Das Beste aus zwei Welten

Autor(en): **Pfister, Gerhard**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **96 (2016)**

Heft 1039

PDF erstellt am: **28.04.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-736364

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

2 Das Beste aus zwei Welten

Die SRG versteht es, das Beste aus zwei Welten zu vereinen: Sie gibt sich unternehmerisch, schluckt aber jedes Jahr 1,2 Milliarden Franken Gebührengelder. Aufkommende Kritik lächelt sie weg. Die Chancen sind gross, dass das auch weiterhin so bleibt.

von Gerhard Pfister

Es war eine dieser Veranstaltungen, an denen es um Medienpolitik, die SRG und die privaten Verleger ging. Der Gesprächsleiter stellte mich vor als Person, die sich vom SRG-Freund zum SRG-Kritiker gewandelt habe. Ich habe das seinerzeit nicht gleich dementiert, ich will aber diese Zeilen dazu nutzen, sie richtigzustellen, das heisst: weder ganz zu dementieren noch völlig zu bestätigen.

Ich war und bin weder Freund noch Gegner dieser Institution. Beides käme mir eher lächerlich vor, schliesslich kann man zu Staatsbetrieben wie SRG, SBB oder Post ja keine «Freundschaft» oder «Feindschaft» aufbauen. Sie sind einfach bundesnahe Betriebe, die man für ihre Arbeit kritisieren oder loben kann. Als Bundesparlamentarier ist man aber auch teilweise verantwortlich für diese Institutionen – eine Dimension, die über den Bezug des Schweizer Konsumenten, des Steuer- oder Gebührenzahlers, hinausgeht, ja hinausgehen muss: Als Staatsbürger interessiert mich die Dienstleistung, die Qualität, aber als Politiker interessieren mich auch der Auftrag dieser Betriebe, dessen Ausführung und das Management. Die Politik kann und darf sich nicht zu sehr mit Fragen der «Qualität» von Inhalten auseinandersetzen, da die Umschreibung der Qualität subjektiv-normativ ist. Man hat sich stattdessen auf Angebotsaufträge, Dienstleistungsziele und die Finanzierung zu fokussieren. Kritisch sollen aber beide, der Politiker wie der Kunde, sein.

Die folgende Beschreibung meiner Wahrnehmung der SRG ist denn auch eher persönlich, die eines Konsumenten, weniger die des Präsidenten der Partei, der eine traditionelle Nähe zur SRG nachgesagt werden kann[1]. Und um es gleich vorwegzunehmen: persönlich finde ich, die SRG macht derzeit nicht unbedingt eine gute Figur. Warum?

Die «Zwei Welten»-Rhetorik

Die SRG hat in den letzten Jahren eine Untugend übernommen, wie sie in einigen Staatsbetrieben festzustellen ist: Man gibt sich unternehmerisch im Jargon, bei den Honoraren der Kader und beim Leistungsausbau auf Kosten privater Medien- und Verlagsunternehmen. Hier ziehen die privatwirtschaftlichen Argumente: Die Löhne für die Chefetage müssen so hoch sein, damit man «die Besten auf dem Markt» gewinnen kann. Abgesehen davon, dass dieses Argument auch in der privaten Wirtschaft nicht stimmt, muss angemerkt werden, dass dort zumindest der Eigentümer über die Saläre entscheidet. Weiter argumentiert die SRG: Der Ausbau der Werbemöglichkeiten, die Ausdehnung im Internet (mit eigenen journalistischen Formaten und entsprechendem Personal), die Werbeallianz mit Ringier und Swisscom: das alles sei nötig, weil man in einem «hart umkämpften Markt» sich behaupten müsse, weil die «ausländische Konkurrenz» (allen voran: «Google und Facebook») den Werbemarkt dominiere. Wenn es ums eigene Portemonnaie geht, dann erlauben sich auch die Feingeister bei der SRG den Jargon von Ausländerfeindlichkeit und Marktlogik, sogar von Patriotismus: kein Werbegeld den Amerikanern! Intern wurde demgegenüber ehrlicherweise «Swissness» auch schon als Teufelszeug bezeichnet. Auf der andern Seite, und wenn es darum geht, private Verleger nicht an den Rand zu drängen, sondern Wettbewerb, echten, zuzulassen, argumentiert man mit bewährt-marktphobischem Etatismus, um sich gegen Kritik zu immunisieren: «nationale Kohäsion», «Minderheitenschutz», «Ausgewogenheit», «Niveau» usw.

Diese Verbindung des Jargons der besten beiden möglichen Welten erlaubt der SRG, sich effektiv so zu verhalten, wie es gerade passt, das heisst: wie man die eigene Pfründe am besten erhält, ohne sich echtem Wettbewerb oder echter staatlicher Führung stellen zu müssen. Diese Masche funktioniert in der Öffentlichkeit tadellos, sie macht die kritische Auseinandersetzung mit der SRG so unerfreulich wie folgenlos. Längst führen die Staatsbetriebe damit ein Eigenleben, das weder von der Politik noch vom Markt gesteuert wird.

Dass es auch anders ginge, zeigen die britische BBC und die beiden deutschen Rundfunkanstalten ARD und ZDF. Ihnen ist gemeinsam, dass sie sich nach wie vor eher als Dienstleister sehen und weniger die Tendenz der Selbstüberhöhung pflegen, wie sie

Gerhard Pfister
ist promovierter Germanist und Nationalrat (CVP/ZG).
Seit April 2016 ist er Parteipräsident der CVP.
Er wohnt in Oberägeri.

im Hause SRG seit Jahren zunimmt. Was meine ich damit? Die Tendenz seitens ihrer Vertreter, nicht mehr den transportierten Inhalt ins rechte Licht zu rücken, sondern das transportierende Medium selbst: In der Schweiz werden Moderatoren deshalb zu Gestalten des öffentlichen Lebens, als Sprachrohr und Botschafter des eigenen Arbeitgebers. Warum müssen etwa die Wettervorhersagen zu mehrminütigen Entertainmenteinlagen auf dem Dach des Fernsehgebäudes ausgebaut werden? Warum kommt die ARD seit Jahrzehnten mit ein paar Sekunden und einer Landeskarte nach der «Tagesschau» aus, um den gleichen Informationsgehalt zu transportieren?

Als zwangsgebührenzahlender Konsument möchte ich gut recherchierte Informationen – und keine Show. Oder einfacher: das Wetter ist relevant, nicht die Wetterfee. Man mag nun einwenden, das sei Geschmackssache. Stimmt! Aber das Bezahlen dieses Angebots ist es eben nicht. Noch ärgerlicher wird dieser Umstand, weil man keine Alternativen hat. Und zu allem Überfluss werde ich auch den Verdacht nicht los, dass die SRG die täglichen Showeinlagen zunehmend zur Popularitätssteigerung ihrer Eigeninteressen nutzt. Die SRG wird damit immer mehr zu einer Institution, die nicht nur berichtet und unterhält, sondern auch politisch agiert, meinungsbildend statt meinungswiedergebend, und dabei stets insinuierend, auf der Seite der «Guten» zu stehen.

Das Medium wird zur Botschaft

Damit ist man weit entfernt von einer «vierten Gewalt» im Staat. Denn wirklich unabhängiger Journalismus müsste, wie die anderen drei Gewalten, auch haftbar sein. Krasse Fehlleistungen, mangelnde Relevanz, abnehmende Kundenzahlen oder unternehmerisches Versagen führen bei den Privaten zu echten Marktreaktionen, die das Unternehmen in letzter Konsequenz auch in der Existenz gefährden können. Die SRG versteht es hingegen auch hier, das Beste der beiden Welten zu vereinen: journalistische Kritik zu üben, gleichzeitig aber sich mit dem Service-public-Auftrag verfassungsmässig gegen Kritik selbst abzusichern, was Institution und Inhalt angeht. Kritik an der SRG wird von SRG-Exponenten weggelächelt, Fehlleistungen haben keinerlei Konsequenzen, schon gar keine wirtschaftlichen. Stattdessen inszeniert man Kritik: «Hallo SRF», ein Sendegefäss neueren Datums, lässt SRG-Obere mit ausgewählten «Kunden» bei harmlosen und banalen Frage-Antwort-Übungen plaudern. Einem «Rundschau»-Journalisten würde man, käme er so seinem journalistischen Auftrag nach, die Versetzung zu «Glanz und Gloria» nahelegen.

Nicht anders die «Arena». Hier wurde SRG-Generaldirektor de Weck gefragt, wer sein «oberster Chef» sei. Die Antwort: «der Verwaltungsratspräsident». Worauf der Moderator immerhin bemerkt: «Ich hätte fast gehofft, dass Sie gesagt hätten, das Publikum.» Darauf der Generaldirektor: «Zum Glück nicht, denn man muss in einem Programm auch vieles bringen, was nicht von vornherein Publikumsgeschmack ist.»[2] So einfach ist das also. Der de Weck unterstellte SRF-Direktor Matter hingegen behauptet auf der firmeneigenen Website: «Wir verstehen unser Publikum als Auftraggeber, daher ist der Austausch auf Augenhöhe für uns wichtig.» Sie haben es schon bemerkt: Auch hier wieder der Jargon beider Welten. De Weck vertritt die «alte Schule» des Staatsrundfunks als moralische Erziehungsanstalt, Matter übernimmt die Rede von der Kundenorientierung, die in jedem Marketingseminar der Stoff der ersten fünf Minuten ist. Beiden gemeinsam ist, dass sie nur an einem interessiert sind: am Status quo, institutionell wie finanziell, an Marktdominanz, an Werbeeinnahmen – notabene alles ohne echte Wettbewerber.

In diese Richtung weist auch die geplante enge Kooperation zwischen dem Staatsrundfunk und einem grossen privaten Medienhaus. Welche Konsequenzen wird das für die redaktionelle Unabhängigkeit haben, wo ja bereits jetzt die gegenseitige Mehrfachbewirtschaftung von Stories, Sendungen, Promis usw. ausgezeichnet funktioniert? Wird Ringier wirklich noch in der Lage sein, die SRG kritisch zu beleuchten? Wird die SRG wirklich gewillt sein, eine Story aus dem Hause Ringier kritisch zu hinterfragen? Und werden beide Unternehmen in der Berichterstattung ihrer Wirtschaftsressorts das Management der Swisscom schonen müssen? Wenn die SRG-Journalisten auch nur einigermassen ihre selbstdeklarierte Unabhängigkeit bewahren wollen, sollte das – und noch viel mehr – möglich sein. Ich habe aber meine Zweifel. Bisher ist die SRG nur selten dadurch aufgefallen, dass sie journalistische Unabhängigkeit konsequent vor die Wünsche der Werbewirtschaft oder ihrer Sponsoren stellte.

Deshalb wage ich abschliessend die Prognose: die Uneinigkeit der privaten Verleger, deren Unfähigkeit, ihre gemeinsamen Interessen auch gemeinsam zu vertreten, die «Zwei Welten»-Rhetorik der SRG sowie die gemeinsame Werbeallianz zwischen Swisscom, SRG und Ringier werden dafür sorgen, dass sich medienpolitisch in diesem Lande so schnell nichts ändert. Die wirklichen Kräfte, die die Medienlandschaft langfristig auch in der Schweiz zum Besseren ändern werden, sind der Markt und die Technologie. Sie werden den Staatsrundfunk SRG in ein paar Jahrzehnten vielleicht überflüssig machen – was mir ein SRG-Vertreter letzthin sogar in einem persönlichen Gespräch selbst offenbarte. Bis dahin bleiben den Menschen in der Schweiz der Zwang, Gebühren für etwas zu entrichten, das sie so nicht wollen und auch nicht bestellt haben, und die Freiheit, die einem nicht einmal die SRG nehmen kann: gar nicht erst hinzusehen oder -hören. ‹

[1] Dazu nur so viel: wenn dem so ist, dann hat von dieser angeblichen Nähe die Partei nie profitiert, höchstens deren Exponenten, denen man die Mandate zuteilte – und sicher die SRG selbst, der die CVP aber ebenso egal ist wie die anderen Parteien, die ihr weiterhin trotzdem grosszügig die zwangsgebührenfinanzierte Existenzgrundlage sichern. Die SRG profitiert von der CVP, ohne ihr das zu danken, die CVP hat von dieser Unterstützung der SRG nichts.
[2] «Arena» auf SRF 1, 18.12.2015, zit. nach Robert Ruoff: Die vergiftete Debatte. http://medienkritik-schweiz.ch (24.12.15).