

Informationsgesellschaft Schweiz : wo stehen wir, wohin gehen wir? oder : die Informationsgesellschaft und ihre Feinde

Autor(en): **Trappel, Josef**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse**

Band (Jahr): - **(1996-1997)**

Heft 2

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-790777>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Informationsgesellschaft Schweiz: Wo stehen wir, wohin gehen wir? oder: Die Informationsgesellschaft und ihre Feinde

Der Autor ist Mitarbeiter bei der Prognos, Bereich Medien und Kommunikation, in Basel. Er hat als Projektleiter einer Studie zur Bestandesaufnahme und den Perspektiven der Informationsgesellschaft in der Schweiz einen massgeblichen Input zum Bericht „Für eine Informationsgesellschaft in der Schweiz“ der Groupe de Réflexion an den Schweizerischen Bundesrat geleistet.

1. Zum Begriff „Informationsgesellschaft“

Über den Begriff der Informationsgesellschaft besteht **keineswegs Klarheit** oder gar Übereinstimmung. In den vielen Berichten, die seit 1993 entstanden sind, in dem Jahr als die US-Regierung den Bericht „National Information Infrastructure – Agenda for Action“ veröffentlichte, tauchen die **verschiedensten Begriffsdefinitionen** auf. Im kanadischen Bericht etwa wird die Informationsgesellschaft als das bezeichnet, was alle darunter verstehen und noch viel mehr. In einem Bericht, den die Regierung Grossbritanniens 1997 vorlegte, wird mit der Informationsgesellschaft die Fähigkeit bezeichnet, riesige Mengen von Informationen und Unterhaltung erschliessen zu können, mit ihnen zu interagieren, sie zu verändern und das alles auch noch in der mobilen Anwendung.

Prognos hat in dem Bericht „Informationsgesellschaft Schweiz – Bestandesaufnahme und Perspektiven“ (Basel 1997) folgende **Definition** vorgeschlagen:

Von einer Informationsgesellschaft kann dann gesprochen werden, wenn ein wesentlicher Teil des Lebens und Arbeitens aus der Gewinnung, Speicherung, Verarbeitung, Vermittlung und Nutzung von Information besteht.

Ob allerdings eine Informationsgesellschaft ein gesellschaftspolitisch wünschenswertes Ziel darstellt, bleibt von dieser Definitionsfrage ausgeschlossen. Fest steht, dass das Abdanken der Schwerindustrie als **Zugpferd der Konjunktur** in Verbindung mit der neo-liberalen Wirtschaftspolitik und den politischen Folgen tatsächlich Bedarf an Neuorientierung in gesellschaftspolitischer Hinsicht hinterlässt. Sowohl die US-amerikanische „Agenda for Action“, als auch der „Bangemann-Bericht“ (Europäische Union 1994), als auch der Nachvollzug auf nationaler Ebene erweisen sich als Lotsen auf dem Weg in eine Informationsgesellschaft. Die Schweiz hat im Juni 1997, also mit dreijähriger Verspätung gegenüber den USA, ebenfalls einen Beitrag zur Bestimmung der Informationsgesellschaft geleistet. Die vom Bundesrat eingesetzte „Groupe de Réflexion“ legte einen Expertenbericht vor, der aber in seiner Substanz unbestimmt bleibt und keine operativen Handlungsvorschläge unterbreitet.

Gemeinsam ist allen diesen Berichten, dass die **Information als Motor einer neuen Gesellschaftsform** angesehen wird, dass ein Paradigmenwechsel vom Paradigma der

Industrie zum Paradigma der Information stattfindet, dass positive volkswirtschaftliche Effekte beschworen werden, womit sich die Hoffnung auf neue Arbeitsplätze verbindet. Die Berichte lassen aber die Frage unberührt, ob die Informationsgesellschaft überhaupt ein gesellschaftspolitisches Konzept darstellt, sie antworten nicht auf die drängenden Fragen, ob in einer Informationsgesellschaft mehr Verteilungsgerechtigkeit herrschen werde, und ob grundsätzlich mehr Freiheit im gesellschaftspolitischen Umfeld möglich wird.

2. Beweggründe für das Vorantreiben der Informationsgesellschaft

Um das Entstehen einer Informationsgesellschaft zu begünstigen, sind gesellschaftliche Notwendigkeiten ebenso erforderlich, wie politische Willensbekundungen. In dem bereits erwähnten Bericht der britischen Regierung (1997) werden die **Vorteile einer Informationsgesellschaft** umschrieben mit einem Mehr an Komfort, an Kontrolle, an Auswahl und an Qualität, die zur rechten Zeit durch die neuen Informationstechnologien bereitgestellt wird. Darüber hinaus soll der industrielle Standort dadurch gestärkt werden, dass die neuen Technologien die Geschäftsabwicklung vereinfachen und die Informationsdichte und Informationsverfügbarkeit deutlich erhöht werden, was auch eine effizientere Verwaltung ermöglicht.

Nicht nur die **Wettbewerbsfähigkeit**, sondern auch die **Quantität und Qualität von Arbeitsplätzen** bildet ein Kernelement für die politische Unterstützung des Übergangs zu einer Informationsgesellschaft. Als qualitativ hochstehende Arbeitsplätze sind diejenigen zu betrachten, die einen hohen Wertschöpfungsanteil ermöglichen und hohe Löhne rechtfertigen.

Kurzum, **Standortpolitik, Wettbewerbsfähigkeit** und das **Angebot an Arbeitsplätzen** führt zu einer politischen Einschätzung, wonach die Informationsgesellschaft selbst als Wachstumsbranche zu qualifizieren sei, deren Einführung der politischen Begleitung bedarf.

3. Betroffenheit des Mediensektors

Von der möglichen Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit sind die einzelnen Branchen unterschiedlich betroffen. Zu

den Branchen mit hohem Potential zählen vor allem die Dienstleistungsbranchen Banken, Versicherungen, Tourismus und die Medien.

Die Betroffenheit der Medien selbst zerfällt in eine inhaltliche und eine formale Ebene. Das Leitmedium der Industriegesellschaft, das **Fernsehen**, wird in seiner heutigen Erscheinungsform stark von den Gestaltungsmerkmalen der Informationsgesellschaft betroffen sein. Auf der inhaltlichen Ebene führt die **Technisierung** zu einer massiven **Angebotserweiterung**, schon heute allerdings erscheint die Nachfrage vom ausdifferenzierten Angebot überholt zu sein. Das Fernsehprogramm mutiert zu einem **Multimedia-Angebot**, das auch interaktive Elemente beinhalten kann. Erste Versuche unternehmen gegenwärtig die öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehanstalten in Deutschland (ARDmuxx, ZDF digital, Aufschaltung vom ORF2 und SRG auf den digitalen Satelliten Astra1G usw.). Aus gesamt-europäischer Sicht erscheint die Einführung des **DVB-Standards** von grosser industriepolitischer Bedeutung. DVB ersetzt PAL, SECAM, NTSC und MAC, liefert eine Tonqualität nahe der CD und realisiert Interaktivitätselemente. Ein solcher Standard überträgt das digitale Signal sowohl terrestrisch als auch über Satellit und Kabel. Sollte es gelingen, den DVB-Standard weltweit zu etablieren, würde Europa als Lizenzgeber wirtschaftlich profitieren, aber auch den Standort für technische Innovation dokumentieren.

Eine ähnliche Entwicklung vollzieht sich im Bereich des **digitalen Radios**; die DAB-World Platform hat ihren Sitz in Genf bei der EBU. Die Gründe für die Digitalisierung des Radiosignals liegen einerseits in dem ausgereizten Entwicklungsspielraum im UKW-Band, andererseits im Innovationsbedarf der Geräteindustrie, der es nicht mehr gelingt, neue Marktanteile zu realisieren, die über die Ersatzbeschaffung von Geräten hinausgehen, und in der Attraktivitätssteigerung des Mediums durch multimediale Zusatzdienste. Auch der DAB-Standard wurde in Europa entwickelt und würde bei weltweiter Implementierung den Forschungsplatz Europa stärken.

Die **Printmedien** haben intern den Übergang zu digitaler Technologie bereits weitgehend vollzogen, die Möglichkeiten von **Online-Diensten** sind aber keineswegs ausgeschöpft. Die Zeitung als etablierte Instanz der Sammlung und Aufbereitung von Informationen kann in einer Informationsgesellschaft weiterhin eine ausschlaggebende Rolle spielen. Die Zurverfügungstellung von Informationen über Onlinenetze wertet die – im Vergleich zu den elektronischen Medien – schwerfällige Zeitung zu einem vollwertigen Diensteanbieter auf.

Zeitungen sind in ihrer heutigen Papierform an ihre **Wachstumsgrenzen** gestossen, Werbeeinnahmen lassen sich kaum noch in signifikantem Volumen neu akquirieren, die Abonnementszahlen ebenfalls nicht weiter steigern. Electronic Publishing wird sich als neues Businessmodell etablieren, das auf die Kernkompetenz der Sammlung, Verarbeitung, Verbreitung und – mitunter auch – Erzeugung von Nachrichten aufbaut. Für Leserinnen und Leser entsteht ein Zusatznutzen durch die schnel-

lere Verfügbarkeit, die Zugriffsgeschwindigkeit und multimediale Elemente im Gesamtangebot einer Zeitung. Einschränkung ist aber anzumerken, dass sich der Übergang vom traditionellen zum elektronischen Publizieren langsamer vollzieht, als manche Protagonisten vermuten. Heute repräsentiert das elektronische Publishing lediglich ein bis drei Prozent des Gesamtvolumens der Zeitungsindustrie.

Als ebenfalls stark betroffen erweist sich die **Filmindustrie**, der ein wesentlicher Digitalisierungsschub noch bevorsteht. Während Animations- und Tricksequenzen schon heute virtuell erzeugt werden, vollzieht sich die wahre Revolution erst mit dem Online-Zugriff auf Spielfilme in digitalisierter Version. Dem stehen heute mangelnde Bandbreite in der Übertragung ebenso entgegen, wie das verfügbare Schutzniveau der Verschlüsselung. Der Filmhersteller als multimedial vernetzter Inhalteproduzent ist aufgerufen, einen grundlegenden Wandel seines Berufsbildes zu vollziehen, um einen grösseren Anteil an der Wertschöpfungskette für sich in Anspruch nehmen zu können. Erstmals in der Geschichte dieses Mediums erwächst durch die Digitalisierung den Filmherstellern auch ein unmittelbarer Zugang zu dem Publikum, der bisher immer über Vermittler (Rechthändler, Verleiher, Videovertreiber usw.) erfolgt ist. Auf der inhaltlichen Ebene steht jedenfalls das Ende des unveränderbaren Kunstwerkes „Spielfilm“ bevor, dieses wird ergänzbar, manipulierbar und multimedial erweiterbar.

Was von den traditionellen Akteuren als Erweiterung ihrer Geschäftsbasis betrachtet werden kann, könnte auch als eigenständiger Medienzweig neu entstehen. **Multimedia** vereinigt Bild, Ton, Text und Grafik in einem neuen Verbund, dessen Attraktivität geeignet ist, zum **Leitmedium der Informationsgesellschaft** aufzusteigen. Die bisher weltweit durchgeführten Versuchsanordnungen zum Abtesten der Nutzungsbereitschaft multimedialer Dienste ergibt ein massvolles Interesse an den neuen Medien, deren Implementierung aber von einer Reihe von Faktoren abhängt. Zunächst bedarf sie der Ausrüstung einer hinreichend grossen Anzahl von Haushalten mit geeigneten Endgeräten, darüber hinaus ist auch die vom konjunkturellen Verlauf abhängige Kaufkraft von entscheidender Bedeutung. Prognos rechnet nicht vor dem Jahr 2010 mit der Erreichung der kritischen Nachfragemasse.

4. Die Kosten der Implementierung

Die Implementierungskosten der Informationsgesellschaft sind nur dann zu tragen, wenn die neue Technik auch Marktreife erlangt. Hinreichender Wohlstand, umfangreiche Netzkapazität, niedrige Preise und ansprechende und überzeugende Inhalte bilden vorläufig **Engpassfaktoren**. Aus der Sicht der Medienwissenschaft ist darüber hinaus die Frage zu stellen, ob „Inhalte“ im Sinn von „Content“ weiterhin den Status von **Killer Applications** beibehalten werden. In einem Bericht der europäischen Kommission (1997) wird dies in Zweifel gezogen, zumal bei Business-to-Business-Anwendungen weniger und weniger bedeu-

tende Engpassfaktoren überwunden werden müssen (Electronic Commerce als Alternative zu medialen Inhalten).

In jedem Fall erscheint es nötig, die Kosten der Implementierung zwischen allen beteiligten Akteuren zu verteilen, um einen reibungslosen Übergang in eine Informationsgesellschaft – sofern gesellschaftliche Übereinstimmung über deren Gehalt erzielt wird - zu ermöglichen.

5. Handlungsbedarf

Zunächst erscheint die Erzielung eines gesellschaftlichen **Konsenses über den Gehalt und die Zielvorstellung einer Informationsgesellschaft** unabdingbar notwendig. Die politischen und wirtschaftlichen Arbeitsgruppen, die sich mit dieser Frage beschäftigt haben, sind bisher eine überzeugende Vision der Informationsgesellschaft ebenso schuldig geblieben, wie die wirtschaftlichen Akteure den Nutzen zweifelsfrei nachzuweisen imstande waren. Nach der Analyse der einschlägigen Berichte erscheint die These gerechtfertigt, dass Aktionismus über politischen Gestaltungswillen dominiert. Ein gesellschaftlicher Konsens zu dieser Frage bedarf der intensiven Diskussion und der öffentlichen Debatte über Vor- und Nachteile einer Informationsgesellschaft. Diese Debatte wurde in der Schweiz noch nicht ausreichend geführt. Der Bericht der „Groupe de Réflexion“ bildet erst einen Anfang.

Sobald sich ein tragfähiger gesellschaftlicher Konsens über die Wünschbarkeit einer Informationsgesellschaft zeigt, sind unverzüglich die Barrieren zu identifizieren, die einer Implementierung entgegenstehen. Insbesondere müssen die Kostenbelastungen analysiert werden und deren Verteilung organisiert werden (Lastenausgleich).

Hinzu kommt zweifellos ein **Bedarf an Bildung und Ausbildung**, insbesondere derjenigen Personen, die als Multiplikatoren im Mittelpunkt einer Informationsgesellschaft stehen werden (Journalistinnen und Journalisten, Verwaltungspersonal, Lehrerinnen und Lehrer usw.).

Sollte der angestrebte gesellschaftliche Konsens über den Gehalt der Informationsgesellschaft die gegenwärtig dominierende Strömung reflektieren, wonach diese nur im Modell einer neo-liberalen Wirtschaftsordnung zu realisieren sei, so sind die erforderlichen politisch-rechtlichen Konsequenzen zu ziehen. Insbesondere erschiene dann die

stufenweise Ablösung des klassischen Medienrechts durch die Instrumente des Wettbewerbsrechts (Merger control, staatliche Beihilfen, Kartellrecht usw.) erforderlich.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der bisher geführte gesellschaftliche Dialog zum Thema Informationsgesellschaft keineswegs ausreicht, um diese als gesellschaftspolitischen Entwurf zu implementieren. Zu den Feinden der Informationsgesellschaft sind daher diejenigen Protagonisten zu zählen, denen eine gesamtgesellschaftliche und breit abgestützte Einführungsstrategie weniger wichtig ist, als die Gewinnung zusätzlicher Marktanteile. Was der „offenen Gesellschaft“ eines Karl Popper der Historizismus, sind die Partikulärinteressen einer Informationsgesellschaft, die ohne breite gesellschaftliche Abstützung die neuen Technologien für die eigenen und insbesondere die Geschäftsinteressen instrumentalisieren. Dadurch nämlich würde lediglich die Kluft zwischen den Angeschlossenen und Ausgeschlossenen vergrößert, was keinesfalls im gesamtgesellschaftlichen Interesse liegen kann.

6. Literatur

Bangemann, Martin u.a.: Europa und die globale Informationsgesellschaft. In: Bollmann, Stefan (Hg.): Kursbuch Neue Medien. Trends in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. Bollmann: Mannheim 1995, S. 263-279.

Für eine Informationsgesellschaft in der Schweiz. Bericht der Groupe de Réflexion zuhanden des Schweizerischen Bundesrates. Juni 1997.

Prognos: Informationsgesellschaft Schweiz – Bestandsaufnahme und Perspektiven. Endbericht (Projektleiter: Dr. Josef Trappel). Basel im Mai 1997.

National Telecommunications and Information Administration (NTIA), U.S. Dep. of Commerce: The National Information Infrastructure: Agenda for Action. Washington D.C. 1993.

<http://sunsite.unc.edu/nii/NII-Ageda-for-Action.html>

Dr. Josef Trappel, Prognos AG, Bereich Medien und Kommunikation. Missionsstr. 62, 4012 Basel. Tel.: 061'327'32'00.