

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 40 (1988)
Heft: 5

Artikel: Kommunikation statt Kommerz
Autor: Meier, Urs
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931462>

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: 12.01.2026

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

Urs Meier

Kommunikation statt Kommerz

Der Entwurf für das Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) ist Ausdruck einer politisch defensiven Haltung: In seiner Botschaft an das Parlament nimmt der Bundesrat als gegeben hin, dass die elektronischen Medien gesamthaft dem Trend zur Kommerzialisierung ausgesetzt sind, und gewährt den entsprechenden Interessen auf allen Ebenen weite Spielräume. Gleichzeitig wird versucht, diese «Öffnung» mit dem Gesetz zu kontrollieren und zu begrenzen. Demgegenüber vertritt die Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationskultur (AFK) ein anderes Vorgehen. Anstelle des Versuchs, den verfassungsmässigen Leistungsauftrag defensiv abzuschern, wird ein zielkonformes Modell vorgeschlagen. Mit einigen Modifikationen am Gesetzesentwurf ist im innerstaatlichen Bereich eine eigenständigere, konsequenter an Grundwerten orientierte Medienpolitik durchaus möglich.

Der bundesrätliche Entwurf für ein neues Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) hat die Phase der Vernehmlassung hinter sich und liegt zur Zeit einer eigens dafür gebildeten nationalrätlichen Kommission vor (vgl. ZOOM 23/87). Aufgabe dieses Gremiums ist es, die parlamentarische Beratung, also die letzte Etappe der Gesetzgebung vorzubereiten. Die medienpolitischen Positionen scheinen inzwischen ziemlich klar zu sein. Exponenten der politischen Rechten und wirtschaftsnahe Politiker setzen auf eine möglichst weitgehende kommerzielle Öffnung der Medienordnung. Auf der Gegenseite gibt es eine in ihren Konturen noch etwas unscharfe Allianz von Linken, Grünen, Konservativen (im Sinne eines Wertkonservatismus) und Liberalen, bei denen Kriterien des Gemeinwohls, des Kulturauftrags und der demokratischen Öffentlichkeit im Vordergrund stehen. Der politische Stellenwert der Medienordnung ist jedoch nach wie vor gering. Das Thema wird in seiner gesamtgesellschaftlichen und langfristigen Bedeutung erst von einer Minderheit erkannt.

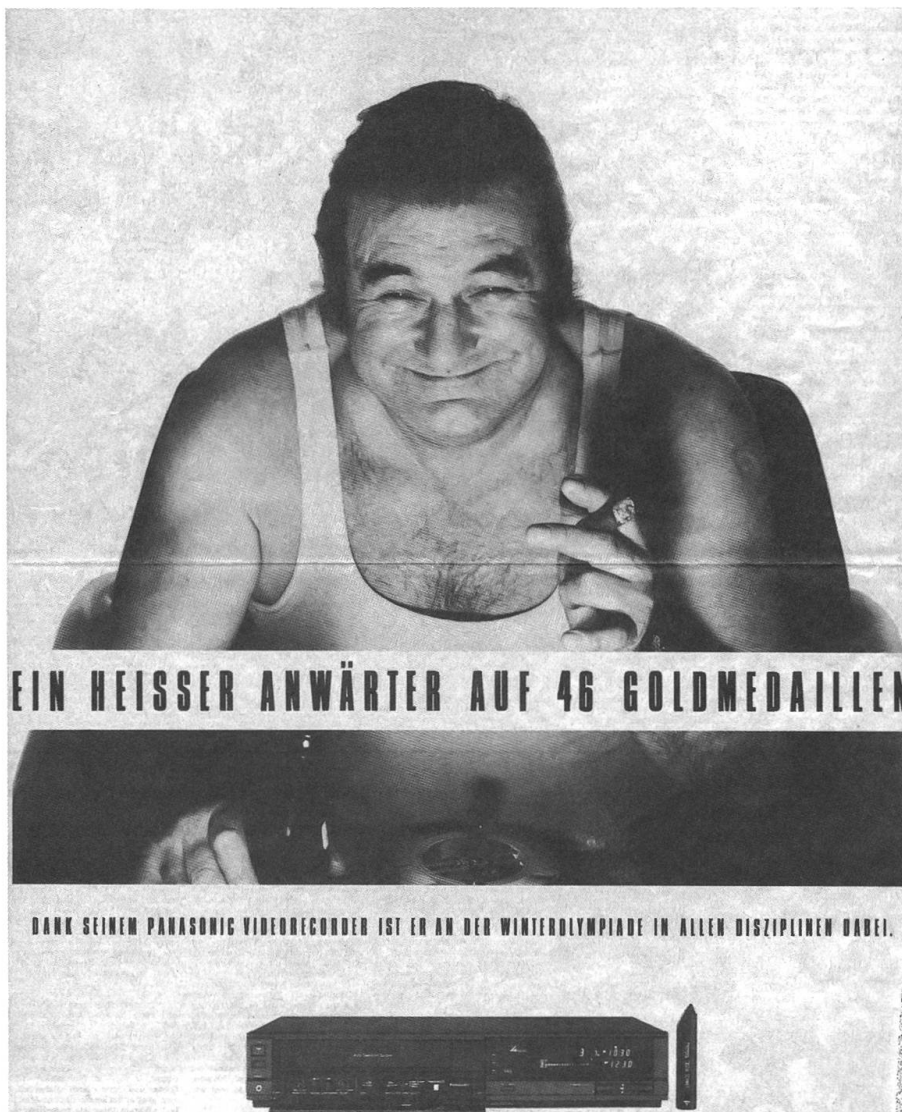
Verdeckter Systementscheid

Nach dem bisherigen Verlauf der gesetzgeberischen Prozedur zu schliessen, wird man einen Kompromiss zwischen den verschiedenen Positionen suchen. Bereits dem Entwurf zum (RTVG) wurde von vielen Seiten dieser Kompromisscharakter entweder zugute gehalten oder vorgeworfen. Der *Kompromiss* genießt an sich in der Schweiz eine gute Reputation. Als ein Verfahren des Ausgleichs eignet er sich immer wieder, die auseinanderstrebenden Kräfte im föderalistischen Staat zusammenzuhalten. Bei grossen Systementscheiden aber kommt

die integrative Kraft des Kompromisses an ihre Grenzen. Ob es um Atomenergie, verkehrspolitische Langzeitplanung oder eben um eine Medienordnung geht – stets ist unser politisches System mit der schmerzlichen Unmöglichkeit des Sowohl-als-auch konfrontiert. Der Zwang des Entscheidens ist unausweichlich, und so wird eben im Sinne der jeweils härteren Interessen entschieden. Die Folgen versucht man mit korrigierenden Massnahmen soweit zu mildern, dass den entgegengesetzten Interessen wenigstens teilweise Rechnung getragen werden kann. Von einem Kompromiss kann man dann allerdings nicht reden. Die unterschiedlichen Positionen kommen ja nicht auf der gleichen Ebene zum Zug. Wenn nach dem Entscheid für den Bau einer Autobahn Schallschutzwände und allenfalls örtlich tiefere Tempolimiten zugestanden werden, so ist kein Kompromiss gefunden, sondern ein Entscheid gewissermassen abgepolstert worden. Ebenso sind die nach jedem «Vorfall» in der Atomwirtschaft wieder von neuem diskutierten Sicherheitsmassnahmen kein Kompromiss in der Frage der Kernenergie. Die Existenz dieser Technik ist der klare faktische Entscheid, dessen Auswirkungen bestenfalls in einigen speziellen Bereichen nachträglich korrigiert werden können.

Auch in der Medienpolitik geht es mit der Radio- und Fernsehgesetzgebung um einen weitreichenden und unausweichlichen Systementscheid. Das RTVG wird zwar als Kompromiss präsentiert, aber es schliesst bei genauerer Betrachtung eine Weichenstellung von grundsätzlicher Bedeutung ein. Diese Entscheidung kann um so eher verborgen bleiben, als sie nur als Möglichkeit festgehalten ist, die nicht notwendigerweise

**Vom Voyeur als Tausendsassa
– oder der Kunde als König.**



realisiert werden muss. Dies kann aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass mit dem RTVG prinzipiell eine Öffnung des Radio- und Fernsehsystems für die wirtschaftliche Konkurrenz vollzogen wird. Zu dieser Kommerzialisierung schafft der Gesetzesentwurf zwar Gegengewichte (relativ starke Position der SRG, diverse Auflagen und Kontrollen auch für andere Veranstalter), aber er kann damit die (verdeckte) Systementscheidung nicht in ihrer Richtung korrigieren, sondern lediglich in ihrer Durchschlagskraft mildern.

Das RTVG ist bei seinem Systementscheid den härteren Interessen gefolgt. Was es als politische Gestaltungsleistung anbietet – das sogenannte «Drei Ebenen-Modell» und die Absi-

cherung der SRG – stellt sich der Kommerzialisierung bei Licht besehen nicht in den Weg. Das «Drei Ebenen-Modell» (lokal-regionaler, sprachregional-nationaler und internationaler Bereich) ist eher eine Beschreibung faktischer Kommunikationsräume und weniger das gestalterische Konzept, als welches es angepriesen wird. Die Verankerung der SRG mit umfassendem Leistungsauftrag und entsprechenden Privilegien ist ein Gebot staatspolitischer Notwendigkeiten; vor dem Hintergrund der angestrebten und bejahten wirtschaftlichen Liberalisierung ist sie aber gleichzeitig auch eine Entlastung der Kommerziellen von unrentablen Aufgaben und somit geradezu eine Bedingung für den Erfolg

privater Veranstalter. Denn der Verfassungsauftrag muss ja von jemandem eingelöst werden. Kommerzieller Rundfunk hat in der Schweiz nur Chancen, wenn er sich auf profitable Programmelemente konzentrieren kann.

Das RTVG würde in seiner jetzigen Form auf allen drei Ebenen kommerziellen Rundfunk ermöglichen. Im internationalen Feld des Satellitenfernsehens ändern die vielen noch bestehenden Unklarheiten nichts daran, dass grosse Medienkonzerne sich in diesem Bereich festsetzen und die entscheidende Rolle spielen werden. Der Gesetzesentwurf rechnet mit der Möglichkeit, dass ein überwiegend schweizerisches Konsortium von der Schweiz aus ein europaweites Satellitenprogramm verbreiten könnte. Die entsprechende gesetzliche Neuerung drängt sich aus zahlreichen Gründen auf, hat aber in der Praxis zur Zeit nur geringe Realisierungschancen.

Gerade umgekehrt verhält es sich auf der untersten Ebene, im lokal-regionalen Bereich. Hier ist die kommerzielle Öffnung mit dem Lokalradio-Versuchsbetrieb praktisch vollzogen und wird ins Gesetz übernommen, obwohl die inzwischen gesammelten Erfahrungen die dafür ins Feld geführten Gründe desavouieren (vgl. ZOOM 18/87). Die Lokalradios haben gerade bei ihrer ureigensten Aufgabe, nämlich im lokalen Bereich mit eigenständigen Mitteln eine kommunikative Bereicherung zu bringen, im grossen ganzen enttäuscht.

Entscheidend für das schweizerische Rundfunksystem ist aber zweifellos die mittlere, die sprachregional-nationale Ebene. Hier soll neben der SRG

Platz frei bleiben für «andere Veranstalter» (Art. 31 RTVG), was praktisch den Weg öffnet für ein kommerzielles Fernsehen auf der neu zur Verfügung stehenden vierten Senderkette. Der Entscheid über eine entsprechende Konzession müsste wegen ihrer offensichtlichen staatspolitischen Bedeutung laut RTVG von der Bundesversammlung genehmigt werden. Die Öffnung in diesem Bereich ist auch deshalb wichtig, weil kommerziell auf der mittleren Ebene am meisten zu holen ist.

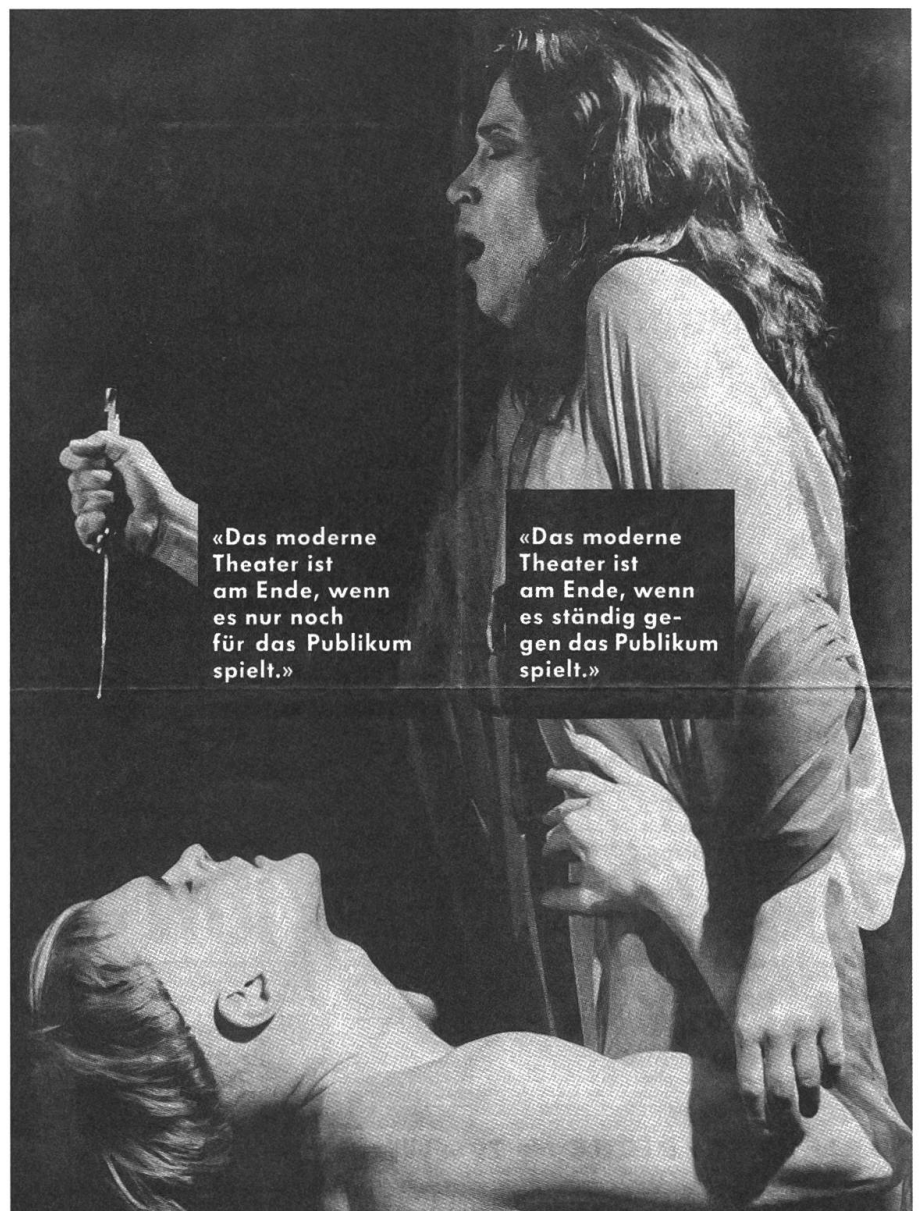
Vom Angebots- zum Nachfragemodell

Der kurze Blick auf das systemverändernde Potential des RTVG macht deutlich, dass die Richtung des Wandels dem westeuropäischen Trend der Medienentwicklung folgt. Wirtschaftliche Interessen und zum Teil auch politisch-ideologische Motive haben eine Dynamik in Gang gesetzt, die eine massive Vermehrung des Rundfunkangebots bewirkt. Die beabsichtigte Erweiterung geht über die vorhandene Nachfrage hinaus, ja eigentlich über sie hinweg. Es zeigt sich mit zunehmender Deutlichkeit, dass die Entwicklung insgesamt nicht nachfrage-, sondern angebotsorientiert ist. Nach der *Systemlogik des kommerziellen Rundfunks* geht es nämlich nicht darum, ermittelte Publikumswünsche mit Programmen zu befriedigen. Die Anstrengung richtet sich vielmehr darauf, Inserenten zu bedienen, das heisst, der Reklame mit Hilfe geeigneter Programme das gewünschte Publikum zuzuführen. Der wirtschaftliche Vorgang besteht also genau genommen nicht darin, einem Publikum ein Programmangebot zu verkaufen, sondern es wird *einem Inserenten ein Publikum verkauft*. Dieser Mecha-

nismus verunmöglicht zwar nicht jede publizistische Leistung des Programms, aber er führt dazu, dass qualitativ hochstehende Formen von Rundfunk im Programm nur nach Massgabe des kommerziellen Zwecks vorkommen.

Vom angebotsorientierten Konkurrenzmodell des Rundfunks wird noch immer behauptet, es bewirke dank *kommerziellem Wettbewerb* ein vielfältigeres und deshalb qualitativ überlegenes Programmangebot. Dabei wird ganz selbstverständlich vorausgesetzt, Rundfunk sei eine wirtschaftliche Dienstleistung wie jede andere. Diese These ist durch die Praxis

längst widerlegt. Das kommerziell liberale Rundfunksystem der USA, früher oft als Paradebeispiel für die Überlegenheit der freien Medienwirtschaft herangezogen, hat im Grossen keineswegs eine Vielfalt, sondern eine *Vereinheitlichung der Programme* bewirkt und auf die Kommunikationskultur zerstörende Einflüsse ausgeübt. Das ebenfalls häufig genannte britische Modell beruht auf einem staatlich genau kontrollierten Duopol von öffentlichem und privatem Rundfunk und kann gerade von jenen nicht in Anspruch genommen werden, die weniger staatlichen Einfluss wollen. Auch von wissenschaft-



«Das moderne Theater ist am Ende, wenn es nur noch für das Publikum spielt.»

«Das moderne Theater ist am Ende, wenn es ständig gegen das Publikum spielt.»

licher Seite ist dem Dogma vom freiheitlichen Plus einer kommerziell offenen Medienordnung der Boden entzogen. Mit medienökonomischen Analysen und Theorieansätzen lässt sich aufzeigen, weshalb in kommerziellen Systemen alles andere als lebendige Vielfalt entsteht.

Auf Grundwerten aufbauen

Der verdeckte Systementscheid, der mit dem jetzigen RTVG getroffen wird, beruht also zum Teil auf unhaltbaren sachlichen Voraussetzungen. Es fällt übrigens auf, dass die bundesrätliche Botschaft die Problematik

an mehreren Stellen durchaus benennt. Der Gesetzesentwurf trägt dann jedoch diesen Fakten und Argumenten nicht konsequent genug Rechnung. Das RTVG ist als Vorlage trotzdem brauchbar. Es muss aber in einigen Teilen von Grund auf revidiert werden. Ein *Umdenken* ist in der jetzigen Phase immer noch möglich. Wie im folgenden zu zeigen sein wird, gibt es dafür ein taugliches Modell. (Herkunft und Entwicklung der Idee dieses Modells werden im Kasten auf S. 16 dokumentiert.)

Die «Arbeitsgruppe Radio- und Fernsehgesetz» der «Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationskultur» (AfK) hat das

Nachfrage-Modell im Hinblick auf das RTVG in den grossen Zügen skizziert. Ausgangspunkt sind drei kommunikationspolitische Leitideen, für die ein breiter Konsens angenommen werden kann:

- die Erfüllung des verfassungsmässigen *Leistungsauftrags*, der die gesellschaftlich notwendigen Funktionen des Rundfunks inhaltlich umschreibt;
- der *publizistische Wettbewerb*, welcher eine qualitative, der pluralistischen Gesellschaft angemessene Programmvietalt hervorbringt;
- die *Versorgungsgerechtigkeit* im Sinne eines garantierten Grundangebots für alle Regionen, unabhängig von deren Wirtschaftskraft.

Von diesen Zielvorgaben muss der Systementscheid abgeleitet werden. Dabei kommt es darauf an, die Grundwerte möglichst gleichgewichtig zu berücksichtigen. Stellt man diesbezüglich den Gesetzesentwurf auf die Probe, so kann man feststellen, das Kriterium des Leistungsauftrags sei im Entwurf zum RTVG aufgenommen. Auch für die Versorgungsgerechtigkeit ist eine vertretbare Lösung vorgeschlagen. Der entscheidende und wirklich gravierende Mangel des Gesetzesentwurfs zeigt sich jedoch, wenn er am Kriterium des publizistischen Wettbewerbs und der Programmvietalt gemessen wird. Entgegen der in vielen Einzelvorschriften sichtbaren Intention der Verfasser wird sich nämlich die kommerzielle Dynamik des Systems in wichtigen Bereichen durchsetzen und der gesamten Medienordnung mehr und mehr ihren Stempel aufdrücken.

**Verfängliche Bildgeschichten:
Wer A sagt, muss B (nicht) ...**

FERNSEHEN OHNE REDIFFUSION-KABELANSCHLUSS.



FERNSEHEN MIT REDIFFUSION-KABELANSCHLUSS.



Ich suchte
Kunden, die
meine Werkstatt
zum Laufen
bringen.
Im Tagi.

Ich fand
Fachleute, die
meinen Fernseher
wieder zum
Laufen bringen.
Im Tagi.

Dieser Mangel hat prinzipiellen Charakter und kann nicht durch verbesserte Detailvorschriften wettgemacht werden – um so mehr, da eine allzu hohe Regeldichte nicht zu wünschen ist. Mit Eingriffen des Staates ins Medienwesen ist zurückhaltend und vorsichtig umzugehen! Statt zusätzlicher Paragraphen braucht es eine andere Orientierung an jenen Stellen, wo das Gesetz systemrelevant ist. An die Stelle der angebotsorientierten, kommerziellen Vorstellung muss ein nachfrageorientiertes Modell treten. Wo

also zusätzlich zu dem vom Leistungsauftrag her bestimmten öffentlichen Dienst sich Bedürfnisse nach Programmen artikulieren, da soll auf nichtkommerzieller Basis die Möglichkeit zu deren Befriedigung geschaffen werden.

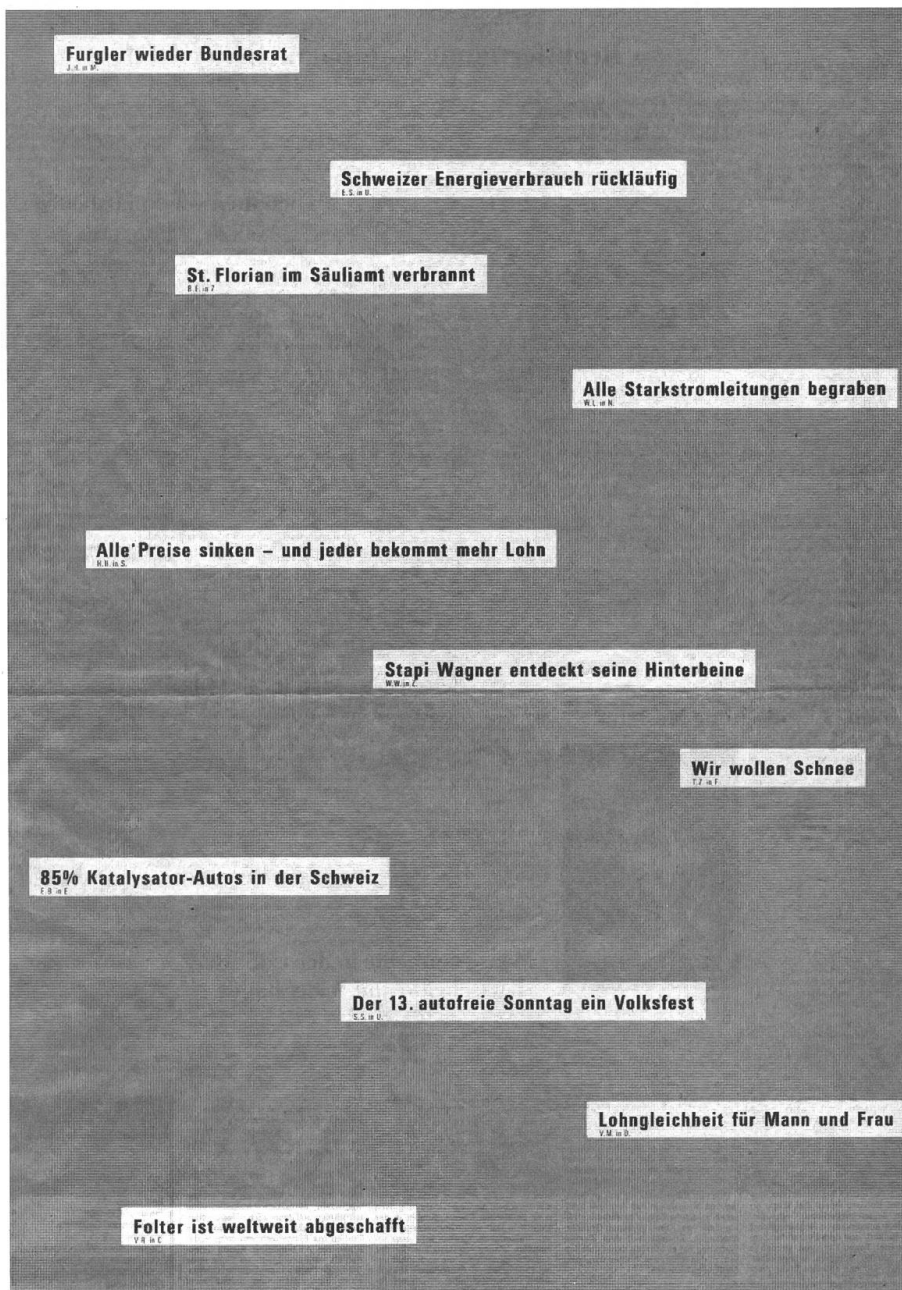
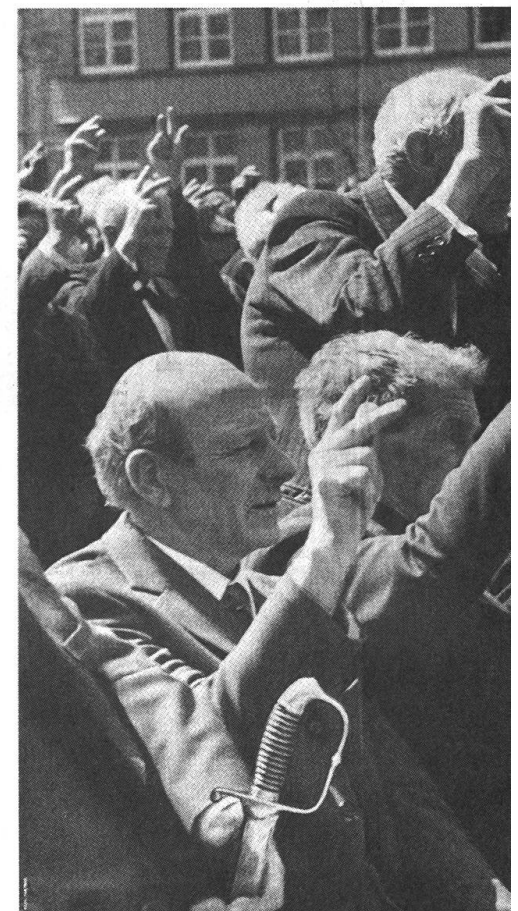
Ein solches System lässt sich nur dort einrichten, wo die Schweiz die Dinge selbständig regeln kann, also auf der lokal-regionalen und auf der sprach-regional-nationalen Ebene. Der internationale Bereich ist von der Schweiz aus nur sehr beschränkt zu beeinflussen; das

RTVG schlägt auf dieser Ebene das Mögliche vor. Im *innerstaatlichen Bereich* aber hat die Schweiz durchaus die Freiheit, einen Systemscheid zu fällen, der sich dem allgemeinen Trend nicht unterwirft. Bedingung dafür ist lediglich die publizistische Konkurrenzfähigkeit der in der Schweiz hergestellten Programme. Die Voraussetzung dafür, dass die jetzt noch gegebene Chance zum Umdenken in der Medienpolitik genutzt wird, ist der politische Wille, sämtliche drei kommunikationspolitischen Grundwerte optimal zu verwirklichen.

Publizistischer Wettbewerb

Das nachfrageorientierte Modell erlaubt auf den beiden unteren Ebenen einen publizistischen

WO



Wettbewerb, der nicht von kommerziellen Interessen überformt ist. Im Prinzip gilt, dass eine *Konzession* erteilt wird, wo sich eine entsprechende Nachfrage artikuliert. Dieses System stellt nicht darauf ab (wie der Entwurf RTVG), dass potentielle Anbieter über genügend Kapitalkraft verfügen müssen. Die Nachfrage ist gegeben, wenn sich ein *Verein* mit einer bestimmten Zahl von beitragspflichtigen Einzelmitgliedern im betreffenden Versorgungsgebiet als Programmveranstalter konstituiert. Das Modell hat einen stark konsumentenbezogenen, plebisziären Charakter und baut auf der Tradition der direkten Demokratie auf. Offensichtliche Angebotslücken dürften bei diesem System leicht zu schliessen sein, während es schwerfallen dürfte, einen Verein zu gründen,

der für die Verdoppelung von bestehenden Programmustern eintritt.

Die *Zahl der Veranstalter* ist hier vom Grundsatz her nicht beschränkt, ausser durch das pro Versorgungsgebiet festzulegende Quorum (Mindestzahl der Mitglieder). Sind mehr Veranstalter als Frequenzen vorhanden, so werden Kanäle auf mehrere Veranstalter aufgeteilt (time sharing). Dieses Prinzip ist bei Lokalradios genauso gut durchführbar wie beim Nebeneinander verschiedener Veranstalter auf der vierten Fernseh-Senderkette.

Die *Finanzierung* erfolgt durch Mitgliederbeiträge, Gebührenanteile, Werbeeinnahmen und eventuell öffentliche Zuschüsse. Andere Zuwendungen dürfen nicht entgegengenommen werden; es dürfen

auch keine Gewinne ausgeschüttet oder Gelder zweckentfremdet werden. Auf diese Weise wird eine wirtschaftliche Chancengleichheit zwischen den Gruppierungen erreicht, die sich von ihren Bedürfnissen und Ideen her organisieren und eigene Programmkonzepte entwickeln. Die Werbung wird durch unabhängige Unternehmen (analog der AG für das Werbefernsehen) acquiriert und verwaltet. Stehen mehrere Veranstalter miteinander im Wettbewerb, so werden die Werbeeinnahmen aufgeteilt.

Der *Leistungsauftrag* für solche neben der SRG tätigen Veranstalter verlangt angemessene Programmanteile an Information, Kultur, Unterhaltung und Bildung sowie einen Mindestanteil an selbst oder in direktem Auftrag produzierten Sendungen.

Der Bundesrat oder eine zu schaffende Aufsichtsinstanz (Radio- und Fernsehrat) entscheidet periodisch über den *Anteil an Sendezeit und finanziellen Mitteln*, den einerseits die SRG und andererseits die übrigen Veranstalter beanspruchen können. Massgebend ist der *«Erfolg»* der übrigen Veranstalter im Vergleich zur SRG und im Verhältnis untereinander. Der Erfolg wird an einem Indikator gemessen, der die Mitgliederzahlen sowie die mittlere Seh- und Hörbeteiligung berücksichtigt. Die SRG ist also wie die sich neu bildenden Veranstalter dem publizistischen Wettbewerb unterworfen. Je besser sie ihre integrative Funktion erfüllt, desto geringer sind die Chancen für speziell profilierte Programme. Bleiben aber Bedürfnisse unberücksichtigt,

H DIE DATENVERARBEITUNG ON HAND NOCH LOHNT.



NCR

Kleine Freiheiten von der Werbung Gnaden – oder von der Aufhebung der Öffentlichkeit als Erfahrungsraum.

so haben konkurrierende Veranstalter gute Aussichten, einen Platz zu erobern.

Der SRG bleibt ein starker Mindestanteil der verfügbaren Sendezeit reserviert. Das dürfte beim Fernsehen so aussehen, dass die SRG in jeder Sprachregion mindestens einen Kanal ganz zu ihrer Verfügung hat. Der andere Kanal (vierte Senderkette) wäre je nach Nachfrage und Erfolg in der geschilderten

Werdegang einer Idee

Im Herbst 1986 veranstaltete die Katholische Arbeitsstelle für Radio und Fernsehen (ARF) ein Seminar zum Thema «Fernsehen in der Schweiz». Dort stellte der beim Fernsehen DRS tätige Dokumentarfilm-Autor Felix Karrer das Modell «Mediallmend» vor. Es spielte den Gedanken einer nichtkommerziellen Alternative zur SRG durch und befasste sich speziell mit dem Übergang vom jetzigen zum entworfenen neuen System. ZOOM hat dieses Seminar in Nr. 20/86 dokumentiert (Felix Karrer, Mediallmend: Alternative zu SRG und Kommerz, S. 18ff).

Die Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationskultur (AfK) griff anlässlich ihrer fernsehpolitischen Tagung «Belebung statt Kommerz» vom Juni 1987 die Idee Mediallmend auf. Auch dieser Anlass ist dokumentiert, und zwar im Mitteilungsblatt der AfK, BABYLON Nr. 2 vom September 87 (Mediallmend – oder die Fortsetzung der Demokratie mit elektronischen Mitteln). Die Arbeitsgruppe Radio- und Fernsehgesetz der AfK hat den Mediallmend-Gedanken modifiziert. Sie denkt nicht mehr an eine Ersetzung, sondern an eine Ergänzung der SRG. Die Bezeichnung «Mediallmend» wird deshalb der Klarheit halber nicht mehr verwendet, sondern es ist, solange kein präziser und einprägsamer Name gefunden ist, von einem Nachfrage-Modell die Rede. Die AfK wird dieses Modell in der nächsten Ausgabe des BABYLON vorstellen. BABYLON kann bezogen werden bei: Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationskultur, Jungstr. 9, 8050 Zürich.

Weise zuteilbar (auch an die SRG). Der SRG muss zudem ein überproportionaler Mindestanteil am finanziellen Aufkommen aus Gebühren und Werbung garantiert sein. Damit werden die vom Leistungsauftrag geforderten besonders aufwendigen Dienste der SRG und ihr Finanzausgleich zwischen den Sprachregionen abgegolten. Die SRG stellt die technische und produktionsinfrastruktur mindestens im Fernsehbereich für alle Veranstalter gegen Abgeltung bereit. Ähnliche Lösungen wären auch beim Radio vorstellbar. Verschiebungen in der Zuteilung von Sendezeit und Finanzen würden sich dadurch beschäftigungspolitisch praktisch nur noch auf der Ebene der Programmschaffenden auswirken.

Dieses nachfrageorientierte Modell bietet hohe Flexibilität und optimale Chancengerechtigkeit, zusätzlich aber auch ein Element der Konstanz mit hohem publizistischem Anspruch (festgehalten im umfassenden Leistungsauftrag). Damit realisiert es auf vielschichtiger Weise das liberal-aufklärerische Postulat der Öffentlichkeit.

Der wichtigste Vorteil dieses Modells aber dürfte darin liegen, dass es vom Konzept her mit den kommunikationspolitischen Grundwerten im Einklang steht. Es *reguliert sich* über weite Strecken ohne staatliche Eingriffe *selber*. Dadurch entfällt der mühsame Versuch, eine von sachfremden Zielen bestimmte Systemdynamik mit Eingriffen mehr oder weniger zu korrigieren. Ein angebotsorientiertes Rundfunksystem drängt von sich aus stets in die «falsche» Richtung, indem es eben kommerziellen und nicht kommunikativen Zielen folgt. Ein nachfrageorientiertes Modell wie das hier skizzierte hingegen ist zum vornherein auf publizistischen Wettbewerb und grösstmögliche qualitative Vielfalt angelegt.

Es gestattet allen organisationsfähigen Meinungsströmungen, Teilkulturen und Interessengruppen, sich in den Prozess der öffentlichen Meinungsbildung einzubringen. Hinter diesem Konzept steht die Überzeugung, dass es für eine Gesellschaft in jedem Fall besser ist, wenn Ansichten und auch Konflikte sich artikulieren, als wenn sie der öffentlichen Diskussion entzogen bleiben. Indem das Nachfrage-Modell dafür optimale Voraussetzungen schafft, trägt es auch zu einer Entwicklung in Richtung einer kommunikativen Gesellschaft bei. ■

Fredi Hänni

Emsige Lobbyisten

Zur parlamentarischen Beratung des Radio/TV-Gesetzes

Bis zum Herbst 1988 will die vorberatende Kommission des Nationalrates ihre Arbeiten am Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) abschliessen.

Politikerinnen und Politiker geben dem Radio- und Fernsehgesetz einen hohen Stellenwert. Dass die Beratungen über die künftige Ordnung für die elektronischen Medien für das Parlament einer der Schwerpunkte der Legislatur 1987 bis 1991 sein wird, lässt sich schon an der Bestückung der vorberatenden Kommission des Nationalrates ablesen. Die Fraktionen haben einige ihrer besten Köpfe – darunter jene, die sich in der Medienpolitik schon bisher hervor getan haben – abgeordnet.

Präsi diert wird die vorberatende Nationalratskommission