

Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 33 (1981)

Heft: 22

Artikel: Lokalrundfunk mit oder ohne Werbung?

Autor: Streiff, Andres

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-933147>

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>

ger Jahre von deutschen Autoren in der Emigration geschrieben und im (noch) freien Holland veröffentlicht wurden: Irmgard Keuns Roman «Nach Mitternacht» erschien erstmals 1937 in Amsterdam. Beide Filme zeigen, den jeweiligen literarischen Vorlagen folgend, jeweils nur einen Teilaspekt Hitler-Deutschland als Hintergrund: bei «Mephisto» ist es die Theaterwelt, bei «Nach Mitternacht» das deutsche Kleinstbürgertum. Während es beim Theater relativ einfach war, eine homogene Atmosphäre zu schaffen, war dies beim bürgerlichen Alltag der dreissiger Jahre bedeutend schwieriger. Wolf Gremm findet nur stellenweise atmosphärisch dichte und historisch überzeugende Bilder. Über weite Strecken verfällt er einer konstruiert wirkenden, zwischen Parodie und Melodrama situierten Theatralik.

Es gibt Sequenzen in diesem Film, die in ihrer potentiellen Dämonie nach einem Visconti schreien. Jene etwa, wo während des Hitlerbesuchs in Frankfurt am Main ein sechsjähriges Mädchen sich

so lange zum Gaudi des Publikums als Hitleranhängerin produziert, bis es vor Erschöpfung tot umfällt. Oder jene andere, in der Tante Adelheid ihren Sohn Woche für Woche zwingt, das Bild seines toten Bruders mit Blumen zu schmücken – als ewige Strafe dafür, dass er als Dreijähriger einst einen Wohnungsbrand verursacht hatte, in dem der Bruder umkam. Andere, mehr sarkastische Sequenzen könnte man sich wiederum in einem Film von Kurt Hoffmann vorstellen. Damit ist auch die Spannweite angedeutet, die Irmgard Keuns Roman einem Filmemacher abverlangen würde. Unverständlich ist schliesslich, dass Regisseur Wolf Gremm, der mit Annette Regnier zusammen auch das Drehbuch verfasste, von der filmischen Struktur des während zwei Tagen spielenden, Rückblenden und Gegenwart miteinander verbundenen Romans keinen Gebrauch gemacht hat. Immerhin macht der Film auf den Roman Irmgard Keuns neugierig, die in einer kleinen Nebenrolle selber kurz zu sehen ist. Gerhart Waeger

FORUM

Lokalrundfunk mit oder ohne Werbung?

In der Diskussion um die Vernehmlassung zur Verordnung für Rundfunkversuche, die am 30. November abgeschlossen wird, hat sich die Radiokommission der Vereinigung evangelisch-reformierten Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit (Vereinigung FRF) in der Frage um die Zulassung von Werbung nicht einigen können. Der Mehrheitsmeinung, die sich für eine beschränkte Zulassung von Werbung ausspricht, steht eine Minderheit gegenüber, die jede Form von Werbung im Lokalrundfunk ablehnt. Der Minderheitsmeinung haben sich inzwischen

auch zwei Landeskirchen (Freiburg und Bern) angeschlossen. Der Radiobeauftragte der Vereinigung FRF, Pfarrer Andres Streiff, fasste für ZOOM-FB die Ansichten von Mehrheit und Minderheit zusammen.

Wem nützen lokale Radiosender?

Die Vernehmlassung des Bundes zu einer Verordnung für Lokalrundfunkversuche hat die FRF-Radiokommission veranlasst, über die 1982 möglicherweise kommenden UKW-Lokalradios gründlich nachzudenken. Es liegen über 100 Gesuche um entsprechende Konzessionen vor, wobei die Stadtregion Zürich mit 41 Gesuchen, Bern mit zehn Gesuchen und beide Basel mit angrenzenden Gebieten ebenfalls mit zehn Gesuchen beteiligt sind. Die geplanten UKW-Ra-

diostationen können je ein Gebiet mit einem Radius von etwa fünf Kilometern versorgen, wobei ihr Störradius weit grösser ist. Erst in grossem räumlichem Abstand kann die gleiche Frequenz von einer andern Lokalstation wieder störungsfrei verwendet werden. Es ist von da her also nicht mit 100 Lokalradiostationen zu rechnen, eher etwa mit je zwei in Zürich und Bern, einem in Basel und einem in der Ostschweiz, was die Region DRS betrifft.

Bringen Lokalradiostationen eine Verbesserung der Lebensqualität? Ist das Medienangebot (Zeitung, Fernsehen, Radio) nicht heute schon zu gross, so dass es der Kirche anständige, sich gegen jedes quantitative Mehr im Interesse des Menschen zu wehren? Lokalrundfunk ist nach Meinung der FRF-Radiokommission ein Spezialfall. Der Kommunikationsnotstand unserer Gesellschaft kann durch Lokalfunk ein Stück weit entschärft werden. Der Hörer wird animiert, an Veranstaltungen teilzunehmen, die in der Nähe stattfinden. Er lernt den bisher unbekannten Nachbarn besser kennen und fühlt sich motiviert, das persönliche, direkte Gespräch, das vielerorts fehlt, wieder aufzunehmen. Die Kirchen haben darum Interesse am Lokalfunk. Die Versuchsperiode soll abklären, ob Lokalfunk von der Hörerschaft her einem Bedürfnis entspricht. Diese Abklärung sollte nicht einfach von Einschaltquoten ausgehen, sondern Hörerbefragungen einbeziehen und am Inhalt orientierte Sendeanalysen erstellen.

Das Entstehen von lokalen Radiostationen hat sicher Auswirkungen auf die betroffene Lokalpresse. Der Lokalfunk kann auf Veranstaltungen im lokalen Raum hinweisen oder relativ rasch darüber berichten, während die Lokalzeitung, soweit sie über einen ausgebauten redaktionellen Teil verfügt, vertieft auf diese Veranstaltungen eingehen wird. Der Funk macht die Presse nicht überflüssig. Das gilt auch im lokalen Raum. Eine offene Frage ist, ob die betroffene Lokalpresse in ihrer finanziellen Existenz gefährdet wird, wenn Lokalradio über Werbung finanziert wird. Unter den Gesuchstellern für Lo-

kalradiokonzessionen befinden sich – wohl nicht zuletzt aus finanziellen Gründen – auch Zeitungen.

Warum eine Mehrheit für Werbung eintritt

Die Vernehmlassung will von den Befragten wissen, ob Lokalrundfunk durch (beschränkte) Werbung finanziert oder ob, wie bei Radio DRS, ganz auf Werbung verzichtet werden soll. Eindeutig ablehnend stehen die Kirchen einem Lokalfunk gegenüber, der aus rein kommerziellen Gründen Radio oder Fernsehen betreibt. Ein eigentlicher Kommerzfunk wird durch den Konzessionsgeber ausgeschlossen. Die grundsätzlichen Bedenken gegen die Werbung haben ihre Ursache in der Überlegung, dass Reklame eindeutig einen bestimmenden Einfluss auf den Hörer – insbesondere auf den Jugendlichen – ausübt. Die *Mehrheit* der FRF-Radiokommission befürwortet trotzdem eine Finanzierung der Lokalradios durch beschränkte Werbung, welche die Kosten des Sendebedriebs decken soll ohne ein Geschäft zu werden. Im lokalen Bereich Gebühren – wie für die SRG – zu erheben, ist aus rechtlichen, administrativen und finanziellen Gründen nicht praktikabel.

Ebensowenig kann nach Ansicht dieser Mehrheit den Trägerschaften von Lokalstationen die ganze finanzielle Last zugemutet werden. Durch eine solche Lösung wäre es nur noch wirtschaftlich privilegierten Kreisen möglich, lokale Sender zu betreiben oder über die Trägerschaften zu kontrollieren, was der Gerechtigkeit widersprüche und der pluralistischen Meinungsäusserung schaden würde. Aus diesen rein pragmatischen Gründen ist – zumindest für die definitive Organisation von Lokalsendern – die Lösung mit beschränkter Werbung leider die einzige mögliche.

Es ist logisch, dass dann die SRG auch für ihre Programme Radiowerbung fordern wird, wenn diese für den Lokalfunk zugelassen wird. Der gesamte «Werbe-kuchen» wird aber sicher nicht grösser, als er bisher ist, da die Wirtschaft ihre Ausgaben für Werbung nicht einem

neuen Medium zuliebe erhöhen wird. Es bleibt eine Aufgabe für Eltern, Schule und Kirche, in die Werbepsychologie einzuführen, die Werbung zu entmythologisieren und das selbständige Denken und Handeln des Menschen zu fördern. Mit einem Verbot von Reklame im Lokalfunk allein wäre in dieser Hinsicht nichts erreicht. Die Beschränkungen der Werbung im Lokalfunk, wie sie in der Verordnung vorgesehen sind, sind voll zu unterstützen.

Eine Minderheit sieht es anders

Eine *Minderheit* der Radiokommission befürwortet die Finanzierung ohne Werbung. Sie beruft sich darauf, dass die Kirchen in ihrer Stellungnahme zum Satellitenrundfunk vor kurzem die Finanzierung durch Werbung ablehnten. Das soll auch bei den kommenden UKW-Lokalradios gelten. In die Verordnung über Lokalrundfunk sind Bestimmungen aufzunehmen über:

- a) die möglichen Finanzierungsarten für Radiosender auf lokaler/regionaler Ebene (zum Beispiel Bildung von Genossenschaften, Talschaftsvereinigungen, Schaffen von Gemeindeverbänden, Partizipation an Konzessionsgebühren, integrierte Finanzierung im Rahmen der Kabelnetze usw.);
- b) den Ausschluss von unerwünschten, d.h. nicht im Interesse der Allgemeinheit gelegenen Trägerschaften (zum Beispiel Grossfirmen, Konzerne, Wirtschaftsgruppen usw. sowie rein ideologisch ausgerichtete Gruppen);
- c) die Freiheit und Verantwortlichkeit der Medien, der Medienschaffenden und der Medienkonsumenten.

Es soll auch auf dem Gebiet des Medienkonsums am «Verursacherprinzip» festgehalten werden: Wer eine Dienstleistung wünscht, wird auch bereit sein müssen, dafür zu bezahlen. Alle Erfahrungen bei uns (Schweizer Fernsehen, «Radio 24») und an ausländischen Werbesendern zeigen mit aller wünschbaren Deutlichkeit dasselbe: Die Werbung in elektronischen Medien zerstört das Programm. Fachleute, vor allem diejenigen, die direkt betroffen sind, sprechen von Korrumperung des Programmauf-

trags und von einer erheblichen Beeinträchtigung der Programmfreiheit der Medienschaffenden. Werbung bedeutet ein nichtdemokratisches Element in einer demokratisch fundierten Medienstruktur. Dies wirft staatspolitische Probleme auf. Solche Probleme entstehen auch im Blick auf die chronische Vernachlässigung aller Gebiete außerhalb der werbetechnisch interessanten Agglomerationen.

Meinungsdifferenz ist keine Katastrophe

Die Mehrheits- und die Minderheitsmeinungen zur Werbung liegen nicht weit auseinander. Während die Mehrheit der Radiokommission der Meinung ist, Lokalrundfunk dürfe nicht daran scheitern, dass die pluralistischen Trägerschaften das Geld für Einrichtung und Betrieb eines Senders nicht aufbringen können und von da her bereit sind, auch beschränkte Werbung in Kauf zu nehmen, wertet die Minderheit der FRF-Radiokommission den Einfluss der Werbung auf das Programm als so gravierend, dass die zweifelsohne auch für die betroffenen Kirchgemeinden teurere Lösung in Kauf zu nehmen sei.

Es ist keine Katastrophe, dass eine Eingang innerhalb der FRF-Radiokommis-

Ein Radio-Nachprogramm in der Westschweiz

srg. Im Bestreben, den Bedürfnissen des Publikums besser zu entsprechen, hat die Generaldirektion der SRG das Westschweizer Radio, wie bereits früher Radio DRS, ermächtigt, ein Nachprogramm auszustrahlen. Das vorwiegend musikalische Nachprogramm wird auf UKW über die beiden Sendernetze ausgestrahlt, die am Tag das erste und das zweite Programm (dieses zum Teil in Stereofonie) von Radio Suisse Romande verbreiten. Das Eidg. Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement ist vorgängig über diese Neuerung informiert worden.

sion nicht zustande gekommen ist; die hier zum Ausdruck gekommene Spannung dürfte Abbild des Pluralismus der Meinungen in den evangelisch-reformierten Landeskirchen sein. Das Eidg. Verkehrs- und Energiedepartement, das gerade zur Frage der Wer-

bung die Meinung einer Vielzahl von Befragten hören will, darf ruhig beide Ansichten erfahren, die ja die Überzeugung teilen, dass Werbung eine fragwürdige Errungenschaft der Neuzeit ist.

Andres Streiff

Vgl. dazu auch Editorial in Nr. 19/81

TV/RADIO-KRITISCH

Zwei Hommages ans Muotatal

«So isch es gsii» und «Der grosse Hu und andere Geschichten aus dem Muotatal» im Jugendprogramm des Fernsehens DRS

Im Rahmen des Jugendprogramms zeigt das Fernsehen DRS zwei dokumentarische Filme über eine verdrängte Kultur in unserem Land. Es handelt sich um *«So isch es gsii»* (Samstag, 21. November, 18.00 Uhr) und um *«Der grosse Hu»* (Sonntag, 22. November, 14.35 Uhr). Beide Sendungen werden oder wurden in einer Vorausstrahlung für Erwachsene vorgestellt (*«Der grosse Hu»* am 18. November, 22.40 Uhr). Die Filme wurden von der T&C Film (Zürich) im Auftrag des Fernsehens DRS und des Schweizer Schul- und Volkskinos (das die Filme verleiht wird) produziert. Regie führte Stanislav Bor, als Ko-Autor, Berater und Aufnahmeleiter wirkte Franz Ulrich.

Dokumente einer untergehenden Kultur

Der den Lesern als ZOOM-Redaktor bekannte Franz Ulrich kennt und liebt das Muotatal im Kanton Schwyz. Seine Eltern stammen von dort, und er selbst erinnert sich an zahlreiche Begebenheiten und Geschichten, die er in seiner Kinderzeit und bei Verwandten erlebt und gehört hat. Wie es schliesslich zur filmischen Dokumentierung dieses Lebenskreises gekommen ist, das ist auch eine ganze Geschichte. Das Projekt

reifte über Jahre hinweg. Seine Realisierung folgte einem ganzen Jahreszeitenzyklus. Die kleine Equipe arbeitete ohne Drehbuch, sondern mit einem offenen Konzept. Die Menschen aus dem Muotatal reden selbst über sich und ihre Welt. Der Zuschauer wird nicht mit Fakten und Analysen überflutet. Dafür bekommt er aber die Möglichkeit der Begegnung mit einer Lebensweise und einer Kultur, die durch die gesellschaftliche Entwicklung der letzten Jahrzehnte verdrängt und zum Aussterben verurteilt worden ist. Die subtile Arbeit des Kameramanns Jürg Allgaier hat viel dazu beigetragen, dass die filmische Dokumentation zum Erlebnis geworden ist.

Von einer untergehenden Welt etwas festzuhalten, ist eine Absicht der Sendungen. Für Franz Ulrich sind es zugleich auch dankbare Hommages an einen Lebenskreis, in dem er Faszination und Geborgenheit erfahren hat. Das Gespann Stanislav Bor und Franz Ulrich ist für die Zielsetzung der Filme eine glückliche Konstellation: Der mit dem Muotatal Vertraute führt den Fremden ein, nicht als Touristen oder Forscher, sondern als Gast. Aus dieser Perspektive des freundlich aufgenommenen Gastes sind die Filme gestaltet, und sie laden gleichsam auch den Zuschauer zu Besuch ein in die engen Stuben der entlegenen Höfe.

«So isch es gsii»

Der erste Teil des Dokumentarwerkes über das Muotatal bezeichnet sich