

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 37 (1985)
Heft: 8

Artikel: Zerfall der Öffentlichkeit
Autor: Loretan, Matthias
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-932263>

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: 17.03.2025

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

Matthias Loretan

Zerfall der Öffentlichkeit

Der Laie ist ein Mann, der sich in seine eigenen Angelegenheiten einmischte (Max Frisch 1966).

Die Vorstellung vom Laien, der in die Sterne des Himmels greift und der behauptet, Satellitenkommunikation sei auch eine Angelegenheit, die ihn betreffe, fürwahr: Diese Vorstellung ist verwegen. Immer wieder werde ich bei der Arbeit an diesem Thema von Unsicherheiten geplagt. Allmächtsphantasien wechseln mit dem Gefühl von provinzieller Schabigheit und antiquierter Kleinkariertheit. Einem Winkelried gleich stemme ich mich den habsburgischen Ätherwellen entgegen und werfe sie mit meiner etwas schmalen Heldenbrust ins All zurück. Doch dann nagen Zweifel am Heldenmut: Warum sich gegen das Neue stemmen? Warum es nicht zulassen und kreativ nutzen? Ich konstatiere das medienpolitische Desinteresse der Miteidgenossen im Bereiche der Neuen Medien, stelle fest, wieweit die von den Experten entwickelte Technologie fortgeschritten ist und vom Militär und in der Geschäftskommunikation eifertig angewendet wird. Fast täglich lese ich in der Fachpresse von Projekten und Entwicklungen beim Satellitenfernsehen. Das Wehr ist längst gebrochen. Und auch

Winkelried muss seine liebe Mühe darauf verwenden, seinen Kopf einigermassen ehrenvoll über Wasser zu halten und den Überblick zu bewahren.

Der Medienkritiker als Laie in Sachen Satellitenkommunikation: Dieses Verdikt ist mitunter schwer auszuhalten. Statt durch Recherchen und Interpretationsarbeit den Schritt ins fremde Neuland zu wagen, schleichen sich Versuchungen ein. Ich hätte mir die paar wenigen, heute schon in der Schweiz über den ECS-Satelliten empfangbaren Programme vornehmen können. Es wäre ein Leichtes, sie mit spitzer Feder rachsüchtig zu zersäusen: das «3 Sat»-Programm als vorsichtiges Experiment der deutschsprachigen Rundfunkanstalten ZDF, ORF und SRG, die unter dem Anspruch des kulturellen Austausches vor allem zeitgleiche sowie zeitverschobene und zum Teil neu moderierte Sendungen und Wiederholungen anbieten. Das Pay-TV-Programm des Zürcher «Teleclub», der noch immer nicht an die aktuellen und attraktiven A-Pictures herankommt.

Undialektisch und von kurzsichtiger Schadenfreude verführt denn auch eine ORF-Inhaltsanalyse, welche im Juni 1984 die Programme der privaten Veranstalter «Sky Channel», Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenfunk (PKS)/Frankfurter Allgemeine Zeitung (heute «SAT 1») und «RTL Plus» untersuchte. Die Ergebnisse werden triumphierend so zusammengefasst: «Reine Unterhaltung dominiert mit einem Sendeanteil von 72 bis 86 Prozent, aktuelle Informationen über politische und gesellschaftlich relevante Themen gibt es fast nur als Nachrichten mit einem Sendezeitanteil von maximal sieben Prozent, Kultur hat fast keinen Sendeplatz. Das Programm ist fast zur Gänze ein

Kaufprogramm, wobei Aktualität und Qualität des Angebotes sehr zu wünschen übrig lassen. Nur formal wird dadurch der Fernsehmarkt vielfältiger. Inhaltlich handelt es sich aber um Scheinpluralität. Aus ökonomischen Erwägungen wird von Privaten das ins Programm genommen, was von den öffentlich-rechtlichen Anstalten liegengelassen wurde, weil es den ihnen gesetzten Qualitätsstandards nicht entspricht.» (Media Perspektiven 10/84, S. 781).

Die Beobachtungen der ORF-Studie treffen weitgehend zu. Gezeichnet von einer einseitigen Abwehrhaltung, verstellen sie jedoch die Einsicht, dass es sich hier um erste Gehversuche von privaten Fernsehveranstaltern handelt. Diese können, zum Teil noch aus technischen Gründen wenig Zuschauer erreichen und versuchen deshalb ihre Investitionen in einem überschaubaren Rahmen zu halten. Überhaupt scheint es verhänglich sich vor allem an die Krisen der neuen Medienentwicklung zu halten und sie in Form von süffigen Wirtschaftskrimis nachzuzählen, als ob mit deren Aufdeckung die Ordnung der heilen, alten Medienwelt wieder hergestellt werden könnte. Das Festschreiben von Rückschlägen kommt Pyrrhussiegen gleich, bei denen am ehesten Kleine auf der Strecke bleiben. Die Entwicklung lässt sich damit nicht aufhalten. Ihre Bedeutung für den Bürger als Laien kommt nicht in den Blick.

Bedeutung der Öffentlichkeit für Demokratien

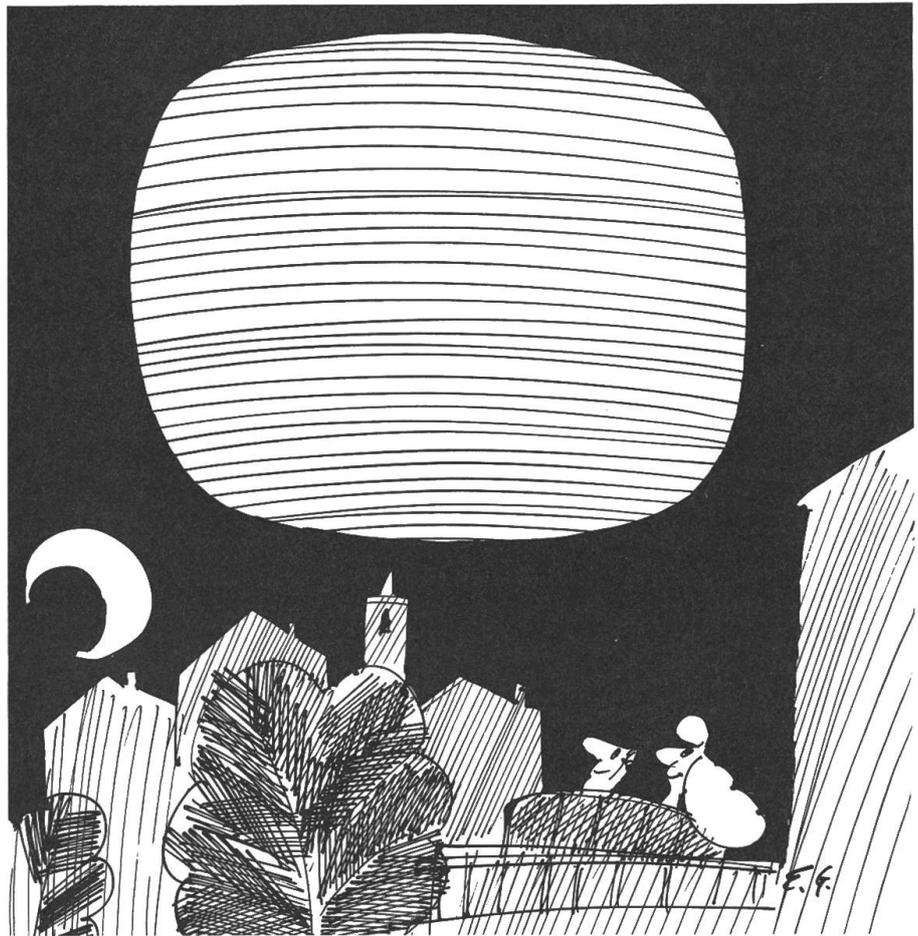
In groben Zügen soll eine systematische Perspektive angedeutet werden, welche die Entwicklung der Neuen Medien, insbesondere der Satellitenkommunikation, zu erfassen und ihre Bedeutung für die Gesellschaft

und den Bürger als Laien, zu bewerten vermag. Dabei greife ich auf die Vorstellung von *Öffentlichkeit* zurück, wie sie von der bürgerlichen Aufklärung entwickelt und von Habermas und anderen Theoretikern kritisch aufgegriffen wurde.

In pluralistisch-demokratischen Gesellschaften gilt die *öffentliche Meinung* als das normative Gestaltungsprinzip der Gesellschaft. Das menschliche Mass, ethische Entwürfe, aber auch gesellschaftspolitische Ordnungen können nicht mehr aus einer vorgegebenen Weltanschauung abgeleitet werden, sie können nur im Prozess der öffentlichen Meinungsbildung herausgefunden und legitimiert werden.

Öffentlichkeit und öffentliche Meinungsbildung sind sozial-ethische, *normative* Vorstellungen. Sie stellen sich die Integration des Bürgers in die Gesellschaft als aktiven und zwangslosen Akt der Kommunikation vor. Öffentlichkeit wäre das Gespräch, in das die Einzelnen ihre Bedürfnisse und Leidenserfahrungen einbringen. Indem das öffentliche Gespräch der Kraft des besseren Argumentes oder den Regeln des herrschaftsfreien Diskurses verpflichtet ist, verhält sich Öffentlichkeit immer auch kritisch zu den jeweils bestehenden Verhältnissen und versucht diese verändernd zu gestalten – im Hinblick auf mehr Gerechtigkeit, auf eine chancengerechtere Verteilung von Freiheit für alle.

Öffentlichkeit ist demnach eine jeder Demokratie zugrundeliegende Utopie. Sie lässt sich leiten von der utopischen Vorstellung, dass das gesellschaftliche Leben auf der zwangslosen Verständigung, auf dem Konsens der Bürger beruht. Dieser utopische Anspruch, obwohl ständig gefährdet und nie voll eingeholt, muss ein notwendiges, normatives



Richtmass jeder Demokratie bleiben. Im anderen Fall degradiert Demokratie zu einem zynischen und aufwendigen Kompromissverfahren der jeweils Mächtigen.

Der so verstandene Anspruch der Öffentlichkeit nimmt die *Medien* in die Pflicht. In einer hochkomplexen und arbeitsteiligen Welt haben die Medien das aktuelle Zeitgespräch in Gang zu halten. Durch ihre Berichterstattung sowie durch ihre kulturellen und unterhaltenden Angebote sollen sie zur freien und sachgerechten Meinungsbildung der Bürger beitragen und sie in ihrer Identitätsfindung unterstützen. Gegenüber der Meinungsbildung der Bürger haben die Medien eine dienende Funktion. Sie sollen helfen, dass die Bürger ihre Interessen wahrnehmen und sich in die eigenen Angelegenheiten einmischen können.

Die Vorstellung von der aktiven Beteiligung der Bürger an

der Gestaltung der Gesellschaft erleidet heute eine schwere *Krise*. Der einzelne Mensch erfährt seine gesellschaftliche Umwelt als anonym, komplex und stark vorstrukturiert. Es wird immer schwieriger, die Zusammenhänge zu verstehen, ein eigenes Selbstverständnis auszubilden und seine Meinung in die öffentliche Auseinandersetzung einzubringen.

Die Bürger fallen als Agenten und aktive Teilnehmer am gesellschaftlichen Meinungsbildungsprozess immer mehr aus. Statt dessen spielen die Unternehmen (inklusive Medienkonzerne), die Verbände, die Parteien sowie die organisierten Interessengruppen und ihre Experten eine zunehmend aktive Rolle. Diese Institutionen üben zwar ihrerseits eine gewisse Kontrolle untereinander aus. Sie entwickeln ständig neue Konzepte und Programme, deren Erfolg durch Umfragen, Abstimmungen und durch die Konkur-

renz am Markt getestet wird. Die Privatpersonen als Publikum verkommen zunehmend zu Rezipienten, Konsumenten. Der emanzipatorische Anspruch der Öffentlichkeit ist für den einzelnen Bürger kaum mehr einsehbar. Grosse Teile der Bevölkerung ziehen sich resigniert von der Öffentlichkeit als Schauspiel zurück und konsumieren jene Programme, die am besten unterhalten.

Der entworfene Raster dient dazu, Entwicklungen der Satellitenkommunikation besser zu verstehen. Am Leitbild der Öffentlichkeit werden die *sozialen Folgekosten* der neuen Medientechnologien dargestellt. Dies geschieht in drei Schritten. Wir wollen zuerst die technischen, dann die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen herausarbeiten, und schliesslich mögliche Auswirkungen der Satellitenkommunikation auf die Öffentlichkeit kurz skizzieren.

Das technisch Machbare

Die Satellitentechnik stellt nicht ein Neues Medium dar. Sie ist vielmehr ein Element innerhalb der modernen Kommunikationsinfrastruktur. Satellitensysteme sind multifunktionale Träger. Neben *Anwendungen* im Rüstungsbereich dienen sie insbesondere zur Übertragung von Telefon- und Bildtelefongesprächen, von Videokonferenzen sowie zum Verkehr mit Daten. Seit 1962 werden Satelliten eingesetzt zur (Live-)Übertragung von Radio- und Fernsehsignalen. Die Nutzung der Satelliten, um Fernsehprogramme direkt an Privathaushalte zu verbreiten, ist relativ jung (Kanada 1976), von der Geschichte der Technik her gesehen also ein Nebenprodukt.

Zu den *Vorteilen* der Satelliten gegenüber den traditionel-

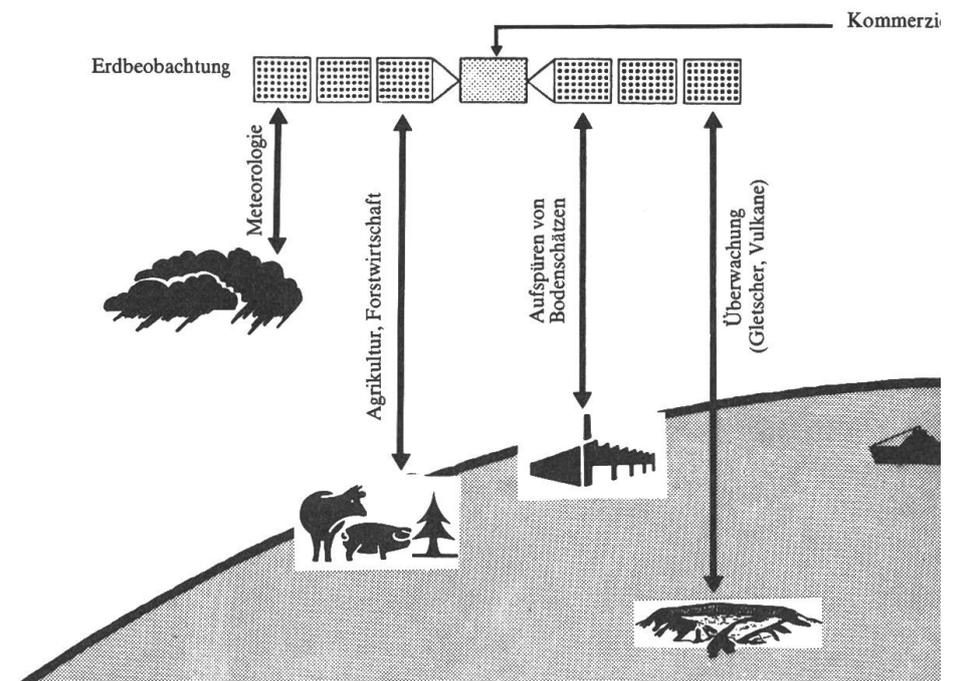
len terrestrischen Verteilsystemen zählen: örtliche Unabhängigkeit, grössere Reichweite, je nach Versorgungslage verbesserte Signalqualität und niedrigere Kosten. Mit diesen Vorteilen treten die Kommunikationssatelliten in Konkurrenz zu den anderen Verteiltechniken von Radio- und Fernsehprogrammen. Sie werden diese jedoch nicht verdrängen; langfristig wird sich ein Zusammenspiel zwischen der terrestrischen Funkverbreitung, den Kabelnetzen sowie den Satellitensystemen ergeben, in dem jede Verteiltechnik ihre spezifischen Vorteile einbringen kann. Je nach geografischen Gegebenheiten und den bereits vorhandenen Ausrüstungen kann dieses Zusammenspiel in den einzelnen Staaten sehr verschieden ausfallen. Besonders geeignet ist die Satellitentechnik etwa zur Versorgung von abgelegenen, grossflächigen, aber dünn besiedelten Gebieten. Auch einem

Entwicklungsland, das zur Verbreitung von Programmen noch kein terrestrisches Netz aufgebaut hat, kommt die nationale Versorgung über Satelliten unter Umständen günstiger.

Die Satellitentechnik selbst hat bereits *verschiedene Systeme* hervorgebracht, mit der sie flexibel auf vorhandene Situationen reagieren kann. Bei den *Direkt- oder Rundfunksatelliten* können die abgestrahlten Programme von jedermann mit relativ geringem Antennenaufwand empfangen werden. Die *Nachrichten- oder Fernmeldesatelliten* (z. B. ECS 1-3) werden immer häufiger als Zubringer von Programmen an Kabelbreiter benutzt. Inzwischen gibt es bereits ein Mittelding zwischen Direkt- und Fernmeldesatellit, den *medium-power-satellit*, welcher als Mischform ökonomisch grosse Chancen hat, sich durchzusetzen. Das luxemburgische, mittlerweile von einem privaten, europäischen



Anwendung: Astronomie, Planetologie (Sonnensystem), Geowissenschaften (Studium der Erde), Physik (All und Atmosphäre), Biologie, Medizin.



Bankenkonsortium gestützte Satellitenprojekt «*Coronet*» kann dreimal mehr Fernsehprogramme als die Direktsatelliten übertragen (16 statt 5), seine Signale sind stärker als die von Fernmeldesatelliten (10–20 Watt) und schwächer als die von Direktsatelliten (200–230 Watt); ihre mittlere Sendeleistung beträgt 50 Watt. Damit können die abgestrahlten Programme mit geringerem Aufwand als heute bei Fernmeldesatelliten üblich auch von kleineren Kabelnetzen, eventuell sogar von Einzelhaushalten direkt empfangen werden. Strittig ist vorläufig die Frage der rechtlichen Zuordnung.

Aus den technischen Rahmenbedingungen von Satellitenfunk lassen sich drei Auswirkungen auf die Medienkommunikation festmachen.

1. Durch die Satellitentechnik kann der Bürger in Zukunft *mehr Programme* empfangen. Nach dem gut unterrichteten Insider-

Magazin «*Neue Medien*» sollen bis zum Ende des Jahrzehntes 100 Fernsehkanäle europaweit zur Verfügung stehen.

2. Satellitensysteme erfordern eine hochentwickelte Technologie, deren Entwicklungs- und Herstellungskosten sehr *teuer* sind. In der Schweiz sind für den Aufbau eines eigenen (Rundfunk-)Satellitensystems im Jahre 1983 folgende Zahlen errechnet worden: Ausgehend von einem System mit zwei Satelliten (mit einer Kapazität von je drei Programmen) auf der Umlaufbahn, wobei alle fünf Jahre einer ersetzt wird, ergeben sich für 13 Jahre Betrieb technische Investitionskosten (inkl. Abschuss) im Gesamtbeitrag von 789 Mio Franken. Die technischen Jahreskosten betragen ungefähr 64 Mio Franken.

Bei der Gebührenplanung geht die deutsche Bundespost davon aus, dass die Miete für die Nutzung eines ECS-Kanals

pro Jahr sechs bis acht Millionen Mark und die eines Intelsat-Kanals drei bis fünf Millionen Mark betragen wird. Wesentlich höher liegen die Kosten bei den vor allem in Europa entwickelten Rundfunksatelliten. Je nach Anzahl Kanälen pro Satellit rechnet hier die Bundespost mit einer jährlichen Miete zwischen 22 und 40 Millionen Mark.

Für die Benutzung des Satellitensystems bezahlt der Schweizer Teleclub der PTT jährlich 5,5 Millionen Franken. 4 Millionen für die Miete des ECS-Kanals, 1,5 Millionen für Zuleitungen und die Benutzung der Bodenstation.

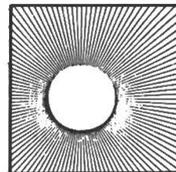
Bei all den angeführten Beispielen sind die Kosten für das Programm nicht mitgerechnet. Angesichts der happigen Aufwendungen allein für die Nutzung eines Satellitensystems können wir davon ausgehen, dass Satellitenfernsehen *kein Jedermannsfunk* darstellt. Es erfordert und bevorzugt *kapitalstarke Nutzer*. (Damals bei der Einführung von Radio und Fernsehen waren die hohen Kosten mitunter ein Grund, warum in den meisten europäischen Staaten die Programmverantwortung einem oder mehreren Veranstaltern übertragen wurde, denen man von Staates wegen bestimmte Programmaufträge erteilte und deren Einhaltung in öffentlich zugänglichen Trägerschaften kontrollierte. Man versuchte damals eine zu starke Machtkonzentration in diesem zentralen gesellschaftlichen Bereich durch eine möglichst demokratische, binnenplurale Abstützung zu vermeiden.)

3. Satelliten sind ihrer technischen Möglichkeit nach *international* angelegt. Diese Aussage schliesst eine bloss nationale Nutzung vor allem in grösseren Ländern nicht aus. Entgegen den technischen Möglichkeiten hat denn auch die Funkverwaltungskonferenz 1977 in Genf in

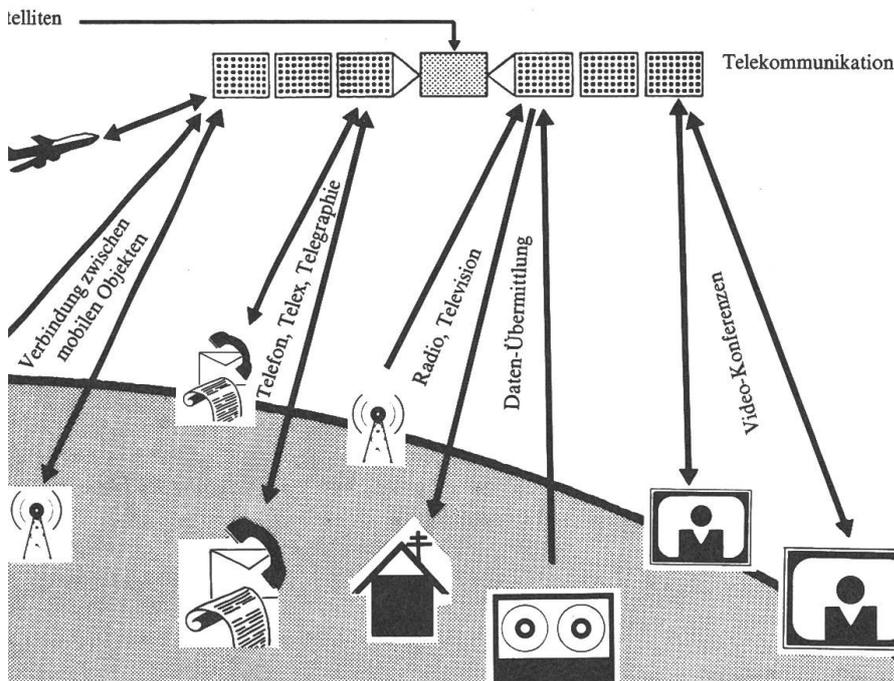
Technologische Satelliten



Anwendung: Solarzellen, thermische Verkleidungen, Wärmeausstrahlung, Propulsion, Metallurgie.



Aus: Die Woche 41/82



ihrem Rundfunkversorgungsplan WARCC'77 rechtlich die *Rundfunksatelliten* auf die *nationale Versorgung* hin ausgerichtet. Jedem europäischen Staat sind demnach fünf Kanäle zugewiesen, die er für die landesweite Versorgung nutzen kann. Ausserhalb der Landesgrenzen sind die Signale nicht mehr geschützt.

Im Gegensatz zu den Rundfunksatelliten dürfen *Fernmeldesatelliten* Programme über ganz Europa ausstrahlen. Auch der Coronet-Satellit – der Schock aus Luxemburg – würde als *Beinahe-Rundfunksatellit* die Programme auf den ganzen Kontinent aussenden. Schliesslich sind aber auch bei den – durch das WARCC'77 rechtlich eingegrenzten – Rundfunksatelliten die ellipsenförmigen Ausstrahlungszonen so grosszügig

bemessen, dass die Programme ohne vermehrten technischen Aufwand bis weit hinein in die Nachbarländer empfangbar sind und bei einem erhöhten empfängerseitigen Aufwand noch eine viel breitere Ausstrahlung erfahren. So rechnete etwa seinerzeit die Tel-Sat AG als privater, kommerzieller Schweizer Veranstalter gerade mit diesen Überlappungen. Ihr Gesuch, von der Schweiz aus international konzipierte Programme ins benachbarte Ausland auszustrahlen, wurde vom Bundesrat im letzten Herbst allerdings abgelehnt.

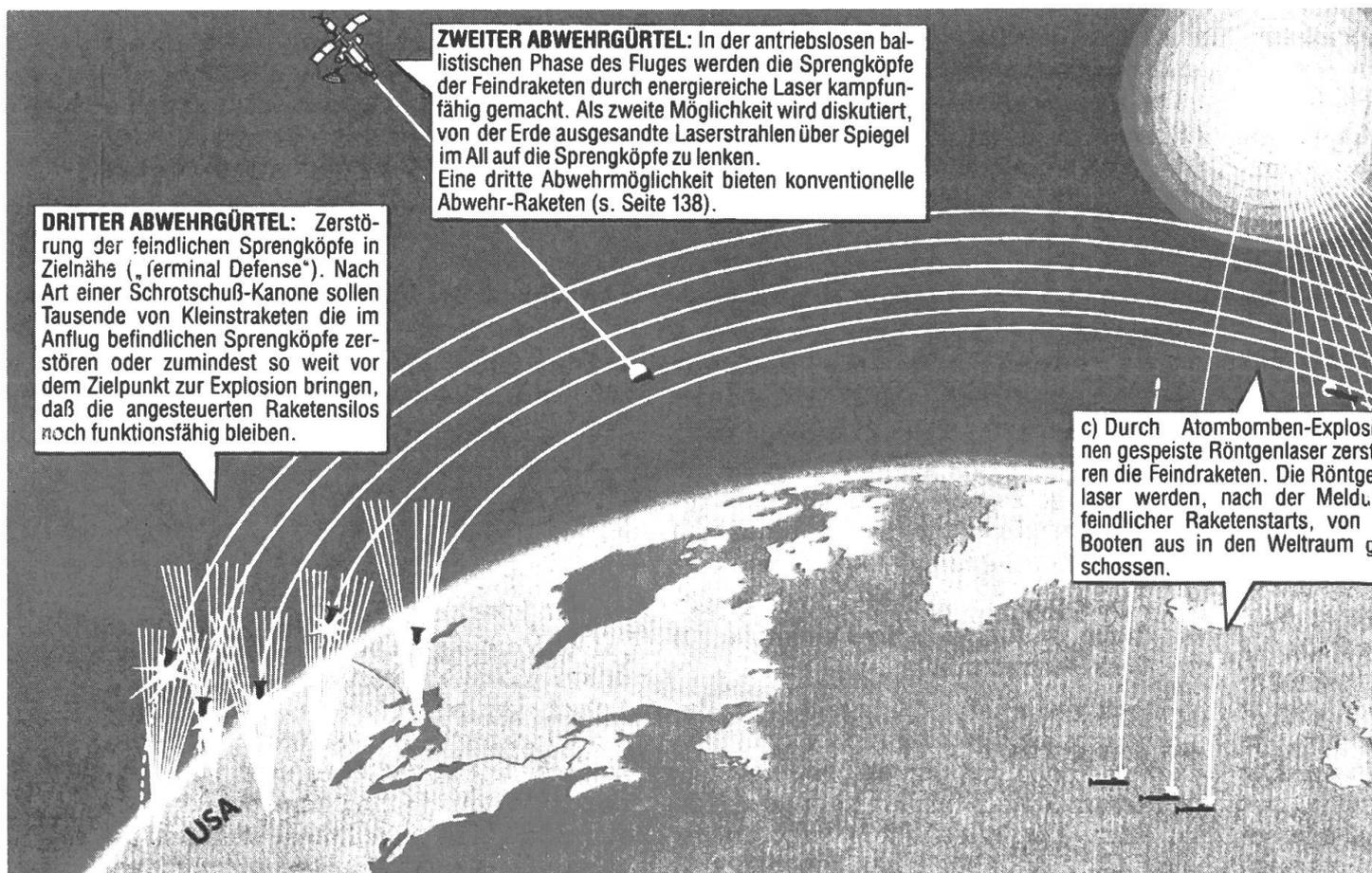
Die technischen und rechtlichen Unterschiede der verschiedenen Satellitensysteme dürften langfristig verschwinden. Die technische Entwicklung sowie die ökonomischen Interessen von Satellitenfunk-

Veranstaltern arbeiten darauf hin, dass die grenzüberschreitenden Möglichkeiten der Satellitenkommunikation genutzt werden. Durch diese Entwicklung wird die *medienpolitische Souveränität* der einzelnen Staaten wesentlich berührt. Die *Regelungen* von Radio und Fernsehen waren bisher primär *nationale Angelegenheiten*. Die grossflächige Abdeckung des Satellitenfunks stellt diese nationalen Ordnungen in Frage. Auf der internationalen Ebene aber besteht noch ein grosses Regelungsdefizit. Im entfesselten Krieg um diesen neuen Bereich des internationalen Medienmarktes haben die einzelnen Staaten jedoch unterschiedliche Interessen. Es ist zu befürchten, dass die europäischen Regierungen ausser zu hehren Deklamationen sich me-

TRAUM VOM UN DURCHDRINGLICHEN SCHUTZSCHIRM

Stationierung und Funktionsweise der geplanten US-Raketenabwehrsysteme (schematische Darstellung)

ERSTER ABWEHRGÜRTEL (a, b, c): Zerstörung von Feindraketen in der Startphase (Interkontinentalraketen sind während der zwei bis fünf Minuten Startphase relativ leicht zu treffen).



dienpolitisch nur auf den kleinsten gemeinsamen Nenner einigen können.

Wirtschaftliche Interessen an der Technik

Satellitenfunk ist technisch machbar, seine kommerzielle Nutzung in absehbarer Zeit ökonomisch chancenreich. Es ist demnach logisch, wenn Unternehmen und Volkswirtschaften sich in diesen Markt einmischen und am Geschäft teilzuhaben versuchen.

Seit den Intel-Sat-Verträgen 1964 beherrschten die USA das internationale Satellitengeschäft während fast zehn Jahren, und zwar sowohl in puncto Trägerraketen als auch bei der Produktion verschiedener Satellitentypen. Erst 1974 rührten sich zag-

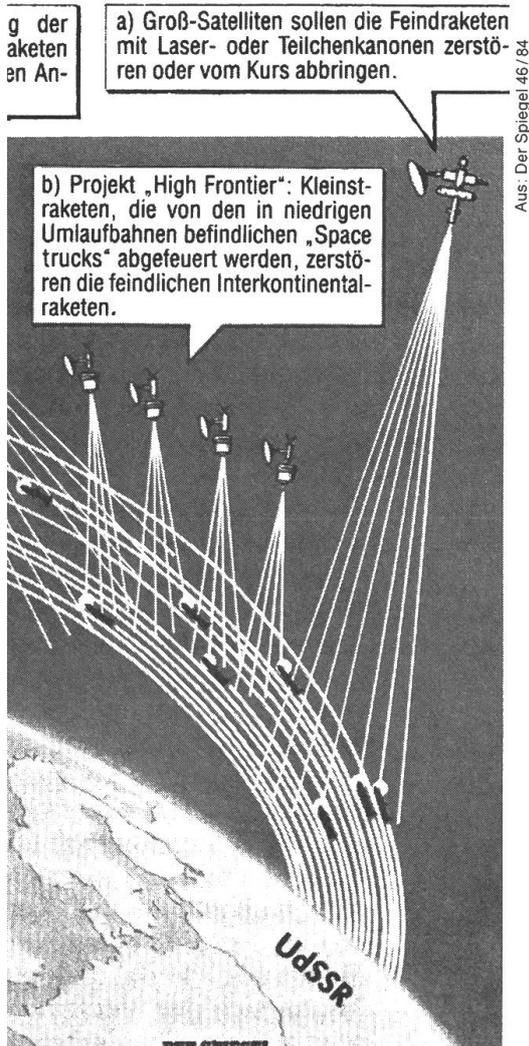
haft und zunächst nur versuchsweise die Europäer, etwa mit dem deutsch-französischen Gemeinschaftsunternehmen «Symphonie». 1978 wurde in Paris die «Eutelsat» gegründet, ein Zusammenschluss von 20 Postverwaltungen. Die «Eutelsat» hat inzwischen schon zwei funktionstüchtige ECS-Fernmeldesatelliten über dem Äquator postieren lassen. Seit dem Frühjahr 1984 hat auch die europäische Trägerrakete Ariane ihre Versuchsphase beendet und hat seither erfolgreich Satelliten plaziert.

Wenn wir einmal von den beiden Projekten Tel-Sat (Schweiz) und Coronet (Luxemburg) absehen, so sind die Auftraggeber und Netzbetreiber der europäischen Satellitensysteme entweder nationale Postbehörden oder staatliche Stellen. Die europäische hard ware-Industrie hat deshalb die Netzverantwortung der europäischen PTTs bisher nicht ernsthaft in Frage gestellt.

Die europäischen Staaten gemeinsam sowie auch einzelne ihrer grösseren Länder haben enorme *industriepolitische Anstrengungen* unternommen, um das Monopol der Amerikaner bei der Satellitentechnik zu brechen. Die Perspektiven erscheinen aussichtsreich. Ein von der französischen Regierung in Auftrag gegebener Bericht schätzte den Markt für Parabolantennen in Frankreich und der Bundesrepublik für die nächsten zehn Jahre auf sechs Milliarden Mark. Noch entscheidender waren die Aussichten für den Export. Frankreich rechnete mit Exportchancen seines zusammen mit Deutschland entwickelten Rundfunksatelliten (TDF / TV SAT) in die Dritte Welt. Auch wenn gerade die schwerfälligen Rundfunksatelliten technisch schon überholt sein dürften und sie sich wirtschaftlich bereits vor ihrem Start zu einem milliar-

denschweren Flop entwickeln könnten, ist den Europäern vor allem mit ihrem ECS-Programm der Anschluss an die Amerikaner geglückt. Es ist ihnen gelungen, sich in ihre volkswirtschaftlichen Angelegenheiten einzumischen und diese zu ihrem Vorteil zu gestalten.

Diese wirtschaftspolitische Gegenstrategie geht jedoch auf Kosten der Medienpolitik. In den nächsten Jahren gibt es in Europa eine Überkapazität von Satellitenkanälen, die für den Rundfunk genutzt werden können. Die technisch-ökonomische Entwicklung bringt die Medienpolitik in Zugzwang. Ohne dass eine breite Diskussion über die Wünschbarkeit oder die Ausgestaltung von Satellitenprogrammen in der Öffentlichkeit geführt worden wäre, fällen heute Postbehörden und Regierungsstellen Entscheidungen von medienpolitischer Tragweite. So gab es bis vor kurzem in der Schweiz zwei publizistische Organisationsformen: Den öffentlich strukturierten elektronischen Medienstand die privatwirtschaftlich organisierte Presse gegenüber. Als dieses Gleichgewicht durch die Verordnung für lokale Rundfunkversuche durchbrochen wurde, setzte es heftige medienpolitische Debatten ab. Durch die Einspeisung privater ausländischer Satellitenprogramme in Schweizer Kabelnetze findet eine vergleichbare, wenn nicht sogar folgenschwerere medienpolitische Veränderung statt, da diese Programme die SRG sowohl publizistisch wie ökonomisch nachhaltig konkurrenzieren werden. Doch der öffentliche Disput bleibt aus.



Interessen multinationaler Konzerne

Der sogenannte Quartärsektor – der Informations-/Kommunikationsbereich – gewinnt in den postmodernen Gesellschaften zunehmend an Bedeutung. Information wird neben Boden, Rohstoff, Arbeit und Kapital zu einem entscheidenden wirtschaftlichen Faktor. Mehr als die Hälfte des Schweizer Brutto-sozialproduktes wird heute der Informationsverarbeitung zuge-rechnet.

Ein naiver Zeitgenosse könnte vermuten, dass durch die Aus- weitung der Informationsverar- beitung die Öffentlichkeit in un- serer Gesellschaft an Bedeu- tung gewinne; immerhin kann davon ausgegangen werden, dass grosse Teile der Informa- tions- und Wissensbestände durch die Gesamtgesellschaft (z. B. Universitäten) hervorge- bracht oder zumindest mitfinan- ziert werden und dass sie fol- glich ein öffentliches Allgemein- gut darstellen. Aber gerade das Gegenteil ist der Fall. Informa- tion wird heute immer stärker privat gehandelt und dient als Mittel zur Sicherung von Vor- machtsstellungen.

Grössere Unternehmungen beobachten die für sie bedeut- same Umgebung und verarbei- ten geschäftsintern die entspre- chenden Daten. Solche Informa- tionen dienen dann als tech- nisches Know-how für die Pro- duktion, als Entscheidungs- grundlagen für Investitionen oder als Anhaltspunkte für Mar- ketingstrategien. Nach aussen hin werden die aufbereiteten In- formationen entweder als Pa- tente gehandelt oder als Fachin- formationen verkauft. Schon je- des grössere Unternehmen be- schäftigt zudem eine Public- Re- lations-Abteilung.

Es ist offensichtlich, dass die Informationstechnologie und ihr Verbund durch Satelliten die

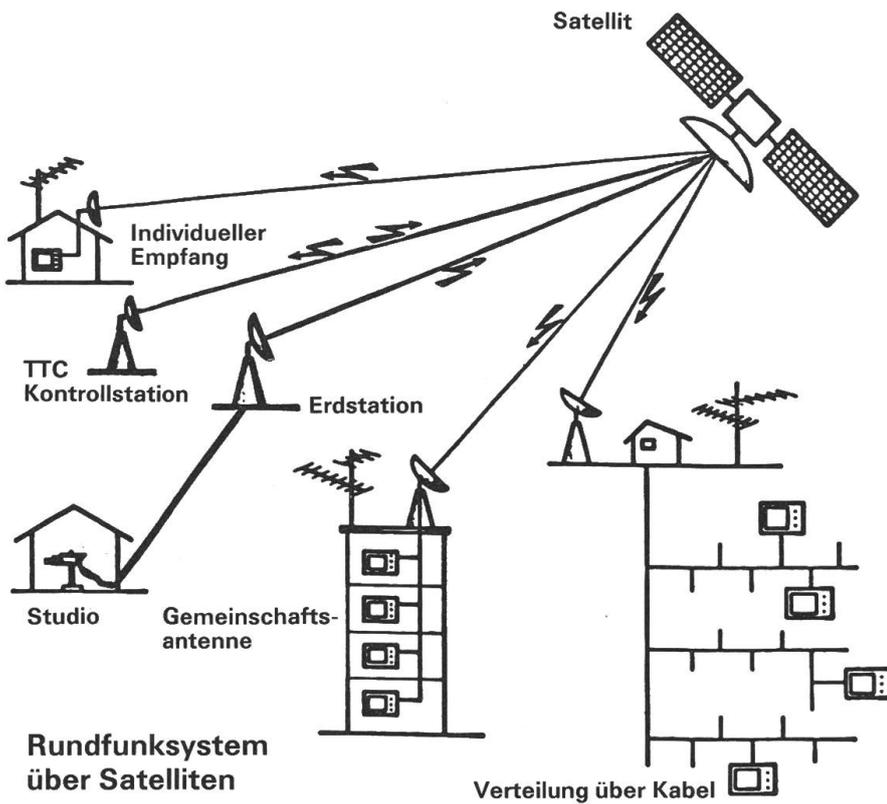
Macht vor allem der multination- alen Konzerne stärkt. Das Ma- nagement einer Konzernzentrale erkundet über Satellit Rohstoff- vorkommen oder mögliche Er- träge von Ernten. Es kommuni- ziert mit seinen weltweit ver- streuten Aussenstellen über Rohstofflager, Produktionsli- sten, Personendaten, Steuer- und Gesetzesinformationen, laufende Transaktionen usw.. Der so zustandegekommene In- formationsstand vermindert Ri- siken bei Termingeschäften, verstärkt die Position eines Le- bensmittelkonzerns gegenüber den Anbauern von Zucker oder Kakao. Bei den ständigen Da- tenflüssen wird es für Steuerbe- amte zunehmend schwieriger, Buchhaltungen von transnatio- nal tätigen Konzernen zu über- prüfen.

Die Kommunikationsnetze sind das Zentralnervensystem der multinationalen Konzerne. Mit dem Verbund von Telekom- munikation und Computerei – kurz Telematik genannt – kön- nen die weltweit verstreuten Konzerntätigkeiten jederzeit zentral koordiniert und kontrol- liert werden. IBM gibt jährlich für Telekommunikation 600 Mil- lionen Dollar aus, bei American Express oder der Grossbank Ci- ticorp sind es ungefähr 300 Mio. In den USA erbringen vier Pro- zent der Telefonabonnenten 64 Prozent des Umsatzes beim Telefonfernverkehr. In der Schweiz ist das Verhältnis nicht viel anders. Die Asut, eine Ver- einigung von Grosskunden der PTT, schätzt, dass ihre 200 Mit- glieder rund 40 Prozent zum PTT-Umsatz im Fernmeldesek- tor beitragen. Wenige Kunden sorgen also für einen enormen, ständig wachsenden Umsatz und entsprechende Gewinne im Telekommunikationsbereich. Das gibt den Forderungen die- ser Grosskunden ein politisches Gewicht.

Vom profitorientierten Stand-

punkt aus ist es logisch, wenn vor allem die amerikanischen transnationalen Konzerne eine effizient Auslegung der interna- tionalen Telekommunikation nach ihren Bedürfnissen verlan- gen. Zusammen mit der ameri- kanischen hard ware-Industrie, und unterstützt durch die Politik der Reagan-Administration, for- dern sie eine Deregulierung der Telekommunikation. Sie wollen den Einfluss der europäischen PTT's als Netzverwalter brechen. Indem die staatlichen Regiebetriebe über die Einspeisung der internationalen Satellitenverbin- dungen ins nationale, terrestri- sche Netz bestimmen, können die Europäer eine eigenstän- dige Preis- und Angebotspolitik für Satellitendienste durchset- zen. Im Extremfall fordern des- halb die Multis private Satellitenanlagen, die ihnen als Nutzer selber gehören. Mittelfristig kämpfen sie darum, dass die Intelsat mit ihrem Monopol für die interkontinentale Satellitenkom- munikation marktgerechtere Preise mit Engros-Rabatten bie- tet. Die sogenannten dünnen, unrentablen Strecken (Entwick- lungsländer) sollen nicht mehr durch den stark frequentierten, lukrativen Nordatlantik-Verkehr subventioniert werden.

Satellitenkommunikation un- terstützt die geschäftsmässige Aufarbeitung von Information. Dem wirksamen Apparat der Unternehmen haben Privatper- sonen, aber auch kleinere Pro- duktionseinheiten und Drittwelt- länder wenig entgegenzusetzen. Die Wirtschaft besetzt Felder der Öffentlichkeit. Es ist der Öff- entlichkeit zunehmend unmög- lich, ihre kritische und kontrol- lierende Funktion gegenüber den effizient organisierten Wirt- schaftsunternehmen wahrzu- nehmen. Die nationalen Öffent- lichkeiten sind zu kleinräumig, die internationale ist nur in An- sätzen ausgebildet.



Einfallstor für kommerzielles Fernsehen

Während die öffentlichen Rundfunkanstalten eher zögernd und aus einer gewissen Abwehr heraus Satelliten nutzen, findet die neue Verteiltechnik vor allem bei (möglichen) *privaten Nutzern* eine euphorische Zustimmung. In den zusätzlich zur Verfügung stehenden Kanälen sehen sie die Möglichkeit für die rechtliche Zulassung von privaten Radio- und Fernsehveranstaltern.

Da der Einsatz von Satellitentechnik und die Produktion von Fernsehprogrammen jedoch sehr kostenaufwendig sind, versuchen private Veranstalter durch *Firmenzusammenschlüsse* und Gründungen von gemeinsamen Tochtergesellschaften das ökonomische Risiko breiter abzustützen. Bei diesen Elefantenhochzeiten zeichnen sich jetzt schon *private Oligopole* ab. Aus den Kapitalverhältnissen dieser Joint-ventures lassen sich drei Tendenzen ablesen:

1. Veranstalter, die sich an ein *internationales* Publikum richten, versuchen mit *Unternehmen* aus den mit Programmen angestrahlten Ländern zusammenzuarbeiten: der Schweizer *Teleclub* mit dem Münchner Filmkaufmann Leo Kirch, oder vielleicht schon bald umgekehrt: der Münchner *Teleclub* mit dem kleinen Namensvetter aus Zürich; *RTL-plus* mit dem deutschen Bertelsmann-Verlag.

2. Dabei wird auch *branchenfremdes Kapital* angezogen. Neben Zeitungen- und Zeitschriftenverlagen, Medienkonzernen (Bertelsmann, Springer) und Kabelnetzbetreibern (Rediffusion) sind es vor allem Banken (Deutsche Genossenschaftsbank beim *SAT 1*; Rothschild bei *Tel-Sat*; europäisches Bankenkonsortium bei *Coronet*) und hardware-Produzenten (ursprünglich: Clay Whitehead / Hughes Communications bei *Coronet*; British Aerospace bei *Tel Sat*).

3. Vor allem bei den Pay-TV-Programmen in England und Deutschland fällt eine starke *Beteiligung der Amerikaner* auf.

In den USA haben die Hollywood-Majors Branchenfremden wie Home Box Office und Showtime/The Movie Channel das Geschäft mit dem Bezahlfernsehen überlassen. In Europa wollen sie diesen Fehler nicht wiederholen und beteiligen sich aktiv. Sie treten zwar den jeweiligen nationalen Partnern die Mehrheit der Gesellschaft ab. Ihr Anteil reicht aber bis zu 49 Prozent.

Allein schon die Kapitalverhältnisse zeigen, welche Programme die meisten privaten Veranstalter für verkaufsträchtig halten. Die Liberalisierung des europäischen Fernsehmarktes durch die Zulassung kommerzieller Fernsehveranstalter wird die Invasion amerikanischer Kulturprodukte verschärfen. Für die vielen Fernsehkanäle gibt es zu wenig Programme. Die Amerikaner können ihr grosses Angebot an soft ware zur preiswerten Zweit- und Drittverwertung auf den europäischen Markt werfen.

Satelliten verändern Mediensituation

(Thesen)

1.

Angesichts der globalen wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Beziehungen bietet die Satellitentechnik eine *nützliche Infrastruktur*. Sie hilft, den weltweiten Transport von Informationen und Programmen ökonomischer und wohl auch ökologischer zu gestalten. Ihre Nutzung kann einen Beitrag für die internationale Verständigung unter den Menschen und unter den Völkern leisten. Indem Satellitenkommunikation die Bildung einer globalen Öffentlichkeit unterstützt, kann sie dazu beitragen, Ungleichheiten zu vermindern, Bildungschancen und Möglichkeiten zur sozialen und kulturellen Entwicklung zu verbessern.

2.

Die schönen Möglichkeiten dieser Technik sind eins. Ihre Nutzung unter den konkreten *gesellschaftlichen Verhältnissen* etwas anderes. Satelliten sind Teile verheerender Waffensysteme. Unter den Gesetzen einer sich absolut verstehenden Marktwirtschaft werden Informations- und Medientechnologien zu wesentlichen *Stützen des materiellen Machtssystems*. Die konsequente, strategische Anwendung der Satellitensysteme durch die transnational tätigen Wirtschaftsunternehmen fördert das Nord-Süd-Gefälle.

Im Vergleich zur durchrationalisierten Weltwirtschaft sind Strukturen *internationaler Öffentlichkeit* nur rudimentär ausgebildet. Bisweilen stellte etwa die UNESCO ein Forum globaler Öffentlichkeit dar. Hier konnten Blockfreie und Entwicklungsländer Auswirkungen eines einseitigen Informationsflusses und Programmaustausches aufzeigen und gerechtere internationale Medienordnungen diskutieren. Angesichts des zunehmenden internationalen Informationsverkehrs durch Satelliten, scheinen mir die UNESCO-Austritte der USA und anderer Länder der ersten Welt schwer verstehbar.

3.

Die Anwendung der Satellitentechnik im *Rundfunkbereich* wird die Zahl der Programme erhöhen, private Veranstalter auf den Plan rufen und das Rundfunkwesen internationalisieren. Die Konkurrenz der Anbieter kann im Programmbereich zwei unterschiedliche Entwicklungen auslösen.

Diversifikation des Angebotes: Der Markt reagiert auf die verschiedenen Bedürfnisse mit gezielten Angeboten. Neben den Vollprogrammen der öffentlichen Rundfunkanstalten gibt es spezielle Kanäle nur mit

Spielfilmen, Videoclips, religiösen Programmen («New World Channel»), Nachrichten, Reportagen, Sport oder Kultur. Der Rundfunk präsentiert sich als Supermarkt.

Die Diversifikation des Programmangebotes kann im günstigen Fall die Qualität des publizistischen Angebotes fördern. Die Gefahr der Diversifikation liegt darin, dass die Öffentlichkeit in Teilbereiche zerfällt, die miteinander nicht mehr kommunizieren. Jeder hängt seinem Sound oder seiner Mode nach. Falls es einmal keine mit öffentlichen Geldern finanzierte Rundfunkanstalten wie die SRG mehr gibt, müsste jene Teilöffentlichkeit, die sich für politische Sendungen oder für Bildungsbeiträge interessiert, für diesen wenig nachgefragten «Luxus» teures Geld hinlegen. Politische Sendungen wären nicht mehr selbstverständlicher Bestandteil eines Vollprogrammes.

Nivellierung und Banalisierung der Medienleistungen: Vor allem unter den werbefinanzierten Vollprogrammen, die möglichst ein breites Publikum anzusprechen versuchen, kann sich ein ökonomischer Wettbewerb entfesseln, der Programme ohne inhaltliche Kontroversen und mit viel attraktiver Unterhaltung hervorbringt. (Substitutionskonkurrenz).

4.

Beide möglichen Entwicklungen des Programmangebotes lassen es ratsam erscheinen, den *Bestand der öffentlichen Anstalten* durch medienpolitische Massnahmen *sicherzustellen*. Gegen den Zerfall der Öffentlichkeit in Teilbereiche fördert der umfassende Programmauftrag der öffentlichen Rundfunkanstalten die geografische sowie die thematische Integration. Gegen die Nivellierung der Programme sollten die öffentlichen Veranstalter durch eine entspre-

chende Gebührenpolitik geschützt werden. Als Gegenleistung erbringen sie dafür die im Programmauftrag geforderten Leistungen, die für die öffentliche Meinungsbildung von zentraler Bedeutung sind, die jedoch strikt nach marktwirtschaftlichen Überlegungen sich nicht rentieren würden.

5.

Werden die Satellitenprogramme *dem Laien* helfen, seine nähere und weitere Umwelt besser zu verstehen, eigene Bilder und Utopien zu träumen, eine freie Meinung zu bilden? Es ist möglich. Die kreative Nutzung dieses Mediums für die Öffentlichkeit hängt allerdings von entscheidenden medienpolitischen Weichenstellungen ab. Bis jetzt sind vor allem die Geschäftsleute in diesem Bereich aktiv geworden. Der Bürger wird sich aber noch in diese Angelegenheit einzumischen haben. Tut er es nicht, wird er immer stärker in die Rolle des Rezipienten abgedrängt. Als Rezipient mag er ein verwöhnter König sein. Die Programme aber werden woanders gemacht. ■