Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1993)

Heft: 2

Artikel: Schweizer Radio International (SRI) im Aufbruch

Autor: Oppenheim, Roy

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-790888

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.07.2025

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

Roy Oppenheim

Schweizer Radio International (SRI) im Aufbruch

Der Autor, Ex-Direktor von Schweizer Radio International SRI schildert in seinem Beitrag die historischen Hintergründe von SRI sowie dessen zukünftige Strategien in West-, Süd- und Osteuropa.

Europa ist für eine international tätige Radiostation ein Raum, der über den Bereich der EG hinaus reicht. Medienpolitisch unterscheiden wir drei europäische Zonen: Westeuropa, Südeuropa / Mittelmeerraum und Mittel- / Osteuropa. Jeder dieser drei europäischen Räume stellt unterschiedliche Anforderungen.

1. SRI und Mittel- / Osteuropa

Vor kurzem haben wir folgenden Brief aus Kiew erhalten: *"Seit 40 Jahren höre ich Ihre Radiostation, aber auch andere Sender. Ich sass dafür im Gefängnis wie viele meiner Landsleute. Ich wage erst heute, Ihnen zu schreiben, nachdem auch Gorbatschov zugegeben hat, dass er westliches Radio hört. Dies ist mein erster, wahrscheinlich auch mein letzter Brief. Ich danke Ihnen von ganzem Herzen für die unschätzbare Unterstützung, die Sie uns während Jahrzehnten zukommen liessen."*

Dies ist einer von 35'000 Briefen, die Schweizer Radio International jährlich erreichen. Das Dokument verweist auf einen Sachverhalt, den auch Vaclav Havel anlässlich seines Besuches hier in Bern bestätigt hat: Die während Jahrzehnten von westlichen, internationalen Radiostationen verbreitete freie Information hat massgeblich zum Umbruch in der ehemaligen Sowjetunion und in Osteuropa beigetragen. Dem Radio kam dabei Priorität zu, denn dieses war dank Kurzwelle überall auf dem Globus empfangbar - im Unterschied zum Fernsehen, das knapp 2-300 Kilometer hinter den Eisernen Vorhang einstrahlen konnte. Der immense Einfluss der Medien auf den Zusammenbruch der östlichen Totalitarismen wird erst heute, nach dem Ende des Kalten Krieges und der Öffnung der Grenzen, allmählich in seinem ganzen Ausmass bekannt; noch ist diese einmalige Erfolgsstory nicht geschrieben.

Doch das Schicksal internationaler Medien ist mit dem Ende des Kalten Krieges keinesfalls besiegelt. John Tusa, Generaldirektor der BBC, sagte vor kurzem: *"Viele dachten, der Fall der Berliner Mauer sei mit der Eröffnung des Gartens Eden gleichzusetzen; mitnichten. Es wird Jahrzehnte dauern, bis die mittel- und osteuropäischen Medien modernisiert und die Journalisten in der Ethik eines guten Journalismus geschult sein werden. Den westlichen internationalen Medien kommt in dieser Umbruchsituation die Aufgabe zu, einen "kulturellen Marshallplan" zu entwickeln, um die Menschen im Osten über die Medien auf die Gesetze der Demokratie und des freien Marktes vorzubereiten."* Wie wir alle wissen, ist dieser osteuropäische Umbruch mit vielerlei Unbekannten behaftet; amerikanische Strategen rechnen damit, dass sich schwere Rückschläge auf dem Weg zu einem gesamteuropäischen Haus ereignen werden und dass sich bis Ende des Jahrtausends erneut totalitäre Staaten im Osten Europas bilden werden.

Zur Zeit findet in Osteuropa ein Wettlauf westlicher Medien statt. Erstmals ist es möglich geworden, ***vor Ort*** Studios zu eröffnen, Frequenzen und Sender zu kaufen, Medienforschung zu betreiben. Die Grossen - BBC World Service, Voice of America, Radio France Internationale, Deutsche Welle - sind inzwischen in den meisten Ländern Mittel- und Osteuropas etabliert. In Moskau hat ein amerikanisches Konsortium die erfolgreiche Mittelwellenstation *"OPEN RADIO"* eröffnet, welche rund 30 Millionen Hörer erreicht. Schweizer Radio International muss da etwas bescheidener agieren, obschon gerade wir unvergleichbar gute Ausgangspositionen hätten: SRI hat sich nie gezielt in die Ost-West-Konfrontation einspannen lassen und besitzt aber gerade deshalb den Ruf besonderer Unparteilichkeit und Glaubwürdigkeit, ein Ruf, der bis in die historische Epoche des 2. Weltkrieges zurückreicht, als René Payot und Jean Rudolf Von Salis das internationale Renommée des Schweizer Kurzwellendienstes begründeten. Auch den Osteuropäern ist eben nicht entgangen, dass die demokratische, vielsprachige und multikulturelle Schweiz seit Jahrhunderten auf eine koloniale und imperialistische Aussenpolitik verzichtet hat.

Schon Ende 1990 hat SRI eine zusätzliche Frequenz in Richtung Osten erhalten und regelmässig Sendungen für Mittel- und Osteuropa gesendet. Dank der Unterstützung des Bundes konnten wir seit 2 Jahren ein besonderes Austauschprogramm für Journalisten aus Russland, der Ukraine, Polen, Ungarn, Tschechoslowakei und Bulgarien durchführen. SRI wählt vor Ort jüngere Radiojournalisten aus und lässt diese während mehrerer Monate Radiosendungen in deren Muttersprache bei uns in der Schweiz produzieren; diese werden sodann über die Radiostationen in Osteuropa verbreitet.

Inzwischen sind erste Banden zum Osten geknüpft; SRI verhandelt zur Zeit mit Moskau, Prag und Budapest, um Sendungen von SRI in die dortigen Radionetze einzuspeisen und in Form eines Sendezeitaustausches auf unserem Europa-Satelliten-Kanal Astra im Gegenzug Sendezeiten an östliche Radiostationen zu vergeben. Zudem sind auch gezielte Sendevorhaben in Vorbereitung wie - eine Sendereihe über das Funktionieren demokratischer Institutionen - eine Sendereihe über das Funktionieren schweizerischer Kleinbetriebe und Unternehmungen.

2. SRI und Westeuropa

Die Lage im Europa der EG und der Europäischen Kommission ist für Schweizer Radio International nicht minder herausfordernd. Schweizer Radio International kommt gemäss Gesetz der Auftrag zu, ***"eine enge Verbindung zwischen den Auslandschweizern und der Schweiz zu ermöglichen."*** Immerhin leben drei Viertel aller Auslandschweizer, d.h. rund 340'000 in Europa und zudem reist jährlich 1 Million Schweizer ins europäische Ausland.

Seit wenigen Monaten sind zudem die Auslandschweizer stimm- und wahlberechtigt in der Schweiz, so dass sich neue Informationsaufgaben ergeben. Dies ist ein Grund, weshalb SRI seit neun Monaten ein tägliches Programmangebot ausschliesslich für Schweizer im Ausland anbietet.

Der zweite Auftrag von SRI besteht darin, ***"einen Beitrag zur Völkerverständigung zu leisten und den kulturellen Dialog zwischen der Schweiz und anderen Völkern zu pflegen".***

Dialog setzt eine Zweiwegkommunikation voraus. Zudem beginnt Völkerverständigung nicht erst jenseits der Schweizer Grenzen, sondern schon im ***eigenen Land.*** Immerhin beherbergen wir in der Schweiz mehr als eine Million Ausländer. Die europäischen Migrationen werden zusätzliche Bewegung bringen.

Im weiteren beobachten wir besonders in Europa eine zunehmende Durchdringung und Vernetzung der in- und ausländischen Medienmärkte. Sie kennen alle den gewaltigen ***Medien - Inspill,*** dem sich die Schweiz ausgesetzt sieht: rund 50 ausländische Fernsehprogramme, weit über 100 Radioprogramme, inklusive *Voice of America, BBC World Service*, die alle in der Schweiz, zum grossen Teil sogar im Kabel, verfügbar sind. Der ***Outspill*** hingegen ist bescheiden: eine Beteiligung der SRG an den Satellite-Fernsehsendern *3SAT, TV5, RAISat, CNN*. Und im Radiobereich sind *Radio Eviva, (Opus-Radio)* und *Schweizer Radio International* auslandsorientiert.

Aus diesen Gründen - Overspill, Durchdringung der in- und ausländischen Märkte, ***internationale*** Hörerschaffen in der Schweiz befolgt SRI folgende Strategie:

1. Neben dem Auslandsangebot für Schweizer Hörer den Aufbau eines internationalen, qualitativ hochstehenden Radioangebotes mit Leitsprache Englisch (immerhin schon heute die Zweitsprache des Europäers - rund 30% der Europäer verstehen oder sprechen Englisch), aber auch anderen internationalen Sprachen. Ein Grundangebot wird heute schon verbreitet über Kurzwelle, Satellit und den Inland-Kabelkanal *DIGit-Super Radio,* resp. *Telefonrundspruch* und wird in Europa von rund 3,5 Millionen Menschen regelmässig eingeschaltet.

2. Dieses Angebot wird uns künftig auch für eine weitere Inlandverbreitung dienen - v.a. in Grossagglomerationen wir Genf, Zürich, Basel.

Ausländische Beispiele für inländische internationale Radioangebote gibt es in Paris (RFI), Helsinki (Yle), Wien (Radio Blue Danube) u.a.

3. Im weiteren wird dieses internationale, schweizerische Radioangebot von anderen europäischen Radiostationen weiterverbreitet Schon heute übernehmen rund ein Dutzend europäische Radiostationen SRI-Sendungen - u.a. in Italien, Spanien, Frankreich, Deutschland ab Astra. Weltweit beliefert SRI über 800 regionale und lokale Radiostationen.

3. Fernsehen: Eine weltweite Marktanalyse hat ein differenziertes Bild über die Wirkung und die Grenzen internationalen Radios gezeigt. Bis vor wenigen Jahren kam dem internationalen Radio dank seiner weltweiten Verfügbarkeit über die ortsunabhängige Kurzwelle auch eine einmalige und privilegierte Stellung zu. Durch die Satellitentechnik wird auch Fernsehen (beispielsweise CNN) weltweit verfügbar.

Wollen wir unseren ***Auftrag erfüllen*** und ***marktorientiert operieren,*** müssen wir - besonders aber in hochindustrialisierten Weltgegenden - auch Fernsehen einsetzen können. Zur Zeit produziert Schweizer Radio International neben seinen CNN-Beiträgen auch ein englischsprachiges Fernsehmagazin *"Swiss World"*, das wir weltweit in 31 Fernsehkanäle einspeisen (Zuschauerpotential: über 220 Millionen).

Die Präsenz der Schweiz und das Verständnis für deren Anliegen fördern. Dies ist der dritte im Gesetz verankerte Auftrag. Er unterscheidet sich wesentlich von der Aufgabe der Inland-Medien. Denn er beinhaltet im Grunde eine Art Promotionsauftrag, der über die journalistische Aufgabe hinausführt.

Es bedarf kaum grosser Erläuterungen dazu, dass gerade heute die Bedeutung dieses Auftrages von besonderer Wichtigkeit ist - in einer Zeit, in der das Image der Schweiz im Ausland eher von Unsicherheit und Zweifel charakterisiert ist. Die westeuropäischen Veränderungen und der innere Zustand der Schweiz machen es heute sehr viel schwieriger, diesen Auftrag zu erfüllen. Die traditionell schweizerischen Werte lassen sich in der heutigen Zeit nicht mehr mit aller Sicherheit definieren. Im Ausland ist der Erklärungsbedarf über die sich verändernde Schweiz enorm gestiegen, der "Gap" zwischen dem überlieferten Cliché einer neutralen, wehrhaften, reichen, sauberen Schweiz von gestern und dem von Zweifeln und Bemühen um eine neue Identität geprägten Bild von heute bestimmen im Wesentlichen das Spannungsfeld, in dem sich unsere Tätigkeit im europäischen Ausland bewegt.

Dabei stellen wir fest, dass die Schweiz sehr häufig entweder mit vorgefassten Clichévorstellungen bedacht wird oder aber - noch schlimmer - im Bewusstsein vieler Europäer kaum mehr eine Rolle spielt. Wir versuchen gerade deshalb auch neue, unkonventionelle Wege. Dieser Auftrag ist wohl der anspruchsvollste und hat nur dann Aussicht auf Erfolg, wenn er in enger Zusammenarbeit mit anderen, im Ausland tätigen Institutionen, Unternehmungen erfolgt.

3. SRI und Süd-Europa

Gerne wird die Medienlage in Südeuropa in Anbetracht der dramatischen und dynamischen Veränderung in Ost- und Westeuropa etwas übersehen: in Jugoslawien tobt ein Bürgerkrieg, den niemand vorausgesagt und erwartet hat; der Mittelmeerraum steht nach wie vor im Banne des schwelenden Nahostkonfliktes. Dem internationalen Rundfunk kommt dort noch immer die traditionelle Aufgabe zu, den in der Helsinki-Akte (Korb 3) geforderten "free flow of information" besonders in den vielen autokratisch-totalitär regierten Staaten des arabischen Raumes zu gewährleisten.

Wir alle wissen, wie gross der Druck vom Süden her auf Europa lastet und in den nächsten Jahren zu einer sehr viel schwierigeren Herausforderung als jener in Ost- und Westeuropa werden könnte. Aus diesen Gründen verstärken wir zur Zeit unsere Anstrengungen auch in Richtung Süden.

Schweizer Radio International sendet seit Mitte der 70er Jahre in Arabisch. Die Stimme von SRI wird gerade im Maghreb und auch in Ägypten, Libanon, Jordanien, Israel sehr wohl vernommen (dies haben Untersuchungen nach dem letztjährigen Golfkrieg in den arabischen Staaten aufgezeigt). Zur Zeit laufen Gespräche, um zudem Schweizer Fernsehsendungen für arabische Fernsehstationen in Kairo und Tunesien zu adaptieren.

4. Medienpolitische Leitgedanken

Meine Ausführungen möchte ich mit fünf medienpolitischen Erfahrungen und Leitgedanken beschliessen:

1. Die europäische Medienszene wird heute vom ***Marktdenken*** beherrscht. Auch wir, *Schweizer Radio International,* orientieren uns an den Erfordernissen der Märkte. Unsere Erfahrung zeigt, dass nur Journalisten und Produzenten in der Lage sind, erfolgreiche Sendungen zu gestalten, die in der Mentalität und im Stil des Zielmarktes arbeiten. Das schlagendste Beispiel ist unsere kleine Fernsehsendung *"Swiss World"*, die von angelsächsischen Journalistinnen für einen angelsächsischen Markt produziert wird.

Dies muss unterstrichen werden, weil es immer wieder Vorstellungen gibt, man müsste nur das inländische Radio und Fernsehen über Satellit weltweit verbreiten, um das Problem der Auslandspräsenz der Schweiz zu lösen.

2. Internationale Medien sind einer sehr viel breiteren Konkurrenz ausgesetzt als inländische Medien und entwickeln damit auch eine besondere Resistenz gegen den immer wieder befürchteten internationalen Medieneintopf. Kein Land kann deshalb heute auf eine starke, internationale Medienpräsenz verzichten.

3. Dies setzt allerdings eine verlässliche materielle Grundlage voraus. Internationaler Rundfunk ist nur in Grenzen nach marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten finanzierbar.

4. Eine vierte wichtige Erkenntnis: McLuhans Devise *"The medium is the message"* ist für uns zu einer wesentlichen Erfahrung geworden: Seit wir neue Kanäle einsetzen - Satellit, Kabel haben sich auch unserer Botschaften verändert. Internationales Radio, bislang auf Kurzwelle verbreitet, wandelt sich plötzlich zu einem Hörfunk von bester Tonqualität in Stereo: Auf einmal wird auch Musik für uns zu einem wichtigen Programmelement und vor allem verändert sich die Rezeption internationalen Radios beim Konsumenten. Um internationales Radio zu empfangen, muss sich der Hörer nicht mehr mit den Tücken des Kurzwellenempfangs herumschlagen, mit dem Sendergewirr, mit Fading der rauschenden Radiowellen - heute steht internationales Radio in bester UKW-Qualität im Kabel oder ab Satellitenspiegel zur Verfügung. Das internationale Radio vollzieht damit eine der entscheidendsten Veränderungen seiner Geschichte, Veränderungen, deren Konsequenzen noch lange nicht zu Ende gedacht sind. Der nächste Technologiesprung - Digital Audio Broadcasting - steht bevor und wird auch den mobilen Radioempfang ab Satellit weltweit ermöglichen.

5. Die fünfte Erkenntnis sei zugleich ein ***Ausblick in die nahe Zukunft.*** Durch den bekannten Wandel im Europa der jüngsten Vergangenheit - vor allem durch das Ende des Kalten Krieges - hat sich erstmals in der rund 70jährigen Geschichte des internationalen Rundfunks auch die ***Kooperationsbereitschaft*** entwickelt. Der *BBC World Service* hat vor sechs Monaten in London anlässlich einer internationalen Konferenz vorgeschlagen, von der Schweiz aus ein internationales, europäisches Radio zu starten. Anlässlich des 50. Geburtstages der *Voice of America*, zu dem ich letzte Woche nach Washington eingeladen wurde, standen ähnliche Kooperationsprojekte zur Diskussion. Die Ausgangslage ist folgende:

- Die neue Satellitenverbreitung wird dazu führen, dass nur monolinguale Auslandsprogramme auf die Dauer die gewünschte Breitenwirkung erzielen.
- Die herkömmlichen Auslandsprogramme im Multisprachenmix sind aufgrund der geringen Programm-Akzeptanz uninteressant geworden.
- Schon heute verbreiten in Europa 20 internationale Radiostationen Sendungen in Englisch, Deutsch und Französisch. Es wäre ein Leichtes, aus diesem reichen Programmangeboten ein europäisches, internationales, multikulturelles, monolinguistisches Europa-Radioprogramm in Englisch, ein zweites in Deutsch, ein Drittes in Französisch im Time-Sharing auf je einem stereophonen Satellitenkanal zu verbreiten.

Die meisten internationalen Radiostationen sind in Zeiten des Umbruchs, der Krise entstanden; SRI - damals hiess es noch *"Schweizerischer Kurzwellendienst"* - hat kurz vor dem Zweiten Weltkrieg seine Tätigkeit aufgenommen. Auch heute erleben wir wiederum eine Phase ungeahnter Veränderungen. Damit sind in besonderem Masse grenzüberschreitende, internationale Medien gefordert.