

Zeitschrift: Thema-Bulletin = Bulletin thématique / Forum Helveticum
Herausgeber: Forum Helveticum
Band: 4 (2003)

Artikel: Konsumentensicht berücksichtigen
Autor: Müller, Heinz
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-833103>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

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

KONSUMENTENSICHT BERÜCKSICHTIGEN

Heinz Müller

Bei der Gestaltung der künftigen Medienordnung im elektronischen Bereich muss zwingend auch die Konsumentensicht berücksichtigt werden. Die Konsumenteninteressen wurden in der Medienpolitik im Konzert der Interessengruppen und Lobbies zu lange sträflich vernachlässigt. Gerade in einer Zeit, in der das Schlagwort «Service public» ausufernd verwendet wird und der Konsument auch in der Wirtschaft zum Mass aller Dinge geworden ist, müssen Verwaltung und Parlament entsprechende Sensibilitäten entwickeln. Das neue Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) muss auch unter diesem Aspekt gewogen werden.

Eine Vision der elektronischen Medienlandschaft Schweiz könnte etwa folgendermassen aussehen: Qualitativ hochstehende Information und ein möglichst vielfältiges und gehaltvolles Unterhaltungsangebot aus einheimischer Provenienz mit entsprechenden Auswahlmöglichkeiten zwischen verschiedenen Anbietern zu vernünftigen Tarifen. So einfach dies klingt, so schwierig ist diese Vision in der heutigen Medienrealität umzusetzen. Die Schweiz ist ein (zu) kleiner Markt. Die historisch gewachsene Dominanz des einzigen Service Public-Anbieters auf nationaler Ebene ist gross. Die Konvergenz der verschiedenen Medien und die kritische Grösse für Unternehmen in diesem Medienmarkt führen auch auf regionaler Ebene immer stärker zu Monopol-Situationen.

Nicht alles schlecht reden

Bei aller Kritik darf hingegen nicht unterschlagen werden, dass die schweizerische Medienlandschaft durchaus über zahlreiche Lichtblicke verfügt. Gerade im Radio-Bereich und auf regionaler Ebene ist die Vielfalt der Angebote noch gegeben, auch wenn viele kleinere Anbieter täglich ums Überleben kämpfen. Im Fernsbereich hat der grossen SRG SSR idée suisse zudem die zeitweilige Konkurrenz durch weitere nationale Fernsehstationen aber auch durch regionale und ausländische Sender gut getan.

Dennoch bleibt viel zu tun. Gerade die elektronische Medienordnung ist eine Grossbaustelle. Das heute in Kraft befindliche Radio- und Fernsehgesetz war

seit seiner Einführung 1991 Gegenstand heftiger Kontroversen. Häufig als «politisches Gesetz» gebrandmarkt, auf bürgerlicher Seite als SRG-freundlich verrufen und bereits bei seiner Einführung als veraltet taxiert, war mit dem Erlass, der die Grundlagen für die Ordnung der elektronischen Medien in unserem Land bildet, eigentlich niemand zufrieden. Der Bundesrat tat sich dann auch schwer mit der Erarbeitung seines Nachfolgers. Während Jahren angekündigt, wurde die Lancierung des Revisionsentwurfs immer wieder verschoben. Die Folgen dieser Verzögerungen sind heute deutlich sichtbar. Eine ernstzunehmende private Konkurrenz im Fernsbereich konnte sich nicht etablieren. Die ungleichlangen Spiesse bei den Rahmenbedingungen treiben die privaten elektronischen Medienanbieter an den Tropf des Staates. Der bisher hohe technologische Standard schliesslich stagniert gegenüber den Entwicklungen im Ausland.

Wie weiter?

Was ist nun aus der Konsumentensicht von der Revision des RTVG zu erhoffen? Vor zwei Jahren hat das Medien-Forum als Interessengemeinschaft der Schweizer Medienkonsumentinnen und Medienkonsumenten eine detaillierte Vernehmlassungsantwort zum seinerzeitigen RTVG-Entwurf eingereicht. Die lange Zeit von dort bis zur heute vorliegenden bundesrätlichen Botschaft zeigt die Brisanz der Vorlage und verdeutlicht, wie kontrovers die anstehende Revision in der parlamentarischen Beratung debattiert werden dürfte. Das Medien-Forum hatte in seiner Vernehmlassungsantwort mit Blick auf diese Debatte verschiedene Forderungen aufgestellt: Eine konsequente Umsetzung des «dualen Systems» (ein kontrollierter, staatlicher Service public-Anbieter und möglichst freie private Anbieter), eine liberalere Ausgestaltung der Werbeordnung, bessere Voraussetzungen zur Entfaltung von Zukunftstechnologien und schliesslich eine wirkungsvolle Kontrolle der SRG.

Licht und Schatten

Wie sieht die Situation nun heute, zu Beginn der Beratung in den Kommissionen aus? Viele der beanstandeten Punkte gehören noch heute zu den Knackpunkten der Revision. Das positiv zu wertende, grundsätzliche Bekenntnis zum dualen System wird im aktuellen Entwurf sogleich wieder verwässert. Die Regelungen im Bereich des Gebührensplittings sind nachbesserungsbedürftig. Positiv sind die Anerkennung eines regionalen Service public, die

Einführung einer Werbeordnung, welche den privaten Anbietern gegenüber der SRG mehr Möglichkeiten bietet, sowie die Schaffung einer behördenunabhängigen Aufsichts- und Bewilligungskommission. Negativ zu Buche schlagen hingegen noch immer zu restriktive Werbevorschriften, inakzeptable Wettbewerbsverzerrungen bei der Verbreitung von Programmen, das Ausblenden von Zukunftstechnologien und insbesondere ein nach wie vor mangelnder Reformdruck auf die SRG-Strukturen. In diesen Punkten sind aus der Optik der Medienkonsumenten Nachbesserungen unumgänglich.

Selektive Wahrnehmung

Schwieriger zu beantworten ist die Frage, wer die Konsumenten bei der Erreichung dieser Ziele in den kommenden Monaten unterstützen soll. Die medienpolitische Debatte wird insbesondere von wirtschaftlich ausgerichteten Interessengruppen und direkt betroffenen Branchen dominiert. SRG, private Anbieter, Verlage, Infrastrukturbetreiber usw. bringen ihre Sicht mehr oder weniger wirksam in die Debatte ein. Blickt man auf die Parteien, fällt auf, dass das Thema Medien Tummelfeld einiger weniger Spezialisten ist. Medienpolitik ist ansonsten kein Schwerpunktthema, geschweige denn Arena- oder wahlkampftauglich. Das mag einerseits beruhigend sein, ist so doch die Grundlage für eine einigermaßen sachliche Auseinandersetzung gegeben. Andererseits würde man sich aus Konsumentensicht durchaus eine etwas breitere Abstützung der Medienpolitik bei den Parteien wünschen. Die medienpolitischen Spezialisten der Parteien sind nämlich nicht selten wiederum selbst Vertreter einflussreicher Interessengruppen, allen voran der SRG mit ihren weit verästelten Gremien und Organen.

Grundsätze durchziehen

Was ist nun das Wunschszenario aus Konsumentensicht für die anstehende politische Debatte? Ziel muss es sein, Mehrheiten für schlanke und möglichst freiheitliche Lösungen zu finden. In diesem Zusammenhang sind insbesondere zwei Grundsätze zu verfolgen. Erstens sollen keine Parallelgesetzgebungen entstehen. Was bereits in einem anderen Gesetz geregelt ist, darf im RTVG nicht mehr wiederholt werden. Zweitens sollen keine Einschränkungen verankert werden, welche restriktiver sind, als das von der Schweiz ratifizierte Übereinkommen des Europarates über das grenzüberschreitende Fernsehen. Zudem ist sicher zu stellen, dass regionale und lokale Veranstalter nicht an den

erwähnten Auflagen für grenzüberschreitende Fernsehveranstalter gemessen werden, sondern diese Vorschriften wirklich nur für international agierende Veranstalter wie die SRG greifen.

Gleich lange Spiesse

Schliesslich gilt es – wenn immer möglich – dem Ziel von besseren Rahmenbedingungen für private Anbieter näher zu kommen. Dass dies nicht ohne wirkungsvolle Beschränkungen der SRG geht, versteht sich von selbst. Die SRG ist konsequent auf ihren Service public-Auftrag zu fokussieren, den sie auch in Zukunft einwandfrei und mit den dafür notwendigen Mitteln erfüllen soll. Gerade an diesem Auftrag werden die entsprechenden Regelungen des RTVG in den kommenden Monaten zu messen sein. Einschränkende Regelungen sind insbesondere dort notwendig, wo die SRG heute kommerzielle Ziele verfolgt. Diese können und müssen in Zukunft den Privaten überlassen werden. Es bleibt also bis zum Inkrafttreten des Gesetzes in eineinhalb Jahren noch viel zu tun. Ob wir dann der oben skizzierten Vision aus Konsumentensicht einen Schritt näher gekommen sind, wird sich weisen.