

**Werner A. Meier
Heinz Bonfadelli
Michael Schanne**

Csi.3
6 S\$. 3.00 '
& \$2, 3. v; '

Medienlandschaft Schweiz im Umbruch

Vom öffentlichen Kulturgut Rundfunk
zur elektronischen Kioskware

Helbing & Lichtenhahn
Basel und Frankfurt am Main
1993

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	xii
1. Kultur, Identität, Medien und Gesellschaft	1
1.1 Kultur und Massenkommunikation	1
1.2 Kulturelle Identität und nationale Souveränität im kultur- und rundfunkpolitischen Diskurs	5
1.3 Kulturelle Identität: Versuch einer Konzeptualisierung	8
1.4 Kulturelle Souveränität und nationale Identität in Kanada	10
1.5 Medienimperialismus im wissenschaftlichen Denken	12
1.5.1 Die Konzepte Medien- und Kulturimperialismus	12
1.5.2 Der Revisionismus in der Medienimperialismus-Debatte	15
1.6 Der Rundfunk und die Herausbildung kultureller und nationaler Identitäten: der politische Diskurs	23
1.7 Der Rundfunk und die Herausbildung kultureller und nationaler Identitäten: Diskurs der Medienwissenschaft	25
1.7.1 Die medienwissenschaftliche Perspektive	25
1.7.2 Dimensionen und Zielsetzungen kultureller Identität	32
1.7.3 Beurteilung des Diskurs	35
1.8 Massenmedien als zentrale Kulturfaktoren	39
2. Fernsehlandschaft Europas Ende der 80er Jahre	48
2.1 Internationalisierung des Rundfunks in Europa	49
2.1.1 Die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen	49
2.1.2 Die neuen Verteiltechnologien: Satellit und Kabel	51
2.1.3 Die Internationalisierung der Fernsehprogramme	59
2.1.4 Die Amerikanisierung der Fernsehprogramme in Europa	66
2.1.5 Amerikanisierung durch Pay-TV Programme	69
2.1.6 Ungleichgewicht zwischen Europa und USA	69
2.1.7 Der «kompetitive Vorteil» der USA	70
2.2 Europas neue multimediale Akteure	71

2.3	Privatisierung: Etablierung des dualen Rundfunksystems in Europa und Entwicklungen in Kleinststaaten	83
2.3.1	Die Privatisierung des Rundfunks in Westeuropa	83
2.3.2	Die Entwicklung in den europäischen Kleinststaaten	86
2.4	Die Kommerzialisierung des Rundfunks	89
2.4.1	Kommerzialisierung als medienpolitische Strategie	89
2.4.2	Die Finanzierung des Rundfunks durch Werbung	89
2.4.3	Neue Finanzierungsmodi: Pay-TV	93
2.4.4	Ausdehnung der Sendezeit	94
2.4.5	Auf der Suche nach Publika	95
2.4.6	Kommerziell ausgerichtete Unternehmensführung	98
2.4.7	Die ehernen Gesetze des Marktes verstärken sich	99
2.4.8	Neue Rundfunk- und Programmphilosophie	100
2.4.9	Die «neuen» Programme	102
2.4.10	Privatwirtschaftliche Programmveranstalter in der Offensive	117
2.5	Instrumentalisierung und Re-Regulierung des Rundfunks	119
2.6	Zusammenfassung	121
3.	Rundfunkpolitik der 80er Jahre in der Schweiz	128
3.1	Entstehung des Radio- und Fernsehgesetzes	128
3.2	Radio- und Fernsehartikel: Botschaft des Bundesrates	130
3.2.1	Funktionales Medienverständnis	130
3.2.2	Die neuen Medien	132
3.2.3	Grenzüberschreitender Rundfunk	134
3.2.4	Monopol oder Konkurrenz?	135
3.3	Botschaft zum Bundesgesetz über Radio und Fernsehen	139
3.3.1	Allgemeines	139
3.3.2	Das Ebenenmodell	141
3.4	Der bundesrätliche Diskurs im Umfeld des RTVG	146
3.5	Bilanz und Folgerungen	151
4.	Im Widerstreit zwischen Markt und Auftrag: Entwicklungen der Rundfunkprogramme der SRG seit 1965	156
4.1	Ausweitung der Programmleistungen	156
4.1.1	Fernsehen	156
4.1.2	Hörfunk	160
4.1.3	Bilanz	161
4.2	Eigenproduktionen, Fremdproduktionen, Wiederholungen	162
4.2.1	Fernsehen	162
4.2.2	Hörfunk	171
4.3	Verlust der Programmviefalt?	174

4.3.1	Die Idee des «service public»: Programmvielfalt als gesellschaftlicher Leistungsauftrag	174
4.3.2	Fernsehen	179
4.3.3	Radio	182
4.4	Umdefinition des Leistungsauftrages?	185
4.4.1	Radio-Orchester: Kostenorientierte Entscheide	188
4.4.2	Programmorientierte Filmförderung	189
4.4.3	Statt Integration - Segmentierung	192
4.5	Zusammenfassung und Bilanz	196
5.	Neue Medien in der Schweiz: Zielsetzungen und Leistungen	203
5.1	Einführung und Etablierung der Lokalradios	204
5.1.1	Ausgangsbedingungen	204
5.1.2	Ziele der RVO	205
5.1.3	Konzessionspolitik des Bundesrates - Änderungen der RVO	207
5.1.4	Ergebnisse der RVO-Begleitforschung	210
5.1.5	Privatradios 1992: Umstrittene Konzessionsräume	213
5.1.6	Privatradios 1992: Unterschiede bei den Marktanteilen	216
5.1.7	Privatradios 1992: Ausschöpfung der Hörerpotentiale	217
5.1.8	Privatradios 1992: Eine ordnungspolitische Bilanz	217
5.2	Zur bundesrätlichen Politik beim Satellitenfernsehen 1980-1989	220
5.2.1	Zur Entwicklung des Satellitenfernsehens in der Schweiz	220
5.2.2	Parlamentarischer Diskurs über das Satellitenfernsehen	224
5.3	Der Versuch mit dem Abonnementsfernsehen	229
5.3.1	Ausgangspunkt	229
5.3.2	Der Start zum Abonnementsfernsehen in der Deutschschweiz	235
5.3.3	Die Entwicklung des Teleclubs 1985 bis 1990	236
5.3.4	Evaluation des Pay-TV Versuchs in der Schweiz	240
5.3.5	Die bundesrätliche Konzessionspolitik und ihre Folgen	243
5.4	Der Versuch mit dem Wirtschaftsfernsehen	246
5.4.1	Zur Entstehung eines Satellitenpartenprogramms	246
5.4.2	Evaluation bundesrätlicher Politik bezüglich des EBC	253
5.4.3	Evaluation der Leistungsfähigkeit der EBC AG	259
5.5	Bilanz und Folgerungen zur Etablierung neuer Medien	266
6.	Publikumsreaktionen auf die sich wandelnde Medienumwelt	271
6.1	Einleitung	271
6.1.1	Veränderungen der Medienumwelt als soziales Problem?	271
6.1.2	Medienwissenschaftliche Perspektiven	273
6.1.3	Datenbasis	275
6.1.4	Fragestellungen	276

6.2	Fernsehen: Optionen, Programme, Nutzung	277
6.2.1	Entwicklung seit 1980	277
6.2.2	Unterschiede zwischen Zuschauersegmenten	285
6.2.3	Unterschiede zwischen AV-Umwelten	292
6.3	Fernsehen: Inland- versus Auslandsorientierung	294
6.3.1	Sprachregionaler Vergleich	295
6.3.2	Unterschiede zwischen Zuschauersegmenten	297
6.3.3	Entwicklung seit 1980	298
6.3.4	Konkurrenzierung der SRG-Programme im Tagesablauf	299
6.3.5	Einfluss der AV-Umwelt	301
6.4	Fernsehangebot und Senderwahl	303
6.4.1	Erwachsene	303
6.4.2	Jugendliche	306
6.5	Stärken und Schwächen des Schweizer Fernsehens	308
6.5.1	Erwachsene	308
6.5.2	Jugendliche	318
6.6	Fernsehen und kulturelle Identität	327
6.7	Radio als Zielgruppen- und Begleitmedium	330
6.7.1	Reichweiten und Hördauer im sprachregionalen Vergleich	330
6.7.2	Entwicklung des Radiohörens seit 1980	332
6.7.3	Lokalradio und Hörerfragmentierung	334
6.7.4	Lokalradio als Begleitmedium	335
6.8	Kino: Ausländische Dominanz beim Spielfilm	336
6.9	Zusammenfassung	338

7. Bilanz: Mediensysteme im Wandel - von der Kultur zur Wirtschaft? 348

7.1	Von der NIIKO zur NEIKO	348
7.1.1	Internationalisierung durch technologische Innovationen	350
7.1.2	Internationalisierung und Unternehmensstrukturen	351
7.1.3	Internationalisierung der Programmproduktion	352
7.1.4	Internationalisierung der Werbung	352
7.1.5	Internationalisierung des Publikums	352
7.1.6	Europäisierung der Medienpolitik	353
7.1.7	Kommerzialisierung und Privatisierung	354
7.1.8	Diversifizierung und multimediale Konzentration	355
7.1.9	Deregulierung und Reregulierung des nationalen Rundfunks	357
7.2	Die Defizite des dualen Rundfunksystems	359
7.2.1	Die Krise des öffentlichen Rundfunks	359
7.2.2	Die Defizite des privaten Rundfunks	362
7.2.3	Die Krise des dualen Rundfunksystems	366

7.3	Kleinstaatliche Strukturprobleme der Schweiz	368
7.3.1	Abhängigkeit vom Ausland	368
7.3.2	Marktgrösse	368
6.3.3	Knappheit von Ressourcen	369
6.3.4	Verletzlichkeit	369
6.3.5	Medien und kulturelle Identität aus schweizerischer Perspektive	370
7.4	Die medienpolitische Reaktion auf den Wandel	372
7.4.1	Wenig Impulse für eine Deregulierung in der Schweiz	372
7.4.2	Vorsichtige bundesrätliche Deregulierungspolitik	373
7.4.3	Die Perspektive der Konzessionsbehörde und der Verwaltung	374
7.4.4	Die gesetzliche und konzessionsrechtliche Perspektive	376
7.5	Die unternehmerische Reaktion auf den Wandel	379
7.5.1	Die Perspektive der SRG	379
7.5.2	Reform und «Sendungserfolgskontrolle» bei SF DRS	384
7.5.3	Das Programm «S plus» aus der Sicht seines Direktors	384
7.5.4	S plus als «geniales» Konzept?	386
7.6	Evaluierung und Folgerungen	387
7.6.1	Zentrale Strukturprobleme für die Schweiz bleiben bestehen	387
7.6.2	Deregulierung entschärft Strukturprobleme kaum	388
7.6.3	Eigenständige kleinstaatlicher Medienpolitik notwendig	388
7.6.4	Rolle des öffentlichen Rundfunks neu bestimmen	391