



Roger Blum (noch mit Bart): «Der Onlinestreit zwischen SRG und Verlegern ist so nicht lösbar.»

Roger Blum

Personalisierte Medieninstanz

Roger Blum ist einer der bekanntesten Medienkritiker der Schweiz. Während zwanzig Jahren lehrte er als Professor an der Universität Bern, vorher war er in der Geschäftsleitung des *Tages-Anzeigers*. Heute wohnt er in Köln, liest die Zeitungen auf dem iPad und macht sich seine Gedanken über den Onlinestreit.

Interview: **Matthias Ackeret** Bild: **Keystone**

Herr Blum, Sie leben jetzt in Köln.**Ein bisschen salopp gefragt: Sind Sie vor der hiesigen Medienwelt geflüchtet?**

Überhaupt nicht. Meine Frau ist im Herbst 2009 auf eine Professur für Journalistik in Köln berufen worden, und ich lebe dort, wo sie ist. Das passt auch deshalb, weil ich an der Universität Bern Anfang 2010 emeritiert wurde.

Hat sich Ihr Bild der Schweizer Medien verändert, seit Sie im Ausland leben?

Deutschland ist der Schweiz geografisch und kulturell relativ nah. Deswegen betrachte ich die Schweizer Medienszene nicht wie von einem anderen Planeten aus. Aber es gibt Unterschiede: Die deutschen Medien legen ihren Fokus auf ganz andere Probleme als die schweizerischen oder beurteilen die gleichen Probleme oft etwas anders.

Beispielsweise?

Die ganze Eurokrise wird in Deutschland aus einer Innensicht heraus kommentiert, während die Schweizer Medien das Debakel vom Balkon aus betrachten. Die Frage über die Funktionsfähigkeit der eigenen Regierung ist in Deutschland ein Dauerthema, in der Schweiz fokussiert sich deren Zukunft auf einen einzigen Tag, an welchem der Bundesrat neu gewählt wird.

Wie haben Sie die Schweizer National- und Ständeratswahlen in unseren Medien erlebt?

Ich habe viele Fernsehsendungen angeschaut, darunter auch solche des welschen

Fernsehens. Mein Eindruck war, dass unsere Medien diesen Wahlkampf viel intensiver und auch fantasiereicher behandelt haben als früher. Dieses Mal gingen die Medien viel direkter auf die Bürger und die Kandidaten zu. Ich denke dabei an die Wahlberichterstattung der SRG auf dem Bundesplatz, das Wahlmobil von Newsnetz oder den Wahlbus der *Aargauer Zeitung*. Diese Elemente zeigen, dass man eine politische Auseinander-

«Die ganze Schweizer Politik ins Fernsehstudio Leutschenbach zu verlegen, ist absurd.»

setzung auch mit unkonventionellen Mitteln begleiten kann.

Doch goutieren dies die Konsumenten überhaupt? Die Quoten der Wahlberichterstattung im Schweizer Fernsehen waren nicht gerade berauschend.

Dies hängt auch mit den Messmethoden zusammen. Die Quote wird immer noch an den Fernsehapparaten erhoben. Wir wissen nicht, wie viele Zuschauer die Sendungen im Internet verfolgt haben. Möglicherweise war die Zuschauerbeteiligung viel höher als ausgewiesen.

Hat sich die Berichterstattung aufgrund des Internets verändert?

Ja, denn wir haben mit dem Internet einen

neuen Verteilkanal. Dies ermöglicht Interaktionen, die es bis anhin gar nicht gab. Dies zu beobachten, ist faszinierend und wird die Medienwelt langfristig verändern. Trotzdem gab es bei der Wahlberichterstattung auch irritierende Momente ...

Ja?

Im Gegensatz zu andern Ländern gehen bei uns die Politiker am Wahltag nicht ins Parlamentsgebäude, sondern ins Fernsehstudio Leutschenbach. Das hat zunächst natürlich damit zu tun, dass sich die Wahlen in den Kantonen abspielen und man am Wahltag auf Bundesebene kaum etwas Spektakuläres zeigen kann. Ich mag mich an Chiracs Wahl vor neun Jahren erinnern, als dieser mit horrendem Tempo von der Parteizentrale quer durch Paris zur Place de la République gefahren wurde. Dabei wurde er von Reportern auf Motorrädern verfolgt, welche live darüber berichteten. Dies ist Action, welche die Schweizer Politik nicht bieten kann. Deswegen aber die ganze Politik ins Fernsehstudio Leutschenbach zu verlegen, ist trotzdem absurd.

Gäbe es eine Alternative?

Die Bundesratswahlen beweisen doch, dass man auch im Bundeshaus spannende Livesendungen produzieren kann. Die Wandelhalle des Parlamentsgebäudes in Bern wäre die Alternative zum Fernsehstudio Leutschenbach in Zürich. Es ist wirklich deprimierend, dass am Wahltag vier Parteipräsidenten der fünf grössten Parteien, die aus

der Suisse romande oder aus dem Tessin stammen, in Zürich antraben mussten. Bern als Bundesstadt und als Brücke zwischen der deutschen und welschen Schweiz wäre schon von der Symbolik her der richtige Standort. Das Fernsehstudio in Zürich zum Wahlmitelpunkt zu machen, ist deutschschweizerische Arroganz.

An Ihrem Abschiedssymposium an der Universität Bern behauptete der langjährige Journalist Richard Aschinger, dass die Schweizer Elite keine Zeitung mehr lese. Teilen Sie diese Erfahrung?

Die Behauptung von Richard Aschinger stimmt teilweise. Die politische oder ökonomische Elite lässt sich Presseauschnitte über das eigene Unternehmen oder die eigene Behörde vorlegen und liest vor allem diese. Dadurch entsteht eine selektive Wahrnehmung der Realität. Die Elite ist aber durch die verschiedensten Netzwerke miteinander verbunden, wodurch sie gezwungen ist, über aktuelle Themen Bescheid zu wissen. Dies wiederum zwingt die Elite im wei-

testen Sinne (also nicht nur die obersten Verantwortlichen, sondern auch junge Aufsteiger in Banken, Industrie und Verwaltung, Lehrer, Professoren, Journalisten, Kulturschaffende), Zeitungen zu lesen, weil sie vor allem dort Analysen, Hintergründe und Kommentare findet.

Beschönigen Sie nicht ein bisschen?

Es gibt zweifelsohne einen eklatanten Rückgang der Zeitungsnutzung – und dieser wird sich sicher weiter fortsetzen. Die Ursache sind vor allem junge Leute und solche, die wegen unzureichender Bildung Lesen zu anstrengend finden und audiovisuelle Medien oder solche mit Kurzfutter vorziehen. Lesen werden allerdings auch in Zukunft viele Leute – aber wohl eher auf dem iPad als auf Papier.

Hat die Zeitung in Deutschland und der Schweiz die gleiche Bedeutung?

Im Gegensatz zu den südlichen Ländern, wo das Fernsehen dominiert, sind Deutsche und Schweizer immer noch eher ein Volk von Zeitungslesern; die Schweizer sogar noch

mehr als die Deutschen. Die fanatischsten Zeitungsleser finden sich aber in den skandinavischen Ländern.

Wenden wir uns den aktuellen Problemen zu: In der Schweiz streiten sich momentan die SRG und die Verleger über Onlinewerbung im Internet. Wie ist Ihr Standpunkt?

Realistischerweise muss man davon ausgehen, dass die Internetnutzung weiter zunehmen wird. Darum verlangen die Nutzer von ihren Anbietern, dass sie im Internet präsent sind. Realistischerweise kann man heute keinem Medium oder Unternehmen einen Internetauftritt verbieten. Bis in die Achtzigerjahre haben die Verleger Zeitungen und Zeitschriften produziert, während sich die SRG auf Radio und Fernsehen beschränkte. Dies hat sich aber radikal geändert. Mittlerweile betreiben auch die Verleger Radio- und Fernsehsender und verfügen zusätzlich über eigene Onlineportale. Heute ist jedes Medienhaus in den verschiedensten Sparten tätig, was auch sinnvoll ist. Die Frage ist nur, wie die Aufgaben verteilt werden.

ANZEIGE

1/2 Saisonküche

Die SRG hat den Vorteil, dass sie über Gebührengelder verfügt.

Ja, dies schliesst aber die Internetpräsenz der SRG nicht aus. Diese sollte sich indessen auch im Netz auf den Service-public-Bereich beschränken, der aber noch zu definieren wäre. Es gibt interessante Zusammenarbeitsmodelle, die bereits im Medienheft vorgeschlagen wurden. Eine mögliche Lösung wäre ein gemeinsamer Onlineauftritt von SRG und Verlegern, wobei die SRG den nationalen, die Verleger den regionalen Bereich abdecken würden. Dies wäre ein möglicher Ansatz, den es weiterzuverfolgen gilt.

Gibt es überhaupt eine Lösung in dieser verhärteten Situation?

Die Situation ist momentan wirklich stark blockiert. Ich glaube auch nicht, dass man rasch einen vernünftigen Kompromiss findet. Meines Erachtens müsste der Bundesrat eine Expertenkommission einsetzen, die nach möglichen Lösungsvorschlägen sucht, die anschliessend zu diskutieren wären.

Wie konsumieren Sie die Medien?

Als ich noch in der Schweiz lebte, hatte ich viele Zeitungen abonniert. Dies hat sich geändert; ich beschränke mich auf wenige Schweizer Zeitungen und kaufe mir fast täglich deutsche. Im Internet konsumiere ich vor allem die Webseiten der *Süddeutschen Zeitung*, des *Spiegels*, von *Newsnetz* und der *NZZ*. Gleichzeitig schaue ich selektiv Fernsehen.

Benötigen Sie neben Tagesanzeiger.ch überhaupt noch die gedruckte Tagi-Ausgabe?

Ich habe mein *Tages-Anzeiger*-Abo wegen der hohen Transportkosten gekündigt und nur noch die *NZZ* und die *Basellandschaftliche Zeitung* abonniert. Deswegen bin ich froh, dass man mittlerweile mit dem iPad die Printausgaben auch im Original lesen kann. Diese unterscheiden sich doch wesentlich vom Internetauftritt der Zeitungen, da diese von zwei verschiedenen Redaktionen hergestellt werden.

Sie sind immer noch Präsident der UBI, der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen der Schweiz. Was hat diese heute für eine Bedeutung?

Es handelt sich bei der UBI um eine gerichtsähnliche Institution, welche Sendungen der SRG und der privaten Anbieter beurteilt.

Wir können aber nur tätig werden, wenn Beschwerde erhoben wird, das heisst: Wo kein Kläger ist, ist auch kein Richter. Mit dem Radio- und Fernsehgesetz von 1991 und von 2007 hat man Ombudsstellen geschaffen, welche sich zunächst mit Beanstandungen von Sendungen befassen. Während in der ersten Fassung von 1991 noch jedes Medium seinen eigenen Ombudsmann hatte, gibt es heute nur noch sieben sprachregionale: vier für die SRG und drei für die Privaten. Nach dem Verfahren vor der Ombudsstelle können jene, die mit Radio- und Fernsehsendungen nicht zufrieden waren, eine Beschwerde bei der UBI einreichen. UBI-Entscheidungen können von Direktbetroffenen oder von den Sendern ans Bundesgericht weitergezogen werden.

«Auch Verbrecher wie Gaddafi haben ein Anrecht auf Menschenwürde.»

Was für rechtliche Möglichkeiten haben Sie?

Wird eine Beschwerde durch die UBI gutgeheissen, muss uns der Sender berichten, was er vorgekehrt hat, um ähnliche Fehler in Zukunft zu vermeiden. Die UBI ist keine Ober-Chefredaktion, die sagt, wie Sendungen gestaltet werden sollen. Die journalistische Gestaltungsfreiheit ist heilig. Die Sender sollen autonom entscheiden, welche Themen sie wählen und wie sie sie umsetzen.

Hat die Anzahl der Beschwerden zu- oder abgenommen?

Diese Zahl ist ziemlich konstant. Der SRG-Ombudsmann der Deutschschweiz, Achille Casanova, bearbeitet in der Regel jährlich zwischen 150 und 170 Beanstandungen. Insgesamt bearbeiten die sieben Ombudsstellen etwa 200 Fälle jährlich. Von diesen gelangen 10 bis 15 Prozent als Beschwerden an die UBI. Wir haben relativ viele Beschwerden, welche den Tierschutz oder die Meinungsforschung betreffen. Man wirft den Programmachern oft Unausgewogenheit ihrer Sendungen vor. Die UBI muss jeweils sehr sorgfältig argumentieren, weil sie sowohl die Interessen des Publikums schützen als auch die Programmautonomie von Radio und Fernsehen hochhalten will.

Gerade die SVP beklagt sich immer wieder über die Unausgewogenheit der Berichterstattung, während sich deren politische Gegner über die programmliche Dominanz der Blocher-Partei beklagen. Ist dies nicht ein Widerspruch?

Statistisch gesehen wird über die SVP überdurchschnittlich viel berichtet. Gleichzeitig kann ich ihren Groll nachvollziehen, denn die SVP wird oft in Satiren oder anderswo ins Lächerliche gezogen. Die UBI muss im Einzelfall abklären, ob Programmgrundsätze verletzt wurden oder nicht. Es stimmen also beide Vorwürfe. Die Vielfalt der Darstellung muss sich aber nicht in der gleichen Sendung oder am gleichen Tag widerspiegeln, sondern über eine längere Zeitdauer.

Was waren die letzten Fälle, welche sie behandelt haben?

Vor Kurzem haben wir die Beschwerde eines bekannten Genfers Anwalts gutgeheissen, der die Interessen von Hannibal Gaddafi vertrat. In einer Sendung des welschen Fernsehens wurde er von einem Genfer Staatsrat als «Landesverräter» tituiert. Dieser Anwalt hat sich zu Recht dagegen beschwert, dass er zu diesem Vorwurf keine Stellung nehmen konnte.

Apropos Gaddafi. Fanden Sie es richtig, dass man die Bilder seines Todes veröffentlicht hat?

Ich wäre bei der Veröffentlichung dieser Bilder sicherlich zurückhaltender gewesen. Ich habe mich sehr enerviert, dass beispielsweise in der Hausmitteilung des *Spiegels* nicht nur der tote Gaddafi gezeigt wurde, sondern auch eine Reporterin, die wie eine Grosswildjägerin neben der Leiche posierte. Auch Verbrecher und Tyrannen haben Anspruch auf Menschenwürde.

Sie haben verschiedene Funktionen in Ihrem Leben gehabt: Sie waren freisinniger Kantonsparlamentarier in Baselland, später Mitglied der Chefredaktion des Tages-Anzeigers, während 20 Jahren Medienprofessor an der Universität Bern. Was hat Ihnen am besten gefallen?

Jeder Zeitabschnitt hatte etwas Spannendes. Als freisinniger Landrat betrieb ich unmittelbar nach 1968 sehr intensiv Politik und konnte in einer ausgeprägten Reformatmosphäre sehr viel realisieren. Man konnte

aktiv Politik gestalten. In meinem «zweiten Leben» als politischer Journalist konnte ich die Politik von aussen beobachten, analysieren und kommentieren und hatte dabei den Vorteil, dass ich deren Mechanismen von der Parlamentstätigkeit her kannte. Dabei hatte ich die Chance, das politische Geschehen in der Schweiz aus der Nähe zu erleben, aber auch spannende Gestalter im Ausland zu treffen, etwa Willy Brandt oder Verantwortliche der syrischen Machtelite. In meinem «dritten Leben» als Medienprofessor an der Universität Bern konnte ich Hunderte von jungen Publizistikwissenschaftlern, oft angehende Journalisten, ausbilden helfen und die Medienszene erforschen. Auch das war spannend. Doch am Anfang war ich nicht sicher, ob der Wechsel vom Journalismus an die Universität nicht eine Dummheit war ...

Warum?

Ich musste das Institut für Medienwissenschaft fast von null neu aufbauen, doch es fehlten die Ressourcen. Das kleine Team konnte daher diesen Mangel nur durch einen überdurchschnittlichen, selbstaubeuterischen Einsatz wettmachen. Rückblickend gesehen war es aber eine sehr wertvolle und wichtige Erfahrung, die ich heute überhaupt nicht missen möchte. Eines meiner Hauptanliegen war immer auch die Qualitätssicherung in den Medien.

Ist sie überhaupt möglich?

Ganz bestimmt. Es müssen aber verschiedene Elemente zusammenwirken, nämlich erstens die gute Ausbildung der Medienschaf-

fenden, zweitens die permanente ethische Reflexion, drittens redaktionsinterne Qualitätssicherungsmechanismen wie Sendekritik und Blattkritik und viertens Institutionen der Medienkritik, zu denen Medienjournalismus, medienkritische Organisationen, Beschwerdeinstanzen wie Ombudsleute, Presserat, UBI sowie die wissenschaftliche Forschung gehören.


Aber verlüdert durch die enorme Geschwindigkeit, in denen die Medien heute berichten, nicht auch deren Qualität?

Die Gefahr besteht. Doch immer, wenn sich die Medien verändern, müssen sich neue Routinen ausbilden, die sicherstellen, dass auch unter neuen Bedingungen professionell gearbeitet wird. Für die «Filmwochenschau», vor 70 Jahren das einzige einigermaßen aktuelle Medium mit bewegten Bildern, hatte man eine Woche Zeit. Für die «Tagesschau» müssen wenige Stunden genügen. Jedes neue Medium braucht wieder neue Qualitätsstandards und neue Routinen.

Zum Abschluss noch eine ketzerische

Frage: Ist Medienwissenschaft überhaupt eine Wissenschaft?

(Lacht.) Das kann man sich bei vielen Wissenschaften fragen. Wenn ich jeweils lese, «Professor für Violoncello» gesucht, stelle ich mir auch die Frage, ob die Lehre vom Cello wirklich eine Wissenschaft ist. Doch ist natürlich die Musikwissenschaft eine akademische Disziplin, und dazu gehört auch die Spezialisierung auf das Cello, die Violine oder die Bratsche. Die Kommunikations- und Medienwissenschaft wird oft infrage ge-

stellt, weil sie noch relativ jung ist. Sie hat sich erst am Ende des 19. Jahrhunderts entwickelt, zuerst als wissenschaftliche Zeitungskunde und Journalistik. Heute handelt es sich um ein breit aufgestelltes Fach, das teilweise sozialwissenschaftlich, teilweise kulturwissenschaftlich ausgerichtet ist. Die Sozialwissenschaftler arbeiten eher mit Gesellschaftstheorien und mit quantitativen Methoden, die Kulturwissenschaftler eher mit philosophischen Theorien und qualitativen Methoden. Die Medien spielen heute in der Lebenswirklichkeit eine so grosse Rolle, dass es seltsam wäre, wenn sie nicht wissenschaftlich erforscht würden. Medienökonomische, mediensoziologische, medienpolitische, medienpädagogische und medienhistorische Erkenntnisse helfen sowohl den Medienakteuren als auch dem Publikum, wenn es darum geht, Überblick zu verschaffen, die Dinge zu vergleichen und einzuordnen. 

ANZEIGE

1/4 Inserat Public affairs