

## **Die Mär vom nationalen Zusammenhang. Wie sich das Schweizer Fernsehen selbst verklärt.**

Beitrag in: Scheu, René: Weniger Staat – mehr Fernsehen. Service sans public? – Die neue Debatte um die SRG. Zürich: Verlag Neue Zürcher Zeitung. 2015.

Ein paar persönliche Bemerkungen vorneweg. Der Schreibende ist nicht sonderlich interessiert am Programm des Schweizer Fernsehens. Aber als Politiker ist er darauf angewiesen, in politischen Sendungen vorzukommen. Da muss er froh sein, wenn er angefragt wird. Als Privatmensch aber hat er die Freiheit und Wahl, ob er sich das Programm ansehen will. Meistens will ich nicht. Im folgenden möchte ich erklären, weshalb nicht.

### Das Selbstverständnis der Beglückungsfabrik SRG

Wie sieht das Selbstverständnis des Schweizer Fernsehens aus? Die SRG beschreibt auf ihrer Website ihren Auftrag folgendermassen:

„Die SRG stellt mit ihrem Service public die Versorgung der Schweizer Bevölkerung mit Radio- und Fernsehprogrammen sowie die Meinungsvielfalt sicher. Sie bildet aber auch die schweizerische Wirklichkeit auf nationaler, sprachregionaler und beim Radio ebenso auf regionaler Ebene umfassend ab und dies in allen gesellschaftlich relevanten Bereichen – von der Politik, Kultur und Wirtschaft über die Gesellschaft, den Sport bis hin zur Unterhaltung. Und nicht zuletzt leistet die SRG einen Beitrag zum Zusammenhalt zwischen den verschiedenen Landesteilen, zum Austausch zwischen den Sprachregionen und zum gegenseitigen Verständnis der verschiedenen Kulturen. Mit anderen Worten: Die SRG unterscheidet sich von kommerziellen Anbietern, weil sie alle Sprachregionen sowie Mehr- und Minderheiten berücksichtigt, die Vielfalt der Themen, Inhalte und Gestaltungsformen anbietet, Kultur nicht nur abbildet, sondern auch Kultur schafft, nicht das Streben nach Quote, sondern die Qualität, Glaubwürdigkeit und Relevanz in den Vordergrund stellt, von politischen und wirtschaftlichen Interessen unabhängig ist.“<sup>1</sup>

Was dem aufmerksamen Leser sogleich auffällt, ist die selbstbeschwörende Tonalität. So eine Art Pfeifen im Walde, um keine Angst aufkommen zu lassen. Angst wovor? Vor der Politik, den privaten Sendern, der Entwicklung der Technologie, den Verlagen, oder davor, dass jemand diese hehren Verlautbarungen auf ihren Wahrheitsgehalt überprüfen möchte, wenn er denn schon zwangsverpflichtet all das bezahlt?

---

<sup>1</sup> <http://www.srgssr.ch/de/service-public/auftrag/>

Die Argumentation hat etwas Verzweifeltes. Wer sich seiner Existenz bedroht fühlt, neigt zur Überhöhung seiner selbst. Es gibt in der Tat genügend Gründe, diesen Selbstanspruch in Frage zu stellen. Ich greife aus diesem sich nach allen Seiten absichernden Reduit-Argumentarium nur einen Aspekt heraus, weil er mir der wesentliche scheint: den behaupteten „Beitrag zum Zusammenhalt zwischen den verschiedenen Landesteilen, zum Austausch zwischen den Sprachregionen und zum gegenseitigen Verständnis der verschiedenen Kulturen.“ Was hat es damit auf sich?

### Das Phantom „nationaler Zusammenhalt“

Zunächst einmal gilt es zu klären, was denn das Schweizer Fernsehen unter dem „nationalen Zusammenhalt“ versteht. Das ist schwierig herauszufinden. Denn man findet dazu keine klaren Statements. SRG-Generaldirektor Roger de Weck beruft sich darauf, dass die SRG offenbar 71 Prozent der Schweizer Bevölkerung „Vertrauen ins Radio und TV“ habe, dass nur die SRG die „kritische Masse habe, um in Konkurrenz zu ausländischen Anbietern das breite Publikum zu erreichen. Ein privater Kanal schafft das nie.“<sup>2</sup> Natürlich nicht, wenn der Private nicht so wie die SRG derartig grosszügig von Zwangsabgaben unterstützt wird, wie das hierzulande fast nur noch die Landwirtschaft von sich behaupten kann.

In der parlamentarischen Debatte dazu begründete Bundesrätin Leuthard die Zwangsgebührenfinanzierung der SRG ebenfalls mit dem Argument des Service public als Kohäsionswerkzeug. Ich zitiere ausführlich, und es lohnt sich, genau zu lesen: „Auch Personen, die nie Radio hören oder Fernsehen schauen, profitieren von Leistungen des Service public. Der Service public trägt zur politischen Meinungsbildung in der direkten Demokratie und zur kulturellen Vielfalt in diesem Land bei. Dank des Service public werden die Informationen aus anderen Sprachregionen aufrechterhalten. Das kulturelle Leben in unserem Land, unsere Werte, die Traditionen und die vielen Bräuche - all das haben Sie heute in diesem Service-public-Auftrag drin.“<sup>3</sup> Auch hier ist eine Überhöhung des Service public zum allüberall selig machen nationalen Zusammenhaltsleim erkennbar, ohne dass dieser aber definiert wird und gezeigt wird, inwiefern das Schweizer Fernsehen unverzichtbare Voraussetzung dafür sei. Service public ist das, was jene, die Service public machen, als Service public definieren. Oder noch einfacher: Service public ist das, was die SRG programmatisch macht – egal, worum es sich im Detail handelt.

### The medium is (not) the message

---

2 [«Ohne Gebühren gibt es keine konkurrenzfähige Produktion»](#), Roger de Weck im Gespräch mit Daniel Friedli, «NZZ am Sonntag» vom 9. November 2014.

3 Amtliches Bulletin, Wortprotokoll Nationalrat, 8. April 2014.

Das Schweizer Fernsehen hat – gemäss Selbstdarstellung - folgende inhaltlichen Aufträge: Information, Bildung, Kultur, Sport und Unterhaltung. Aber was haben diese Sparten mit den nationalen Zusammenhalt zu tun? Bei der Information ermöglicht die SRG „eine schweizerisch geprägte und unabhängige Sicht auf das Geschehen im In- und Ausland. Das ist für die politische Kultur in der Schweiz wichtig.“ Einverstanden. Aber nochmals: das hat nichts mit dem nationalen Zusammenhalt zu tun. Denn wenn der Auftrag „Information“ lautet, hat das Staatsmedium die Aufgabe, zu berichten, was geschieht. Was geschieht, geschieht aber unabhängig vom Medium, das darüber berichtet. Beim Auftrag „Bildung“ gilt das Gleiche, bei „Kultur“ und „Sport“ sowieso. Die Journalisten der SRG sind weder Politiker, Lehrer, Künstler noch Sportler; sie berichten nur – oder sollten –, was Politiker, Lehrer, Künstler und Sportler tun und sagen. Das Medium ist nicht die Message, sondern tatsächlich nur Medium für die Message der Akteure in Politik, Bildung, Kunst und Sport.

Und was das Tun dieser eigentlichen Akteure mit dem nationalen Zusammenhalt zu tun hat, bleibt offen, bzw. unabhängig vom Beitrag des Schweizer Fernsehens zu beantworten. Wenn in der Arena die Parteipräsidenten verbal aufeinander eindreschen, wo ist da der nationale Zusammenhalt, abgesehen davon, dass sie gemeinsam streiten, was sie ohnehin auch ohne Fernsehen tun? Wenn Roger Federer und Sten Wawrincka den Davis Cup holen, worin besteht der Beitrag der Kommentatoren des Schweizer Fernsehens (exzellente, übrigens) zum nationalen Zusammenhalt? Schaffen diesen die Tennisspieler oder das Schweizer Fernsehen? Das Gleiche gilt für Kunst und Bildung. Die Selbsteinschätzung des Schweizer Fernsehens, den nationalen Zusammenhalt zu sichern, ist darum, nüchtern betrachtet, reine Selbstverklärung.

Das Medium wird mit der Botschaft verwechselt. Man glaubt, nur weil man Bedeutendes berichtet, sei man selbst bedeutend. Das Fernrohr richtet und schärft den Blick auf die Berge. Das Schöne daran ist aber nicht das Fernrohr, sondern es sind die Berge. Das Wichtige ist Politik, Bildung, Kultur, Sport, aber nicht der Kasten, der dieses überträgt. Wenn also etwas den nationalen Zusammenhalt sichert, ist es nicht das Schweizer Fernsehen, sondern dann sind es die Inhalte, die das Schweizer Fernsehen überträgt.

Das Reduit des Schweizer Fernsehens: die Unterhaltung

Sie werden es bemerkt haben: von den Aufgaben des Schweizer Fernsehens, die es sich selbst zuschreibt, habe ich bisher eine nicht erwähnt: die Unterhaltung. Diese Sparte ist in der Tat die einzige, die sich dadurch auszeichnet, dass das Fernsehen über Inhalte nicht nur berichtet, sondern sie auch selbst erschafft. Hier ist der einzige kreative Freiraum und deshalb auch der Ort, wo das Medium die Message ist. Konsequenterweise hat hier das Fernsehen auch den Freiraum,

um den selbstbehaupteten nationalen Zusammenhalt zu gestalten. Tut es das? Mindestens gibt man vor, es zu tun mit Formaten, wo Moderatoren „Bi de Lütz“ vorbei gehen, „happy days“ bereiten, als „Gipfelstürmer“ die „absolute Nr. 1 der Schweiz“ bestimmen, oder sich nach dem „best talent“ umsehen. gleichzeitig ist aber hier auch der Rechtfertigungsdruck am stärksten. Am 26. September 2014 führte die SRG eine Tagung durch, mit dem Titel „That’s entertainment“. Zyniker könnten hier schon einwenden, dass Englisch wohl nicht die adäquate Schweizer Kohäsionssprache sein sollte für einen Landessender mit hochzelebriertem Vier-Landessprache-Ethos. Die Tagung hatte Mobilisierungscharakter. Man wollte den Beweis antreten, dass Unterhaltung nicht bloss Unterhaltung sei, sondern „immer auch in einen Prozess des Lernens und der nationalen Selbstverständigung eingebunden werden kann“. Ebenso wurde ein 8-Punkte-Programm vorgestellt. Daraus nur die für dieses Thema relevanten Sätze: „Unterhaltung ist ein integraler Beitrag zur Kohäsion des Landes. Unterhaltung ist mehr als Ablenkung. Sie öffnet einen Raum, der gefüllt werden kann mit Informationen. Das ist Lernen. Wenn wir Unterhaltung nicht mehr selbst produzieren, werden wir kolonialisiert und nicht mehr abgebildet. Das ist Identitätsverlust genauso wie der Verlust von Know-how. Eigenproduktionen sind sehr teuer. Private würden sie nicht produzieren, da sie ein Verlustgeschäft wären.“<sup>4</sup>

Besser und offener könnte man nicht zeigen, worum es dem Schweizer Fernsehen eigentlich geht: die Selbstzelebrierung als eidgenössische Beglückungsfabrik, die mittels Unterhaltung auch noch Ideologie transportieren soll. Dass das Ganze zusätzlich mit antiausländischen Reflexen aufgeladen wird, ist symptomatisch, auch wenn es so gar nicht zur weltoffenen Art passt, derer sich die Fernsehleute gerne rühmen. So zitiert SRG auf der eigenen Website dankbar das Statement eines Tagungsteilnehmers: „Produziert die SRG keine Unterhaltung mehr, werden wir von der Unterhaltungsindustrie der USA, Grossbritanniens und Deutschlands kolonialisiert.“ Wiederum dasselbe Wort: „Kolonialisierung“. Die Köpfe der Eidgenossen werden von hinterhältigen Nachbarn oder transatlantischen Partnern eingenommen – Gefahr für den nationalen Zusammenhalt!

Die Antwort auf die Frage, ob der inländische Publikumserfolg von im Ausland hergestellten Serien und Epen auch mit der höheren Qualität des ausländischen Angebots zu tun haben könnte, blieb die Tagung schuldig. Das heisst: im Selbstverständnis des Schweizer Fernsehens ist Unterhaltung kohäsionsfördernde Berieselung der Empfänger, die diese mit Zwangsgebühren zu finanzieren haben, ungeachtet ihrer eigenen Präferenzen. Die Frage, Unterhaltung den nationalen Zusammenhalt überhaupt fördern kann, stellt sich dann schon gar nicht mehr.

---

4 Rainer Stadler: „SRG: fit für die Unterhaltungs-Debatte“, NZZ vom 1. Oktober 2014.

Dabei ist klar: Der nationale Zusammenhalt wäre erst dann tangiert, wenn es Sendungen gäbe, die beispielsweise über die Sprachgrenzen hinaus wirken würden. Diese sind aber Mangelware. Jede Sprachregion hat ihr eigenes Schweizer Fernsehen, und ihr eigenes Programm. „SRF bi de Lüt“ ist eine Deutschschweizer Sendung, „Samschtigjass“ sowieso (und deshalb auch unverfroren in Deutschschweizer Mundart betitelt). Welche Unterhaltungssendungen in der Romandie oder im Tessin ausgestrahlt werden, weiss der normale Deutschschweizer Konsument wohl genauso wenig wie vice versa outre Sarine/oltre Gottardo. Mehrsprachige Sendungen wären konsequent, aber die will sich niemand antun. Kommt hinzu, dass sich der Leiter der Unterhaltungsabteilung beim SRF in erfrischender Offenheit dazu bekannte, dass „Swissness“ für ihn „Teufelszeug“ sei. Es gebe „definitiv zu viel Kühe und Alpen im Programm.“<sup>5</sup>

Die Institution entlarvt sich selbst. Das Gerede vom nationalen Zusammenhalt, den das Schweizer Fernsehen alternativlos zu erfüllen habe, dient nur dazu, die Zwangsabgaben in ausreichender Höhe für den eigenen Betrieb zu sichern. Intern ist man längst auf dem Weg, die Unterhaltung zu internationalisieren. Damit macht sich das Schweizer Fernsehen definitiv verzichtbar. Es schafft sich selbst ab, indem es – wohl aus ideologischen Gründen – selbst seine einzige Daseinsberechtigung in Frage stellt. Wer Unterhaltung will, hat genügend internationale Alternativen; wer Schweizer Unterhaltung will, kriegt die künftig auch vom Schweizer Fernsehen nicht mehr geliefert. Und wer nationale Kohäsion wünscht, tut gut daran, andere Schweizer Medien zu konsultieren.

Eine Schweiz ohne Staatsfernsehen wäre keine schlechtere Schweiz

Damit wären wir bei den Alternativen. Sie sind möglich. So hat der Thinktank unlängst Avenir Suisse eine interessante Idee lanciert: die mit Zwangsabgaben finanzierten Inhalte sollen nicht mehr von der SRG selbst ausgestrahlt, sondern von den Schweizer Verlagen kostenlos genützt werden können. Die produzierte Message kommt auf frei wählbaren Medien zu den Empfängern – die SRG wäre bloss noch ein Content Provider.<sup>6</sup> Man kann das Modell noch weiter denken: wenn die Technologie die Konvergenz in Richtung Internet vorwärts treibt, wo Text, Ton und Bild zusammenkommen, ist vorstellbar, dass TA Medien, Ringier, NZZ, AZ Medien usw. selbst die Sparten Politik, Bildung, Kultur und Sport übernehmen, stärker als bisher, und auf allen Kanälen – auch Fernsehen und Radio, Internet sowieso – verbreiten. Was das Schweizer Fernsehen in diesen Bereichen vermag, können die Verlage auch, wenn Ihnen gleich viel

---

<sup>5</sup> Rico Bandle und Philipp Gut: „Die Swissness ist ‚Teufelszeug‘“, Weltwoche vom 20. November 2014.

<sup>6</sup> Urs Meister und Michael Mandl: „Medienförderung im digitalen Zeitalter. Reformagenda für einen technologie- und wettbewerbsneutralen Service public“, Diskussionspapier, Oktober 2014.

Geld zur Verfügung steht (mutmasslich sogar mit weniger Geld). Damit könnte auf Zwangsabgaben verzichtet werden. Man würde nur noch die Inhalte bezahlen, die man konsumiert. Selbst die Unterhaltung könnte, zu Ende gedacht, von Verlagen übernommen werden. Die nationale Kohäsion würde dadurch genauso wenig wie jetzt durch das Schweizer Fernsehen gefördert, sondern nur durch das, worüber die Kanäle berichten.

Die Strategie der SRG besteht derzeit darin, den Verlagen in ihrem Kerngeschäft Konkurrenz zu machen, indem sie das Informationsangebot im Internet massiv ausbaut, dank staatlichen Subventionen. Der Streit um die Möglichkeiten zur Werbung, die das Fernsehen für sich reklamiert, ist dabei bloss ein Nebenschauplatz. Viel gefährlicher ist für die Verlage, dass SRG nicht nur mehr Fernsehen und Radio, sondern auch kostenloses Internet News Portal wird, eine Kernkompetenz der Verlage. Da wäre es doch durchaus denkbar, dass man den Spiess einmal umdreht. Wenn die SRG glaubt, die Verlage mit Zwangsabgaben Steuergeldern zu konkurrieren, sollte man die Verlage stärken, um die SRG zu konkurrieren. Entscheidend für den Konsumenten, die Staatsbürger, ist nicht, wer was sendet, sondern nur, dass gesendet wird, und zwar vielfältig, kontrovers, sachlich, unterhaltsam, ausführlich. Das können alle Unternehmen, die gute Journalisten haben. Und die arbeiten nicht nur beim Fernsehen. Aus- und einschalten des jeweiligen Mediums bleibt immer noch die Freiheit jedes einzelnen Menschen.

#### Ausblick über die Landesgrenzen

Ich bin mir bewusst, dass dies vermutlich utopische Ansätze sind. Indien hat seine heiligen Kühe, die Schweiz hat ihre SRG. Deshalb abschliessend eine realistische Option, die zeigt, dass man Staatsfernsehen auch ohne nationalreligiöse Selbstüberschätzung legitimieren kann. Das Selbstverständnis der BBC ist zusammengefasst in sechs öffentlichen Aufgaben: “1. Sustaining citizenship and civil society, 2. Promoting education and learning, 3. Stimulating creativity and cultural excellence 4. Representing the UK, its nations, regions and communities, 5. Bringing the UK to the world and the world to the UK, 6. Assisting UK residents to get the best out of emerging media technologies now and in the future.”<sup>7</sup> Das ist einfach, kundenorientiert, pragmatisch und vollauf genügend. Wenn wir in der Schweiz schon keine Mehrheiten finden, um die SRG von ihrem Sockel der Selbstverklärung als Beglückungsfabrik und Nationalbindemittel zu holen, könnte man doch wenigstens versuchen, etwas angelsächsischen Common sense unserem Staatssender angedeihen zu lassen. Wenn sich dann die Qualität des Schweizer Fernsehens der BBC nur schon etwas annähern könnte, wäre viel gewonnen.

---

7 [www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whoweare/publicpurposes](http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whoweare/publicpurposes). 1.12.2014

Gerhard Pfister, Nationalrat CVP ZG