

Zeitschrift: Annuaire suisse de science politique = Schweizerisches Jahrbuch für Politische Wissenschaft
Herausgeber: Schweizerische Vereinigung für Politische Wissenschaft
Band: 25 (1985)

Artikel: Städtische Kommunikationssysteme
Autor: Gollmer, Martin
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-172458>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 17.01.2026

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

STÄDTISCHE KOMMUNIKATIONSSYSTEME

von Martin Gollmer

Die öffentliche Kommunikation in Städten vollzieht sich im Rahmen weitgehend verfestigter Rollen: Regierung, Verwaltung, intermediäre Organisationen und Wirtschaftsunternehmen, die wichtigen und typischen Kommunikatoren in städtischen Kommunikationssystemen, bedienen sich zur Information der Bürger sowie zu ihrer eigenen Information vorwiegend der traditionellen lokalen Massenmedien, bis anhin insbesondere der tagesaktuellen Presse. Gleichzeitig stellen diese Institutionen die wichtigsten Informationslieferanten der Massenmedien dar; eigene Informationsquellen haben und benützen Presse, Radio und Fernsehen kaum. Für den einzelnen Bürger bleibt unter diesen Umständen – staatspolitisch nicht unbedenklich – nur noch die Rolle des Rezipienten oder Verweigerers übrig. Sogenannte sublokale Medien haben vorläufig noch eine geringe Bedeutung, da sie erst eine beschränkte Öffentlichkeit erreichen. Neben dieser öffentlichen Kommunikation gibt es in den Städten aber auch noch eine nicht-öffentliche, die den Inhalt vorwiegend persönlicher Gespräche bildet, und deren Bedeutung nicht unterschätzt werden sollte. Vermutet wird, dass diese direkte Kommunikation durch das Aufkommen neuer interaktiver, computerisierter Medien in Städten aber an Wichtigkeit verliert. Weitgehend unklar ist der Platz, der Kommunikationsstätten wie Kinos, Theatern, usw. im Rahmen der städtischen Kommunikation zukommt. Angesichts von Forschungsdefiziten zu vielen der genannten Punkte kann es sich hier aber nur um eine vorläufige Darstellung von städtischen Kommunikationssystemen handeln.

La communication publique dans les villes se déroule dans le cadre de rôles largement fixes: gouvernement, administration, organisations intermédiaires et entreprises économiques, les communicateurs importants et typiques dans les systèmes de communication urbains, utilisent pour informer les citoyens, ainsi que pour leur propre information, surtout les mass media locaux traditionnels, jusqu'à présent en particulier la presse journalistique actuelle. Ces institutions représentent en même temps les plus importants fournisseurs d'informations des mass media; la presse, la radio et la télévision n'ont et n'utilisent qu'à peine de propres sources d'informations. Dans ces conditions, le citoyen n'a plus qu'à jouer le rôle du récepteur ou de l'absentéiste, un fait qui est préoccupant du point de vue de la politique d'état. Les media appelés sous-locaux ne sont pas encore de grande importance, car ils n'atteignent jusqu'à présent qu'un public restreint. Outre cette communication publique il existe dans les villes également une communication non publique, qui constitue plutôt le contenu de conversations personnelles et dont l'importance ne devrait pas être sous-estimée. Cependant cette communication directe est supposée de perdre de son importance dans les villes avec la naissance de nouveaux media interactifs et mis sur ordinateur. Il n'est pas encore très clair quelle place convient aux lieux de communications tels que les cinémas, les théâtres, etc. dans le cadre d'une communication urbaine. Etant donné que les recherches sur plusieurs des points cités sont assez incomplètes, il ne peut s'agir ici que d'une présentation provisoire des systèmes de communication des villes.

I. Elemente und Funktionen von städtischen Kommunikationssystemen

1. Elemente von Kommunikationssystemen

Gleich von welchem Modell von Kommunikation man ausgeht, immer werden dabei über einen Kanal irgendwelche Zeichen zwischen einem Sender und einem Empfänger ausgetauscht.¹ Allerdings haben Sender und Empfänger oder – in publizistikwissenschaftlicher Terminologie – Kommunikator und Rezipient nicht immer einen direkten Kanal zueinander, zumeist aus Gründen der räumlichen und zeitlichen Separation der beiden Kommunikationspartner. Für den Transport der Zeichen – hier der Aussagen² – schalten sie dann ein technisches Hilfsmittel, ein Medium in den Kanal ein. Kommunikator, Rezipient und Medium stellen also wichtige Elemente eines Kommunikationssystems dar.

Natürlich verläuft die Kommunikation in Realität nicht nur in einer Richtung, wie das nun scheinen mag. Es ist beispielsweise durchaus möglich, dass der Rezipient im vorliegenden Modell etwa als Reaktion auf eine erfolgte Kommunikation dem ursprünglichen Kommunikator etwas mitteilt, so dass dieser nun seinerseits zum Rezipienten wird. Wenn dieser Aspekt hier etwas vernachlässigt wird, so darum, weil sich wenigstens im Bereich der öffentlichen, d. h. potentiell jedermann zugänglichen Kommunikation typische Kommunikatoren und typische Rezipienten unterscheiden lassen. Wer diese sind und über welche Kanäle sie in Städten miteinander kommunizieren, das soll im folgenden anhand der neueren publizistikwissenschaftlichen Literatur, vor allem aus der Lokalkommunikationsforschung, übersichtsartig dargestellt werden.

Zunächst sollen aber noch die Umwelt, in der Kommunikation hier betrachtet wird, also die Stadt, sowie die Funktionen, die der Kommunikation in einer solchen Umwelt zukommen, näher bestimmt werden.

2. Städte als Umwelt von Kommunikationssystemen

a) Zum Begriff der Stadt

Gemäss dem Statistischen Jahrbuch der Schweiz gelten «Gemeinden mit 10 000 Einwohnern und mehr» als Städte.³ Diese Bedingung erfüllten 1983

1 Einen Überblick über die in der Kommunikationswissenschaft gängigen Kommunikationsmodelle geben Denis McQuail / Sven Windahl, *Communication Models for the Study of Mass Communication*, London/New York 1981. Zum Begriff der Kommunikation vgl. auch Klaus Merten, *Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozessanalyse*, Opladen 1977.

2 Nichtsprachliche Kommunikationsformen wie Verkehrssignale usw. werden somit nicht in die weitere Analyse miteinbezogen. Vgl. dazu auch Martin Schwonke, «Kommunikation in städtischen Gemeinden», in: Wolfgang Pehnt (Hrsg.), *Die Stadt in der Bundesrepublik Deutschland. Lebensbedingungen, Aufgaben, Planung*, Stuttgart 1974, S. 45 f.

86 Schweizer Gemeinden, darunter so unterschiedliche wie Zürich und Zollikon, Basel und Münchenstein, Genf und Carouge, Bern und Worb oder Lausanne und Pully.⁴ Was unterscheidet diese Städte voneinander? Zunächst natürlich die Einwohnerzahl: die jeweils erstgenannten Städte haben alle mehr als 100 000 Einwohner, die entsprechenden zweitgenannten dagegen alle weniger als 15 000. Dazu kommt, dass die jeweils erstgenannten Gemeinden Kernstädte von Agglomerationen sind, die entsprechenden zweitgenannten dagegen zum jeweiligen Agglomerationsring gehören.⁵

Die Grenzziehung zwischen Städten und andern Siedlungseinheiten allein nach dem Kriterium Einwohnerzahl scheint somit wenig sinnvoll zu sein, da es selten etwas über strukturelle Qualitäten der Gemeinden aussagt.⁶ Für die Zwecke dieses Aufsatzes wird deshalb vorgeschlagen, das Kriterium Einwohnerzahl (Dimension der Grösse) mit demjenigen der Ausstattung mit zentralen Einrichtungen (Dimension der Zentralität) zu kombinieren.⁷ Zentrale Einrichtungen sind dabei all jene Einrichtungen einer Stadt, die der Versorgung der gesamten Bevölkerung des Einzugsgebiets dieser Stadt mit wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und verwaltungsmässigen Leistungen dienen.⁸ Als Städte werden nun im folgenden nur noch diejenigen Gemeinden betrachtet, die die Funktion eines Hauptzentrums ausüben und somit nicht nur eine relativ hohe Einwohnerzahl haben, sondern auch noch eine einigermaßen vollständige Ausstattung mit zentralen Einrichtungen aufweisen.⁹ In der Schweiz erfüllen raumplanerischen Untersuchungen zufolge noch sieben Gemeinden diese Bedingung, nämlich Zürich (362 170 Einwohner), Basel (180 250), Genf (160 830), Bern (143 860), Lausanne (128 150), St. Gallen (74 640) und Luzern 62 670).¹⁰

3 Vgl. Bundesamt für Statistik (Hrsg.) *Statistisches Jahrbuch der Schweiz 1984*, 92 (1984), S. IX.

4 Vgl. Schweizerischer Städteverband (Hrsg.), *Statistik der Schweizer Städte 1984*, 46 (1984), S. 10 f.

5 Zum Begriff der Agglomeration vgl. Hans Kissling, «Zürich und sein Umland. Entwicklungstendenzen in den Bereichen Verkehr, Wohnen und Arbeiten», *Tages-Anzeiger Magazin*, (1984) 42, S. 19. Eine Übersicht über die Agglomerationen in der Schweiz (Liste der Kernstädte und der jeweiligen Agglomerationsgemeinden) ist zu finden in: Bundesamt für Statistik (Hrsg.), *a. a. O.*, S. 62.

6 Vgl. Alois Hahn / Hans-Achim Schubert / Hans-Jörg Siewert, *Gemeindesoziologie. Eine Einführung*, Stuttgart u. a. 1979, S. 45 f.

7 Zur Zentralität als Eigenschaft von Städten vgl. Theodor Leuenberger / Rudolf Schilling, *Die Ohnmacht des Bürgers. Plädoyer für eine nachmoderne Gesellschaft*, Frankfurt a. M. 1977, S. 23 ff.

8 Vgl. dazu und zur idealtypischen Ausstattung verschiedener Zentren Institut für Orts-, Regional- und Landesplanung der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich, *Raumplanung. Vademecum 1981/82*, Zürich 1981, S. 60 f.

9 In Anlehnung an Hahn / Schubert / Siewert, *a. a. O.*, S. 46.

10 Vgl. Martin Rotach (Delegierter für Raumplanung), *Raumplanerisches Leitbild der Schweiz CK-73*, Bern 1973, S. 28 f.

Diese Abgrenzung mag als einseitig auf Grossstädte zugeschnitten erscheinen. Sie erweist sich jedoch als notwendig, um strukturell wenig ausdifferenzierte Gemeinden, wie dies etwa Schlafstädte sind, aus der Betrachtung auszuscheiden, und um eine hinreichend klare Trennlinie zu den Landgemeinden zu schaffen.¹¹

b) Städte als Gegenstand der Kommunikationsforschung

In der Publizistikwissenschaft stellt die Lokalkommunikationsforschung zwar ein wichtiges Untersuchungsfeld dar.¹² Innerhalb dieses Forschungszweigs repräsentieren Städte jedoch in den meisten Fällen einfach Orte, in denen bestimmte forschungsrelevante Konstellationen vorhanden sind, wie beispielsweise Monopol- oder Wettbewerbsverhältnisse auf dem lokalen Zeitungsmarkt.¹³ Kritisch ist denn auch festgestellt worden: «Bereits der Begriff des <Lokalen>, das doch das Forschungsobjekt konstituiert, bleibt problematisch und entsprechend unscharf und umstritten.»¹⁴ Dazu kommt noch, dass in vielen Arbeiten zum Thema Lokalkommunikation zum vornherein nur bestimmte Medien in die Analyse miteinbezogen wurden, allen voran natürlich die traditionellen Lokalzeitungen,¹⁵ neuerdings vermehrt auch Lokalradio und -fernsehen,¹⁶ sublokale¹⁷ sowie Neue Medien.¹⁸

11 Vgl. dazu Richard Dewey, «Das Stadt-Land-Kontinuum», in: Peter Atteslander / Bernd Hamm (Hrsg.), *Materialien zur Siedlungssoziologie*, Köln 1974, S. 47 ff.

12 Vgl. die Übersichten bei Ulrich Saxer, «Lokale Kommunikation – Anspruch und Realität. Bilanz der Forschung», *Media Perspektiven*, (1978) 5, S. 367–379; Petra E. Dorsch, «Lokalkommunikation. Ergebnisse und Defizite der Forschung», *Publizistik*, 23 (1978) 3, S. 189–201; Günther Rager / Harald Schibrani, «Das Lokale als Gegenstand der Kommunikationsforschung. Bericht über den Stand der Forschung in der Bundesrepublik», *Rundfunk und Fernsehen*, 29 (1981) 4, S. 498–508; Thomas Wilking, «Lokale Medien: Perspektiven für die Forschung. Eine kritische Bilanz», *Publizistik*, 29 (1984) 1/2, S. 181–197.

13 Vgl. dazu die Übersicht bei Martin Gollmer, *Materialien zum Problembereich Medienökonomie und Medienorganisation*, vervielfältigtes Manuskript, Zürich 1984, S. 9 f.

14 Ulrich Saxer / Werner Meier, «Die Lokalpresse – ein funktionaler Träger lokaler Politik?», *Schweizerisches Jahrbuch für Politische Wissenschaft*, 20 (1980), S. 174.

15 Vgl. dazu die in Anm. 12 aufgeführten Forschungsbilanzen.

16 Vgl. für den Radiobereich: Bernhard Ballhaus / Michael Buss / Günther Rager, *Kurpfalz-Radio, Ein subregionales Versuchsprogramm*, Stuttgart 1980; für den Fernsehbereich: Louis Bosshart / Florian H. Fleck, *Lokales Kabelfernsehen in Freiburg (Schweiz)*, Freiburg 1979; Peter Hunziker / Horst Willi Schors, *Lokales Bürgerfernsehen. Die Wil-Studie*, Aarau / Frankfurt a. M. / Salzburg 1983; Marek Sliwinski / Dominique Dembinski-Goumard, *Etude évaluative d'un media local. Le cas de la télévision par câble à Avanchet-Parc à Genève*, vervielfältigtes Manuskript, Genf 1984.

17 Vgl. Petra E. Dorsch, «Zur Lage der lokalen Pressemedien unterhalb der traditionellen Lokalzeitung», in: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.), *Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1974–1978)*, Bonn 1978, S. 167–177; Otfried Jarren / Peter Leudts, «Tageszeitungen und ihre lokalen Konkurrenten: Anzeigenblätter, Stadtmagazine und lokale Wochenzeitungen. Veränderungen der Anzeigen- und Lesermärkte», *Medium*, 14 (1984) 1, S. 19–25.

Untersuchungen, die das gesamte Kommunikationssystem von Städten zum Thema haben, fehlen demgegenüber fast gänzlich – und dies nicht nur in der Kommunikationsforschung.¹⁹ So liegen im deutschsprachigen Raum Bestandesaufnahmen der Kommunikationsstrukturen nur gerade für die Städte Aachen (245 085 Einwohner), Dortmund (609 739) und Köln (1 018 822) vor.²⁰ Für die Schweiz sind überhaupt keine solchen Studien bekannt.

c) Funktionen von städtischen Kommunikationssystemen

Arbeiten, Bildung, Erholung, Verkehr und Kommunikation, Versorgung sowie Wohnen gelten in der Raumforschung als elementare Lebensbereiche des Menschen, sei es auf dem Land oder in der Stadt.²¹ Dabei fällt auf, dass zu diesen elementaren Lebensbereichen auch die Kommunikation gehört. Offensichtlich ermöglicht erst sie das sinnvolle Agieren der Menschen in den übrigen Handlungsbereichen, indem sie ihnen die dazu notwendige Information zur Verfügung stellt. Als erste Funktion von Kommunikationssystemen in Städten kann somit diejenige der sozialen Orientierung festgehalten werden.²²

Allein: Damit die Menschen in den erwähnten Lebensbereichen wirklich sinnvoll handeln können, genügt Information über diese Bereiche nicht. Notwendig sind zusätzlich gewisse allgemeinverbindliche Regeln, Verhaltensnormen für das Gemeinschaftsleben der Menschen.²³ Der Erlass dieser Regeln – so wird postuliert – erfordert in demokratisch organisierten Systemen die Teilnahme der betroffenen Bürger. Diese Teilnahme hat wiederum die Transparenz der Entscheidungsprozesse auf allen Ebenen des politischen Systems zur Voraussetzung, wenn sie sinnvoll erfolgen soll. Transparenz kann durch öffentliche Kommunikation über diese Entscheidungsprozesse geschaffen werden. Die zweite wichtige Funktion von städtischen Kommunikationssystemen ist somit diejenige der politischen Orientierung.²⁴

18 Vgl. Otfried Jarren, «Defizite, die bleiben werden. Möglichkeiten lokaler Kommunikation durch «Neue Medien»», *Medium*, 14 (1984) 7/8, S. 12–17.

19 Vgl. Otfried Jarren, *Kommunale Kommunikation. Eine theoretische und empirische Untersuchung kommunaler Kommunikationsstrukturen unter besonderer Berücksichtigung lokaler und sublokaler Medien*, München 1984, S. 75.

20 Dokumentiert bei Bernd-Peter Lange / Ulrich Pätzold, *Medienatlas Nordrhein-Westfalen. Grundlagen der Kommunikation. Fallstudien*, Bochum 1983.

21 Vgl. Georges Fischer, *Grundlagen der Raumordnungspolitik*, Vorlesungsmanuskript, St. Gallen 1978, S. 13.

22 Ähnlich, aber auf Massenkommunikation bezogen: Heinz-Werner Stuißer, «Zu den Funktionen der Massenkommunikation: Politische und soziale Orientierung als Grunddimensionen massenkommunikativer Leistungen», in: Manfred Rühl / Jürgen Walchshöfer (Hrsg.), *Politik und Kommunikation. Festgabe für Franz Ronneberger zum 65. Geburtstag*, Nürnberg 1978, S. 225 ff.

23 Vgl. Paul Bockelmann, *Einführung in das Recht*, München 1975, S. 21 ff.

24 Vgl. Stuißer, *a. a. O.*, S. 229 ff.

Damit sind zwar generelle, für städtische Kommunikationssysteme aber durchaus brauchbare Funktionen bestimmt. Dies insbesondere dann, wenn man statt nur von sozialer und politischer Orientierung durch Kommunikation umfassender von deren sozialen und politischen Funktionen spricht. Zur sozialen Funktion von Kommunikation gehört dann etwa auch die Regeneration oder Rekreation, zur politischen Funktion kommt beispielsweise die politische Bildung noch dazu.²⁵

II. Kommunikatoren

1. Vorverständnis

Wer als interessierter und engagierter Bürger an der öffentlichen kommunalen Kommunikation aktiv teilnehmen und dabei auch noch Wirkung erzielen will, muss sich organisieren.²⁶ Denn – und darüber sind sich die Vertreter der unterschiedlichsten Forschungsrichtungen weitgehend einig: «Der Bereich der Öffentlichkeit hat sich dem einzelnen entzogen.»²⁷ Und: «Die entscheidenden Grundlagen gesellschaftlicher Entwicklung werden heute auf den verschiedenen Ebenen staatlicher Verwaltung und in politischen Organisationen wie Parteien und Verbänden, durch wirtschaftliche Grossgebilde . . . geschaffen. Sie besetzen den Bereich bürgerlicher Öffentlichkeit.»²⁸ Das ist ein Hinweis darauf, welches die eigentlichen Kommunikatoren im Rahmen der öffentlichen städtischen Kommunikation sind: Regierung und Verwaltung, Parlament, Parteien, Verbände, Vereine und Bürgerinitiativen, Wirtschaftsunternehmen. Sie alle wenden sich mit ihren Botschaften an den Bürger und werben bei ihm um Unterstützung für ihre Ziele.

In dieser Situation, in der der einzelne Einwohner einer Stadt – wie es scheint – nur noch als Mitglied von Organisationen an der öffentlichen kommunalen Kommunikation wirkungsvoll teilnehmen kann, dürfte es angebracht sein, auf die kommunikativen Leistungen dieser Gruppen und Institutionen etwas näher einzugehen.

2. Regierung, Verwaltung und Parlament

a) Regierung und Verwaltung

Unter den vielfältigen Funktionskatalogen für Regierungen und Verwaltungen in demokratischen Systemen ist ein französischer erwähnenswert. In ihm

²⁵ Vgl. Stüiber, *a. a. O.*, S. 222.

²⁶ Vgl. Schwonke, *a. a. O.*, S. 53.

²⁷ Projektgruppe am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität München, *Politische Kommunikation. Eine Einführung*, Berlin 1976, S. 42.

werden Hauptfunktionen, etwa Innenpolitik, Finanzpolitik usw., Hilfsfunktionen wie beispielsweise Personalverwaltung und «fonctions de commandement», darunter sind neben Organisation und Planung auch Öffentlichkeitsarbeit zu verstehen, unterschieden.²⁹ Kommunikation kann also als wichtige Regierungs- und Verwaltungsaufgabe aufgefasst werden. Ja, in einer Untersuchung ist angesichts des Milizcharakters gerade von kommunalen Parlamenten, Parteien und Verbänden gar von einem Informationsmonopol von Regierung und Verwaltung die Rede.³⁰

Die Bedeutung von Regierung und Verwaltung als Kommunikatoren unterstreichen auch zwei Untersuchungen der Lokalberichterstattung in den Schweizer Städten Basel und Zürich: Institutionen des politischen Systems, und darunter insbesondere die Behörden, stellen die wichtigsten Quellen der betreffenden Lokaljournalisten dar.³¹ Es wäre jedoch falsch, daraus auf eine für gewöhnlich offene Informationspolitik von städtischen Regierungs- und Verwaltungsstellen zu schliessen. Im Gegenteil: «In der Regel geben Regierungsstellen, Planungsämter und Kommunen nur solche Informationen ab, wie sie dem geregelten Verlauf ihrer Amtsfunktion dienlich sind, also beispielsweise die Unterrichtung betroffener Grundbesitzer (bei raumplanerischen Massnahmen; M. G.). Die Information einer weiteren Öffentlichkeit geschieht in der Regel dann, wenn die Information keine Partizipation mehr im Gefolge haben kann.»³² Kommt noch dazu, dass die behördliche Informationsarbeit oft in Gefahr gerät, zu Werbung und Propaganda zu verkommen, weil sie «von Spitzenbeamten und Politikern verantwortet wird, die wiedergewählt werden wollen».³³ Ob unter solchen Vorzeichen immer ein sinnvoller Beitrag etwa zur politischen Orientierung von Stadtbewohnern zustandekommt, muss zumindest bezweifelt werden.

28 Projektgruppe am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität München, *a. a. O.*, S. 44.

29 Vgl. Bernard Gournay, *L'administration*, Paris 1976, S. 7 ff.

30 Vgl. Prodosh Aich, «Informationsverwaltung und Bürgerinteresse. Zum Verhältnis von Wissenschaft, Journalismus und Betroffenen in der Gemeinde», *Medium*, 8 (1978) 9, S. 14. Von einem «Übergewicht» lokaler Behörden im politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozess spricht auch Otfried Jarren, «Printmedien in der Kommune. Theoretische Annahmen und empirische Ergebnisse», *Medium*, 10 (1980) 12, S. 8.

31 Vgl. Jürg Bürgi, «Die tägliche Missachtung des Lesers. Eine Untersuchung der Lokalberichterstattung der «Basler Zeitung»», und Michael Haller / Max Jäggi / Roger Müller, «Ist das Rathaus höher als der Kirchturm? Eine vergleichende Inhaltsanalyse des Lokalteils der Zürcher Tagespresse: Zerrbilder der Wirklichkeit», beide Untersuchungen in: Michael Haller / Max Jäggi / Roger Müller (Hrsg.), *Eine deformierte Gesellschaft. Die Schweizer und ihre Massenmedien*, Basel 1981, S. 84 ff. und S. 117 f.

32 Hans Brinckmann u. a., *Infrastrukturpolitik braucht Kommunikation. Ein Modell sozial-staatlicher Bürgerinformation am Beispiel der Regionalplanung*, Göttingen 1976, S. 16. Anhand der Zürcher Jugendunruhen erörtert dieses Problem auch Michael Haller, «Schauplatz der Magistraten. Die kommunale Öffentlichkeit: Kein Raum für gesellschaftliche Kommunikation», in: Haller / Jäggi / Müller (Hrsg.), *a. a. O.*, S. 126 ff.

33 Paul von Kondolitsch, *Kommunale Beteiligungspolitik*, Berlin 1980, S. 77.

b) Parlament

Im Gegensatz zu Regierung und Verwaltung hat das Parlament im städtischen Kommunikationsgeschehen einen eher unbedeutenden Platz inne. Das hängt wohl damit zusammen, dass Parlamente in der Regel nicht von selbst an die Öffentlichkeit «treten»,³⁴ man muss hingehen. Dafür berichten die Massenmedien zum Teil sehr detailliert über die Parlamentssitzungen; der Bürger soll wissen, was die von ihm gewählten Repräsentanten leisten. Allerdings ist diese von den Massenmedien hergestellte Öffentlichkeit nur eine halbe: Die wichtigsten (Vor-)Entscheidungen fallen nämlich hinter den Kulissen des Parlaments in den Kommissions- und Fraktionssitzungen. Daraus kann mit einiger Sicherheit gefolgert werden, dass Stadtparlamente kaum einen genügenden Beitrag zur politischen Orientierung der Bürger leisten, selbst dann, wenn keine Untersuchungen über die kommunikativen Leistungen solcher Institutionen bekannt sind.

3. Parteien, Verbände, Vereine und Bürgerinitiativen

a) Zur Bedeutung intermediärer Organisationen im sozialen und politischen Leben von Städten

Die Bedeutung von intermediären Organisationen wie Parteien, Verbänden, Vereinen und Bürgerinitiativen ergibt sich zunächst daraus, dass sie alle – am wenigsten ausgeprägt vielleicht die Vereine, die vorwiegend «private, expressive Funktionen» haben³⁵ – als Bindeglied zwischen Bürger und Staat dargestellt werden. Durch sie teilen die Bürger den staatlichen Instanzen Bedürfnisse, Interessen und Forderungen mit. Zugleich interpretieren und kommentieren sie staatliches Entscheidungs- und Verwaltungshandeln für den Bürger. Intermediäre Organisationen wirken als Kommunikatoren somit in zwei Richtungen: nach oben und nach unten.³⁶

Die Bedeutung von intermediären Organisationen lässt sich aber auch anhand ihrer Mitgliederzahl messen bzw. am Anteil der Bürger einer Stadt, die Mitglieder von Parteien, Verbänden, Vereinen und/oder Bürgerinitiativen sind. In Schweizer Grossstädten sind nun rund zwei Drittel der Einwohner

34 Vgl. Beat Schaller, *Wie kantonspolitische Aussagen her- und bereitgestellt werden. Eine empirische Fallstudie am Beispiel des Kantons Luzern über wechselseitige Orientierungsmuster und -achsen zwischen Pressejournalisten und Mitgliedern des Grossen Rates*, Lizentiatsarbeit, Zürich 1984, S. 256 ff.

35 Zu Begriff und Funktionen von Vereinen sowie von Parteien, Verbänden und Bürgerinitiativen vgl. François Höpflinger, «Verbände», in: Ulrich Klöti (Hrsg.), *Handbuch Politisches System der Schweiz*, Bd. 2: Strukturen und Prozesse, Bern/Stuttgart 1984, S. 163 ff. Die Rolle von Vereinen in Lokalkommunikation und -politik wird auch erörtert bei Jarren, a. a. O. (Anm. 19), S. 97 ff.

36 Vgl. Projektgruppe am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität München, a. a. O., S. 73.

Mitglied wenigstens in einer Organisation, etwa ein Drittel sogar in zwei oder mehreren (vgl. Tab. 1). Deutlich abweichend ist einzig Genf, wo nur rund die Hälfte der Bewohner einer Organisation angehören. Ein Umstand, der möglicherweise mit dem ausserordentlich hohen Ausländeranteil der Stadt zusammenhängen könnte.³⁷ Unter den verschiedenen Organisationen haben Sport- und Turnvereine sowie Berufsverbände klar die grösste Mitgliederzahl (vgl. Tab. 2). Auffallend ist die sehr geringe Bedeutung, die den Parteien unter den Organisationen zukommt, die sich vorwiegend und häufig am politischen Prozess beteiligen. Ja, in Zürich und Basel weisen sie sogar die geringste Mitgliederattraktivität aller Organisationen auf.

Tabelle 1: Anzahl Mitgliedschaften von Schweizer Stadtbewohnern in Parteien, Verbänden, Vereinen usw. 1983

	Nirgends Mitglied	In einer Organisation	In mehreren Organisationen	Befragte	
				%	N
Zürich	38	27	35	100	397
Basel	33	27	40	100	229
Genf	53	26	21	100	181
Lausanne	38	29	33	100	304

Quelle: Arbeitsgruppe RVO-Begleitforschung am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich, *Datensatz Lokalradio-Nullstudie*, Zürich 1984.

Tabelle 2: Mitgliedschaft von Stadtbewohnern in Organisationen nach Aktivitätsbereichen 1983

	Zürich %	Basel %	Genf %	Lausanne %
Sport/Turnen	26	30	18	25
Beruf	23	25	14	19
Hobby/Freizeit/Natur	11	14	5	10
Gewerkschaft	10	15	6	11
Kultur/Kunst/Tradition	9	15	10	6
Karitativ	9	15	7	10
Quartier/Bürger	9	8	2	7
Religiös	8	12	8	11
Musik/Gesang	7	10	3	5
Militär/Schiessen	7	5	4	6
Partei	5	4	4	7
N	397	229	181	304

Quelle: Arbeitsgruppe RVO-Begleitforschung am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich, *a. a. O.*

37 Vgl. Heinz Bonfadelli / Martin Gollmer / Walter Hättenschwiler, *Lokalradio-Nullstudie*, Teil 1: Loklräume im Vergleich, vervielfältigtes Manuskript, Zürich 1984, S. 17.

*b) Die kommunikativen Leistungen
von städtischen intermediären Organisationen*

Mitglieder von Parteien, Verbänden, Vereinen und Bürgerinitiativen haben nun allerdings relativ kleine Chancen, wirksam auf die Arbeit ihrer Organisationen Einfluss zu nehmen. Geltend gemacht wird etwa, dass offizielle Funktionäre, zumeist aus gehobeneren Schichten stammend, auf allen Ebenen des organisationsinternen Meinungs- und Willensbildungsprozesses dominieren.³⁸ Sie können so Verfahrensregelungen ebenso vorgeben wie Traktanden von Delegiertenversammlungen oder Inhalte von Mitgliederinformationen. Dazu kommt, dass die Beschaffung von Informationen vielfach unter Mängeln leidet. So ergab eine Analyse der internen Verfahren bei der Ausarbeitung von Stellungnahmen im Rahmen von Vernehmlassungen, dass das innere demokratische Potential von Parteien und Verbänden nur begrenzt ausgenutzt wird.³⁹ Nicht nur die Kontakte mit der Basis einer Vereinigung sind eingeschränkt, sondern auch jene mit Nicht-Mitgliedern. An organisationsinternen Arbeiten können sie sich nicht beteiligen; zudem haben die wenigen «Organisationsaktiven» kaum Zeit, um laufend mit nicht-organisierten Bürgern im Gespräch zu bleiben.⁴⁰ In der Liste der wichtigsten Informationsquellen grossstädtischer Eliten steht das private Gespräch denn auch erst an fünfter Stelle; Platz eins nimmt die Tageszeitung ein.⁴¹ Zwischen Parteien, Verbänden, Vereinen und Bürgerinitiativen mögen in einzelnen Punkten (positive) Abweichungen vorkommen, von einem sozial und politisch ausreichend funktionalen Informationsfluss von unten nach oben bei intermediären Organisationen kann aber gleichwohl kaum gesprochen werden.

Auch was den Informationsfluss in umgekehrter Richtung – von oben nach unten – anbetrifft, fällt das Urteil der neueren Forschung ziemlich ernüchternd aus: Die Information der Bürger dient den intermediären Organisationen vor allem dazu, «die nachträgliche Zustimmung zu bereits getroffenen Entscheidungen zu erhalten».⁴² Weil zudem bei der Informationsvermittlung die lokalen Massenmedien, bisher insbesondere die Presse, zulasten der direkten und unvermittelten Kommunikationsformen bevorzugt wurden, wird der Bürger vollends in die Rolle eines «Politik-Konsumenten» gedrängt.⁴³

38 Vgl. dazu etwa die Ausführungen zu Willensbildung und Kompetenzverteilung in schweizerischen lokalen Parteien bei Erich Gruner, *Die Parteien in der Schweiz*, 2., neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Bern 1977, S. 204 ff.

39 Vgl. Hanspeter Kriesi, «Interne Verfahren bei der Ausarbeitung von Stellungnahmen im Vernehmlassungsverfahren», *Schweizerisches Jahrbuch für Politische Wissenschaft*, 19 (1979), S. 256.

40 Vgl. Jarren, a. a. O. (Anm. 19), S. 89.

41 Vgl. Klaus Arzberger / Manfred Murck / Randolph Vollmer, «Bürger, Presse und Eliten», in: Projektteam Lokaljournalisten (Hrsg.), *Materialien für Lokaljournalisten*, Teil 1, 2. Ergänzungslieferung, München 1981, S. 123 f.

42 Jarren, a. a. O. (Anm. 19), S. 91.

4. Wirtschaftsunternehmen

Schon längst hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass wirtschaftliche Unternehmen, vor allem Grossunternehmungen, nicht nur private, der Öffentlichkeit quasi entzogene Organisationen sind, sondern recht eigentlich «gesellschaftliche Institutionen» darstellen: Sie beanspruchen Land und Infrastruktur der Standortgemeinde in erheblichem Ausmass; sie beschäftigen hunderte, ja tausende von Arbeitnehmern; sie sind für das Steueraufkommen der Standortgemeinde von grösster Bedeutung; sie sind Anbieter von Gütern und/oder Dienstleistungen, für die sie Käufer suchen; sie arbeiten mit dem Geld einer grossen Zahl von Kapitalgebern.⁴⁴ Kommunikation mit der Umwelt ist unter diesen Umständen lebensnotwendig: Mit Werbung sollen potentielle Kunden auf die Angebote der Unternehmung aufmerksam gemacht und zum Kauf animiert werden, mit Public Relations soll in einer breiteren Öffentlichkeit «Goodwill» für die Unternehmung ganz allgemein wie auch speziell für deren Ziele geschaffen werden.⁴⁵

Diese kommunikativen Bemühungen der Wirtschaftsunternehmen finden ihren Niederschlag hauptsächlich in den Inserate- und Reklameteilen der Presse, in den Werbeblöcken von Radio und Fernsehen sowie in der Wirtschaftsberichterstattung dieser Medien. Wirtschaftskommunikation beansprucht dabei bei der Presse in der Regel insgesamt etwas mehr als die Hälfte des Gesamtumfangs, ganz abgesehen davon, dass sie bei allen Medien einen wichtigen – wenn nicht gar den einzigen – Beitrag zu deren Finanzierung leistet.⁴⁶ So gesehen ist es wenig verständlich, dass die Lokalkommunikationsforschung, soweit sie kommunale Kommunikationsprozesse untersuchte, sich fast ausschliesslich auf die Analyse der politischen Kommunikation beschränkte.

Was die – weitgehend soziale – Funktion von Wirtschaftskommunikation anbelangt, so sind auch hier – ähnlich wie bei der politischen Kommunikation intermediärer Organisationen – Vorbehalte zu machen. Unternehmen beschränken jene Informationen, besonders im Rahmen der absatzwirt-

43 Vgl. Jarren, *a. a. O. (Anm. 19)*, S. 91. Welche internen und externen Kommunikationsmittel beispielsweise Parteien zur Verfügung stehen bzw. von ihnen bevorzugt eingesetzt werden beschreibt Lucrezia Schatz, «Moyens de communication des partis politiques», *Schweizerisches Jahrbuch für Politische Wissenschaft*, 22 (1982), S. 72 ff.

44 In Anlehnung an Hans Ulrich, *Die Unternehmung als produktives soziales System. Grundlagen der allgemeinen Unternehmungslehre*, 2., überarbeitete Auflage, Bern/Stuttgart 1970, S. 182.

45 Zu den unterschiedlichen Funktionen von Werbung und Public Relations vgl. Albert Oeckl, *PR-Praxis. Der Schlüssel zur Öffentlichkeitsarbeit*, Düsseldorf/Wien 1976, S. 74 ff.

46 Zum Anteil von Inseraten, Reklamen und Wirtschaftsberichterstattung am Gesamtumfang von Zeitungen vgl. Kaspar Luchsinger / Werner Meier / Ulrich Saxer, *Strukturen der Lokalberichterstattung. Eine Fallstudie am Pressesystem des Kantons Aargau*, Zürich 1981, S. 21 ff. und S. 154 ff.; zur Ertragsstruktur von Zeitungen vgl. Ueli Haldimann, *Der verkaufte Leser. Presse unter Inserentendruck*, 2., erweiterte Auflage, Basel 1981, S. 105 ff.

schaftlichen Kommunikation, die den Rezipienten ihre Wahlmöglichkeiten deutlich machen, auf ein Minimum, das gerade noch geeignet ist, den angestrebten Informationszweck zu erreichen. «Diese Aussage gilt auch dann, wenn der Wettbewerb ein hohes Informationsangebot erzwingt.»⁴⁷

III. Medien und Kommunikationsstätten

1. Zu Begriff und Bedeutung

Städtische intermediäre Organisationen und Wirtschaftsunternehmen, aber auch Regierung und Verwaltung benutzen für ihre Kommunikation mit den Stadtbewohnern – wie im letzten Kapitel gezeigt –⁴⁸ vorwiegend Medien. Die Überschrift zu diesem Kapitel lässt nun erahnen, dass hier aber nicht nur von Presse, Radio und Fernsehen die Rede sein soll. Kommunikatoren und Rezipienten können nämlich auch über andere Kanäle als diese klassischen Massenmedien miteinander in Verbindung treten, etwa über Kommunikationsstätten wie Kinos und Videotheken, Buchhandlungen und Bibliotheken, Schulen, Theatern, Konzert- und Opernhäuser, Museen und Galerien.⁴⁹ Während etwa Zeitungen die Kommunikation zwischen Regierung, Verwaltung und Bürgern vermitteln, organisieren bspw. Bibliotheken diejenige zwischen Schriftstellern und Literaturfreunden, oder Konzerthäuser bringen Komponisten und Musikliebhaber zusammen. All diese Institutionen sind somit Medien im Sinne von «komplexen, institutionalisierten Systemen um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen».⁵⁰ Organisation von Kommunikation zwischen Kommunikatoren und Rezipienten ist ihr primärer Zweck.

Die genannten Medien und Kommunikationsstätten sind nun aber nicht nur reine Vermittler, Mediatoren. Sie können auch selber Aussagen produzieren. Im Falle von Presse, Radio und Fernsehen zeigen allerdings Untersuchungen, dass solche Eigenleistungen nicht allzu häufig vorkommen,⁵¹ mithin die Aussagenherstellung nicht die Hauptrolle dieser Medien ist. Wenn die

47 Peter Meyer-Dohm / Eberhard Kuhlmann, *Absatzwirtschaftliche Kommunikation*, Freiburg i. Br. 1972, S. 209; zum Informationsgehalt von Werbung und Public Relations vgl. auch Klaus G. Grunert / Eduard Stupening, *Werbung – ihre gesellschaftliche und ökonomische Problematik*, Frankfurt/New York 1981, S. 73 ff. und S. 97 ff.

48 Für Regierung und Verwaltung vgl. die Hinweise bei Jarren, *a. a. O.* (Anm. 19), S. 94.

49 In Anlehnung an Bernd-Peter Lange / Ulrich Pätzold, *Medienatlas Nordrhein-Westfalen. Grundlagen der Kommunikation*, Bochum 1983, S. 78.

50 Ulrich Saxer, *Elemente des publizistischen Prozesses: Medien und Aussagen*, Vorlesungsmanuscript, Zürich 1979, S. 2.

51 Vgl. Barbara Baerns, «Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus – Normen, Berufsbilder, Tatsachen», in: Günther Haedrich / Günther Barthenheier / Horst Kleinert (Hrsg.), *Öffentlichkeitsarbeit. Dialog zwischen Institutionen und Gesellschaft. Ein Handbuch*, Berlin/New York 1982, S. 166 ff. Für die Basler Zeitung vgl. Bürgi, *a. a. O.*, S. 98.

Medien und Kommunikationsstätten als Vermittler gleichwohl eine wichtige Rolle spielen, so vor allem wegen ihrer Selektionstätigkeit: Sie entscheiden, welche Pressemitteilung veröffentlicht, welcher Film gezeigt, welches Buch angeschafft, welches Theaterstück gespielt werden soll.⁵²

2. Medien der Massenkommunikation

a) Presse

Die bekanntesten – weil auch von einem grossen Teil der Bevölkerung genutzt – städtischen Pressemedien sind Abonnementszeitungen, Gratisanzeiger und Amtsblätter. In jedem der hier betrachteten Schweizer Hauptzentren erscheinen wenigstens drei Abonnementszeitungen und ein Gratisanzeiger (vgl. Tab. 3). Städtische Amtsblätter gibt es dagegen nur in Zürich und Bern.

In den meisten Hauptzentren stehen die Abonnementszeitungen den dort führenden politischen Kräften nahe: den Freisinnigen/Liberalen, den Christdemokraten, den Sozialdemokraten. Freilich sind nicht alle dieser Abonnementszeitungen gleich bedeutend für das jeweilige städtische Kommunikationssystem. Meistens besitzt eine Zeitung eine komfortable Vormachtstellung; nur in Genf und Bern wird der Marktführer jeweils relativ hart bedrängt (vgl. Tab. 4). Diese dominierenden Abonnementszeitungen bezeichnen sich entweder als unabhängige Organe oder haben besondere Affinitäten zu bürgerlichen Kreisen, in der Regel dem Freisinn.⁵³ Eine vergleichsweise äusserst bescheidene Leserschaft haben dagegen die linken Zeitungen; in Lausanne und Luzern gibt es sie schon gar nicht mehr.

Besonders auffallend unter den Hauptzentren der Schweiz ist Zürich mit seiner überdurchschnittlich hohen Zahl von mindestens wöchentlich erscheinenden Abonnementszeitungen und Gratisanzeigern. Dies ist darauf zurückzuführen, dass nicht weniger als sieben der elf Abonnementszeitungen und drei der vier Gratisanzeiger nur in Teilen des Stadtgebietes verbreitet sind und somit zum Typus der sogenannten sublokalen Medien gehören (vgl. Tab. 5).⁵⁴ Auch in Genf und Bern existieren eine ganze Reihe solcher Quartierblätter, die jedoch alle weniger als einmal pro Woche erscheinen.

52 Zur Selektionstätigkeit von Medien, insbesondere von Zeitungen vgl. Peter Nissen / Walter Menningen, «Der Einfluss der Gatekeeper auf die Themenstruktur der Öffentlichkeit», *Publizistik*, 22 (1977) 2, S. 159 ff.

53 Vgl. Ernst Bollinger, «Die Rolle der Presse in der kommunalen und kantonalen Politik», *Schweizerisches Jahrbuch für Politische Wissenschaft*, 18 (1978), S. 96 ff.

54 Nach Dorsch, a. a. O. (Anm. 17), S. 173, lassen sich unter dem Begriff der sublokalen Medien alle gedruckten Periodika subsumieren, die einen eindeutigen Ortsbezug aufweisen, sich auf die Vermittlung lokaler Binnenkommunikation oder Teilen davon beschränken und nicht häufiger als zweimal pro Woche erscheinen. Zu Formen, Funktionen, Inhalten, usw. von Stadtteilzeitungen vgl. Otfried Jarren (Hrsg.), *Stadtteilzeitung und lokale Kommunikation*, München u. a. 1980.

Tabelle 3: Abonnementszeitungen, Gratisanzeiger und Amtsblätter in den Hauptzentren der Schweiz 1984

	Abonnements- zeitungen	Gratisanzeiger	Amtsblätter
Zürich	11	4	1
Basel	3	2	–
Genf	4	1	–
Bern	3	2	1
Lausanne	3	1	–
St. Gallen	3	2	–
Luzern	3	2	–

Quelle: Verband Schweizerischer Werbegesellschaften VSW (Hrsg.), *Katalog der Schweizer Presse. Zeitungen, Amtsblätter, Anzeiger, Publikumszeitschriften*, Zürich 1984. In der Tabelle wurden nur Publikationen berücksichtigt, die einen ständigen Lokalteil haben und wenigstens einmal wöchentlich in den aufgeführten Zentren erscheinen.

Tabelle 4: Führende Abonnementszeitungen in den Hauptzentren der Schweiz 1984

	Zeitung	Auflage Stadt	Abdeckung Stadt (%)	Auflage total
Zürich	Tages-Anzeiger	90 712	46	260 116
Basel	Basler Zeitung	54 346	52	112 444
Genf	Tribune de Genève	34 116	35	70 608
	La Suisse	26 330	27	64 755
Bern	Berner Zeitung	22 957	30	119 960
	Der Bund	20 728	27	62 460
Lausanne	24 heures	30 212	42	93 360
St. Gallen	St. Galler Tagblatt	22 142	61	57 749
Luzern	Luzerner Neuste Nachrichten	13 284	39	56 963

Quellen: Verband Schweizerischer Werbegesellschaften VSW (Hrsg.), *a. a. O. (Katalog der Schweizer Presse)*; Verband Schweizerischer Werbegesellschaften VSW (Hrsg.); *Verbreitungsdaten der Schweizer Presse. Zeitungen, Amtsblätter, Anzeiger*, Zürich 1984.

Tabelle 5: Quartierzeitungen und -anzeiger in der Stadt Zürich 1984

Typ	Name	Auflage
Quartierzeitungen (abonniert)	Die Vorstadt (Oerlikon)	14 320
	Käferberg	7 065
	Neumünster Post	6 163
	Zürcher Altstadt	4 820
	De Affoltemer	4 550
	Zürich 2	4 115
	De Leimbacher	2 125
Quartieranzeiger (gratis)	Zürcher Nord Nachrichten	90 032
	Zürcher City	75 000
	Der Högger	10 002

Quelle: Verband Schweizerischer Werbegesellschaften VSW (Hrsg.), *a. a. O. (Katalog der Schweizer Presse)*.

Neben den Quartierzeitungen und -anzeigern werden auch Zeitungen lokaler Parteien oder derer Quartiersektionen, Blätter örtlicher Gewerkschaften, Verbände und Vereine, Initiativzeitungen und Volksblätter, Werk- und Betriebszeitschriften lokaler Unternehmen, Kirchen- und Pfarreiblätter, Jugend-, Schüler, Studenten- und weitere Zielgruppenzeitschriften mit ausschliesslich örtlicher Verbreitung sowie Stadtilustrierte und -magazine zu den sublokalen Medien gezählt. Die meisten dieser sublokalen Pressemedien haben kleine Auflagen, erscheinen – wenn überhaupt regelmässig – monatlich oder vierteljährlich, werden mit einfachsten organisatorischen und technischen Mitteln hergestellt, haben selten mehr als zwanzig Seiten Umfang, berichten vorwiegend über organisationsinterne Ereignisse und – zunehmend häufiger – lokale Themen, finanzieren sich primär aus Beiträgen der herausgebenden Organisation und Verkaufserlösen, werden an Organisationsmitglieder und im Handverkauf oftmals auch an eine weitere Öffentlichkeit vertrieben.⁵⁵

Über das Vorkommen von sublokalen Pressemedien in Schweizer Städten bestehen noch keine Untersuchungen, obwohl bekannt ist, dass solche Medien existieren. Fallstudien für die deutschen Städte Aachen, Dortmund und Köln zeigen jedoch, dass dort sublokale Medien bereits in bedeutender Zahl vorhanden sind.⁵⁶ Ihr Entstehen wird übereinstimmend auf Funktionsdefizite der traditionellen lokalen Abonnementszeitungen und Gratisanzeiger zurückgeführt: Wichtige Bereiche der lokalen Realität, wie örtliche Wirtschaftspolitik, Arbeitsleben oder soziale Probleme, sind kaum Gegenstand der Berichterstattung; die Inhalte sind vorwiegend auf Personen und aktuelle Ereignisse ausgerichtet; die Darstellung von Hintergründen und Zusammenhängen wird vernachlässigt; zu Wort kommen fast nur organisierte Interessen; die überlokalen Bestimmungsgründe der Kommunalpolitik werden selten erwähnt; Konflikte scheinen in der Berichterstattung kaum einmal auf; Kommentare, vor allem kritische Stellungnahmen fehlen fast gänzlich; Beteiligungs- und Handlungsmöglichkeiten für den Bürger werden nicht aufgezeigt.⁵⁷ Aber selbst wenn die sublokalen Pressemedien mit ihrer Berichterstattung diese Defizite im Bereich der sozialen und politischen Orientierung von Stadtbewohnern verringern helfen, eine ernsthafte publizistische Alternative oder wirtschaftliche Konkurrenz zur traditionellen lokalen Abonnementszeitung stellen sie deshalb noch nicht dar. Dazu sind Umfang und Erscheinungshäufigkeit zu gering, Verbreitung und Themenspektrum zu begrenzt.⁵⁸ So gesehen markieren die sublokalen Pressemedien erst Ansätze zur Veränderung der städtischen Kommunikation.

55 Vgl. die Übersichten bei Jarren, *a. a. O.* (Anm. 19), S. 267 ff., und bei Petra E. Dorsch, «Medien im Aufwind. Neue Formen gedruckter lokaler Publizistik», *Bertelsmann Briefe*, (1979) 98, S. 11 ff.

56 Vgl. Lange / Pätzold, *a. a. O.* (Anm. 20), S. 39 ff., insbesondere S. 48 ff.

57 Vgl. Hunziker / Schors, *a. a. O.*, S. 24 ff., und Jarren, *a. a. O.* (Anm. 30), S. 9 f.

58 Vgl. Jarren, *a. a. O.* (Anm. 19), S. 148.

b) Radio und Fernsehen

Viel unmittelbarere und viel grössere Veränderungen der Kommunikation in Städten als von sublokalen Pressemedien, wird vermutet, könnten von lokalen Radio- und Fernsehprogrammen ausgehen. Dies ist jedenfalls aus dem Umstand abzuleiten, dass die Ausstrahlung lokaler Rundfunksendungen in der Schweiz vorläufig und erst seit kurzem nur versuchsweise erfolgen darf, und dass bis 1988 abgeklärt werden soll, welche Auswirkungen solche Programme etwa auf die Lokalpresse oder auf das gesellschaftliche Leben der Bevölkerung haben.⁵⁹

Lokale Radioprogramme werden zurzeit in allen hier betrachteten Schweizer Städten ausgestrahlt. In Zürich können dabei die Sendungen von vier lokalen Stationen empfangen werden. Darunter befinden sich ein Quartier-radio, das nur zweimal wöchentlich während etwas mehr als einer Stunde sendet, und ein von alternativen Gruppen getragenes Radio, das vorläufig nur am Morgen und am Abend zu hören ist. Diese beiden Lokalprogramme sind werbefrei; finanziert werden sie vom Quartierverein (Radio Riesbach) bzw. von Hörern und Sponsoren (Radio Lora). In Genf, Bern und Lausanne können zurzeit die Sendungen von jeweils zwei lokalen Radios gehört werden, wobei sich immer ein «Spezialsender» darunter befindet: In Genf eine von den Kirchen getragene Station, in Bern ein sogenanntes Kulturradio, in Lausanne ein Alternativsender – der andere ist ein Verlegerradio. Ein von den lokalen Zeitungen getragenes Radio gibt es auch in St. Gallen. Je eine weitere lokale Station sendet in Basel und Luzern. Gemeinsames Merkmal aller dieser Lokalradios ist, dass sie während 24 Stunden senden (Ausnahme: Radio Acidule FM) und – teilweise oder ausschliesslich – mit Werbung finanziert werden.

Von den Trägern, den Organisationsformen und vom Anspruch her gesehen, könnten diese Lokalradios also durchaus in der Lage sein, einen wichtigen Beitrag zur sozialen und politischen Orientierung, Animation und Integration ihrer Hörer zu leisten. Gehofft wird auch, dass der einzelne Bürger gerade im Lokalradio wieder vermehrt selbst zu Wort kommen könnte. Erste Beurteilungen der Programme sind allerdings eher kritisch ausgefallen,⁶⁰ gesicherte Aussagen darüber können aber noch keine gemacht werden, da die Versuchsphase und somit auch die damit verbundenen Begleituntersuchungen erst angelaufen sind. Was sich aber jetzt schon abzeichnet, ist ein be-

59 Vgl. Ulrich Saxer et al., *Lokale Rundfunk-Versuche. Vorstudie zum Design der Versuchsphase und zu den vorgesehenen Begleituntersuchungen gemäss der Verordnung über lokale Rundfunk-Versuche (RVO) vom 7. Juni 1982*, Aarau/Frankfurt a.M./Salzburg 1983, S. 41 ff.

60 Vgl. beispielsweise Ueli Haldimann, «Kommerzialisierung mit Bremsversuchen. Lokalradio in der Schweiz», *Medium*, 14 (1984) 7/8, S. 20 ff.; «Dossier Lokalradio», *Zoom*, 36 (1984) 20, S. 2–19; Bernhard Giger, «Töne aus Wirtshäusern. Lokalradio in Bern – ein Stimmungsbericht in sechs Kapiteln», *Zoom*, 36 (1984) 23, S. 2–8.

trächtlicher Publikumserfolg dieser Lokalradios – zumindest einiger deutschschweizerischer (vgl. Tab. 6).

In allen Hauptzentren der Schweiz können auch die jeweiligen täglichen, ungefähr zwanzig Minuten dauernden Regionalsendungen der SRG empfangen werden. Die Berichterstattung über diese Zentren macht dabei einen wichtigen Teil des Gesamtangebots aus, wohl nicht zuletzt auch deshalb, weil sich dort die Sendestudios befinden. Was die Systemfunktionalität anbelangt, so kommt eine Untersuchung dieser Regionalprogramme zu weitgehend den gleichen Ergebnissen, wie sie hier schon für die Lokalpresse dargestellt wurden.⁶¹

Obwohl schon zahlreiche kleine, zeitlich begrenzte Versuche stattgefunden haben,⁶² werden zurzeit in keiner der hier betrachteten Schweizer Städte lokale Fernsehprogramme ausgestrahlt. In Zürich und Basel sind jedoch Vorbereitungen dazu im Gang. Beachtung sollte man in diesem Zusammenhang auch den vielerorts entstandenen und immer noch entstehenden Videogrup-

Tabelle 6: Resonanz der Lokalradioprogramme in den Hauptzentren der Schweiz 1984

	Einwohner ab 15 im Konz.gebiet*	Stationsname	Stammhörer im Konz.gebiet*
Zürich	514 000	Radio 24	25 %
	514 000	Radio Z	20 %
	416 000	Radio Lora	1 %
	**	Radio Riesbach	**
Basel	275 000	Radio Basilisk	48 %
Genf	287 000	Radio Genève Mus. & Inf.	2 %
	287 000	Radio Cité	1 %
Bern	240 000	Radio ExtraBE	13 %
	240 000	Radio Förderband	3 %
Lausanne	173 000	Radio L	9 %
	173 000	Radio Acidule FM	2 %
St. Gallen	**	Radio Aktuell	**
Luzern	139 000	Radio Pilatus	29 %

Quellen: SRG-Forschungsdienst, *Die Resonanz der SRG- und Lokalradioprogramme in der Deutschschweiz 1984. Kurzbericht über die Situation in den Konzessionsgebieten der Lokalradios*, Bern 1984; SRG-Forschungsdienst, *Impact des programmes de la SSR et des radios locales en Suisse romande 1984. La situation dans les zones concédées aux radios locales*, Bern 1985.

* Das Konzessionsgebiet umfasst immer auch mehrere Umlandgemeinden der erwähnten Städte.

** Für diese Sender liegen keine SRG-Zahlen vor.

61 Vgl. Kaspar Luchsinger et al., *Die Präsenz der Kantone in den elektronischen Medien. Analyse-Teil*, Zürich 1984.

62 Vgl. dazu die in Anm. 16 aufgeführten Begleituntersuchungen.

pen schenken. Viele von ihnen bemühen sich in konfliktbelasteten Stadtteilen von Grossstädten um die Verbesserung der Kommunikationschancen für Minderheiten, die bisher von den grossen Medien vernachlässigt wurden. Zuhilfe kommt diesen Gruppen dabei, dass der Umgang mit Videogeräten leicht und rasch erlernt werden kann, und dass das Filmmaterial billig und mehrmals verwertbar ist. Obwohl in manchen Städten, etwa in Berlin und Hamburg, bereits Videozentren eingerichtet wurden, bleibt auch hier – ähnlich wie bei den sublokalen Pressemedien – das Problem, den Kreis einer vorinformierten, diesen Videogruppen nahestehenden Öffentlichkeit zu verlas- sen.⁶³

c) Neue Medien

Ein grosses Veränderungspotential bezüglich städtischer Kommunikationssysteme wird auch den Neuen Medien, insbesondere den interaktiven, computerisierten Kabeldiensten wie Videotex (Telefon-Bildschirmtext) zugeschrieben.⁶⁴ Doch die Veränderungen beschränken sich nicht allein auf das Kommunikationssystem; sie sind gesamtgesellschaftlicher Art, wie ein Szenario für die Stadt Zürich zeigt: Die routinemässigen Dienstleistungen, die sich alle telekommunikativ durchführen lassen, werden sich immer breiter über das gesamte Land hinweg verteilen. Die hochkarätigen dagegen, nämlich diejenigen, die der Konzeption, Steuerung und Überwachung solcher Telekommunikationssysteme dienen, werden sich auf immer weniger Orte konzentrieren: auf Hauptzentren wie etwa Zürich. Von diesen Veränderungen betroffen sein werden Banken und Versicherungen, aber auch Detailhandelsgeschäfte, die bildschirmgerechte und versandfähige Produkte wie Schuhe, Kleider, Haushaltgeräte, Foto- und Freizeitausrüstungen usw. anbieten.⁶⁵

Betroffen sein werden aber auch Menschen. Bestehende Kommunikationsdefizite im Bereich der direkten, persönlichen Kommunikation zwischen Stadtbewohnern, verursacht etwa durch gewisse Formen des Städtebaus,⁶⁶ werden sich durch den weiteren Rückgang von alltäglichen Intensivkontakten aufgrund veränderter Arbeits- und Einkaufsformen noch weiter vergrössern.⁶⁷

63 Vgl. Christiane Schlötzer, «Video: Alternativ- oder Konsummedium? Kommunikationsfreiheit oder Kommerz?», in: Michael Wolf Thomas (Hrsg.), *Die lokale Betäubung oder der Bürger und seine Medien*, Berlin/Bonn 1981, S. 97 ff.

64 Zum Begriff der Neuen Medien vgl. Dietrich Ratzke, *Handbuch der Neuen Medien*, Stuttgart 1982, S. 14 ff.

65 Nach Peter Iblher, «Die neuen Technologien begünstigen die Hauptzentren und verändern in ihnen die Struktur des Detailhandels», *Tages-Anzeiger Magazin*, (1984) 42, S. 21 ff.

66 Vgl. Schwonke, a. a. O., S. 57 ff., und Bob Frommes, «Wohnmaschine oder Städtebau ohne Kommunikationsverluste?», in: Herbert Stachowiak (Hrsg.), *Technologie und Zukunftssicherung*, Paderborn 1977, S. 28 ff.

67 Vgl. Jarren, a. a. O. (Anm. 18), S. 15.

Selbst wenn sich die meisten der Neuen Medien ebenfalls erst im Erprobungsstadium befinden, Skepsis bezüglich deren sozialem und politischem Leistungspotential für Stadtbewohner ist gleichwohl angebracht: «Die Mehrzahl der neuen Kommunikationstechniken hat mit dem lokalen Raum entweder gar nichts (Satellitenfernsehen, Teletext) oder nur am Rande etwas zu tun, denn Viedotex-Angebote und über Kabel verbreitete Radio- und Fernsehprogramme sind – unabhängig von den technischen Möglichkeiten – aufgrund der gewählten Organisationsform und der kommerziellen Ausrichtung faktisch nur überlokal orientiert. (Anpassungen an die schweizerische Terminologie durch M. G.).»⁶⁸

3. Kommunikationsstätten

Obwohl Kommunikationsstätten wie Kinos und Videotheken, Buchhandlungen und Bibliotheken, Theater, Konzert- und Opernhäuser, Museen und Galerien in Städten beileibe keine Einzelerscheinungen sind, wie Tabelle 7 für einige von ihnen zeigt, ist über ihre Bedeutung im Rahmen städtischer Kommunikation so gut wie nichts bekannt. Ausser Zweifel steht die Unterhaltungsfunktion der meisten dieser Institutionen, einige dürften auch eine Bildungsfunktion haben. Aber wie steht es mit der sozialen und allenfalls auch politischen Orientierung von Stadtbewohnern? Die Filme etwa, die in städtischen Kinos gespielt werden, haben ja nur in den seltensten Fällen direkt etwas mit dem jeweiligen Abspielort zu tun. Im günstigsten Fall sind sie in Städten gedreht worden und thematisieren wenigstens so allgemein städtische Probleme.

Tabelle 7: Wichtige Kommunikationsstätten in Schweizer Hauptzentren

	Kinos 1983	Öffentliche Bibliotheken 1983	Berufsbühnen und Kleintheater 1972/73	Museen 1983
Zürich	35	4	10	17
Basel	19	3	3	26
Genf	23	3	5	21
Bern	19	4	7	10
Lausanne	18	3	5	14
St. Gallen	10	2	2	6
Luzern	9	1	2	4

Quellen: Bundesamt für Statistik (Hrsg.); *a. a. O.* (für Kinos und Bibliotheken); *Beiträge für eine Kulturpolitik in der Schweiz*. Bericht der eidgenössischen Expertenkommission für Fragen einer schweizerischen Kulturpolitik, Bern 1975 (für Berufs- und Kleintheater); eigene Erhebung (für Museen).

68 Vgl. Jarren, *a. a. O.* (Anm. 18), S. 13.

69 Nach Lange / Pätzold, *a. a. O.* (Anm. 49), S. 78.

Es dürfte deshalb richtig sein, die erwähnten Kommunikationsstätten in erster Linie als «Orte für individuelle und gemeinsame Kommunikation» anzusehen,⁶⁹ und erst in zweiter Linie als Vermittler von Lokalkommunikation. Diese Einschätzung findet ihre Bestätigung in den Funktionen, die – um beim Beispiel zu bleiben – das Kino für dessen wichtigste Besucher, die Jugendlichen hat: «Ausgehen, mit Gleichaltrigen zusammensein, also gemeinsam ausserhalb der Familie etwas unternehmen. Die Präferenz für alle Arten von Action-Filmen gerade dieser Zielgruppe, also die Vorliebe für Spannung, für das nicht Alltägliche, vielleicht das Erleben einer Gegenwelt zum Alltag mit Beruf und Schule, ist die vom Filmgenre her passende Ergänzung dieses Verhaltensmusters . . . Auch unter Cinéasten (ist) Kino ein Gruppenerlebnis. Kino erweist sich als ein soziales Medium, das einzelne Interessenten zur gemeinsamen Freizeitbeschäftigung zusammenführt.»⁷⁰

IV. Rezipienten

Der typische Rezipient, wenigstens im Rahmen der öffentlichen städtischen Kommunikation, ist der einzelne Bürger. Angesprochen wird er, wie die Übersicht in den beiden letzten Kapiteln ebenfalls gezeigt hat, vorwiegend auf indirektem Weg, d. h. vermittelt durch die klassischen Massenmedien Presse, Radio und Fernsehen. Das hat seine Gründe. Weil die Kommunikation über Distanz statt von Angesicht zu Angesicht läuft, so wird etwa argumentiert, «spielt in der Stadt das Mediensystem eine erhebliche Rolle.»⁷¹ Und andersorts heisst es: «Mit zunehmender Grösse der Gemeinden, aber auch mit fortschreitender Trennung von Wohn-, Arbeitsplatz und Freizeitbereich und daraus resultierender Vereinzelung und abnehmender lokaler Orientierung . . . haben sich die Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten des Bürgers in seiner Gemeinde grundlegend verändert . . . Wenn auch der Wert von Vereinen, Nachbarschaften und Cliquen für die lokale Kommunikation nicht unterschätzt werden soll . . ., so spielt doch heute die massenmedial vermittelte Kommunikation auf dieser untersten politischen Ebene die Hauptrolle.»⁷²

Die Untersuchung des Kommunikationsverhaltens der Bevölkerung einer deutschen Stadt mit etwa 250 000 Einwohnern ergab nun, dass 89 % der Befragten ihre Informationen über das städtische Geschehen aus der lokalen Tageszeitung beziehen, 73 % nannten Freunde und Bekannte als Informationsquellen, 30 % bezogen sich auf Arbeitskollegen, 18 % informierten sich am Stammtisch.⁷³ Als weitere mediale Kommunikationsformen neben der

70 Horst Schäfer, «Kino ist nicht Film. Zur Rolle des Films in der Stadtkultur», in: Michael Wolf Thomas (Hrsg.), *a. a. O. (Anm. 63)*, S. 81.

71 Christian Padrutt, *Lokale Kommunikation – lokale Tageszeitung*, vervielfältigtes Manuskript, Bonn 1974, S. 5 ff.

72 Hunziker / Schors, *a. a. O.*, S. 23.

lokalen Tageszeitung erhielten «alternative» Zeitungen 27 % der Nennungen, Plakate 24 %, Flugblätter 20 %, die Boulevardzeitung 12 %. Radio und Fernsehen spielten dagegen nur eine untergeordnete Rolle als Informationsträger in dieser Stadt. Als wichtigste Informationsquelle bezeichneten 49 % der Befragten die lokale Tageszeitung, die Formen der direkten Kommunikation (Gespräche mit Freunden, Bekannten, am Arbeitsplatz, Stammtisch) erhielten zusammen 32 % der Nennungen.

Bei deutlich stadtteilbezogenen Ereignissen wie der Eröffnung eines Spielplatzes fiel jedoch die massenmediale Kommunikation als Erstinformationsquelle deutlich zurück (Tageszeitung: 31 %, Gespräche: 21 %), im Falle der Sanierung eines Hinterhofs wurde sie sogar von der direkten, persönlichen Kommunikation überrundet (Tageszeitung: 18 %, Gespräche: 28 %). Gespräche als Informationsquelle wurden dabei überdurchschnittlich häufig von sozial hoch integrierten Personen genannt. Neben der Nähe zum Ereignis und dem Grad der Integration ins nachbarschaftliche Leben hat aber auch – wie eine andere Untersuchung zeigt – die Thematik der Ereignisse einen Einfluss auf die Häufigkeit der direkten Kommunikation: für Kindererziehung/Schulwesen, medizinische Versorgung, Brauchtum, Sicherung der Arbeitsplätze und Vereinsangelegenheiten gelten Gespräche als bevorzugte Informationsquelle.⁷⁴

Direkte Kommunikation in Form von persönlichen Gesprächen spielt also – etwas entgegen den vorhin formulierten Erwartungen – immer noch eine sehr bedeutende Rolle im Leben von Städtern. Der Rahmen, in dem solche Gespräche stattfinden, soll deshalb anhand einer Untersuchung in der deutschen Stadt Kiel noch etwas verdeutlicht werden.⁷⁵ 37 % der ungefähr 237 000 Einwohner dieser Stadt gehören danach zu einer informellen (= keine Mitgliedschaftsbeiträge) Gruppe von Menschen, die sich gelegentlich treffen und zusammengehörig fühlen. 43 % der Befragten beteiligen sich zudem öfters an nachbarschaftlichen Gesprächen. Die Gruppen setzen sich im wesentlichen aus Freunden und Bekannten mit gleichen privaten Interessen (44 %) oder aus Berufskollegen (16 %) zusammen. Treffpunkt ist in der Regel die Privatwohnung eines der Gruppenbeteiligten (75 %) oder dann eine Gaststätte (12 %). Fast immer befinden sich diese beiden Orte im gleichen Stadtteil (90 %). Wichtigster Zweck dieser Gruppen ist die Geselligkeit (40 %), wenigstens manchmal wird in einem solchen Kreis aber auch über Politik (70 %) oder Angelegenheiten der Gemeindeverwaltung (54 %) gesprochen.

73 Vgl. hier und im folgenden Wolfgang Fuchs / Michael Schenk, «Der Rezipient im lokalen Kommunikationsraum», *Media Perspektiven*, (1984) 3, S. 214 ff.

74 Vgl. Will Teichert, *Die Region als publizistische Aufgabe. Ursachen, Fallstudien, Befunde*, Hamburg 1982, S. 130.

75 Vgl. Henning Duncckelmann, *Lokale Öffentlichkeit. Eine gemeindesoziologische Untersuchung*, Stuttgart 1975, Tabellenteil.

Ergänzt man diesen Rahmen, in dem persönliche Gespräche in der Regel stattfinden, noch durch die Häufigkeit von innerstädtischen Telefongesprächen (vgl. Tab. 8), so wird auch der Umfang der direkten Kommunikation in Städten etwas deutlicher. Insgesamt zeigt sich damit, dass neben der öffentlichen städtischen Kommunikation auch noch eine für die politische und soziale Orientierung von Stadtbewohnern kaum minder wichtige nicht-öffentliche Kommunikation existiert. Der einzelne Bürger ist hier nicht mehr nur Rezipient, er kann durchaus auch als Kommunikator fungieren.

Diese knappen Ausführungen dürfen indessen nicht darüber hinwegtäuschen, dass man über die Bedeutung der direkten Kommunikation in Städten noch fast nichts weiss. «Vor allem die Frage nach der Schnittstelle zwischen unvermittelter und vermittelter Kommunikation (wann und unter welchen Bedingungen gelangt ein Thema in die Medien, und unter welchen Voraussetzungen bilden Medieninformationen Ansatzpunkte für eine erneute personale Kommunikation?) ist nach wie vor unbeantwortet, so dass auch das Wissen über die spezifischen Funktionen dieser beiden Kommunikationsformen . . . für unterschiedliche soziale Gruppen sehr gering ist.»⁷⁶

Tabelle 8: Innerstädtische Telefongespräche in Schweizer Hauptzentren 1983

	Total Gespräche (in 1000)	Gespräche pro Tag (in 1000)
Zürich	239 516	656
Basel	126 992	348
Genf	160 194	439
Bern	86 223	236
Lausanne	89 073	244
St. Gallen	49 637	136
Luzern	56 688	155

Quelle: Eigene Erhebung; Angaben der Generaldirektion PTT. Die Ortsnetze der Städte umfassen in der Regel auch noch einige Umlandgemeinden.

V. Bilanz

Städtische Kommunikationssysteme sind offensichtlich äusserst komplex. Eine Vielzahl von Kommunikatoren versucht über verschiedene Kanäle mit einer ebenfalls grossen Zahl von Rezipienten in Verbindung zu treten. Aber weder die direkten noch – vielleicht mit Ausnahme der traditionellen Lokalpresse – die indirekten Kommunikationskanäle städtischer Kommunikationssysteme können als genügend erforscht gelten, und auch das Verhältnis dieser beiden Kanäle zueinander liegt noch weitgehend im dunkeln.

Die wenigen vorliegenden und in diesem Aufsatz – soweit als möglich und bekannt – referierten Forschungsergebnisse lassen dennoch einige Schlussfol-

⁷⁶ Jarren, *a. a. O.* (Anm. 19), S. 146.

gerungen zu. So hat sich etwa in der öffentlichen städtischen Kommunikation eine weitgehend feste Rollenverteilung herausgebildet: Regierung, Verwaltung, intermediäre Organisationen und Wirtschaftsunternehmen benutzen für ihre Kommunikation mit dem Bürger sowie zu ihrer eigenen Information weitgehend die traditionellen Massenmedien, bis anhin insbesondere die tagesaktuelle Presse. Gleichzeitig stellen diese Institutionen aber auch die wichtigsten Informationslieferanten der Massenmedien dar; eigene bürger-nahe Informationsquellen haben und benutzen Presse, Radio und Fernsehen kaum. Dem einzelnen Bürger bleibt unter diesen Umständen nur noch die Rolle des Rezipienten – oder des Verweigerers.

Trifft dieser Befund zu, dann ist die Problemlösungsfähigkeit von Städten ernstlich gefährdet, zumal schon die Problemartikulation nicht mehr richtig funktioniert. Die für viele – weil eben vorwiegend durch die Massenmedien informierten – Leute ziemlich überraschend «ausgebrochenen» Jugendunruhen in Zürich sind ein Beispiel für diesen Sachverhalt: Schon lange bestanden bei einem Teil der Jugendlichen Probleme mit Wohnsituation, am Arbeitsplatz, im Freizeitbereich usw. Nur gelangten diese Probleme erst dann in den Prozess der öffentlichen und auch politisch wirksamen Kommunikation, als die Aufmerksamkeitsschwelle von etablierten Kommunikatoren und Medien durch phantasievolle und vor allem aber auch durch gewaltsame Aktionen drastisch gesenkt werden konnte.⁷⁷

Das Beispiel der Zürcher Jugendunruhen zeigt aber auch, dass neben der öffentlichen, massenmedial vermittelten Kommunikation in Städten auch eine bedeutende, nicht zu unterschätzende nicht-öffentliche Kommunikation besteht. Ohne sie hätten die Jugendlichen sich ja nicht organisieren können. Diese Kommunikation wird im wesentlichen direkt, d. h. im Rahmen persönlicher Gespräche geführt. Wo genau in diesem städtischen Kommunikationsgefüge der Platz der Kommunikationsstätten ist, muss – da eben auch noch wenig erforscht – vorläufig offenbleiben.

Im Rahmen dieses Aufsatzes sind ausschliesslich Elemente und Funktionen von Kommunikationssystemen in Städten dargestellt worden. Die bisherigen Ausführungen wären aber unvollständig, wenn nicht auch darauf hingewiesen würde, dass städtische Kommunikationssysteme natürlich auch auf das umliegende Gebiet ausstrahlen und für dieses von erheblicher Bedeutung sein können. Nicht umsonst gehören ja höhere Schulen, Bibliotheken, Theater, Museen, Kinos usw. zu den zentralen Einrichtungen einer Stadt, die der Versorgung der gesamten Bevölkerung ihres Einzugsgebietes dienen.⁷⁸ Und ein Blick zurück auf die Tabellen 4 und 6 zeigt, dass sowohl die lokalen Tageszeitungen wie auch die Lokalradios einen grossen Teil ihrer Leser und Hörer ausserhalb des jeweiligen Stadtgebietes finden.

77 Vgl. Hanspeter Kriesi, «Politische Aussenseiter in den Medien», in: *Mass média et processus politique, Informationsbulletin der Programmleitung NFP 6 «Entscheidungsvorgänge in der schweizerischen Demokratie»*, (1983) 4, S. 36 ff.

78 Vgl. Institut für Orts-, Regional- und Landesplanung der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich, *a. a. O.*, S. 60 f.

