videoclip-Hersteller Paul Grau mit seiner Firma Reflection Film und zu 49 Prozent die Rediffusion. Star TV erreicht in der Schweiz rund 900'000 Kabelhaushalte und ist vor allem im Grossraum Zürich und weiten Teilen des Mittellandes zu empfangen. Leiter ist der Filmjournalist Peter Neumann. Das Programm besteht aus einem wöchentlich neu produzierten zweistündigen Programm, das ständig wiederholt wird.

TeleZüri und Züri 1: Die Konzessionsbehörde erlaubte im Oktober diesen beiden Sendern, das Verbreitungsgebiet auf das Knonaueramt und den oberen Zürichsee auszudehnen. Die beiden Zürcher Regionalfernsehstationen erreichen damit 150'000 potentielle Zuschauerinnen und Zuschauer mehr als bisher. Zudem erlangte TeleZüri eine inhaltliche Ausweitung der Konzession: Neben regionalen kann TeleZüri jetzt offiziell und legal auch andere Themen behandeln.

Züri 1 ging am 3. April 1995 auf Sendung. Trotz wiederholten Konzeptänderungen kam Züri 1 immer mehr in Schwierigkeiten. Als die Hauptaktionärin Rediffusion aus Züri 1 aussteigen wollte, waren die beiden anderen Aktionäre Medien Z und ZüriWoche nicht mehr bereit, das Defizit zu tragen. Deshalb wurde am 30. Januar 1996 das Programm unverzüglich eingestellt.

LTV: Das Luzerner Lokalfernsehen LTV, das seit Oktober 1994 sporadisch seine Sendungen zu Themen wie Fasnacht oder Wahlen unter dem Label LTV bei *TeleTell* gesendet hat, wird im April in den Zentralschweizer Fernsehkanal *TeleTell* integriert und zieht sein eigenes Konzessionsgesuch zurück. Im neuen Programm sollen Nachrichten aus der gesamten Zentralschweiz aufbereitet werden.

Archiv

Kabelnetze

um. In einer kommunalen Volksabstimmung am 26. November 1996 wurde entschieden, dass in der *Stadt Zürich* zukünftig der Gemeinderat (Stadtparlament), und nicht der Stadtrat (Stadtregierung) die Kompetenz zur *Konzessionierung von Kabelnetzen* hat. Damit ist ein jahrelanges medienpolitisches Seilziehen entschieden. In der Abstimmung fand das Argument des demokratischeren Verfahrens mehr Zustimmung als jenes der effizienteren Abwicklung bei Konzessionierungen.

Telekommunikation, Neue Medien

um. Die Telecom PTT und Microsoft haben laut einer Auskunft von Microsoft im August 1995 eine Zusammenarbeit beim Aufbau von *interaktivem Fernsehen* vereinbart. Der amerikanische Softwareriese hat für sein Projekt MITV (Microsoft Interactive Television) zahlreiche Netzbetreiber (so z.B. neben der schweizerischen auch die deutsche, französische und britische Telecom), Geräte- und Systemhersteller sowie Anbieter von interaktiven Inhalten als Partner gewonnen.

Der Berichtszeitraum dieser Archiv-Ausgabe war die Phase der bisher spektakulärsten Ausbreitung des *Internet*. Bei Abschluss der Chronik spricht man von weltweit schätzungsweise 40 Millionen Teilnehmern und von Zuwachsraten, die eine jährliche Verdoppelung erwarten lassen.

Dokumentation

Neuausrichtung der PTT

DIE RASCHE ENTWICKLUNG DER TELEKOMMUNIKATION HAT NEUE AKTIVITÄTEN UND INTERNATIONALE JOINT VENTURES GEBRACHT. DARIN SIND AUCH DIE SCHWEIZERISCHEN PTT EINBEZOGEN. NEBEN DEN VIELFÄLTIGEN OPERATIVEN NEUERUNGEN IST SEIT EINIGEN JAHREN AUCH DIE INSTITUTIONELLE SEITE DER PTT IN BEWEGUNG. DIE FOLGENDE CHRONOLOGIE NENNT WICHTIGE SCHRITTE.

Alfons Croci

1988 - 1990

Die Generaldirektion der PTT entwickelt in den jährlichen Strategieseminarien schrittweise die Vorarbeiten für eine zukunftsgerichtete Planung. Einer der Ausgangspunkte dieser Arbeiten ist die Entwicklung des Budgets und damit verbunden des Kostendeckungsgrades der einzelnen Bereiche. Ende 1990 wird der Auftrag zur Ausarbeitung einer Unternehmensstrategie für die neunziger Jahre erteilt.

JANUAR 1991

Der Verwaltungsrat legt die grundlegende Strategie und die Einheit der PTT als Grundsatz fest.

1991

Das Generaldirektorium löst das Projekt "Optimierung der Führungsstruktur" OFS aus. Die internen Führungsstrukturen sollen kunden- und marktorientierter sowie kostenbewusster gestaltet werden. Damit will die PTT-Führung erfolgreich auf die zunehmende Liberalisierung und Globalisierung reagieren können.

MAI 1992

Das neue Fernmeldegesetz tritt in Kraft.

1992

Im Projekt OFS erfolgt eine Voranalyse und die Erstellung eines Grobkonzepts.

1993/94

Die neuen Strukturen werden eingeführt. Die Departemente Post und Telecom erhalten neue Kompetenzen und Aufgaben, zum Beispiel eigene Finanzrechnungen und eigene Personalabteilungen. Die früher im Präsidialdepartement konzentrierten zentralen Funktionen werden stark abgebaut.

JANUAR 1993

Die PTT-Geschäftsleitung löst das Projekt "Totalrevision des Organisationsgesetzes der PTT" TOP aus.

Die Ziele sind:

- Die PTT sollen national und international ohne Benachteiligung wettbewerbs- und kooperationsfähig werden.
- Die unternehmenspolitische und finanzielle Autonomie der Gesamtunternehmung und der Teilbereiche sollen gestärkt werden. Externe Kapitalgeber sollen sich an PTT-Unternehmungen beteiligen können.
- Die flächendeckende Grundversorgung mit Post- und Telecomleistungen bleibt vordringlichste Aufgabe.

Eine interdepartementale Arbeitsgruppe erarbeitet unter dem Beizug von Experten Vorschläge zur Neuausrichtung der PTT auf der Basis von Artikel 36 BV. Post- und Fernmeldegesetz und einige von diesen abhängige Gesetzestexte sollen revidiert werden. Als Datum des Inkrafttretens ist der 1.1.1998 angestrebt.

Dokumentation

7. OKTOBER 1993

Die CVP-Fraktion reicht eine Motion ein. Priorität sollen ein neues PTT-Organisationsgesetz und die Anforderungen daran haben.

9. NOVEMBER 1993

Das Rechtsgutachten von Prof. Blaise Knapp von der rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Genf zu Artikel 36 BV wird veröffentlicht. Es kommt u.a. zu folgenden Schlüssen:

- Das geltende Verfassungsrecht lässt nicht zu, dass Führung und Organisation der PTT Privatpersonen überlassen werden. Der Bund muss also bei den PTT weiterhin eine aktive Rolle spielen.
- Der Ertrag der PTT fällt gemäss Bundesverfassung in die Bundeskasse. Es ist nicht anzunehmen, dass ein privates Unternehmen einverstanden wäre, den Reinertrag seiner Tätigkeiten an die Schweizerische Eidgenossenschaft abzugeben. Auch aus diesem Grund sind privat rechtliche Aktiengesellschaften ohne Beteiligung des Bundes oder nur mit dessen Minderheitsbeteiligung faktisch ausgeschlossen.
- Zwar entspricht die heutige Organisationsform – öffentlich-rechtliche Anstalt ohne Rechtspersönlichkeit – der Verfassung, doch fehlt ihr die für den gegenwärtigen Entwicklungsstand der PTT gewünschte Flexibilität.
- Solange die PTT an der Erfüllung ihrer gesetzlichen Aufgaben nicht gehindert werden, ist eine Organisationsform möglich, die Post- und Fernmeldewesen aufteilt.

23. MÄRZ 1994

Der PTT-Verwaltungsrat beschliesst, den definitiven Variantenentscheid diesen Sommer zu fällen. Im Vordergrund stehen Post und Telecom je als spezialgesetzliche Aktiengesellschaften, vereint unter einem Dach. Dann will man dem Bundesrat Antrag zur entsprechenden Revision des PTT-Organisationsgesetzes stellen. Im personellen Bereich wird die Revision des Beamtengesetzes angestrebt.

Diese Chronik schreibt die Bestandesaufnahme fort, die in der Rubrik *Dokumentation* von ZOOM K&M Nr. 4 im Oktober 1994 vom gleichen Autor erschienen ist.

1994

Die PTT gründen mit zwei andern Unternehmen die *Cablecom Holding AG*. Die Gesellschaft übernimmt sukzessive Kabelgeschäfte und Kabelnetze privater Betreiber in der Schweiz.

AUGUST 1994

Der PTT-Verwaltungsrat beschliesst einstimmig, dem EVED zuhanden des Bundesrates vorzuschlagen:

- Innerhalb einer PTT-Holding sollen zwei selbständige Unternehmen Post und Telecom geschaffen werden.
- PTT-Holding und Post sollen als öffentlichrechtliche Anstalt mit eigener Rechtspersönlichkeit geschaffen werden. Die Holding wahrt insbesondere die Interessen des Bundes und übernimmt Funktionen im Personal- und Finanzbereich. Die Hauptaufgabe der Post besteht in der flächendeckenden Grundversorgung.
- Die Telecom soll als spezialgesetzliche Aktiengesellschaft des öffentlichen Rechts ausgestaltet werden. Die Telecom wird damit allianzfähig und kann später allenfalls teilprivatisiert werden.

NOVEMBER 1994

Die PTT bildet mit allen wichtigen Anbietern die Gesellschaft *Swiss Online AG* und leitet damit die Privatisierung von Videotex in der Schweiz ein.

ENDE 1994

Eine Delegation des Bundesrates lässt sich von den PTT über Lösungsvorhaben gemäss TOP informieren.

30. JANUAR 1995

Der Bundesrat stimmt dem Lösungskonzept des PTT-Verwaltungsrates grundsätzlich zu.

Der Bundesrat beauftragt das EVED, die Totalrevision des Organisationsgesetzes PTT einzuleiten. Mitte 1995 soll der Entwurf vorliegen. Vorgesehen ist die Schaffung zweier selbständiger Unternehmungen Post und Telecom in einer gemeinsamen PTT-Holding.

3. MÄRZ 1995

Die PTT-Rechnung 1994 weist einen Gesamtaufwand von 13,623 Milliarden auf. Der Gewinn beträgt 303 Millionen Franken, 270 Millionen sollen an die Bundeskasse abgeliefert werden.

24. August 1995

Der Bundesrat äussert sich klar gegen eine Holding und befürwortet die Trennung der heutigen PTT in die Post und die Telecom PTT.

ENDE August 1995

Das Eidgenössische Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement EVED eröffnet im Auftrag des Bundesrates die Vernehmlassung zur Revision des Fernmeldegesetzes FMG vom 21. Juni 1991. Seither haben technische Neuerungen, die Globalisierung der Märkte sowie die weltweiten Liberalisierungs- und Privatisierungsbestrebungen zu neuen Marktstrukturen geführt. Die Revision ist hauptsächlich nötig, weil die Europäische Union für 1998 die vollständige Liberalisierung sämtlicher Fernmeldedienste und die Entmonopolisierung der Netze vorsieht. Das heute gültige FMG lässt keine Liberalisierung zu. Die internationale Wettbewerbsfähigkeit und die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes Schweiz sind gefährdet. Auf dem Spiel steht auch die längerfristige Sicherstellung und Finanzierung der Grundversorgung. Darum soll der schweizerische Fernmeldemarkt geöffnet und die PTT neu organisiert werden. Ein Konzessionsregime für Telekommunikationsdienste soll das bisherige Telefonie- und Netzmonopol der PTT ablösen. Die Grundversorgung wird überwacht und mittels Konzessionsgebühren durch alle Marktteilnehmer in der Telekommunikation finanziert. Für die Zusammenarbeit zwischen den Dienstleistungsanbietern, für die Frequenzverwaltung, für die Verwaltung von Adressressourcen, für die Netz- und Endgerätesicherheit und das Fernmeldegeheimnis sind Regeln nötig. Das BAKOM ist als Regulierungsbehörde vorgesehen. Seine Entscheide können an eine unabhängige Rekurskommission weitergezogen werden.

18. SEPTEMBER 1995

Das Eidgenössische Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement EVED eröffnet im Auftrag des Bundesrates die Vernehmlassung zur Totalrevision des Postverkehrsgesetzes vom 2. Oktober 1924. Das neue Gesetz soll auch in Zukunft die zuverlässige preisgünstige Versorgung von Bevölkerung und Wirtschaft mit Post- und Zahlungs-

verkehrsdienstleistungen in allen Landesteilen aufrecht erhalten.

Die Finanzierung der flächendeckenden Grundversorgung soll sichergestellt werden. Die Post soll vermehrt unternehmerischen Freiraum erhalten, um rasch auf Veränderungen im nationalen und internationalen Postmarkt zu reagieren.

Gleichzeitig eröffnet das EVED die Vernehmlassung zur Totalrevision des PTT-Organisationsgesetzes vom 6. Oktober 1960. Die künftig getrennten Unternehmungen Post und Telecom sollen mit einem neu definierten grösseren unternehmerischen Spielraum im veränderten dynamischen Markt flexibel und rasch agieren können. Den Hintergrund bilden die Totalrevision des erwähnten Postverkehrsgesetzes und des Fernmeldegesetzes. Beide Erlasse bauen die Monopolbereiche ab bzw. sie heben sie vollständig auf.

15. DEZEMBER 1995

Die Frist für die Vernehmlassung zum Revisionsvorschlag des FMG läuft ab.

31. DEZEMBER 1995

Die Frist für die Vernehmlassung der Revisionsvorschläge für das Postgesetz und das Bundesgesetz über die Organisation der Post- und Telekommunikationsunternehmungen läuft ab.

1996/1997

Der Bundesrat leitet die Botschaften zu den Gesetzesrevisionen an das Parlament, welches die Vorhaben in den vorberatenden Kommissionen und im Plenum berät und verabschiedet. In dieser Zeit wird eine intensivere öffentliche Auseinandersetzung um die Zukunft der Post- und Telekommunikationsleistungen und der dafür notwendigen Organisationen stattfinden. Möglicherweise wird durch ein Referendum eine Volksabstimmung nötig.

1. JANUAR 1998

Die neuen Regelungen für Post und Telecom treten in Kraft.