Obelisken in der Medienstadt der Zukunft

Autor(en): **Loretan, Matthias**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Zoom : Zeitschrift für Film**

Band (Jahr): **36 (1984)**

Heft 20

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-932464

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

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

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Kritik am Programm von Radio Basilisk ist gewiss berechtigt. Aber solange sich die Kritiker nicht Gedanken über Alternativen und deren Durchsetzungsmöglichkeiten machen, besteht die Gefahr, dass diese kleine Gruppe von Promotoren der Medienstadt Basel mit der Zeit alleine die Massstäbe setzt, an welchen ein Programm wie jenes von Radio Basilisk sowie das Aussehen der neuen Medien überhaupt gemessen werden. Für eine Diskussion ist es dann zu spät.

Thomas Göttin

Obelisken in der Medienstadt der Zukunft

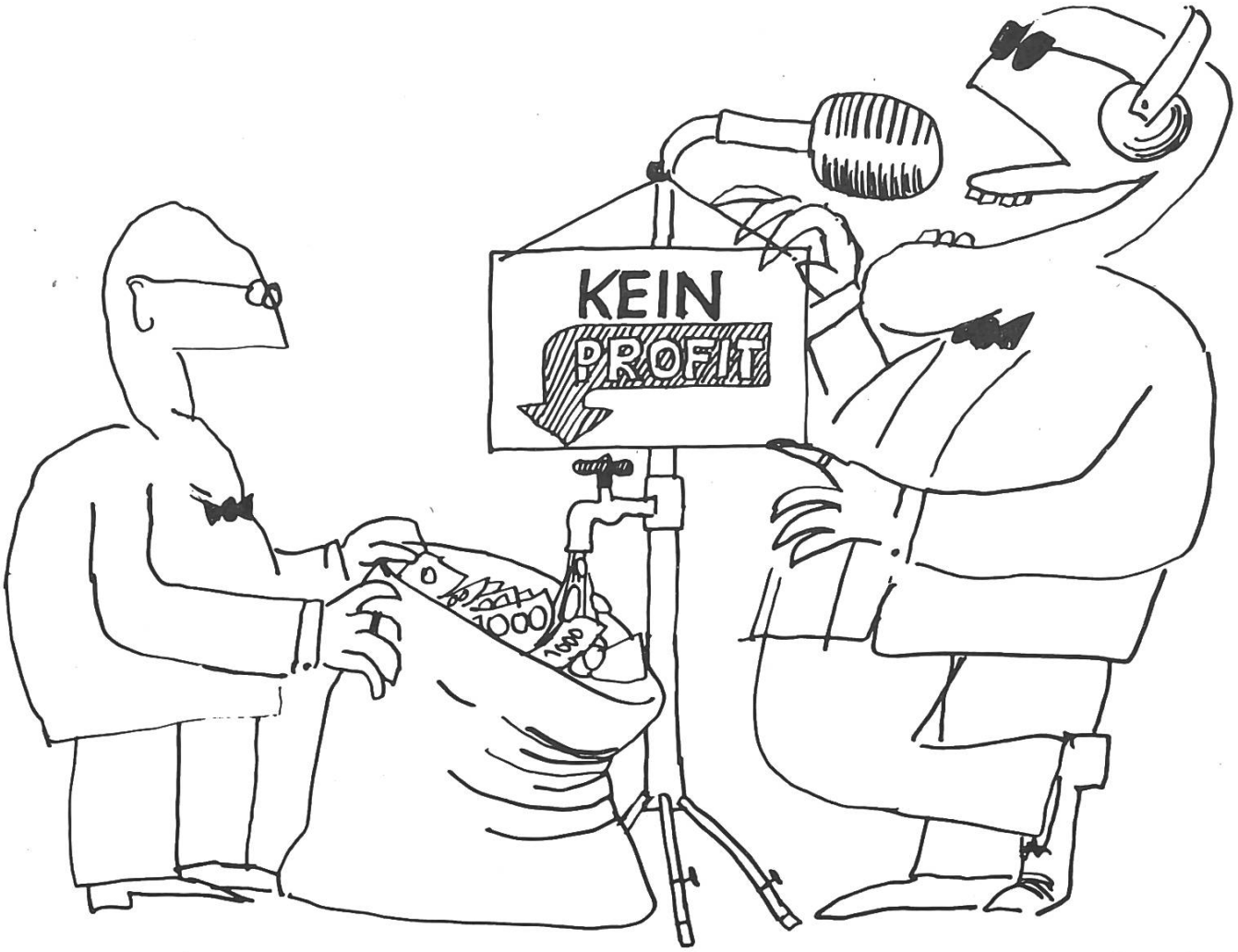
Basel ist den Neuen Medien gut gesonnen. Teils wechselseitig verhängt, teils in gegenseitiger Konkurrenz tritt immer wieder dasselbe *Förderer-Kartell* auf: Radio Basilisk, die Basler Zeitung, die Schweizer Mustermesse, die Basler Handelskammer sowie die Agentur für Neue Medien, Alphaville AG, mit Markus Kutter und Guido Wemans. Neben publizistischen und privaten geschäftlichen Interessen spielen bei den Zukunftsplänen der Basler auch wirtschaftspolitische Überlegungen mit. Die Ansiedlung der zukunftsträchtigen Medien- und Datenbranche soll den platzarmen Stadtstaat aus der Abhängigkeit von der Chemie-Industrie lösen.

Noch ist Basel eine Kabelprovinz. Die topografische Lage erlaubt es den Bewohnern, neun Fernsehprogramme mit einer gewöhnlichen Dachantenne einwandfrei zu empfangen. Doch ist das für eine künftige Medienstadt nicht genug, und so wird fleissig antichambriert, wer das grosse *Kabelgeschäft* (100 bis 200 Millionen Franken) machen wird. Neben drei privaten Firmen(gruppen) hat mittlerweile auch die PTT ihr Interesse angemeldet. Mit der Erneuerung des Telefonnetzes könnte sie mit leistungsfähigen Kabeln (Breitband und Glasfaser) auch die Programme von Radio und Fernsehen transportieren. Mit dieser technologischen Entwicklung ist die PTT langfristig in der Lage, die Signale sowohl von Telefon, Radio und Fernsehen sowie der Computerkommunikation über dasselbe Netz zu übertragen. Die privatwirtschaftlichen Kabelnetze zur Verbreitung von Radio und Fernsehen würden damit überflüssig. Auf diesem Gebiete sind in naher Zukunft Entscheidungen von ausserordentlicher auch medienpolitischer Tragweite zu fällen. Dem Verdrahtungsgeschäft von Basel kommt deshalb eine exemplarische Bedeutung zu.

Aber nicht nur unter dem Boden hat Basel einiges mit den Medien vor. Der Förderverein *Satelliten-Rundfunk* (Sekretär G. Wemans, zusammen mit Manuel Isler von der Basler Zeitung Redaktor des Magazins für Bildschirmtext «vt» sowie gelegentlich Moderator bei Radio Basilisk) bemüht(e) sich mit Krediten und einflussreichem Wohlwollen, dass der Standort für die Programmproduktion des Schweizer Direktsatellitenprojektes Tel-Sat (mit Basler Zeitung-Verlagsleiter Fritz Latscha als Verwaltungsrat) in die Region Basel verlegt wird.

Schon mehr auf dem Boden der Realität bewegen sich die Vorschläge um ein Basler *Regionalfernsehen,* mit dem allenfalls auch SRG-Direktor Leo Schürmann zu kooperieren bereit wäre (Werbefinanzierte vierte SRG-Kette mit Regionalfenstern). Hinter dem Projekt stehen diesmal wieder alle wichtigen Medienpromotoren: Handelskammer, Mustermesse, Basler Zeitung, Basilisk. Offen bleibt dabei die Frage, ob das private Regionalfernsehen nur die realistischere Abschussrampe für die hochfliegenden Satellitenpläne ist (vgl. Parallelen zu Ludwigshafen).

Sehr gastfreundlich beherbergte die Mustermesse die ersten beiden Schweizer *Videotex-Kongresse;* die Regierungsvertreter wurden nicht müde, Basels Aufgeschlossenheit den Neuen Medien gegenüber zu betonen. Mit Unterstützung von Gewerbe- und Wirtschaftsunternehmen konzipierte Markus Kutter – wohl die treibende Kraft für die Videotex-Jubelkongresse und ebenfalls ab und zu in journalistischen Funktionen bei Radio Basilisk tätig, auch schon bei Themen in eigener Sache – ein Stadtinformations-System auf Videotexbasis. Nicht aus blosser Begeisterung, sondern aus Angst



Die Rundfunk.Versuchs-Ordnung (RVO) schreibt vor, der Veranstalter dürfe mit seinem Sender keine Gewinnabsichten verfolgen. Um diese Bestimmung zu umgehen, haben die meisten Sender einen einfachen Trick erfunden: Sie haben zwei Firmen gegründet: Die erste ist Inhaberin der Sendekonzession und arbeitet ohne Gewinn, während eine zweite Firma im Auftrag der ersten die Werbespots acquiriert und mit einer dikken Provision Gewinne erzielt. Wie lange wird der Bundesrat dem zusehen?

vor Inserentenverlusten macht die Basler Zeitung beim Videotex mit. Im Rahmen der Telepress hat sie sich mit drei anderen grossen Presseverlagen (St. Galler-Tagblatt, Tages-Anzeiger, 24Heures) und der Publicitas, der grössten Annoncenagentur der Schweiz, zusammengeschlossen. Der Verlag ist zudem Herausgeber der PR-Postille «vt».

All die Interessenten in ihren Startlöchern: Basel scheint ein Medienparadies zu werden. Doch wie sieht heute die Wirklichkeit aus? Bei der *Presse* spricht die Medien-Gesamtkonzeption (1982) von einem *faktischen Monopol.* Seit der Fusion der linksliberalen *National-Zeitung* mit den bürgerlich-liberalen *Basler Nachrichten* im Frühjahr 1977 versucht die *Basler Zeitung* mit einer stagnierenden Auflage von ungefähr 112 000 es allen recht zu machen. Jürg Bürgi, der 1981 während drei Wochen mit einer Inhaltsanalyse den Lokalteil untersuchte (in: M. Haller u. a., Eine deformierte Gesellschaft, Die Schweizer und ihre Massenmedien), stellt fest, dass die lokale Berichterstattung des Blattes in extremer Weise einem Termin- und Protokolljournalismus huldige. Die Redaktion lasse sich ihr Pensum fast ganz von den Behörden und intermediären Gruppen wie Parteien und Verbände vorschreiben. Eigenleistungen (20 Prozent) kämen am ehesten noch im Feature-Bereich vor.

Diese Beobachtungen mögen der Tendenz nach auf die meisten Lokalteile der deutschsprachigen Presse zutreffen. Für Jürg Bürgi ist aber die Trägheit und das Informationsbeamtentum in diesem Fall besonders ausgeprägt und bedingt durch

die fehlende Konkurrenz. Als faktisches Monopolblatt kann die Basler Zeitung ihren Inserenten eine fast lückenlose Abdeckung der Agglomeration bieten, was den serbelnden Parteiblättern schlecht bekommt. Das Fusionsprodukt (seit 1983) *Nordschweiz/Basler Volksblatt* (Auflage: 14200) ist ein Kopfblatt des *Vaterlandes.* Wie die *Basler AZ* (Auflage: 4300) durch die Sozialdemokratische Partei, so wird die Nordschweiz durch die katholische Kirche unterstützt. Mit ihren beschränkten personellen und technischen Mitteln bieten beide Organe jedoch, was die publizistischen Leistungen betrifft, für die meisten Leser keine Alternative zu der grossen Forumszeitung. Sie kommen allenfalls als Zweitzeitungen in Frage. Ohne einen substantiellen Beitrag an das publizistische Angebot zu leisten, beackern zudem zwei *Gratisanzeiger,* Baslerstab und Doppelstab, das Werbefeld.

Im Herbst 1982 wurden elf *Lokalradio-Gesuche* für die Stadt Basel beim Eidg. Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement (EVED) eingereicht. Neben einem Kinderradio, einer evangelikalen Station (Radio 12), einem werbefreien Sender, der ähnlich Radio Lora vor allem von engagierten Amateuren hätte gemacht werden sollen (Radio Dreyeckland) bewarben sich unter anderen auch die meisten Zeitungsverleger (ohne Basler AZ) zusammen mit der Radio- und Fernsehgenossenschaft Basel um eine Konzession (Radio Rhywälle). Doch da nach dem geheimnisvollen Schicksal der Versuchsanordnung werbefreie Alternativler bereits in Zürich wirken durften und Zeitungsverleger – trotz der schönen Absichtserklärung der Verordnung für lokale Rundfunk-Versuche (RVO), publizistische Vormachtsstellungen zu verhindern – schon in Schaffhausen, Lausanne, im Thurgau und im Wallis, aber auch am Zürichsee, in St. Gallen, Chur und Wil zum Zuge kamen, fiel in Basel der Entscheid auf *Radio Basilisk,* dessen Gallionsfigur, Christian Heeb, bei Roger Schawinskis «Radio 24» auf den Geschmack gekommen war. Im Gegensatz zum popigen, ehemaligen Zürcher Piratensender moderierte Heeb das aufmüpfige jugendliche Image des Programmes und reichte

... zusammen flicken *wir* an unserem Basel.

ein Gesuch ein, das ein «besonders ausgeprägtes publizistisches Versorgungsdefizit» für die Region diagnostizierte und sich als vernünftiger Ausweg zu empfehlen verstand. Durch die alleinige Bewilligung von Radio Basilisk schuf der Bundesrat im Lokalradiobereich, was die Basler Zeitung bei den Printmedien bereits war: ein Monopol.

Der publizistische Wettbewerb zwischen den Monopolisten nahm bisher kaum dramatische Formen an. Wenn immer möglich übte sich die Redaktion der Basler Zeitung in vornehmer Zurückhaltung. Nur anfangs Jahr kam es zu einer Querele, als Verlagsleiter Fritz Latscha das zuständige Departement (EVED) aufforderte, die Einhaltung der RVO-Bestimmungen durch Radio Basilisk bezüglich Senderadius, Sponsoring und Kennzeichnung von Werbung genauer zu kontrollieren. Seither weben beide wieder vernehmlich am Bildteppich von «unserem Basel» und tragen mit den anderen Obelisken das Projekt vom gemeinsamen Regionalfernsehen.

Matthias Loretan