

01.12.2017 - 08:00 Uhr

Alles andere ist Billag

Zürich (ots) -

Es ist gerade einmal Anfang Dezember. Erst im März werden wir darüber abstimmen, ob die Radio- und TV-Gebühren beerdigt und der SRG der Geldhahn zugedreht wird. Dennoch herrscht seit Wochen mediale Alarmstimmung: Aus einer anfangs belächelten Idee ist ein Schreckgespenst geworden, das plötzlich die öffentlich-rechtlichen Medien und damit verbunden auch die demokratische Stabilität der Schweiz bedroht. Eine Annahme der No-Billag-Initiative könnte gemäss Medienwoche sogar ein Sicherheitsrisiko für die Schweiz darstellen.

Wie ernsthaft diese Bedrohung wirklich ist, bleibt vorerst schwer abzuschätzen. Seriöse Prognosen sind noch rar. Und nur bedingt zuverlässig. Online-Umfragen auf Medienportalen - auch auf Werbewoche.ch - zeichnen in der Regel ein Bild, das die vielzitierte Angst der SRG-Mitarbeitenden nachvollziehbar macht: Scheinbar ziehen viele Menschen zumindest in Betracht, im März Ja zu stimmen.

Die privaten Medien steigern die wahrgenommene Relevanz des Themas in der öffentlichen Agenda mit ihrer ständigen Berichterstattung. Jeder Schritt, jedes Statement, jeder PR-Fehltritt von SRG-Mitarbeitenden wird prominent vermeldet. Und von einer Armada von No-Billag-Befürwortern in den Leserkommentaren beklatscht oder bemotzt. Auch wenns für einmal gar nicht um No-Billag, sondern um den «Bachelor» auf 3+ geht. Er werde Ja stimmen, weil er in Zukunft solche Sendungen nicht mehr finanzieren wolle, schreibt Leser James auf 20minuten.ch. Das kann ja heiter werden.

Wieso erhält das Thema derart viel medialen Raum, obwohl man die Suppe heute wohl heisser kocht, als man sie im März essen wird? Erstens, weil es polarisiert, mobilisiert und somit Reichweite generiert. Welche gesellschaftspolitischen Folgen ein Ja auch immer hätte: Es geht vor allem auch ums Geld im Portemonnaie eines jeden Stimmbürgers. Für viele beim Urnengang das entscheidende Argument - ganz egal, ob es nun um 450, 365 oder 200 Franken geht. Zweitens, weil viele Journalisten der privaten Medien nicht nur eine gewisse Solidarität für ihre gebührenfinanzierten Berufskollegen verspüren, sondern auch die zunehmende Unabdingbarkeit der öffentlich-rechtlichen Medien anerkennen. Sie bekommen tagtäglich hautnah mit, wie ihre Redaktionen verkleinert und zusammengelegt werden. Gleichzeitig wird die Welt um uns immer komplizierter. Sie verlangt nach Einordnung - unabhängig davon, wie rentabel es beispielsweise ist, auf der ganzen Welt ein eigenes, dichtes Korrespondentennetz zu betreiben.

Drittens: Die meisten Akteure der Medien- und Kommunikationsbranche sind unmittelbar vom Thema betroffen. Manche mehr, manche weniger. Die einen - 21 private Lokalradios und 13 Regionalfernsehsender - hängen direkt mit am Gebührentopf. Die anderen - etwa die Filmbranche - werden teilweise indirekt über die SRG mitfinanziert. Ganz zu schweigen von der gesamten Werbebranche: KS/CS Kommunikation Schweiz warnte jüngst vor einer Annahme der «wirtschaftsschädlichen» Initiative, die auch Werbeauftraggeber und -agenturen stark benachteiligen würde. Der Dachverband der kommerziellen Kommunikation begrüsst aber richtigerweise auch «eine Grundsatzdiskussion über die künftigen Möglichkeiten und Grenzen des öffentlichen Dienstes in der Medienwelt und insbesondere der SRG». Service-public-Diskussion ja gerne, Kahlschlag nein danke.

Die Intensität der medialen Berichterstattung zur No-Billag-Initiative dürfte bis März kaum abnehmen. Man braucht wahrlich nicht jeden Artikel zu lesen. Um zu verstehen, wieso der «Bachelor» mit ziemlicher Sicherheit auch nach einer allfälligen Abschaffung der Radio- und TV-Gebühren seine «Ladys» in Thailand beglücken wird, müsste man aber zumindest einen davon kurz überfliegen haben.

Editorial von Werbewoche-Online-Leiter Thomas Häusermann in der heute erschienenen Werbewoche 20/2017, www.werbewoche.ch

Kontakt:

Anne-Friederike Heinrich
Chefredaktorin Werbewoche / Werbewoche Branchenreports
Neugasse 10, Postfach 1753, 8031 Zürich
Telefon: +41 44 250 28 00
f.heinrich@werbewoche.ch