

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 79 (1999)
Heft: 4

Rubrik: Positionen

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

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

Ulrich Pfister

QUALITÄTSFRAGEN IM ZENTRUM DER MEDIENPOLITIK

Unterhält man sich über den heutigen Medienbetrieb, sind negative Urteile rasch zur Hand. Politiker beklagen die Zwänge eines immer hektischer werdenden Infotainments; die Wirtschaft reklamiert den verbreiteten Mangel an elementaren Kenntnissen; viele Leser, Hörer und Zuschauer haben Mühe mit der zunehmenden Boulevardisierung, der Inflation des Sensationellen und Skandalösen und der oft ins Kitschige abgleitenden Personalisierung. Wer an die unverzichtbaren Funktionen der freien Information und Meinungsäusserung sowohl für die Demokratie wie für die Marktwirtschaft erinnert, muss sich wie ein rückwärtsgewandter Nostalgiker vorkommen. Aufklärerisch-pädagogische Ambitionen, wie sie noch das paternalistische Radio- und Fernsehgesetz prägten, dienen vor allem noch der Verbrämung staatlich privilegierter Machtpositionen, die dem alten Monopolisten SRG den Start in einen liberalisierten Markt erleichtern werden.

Für die Kulturpessimisten verschiedenster Herkunft ist dieser Markt an den skizzierten negativen Entwicklungen schuld. Übersehen wird, was dank der grenzüberschreitenden Liberalisierung in den letzten Jahren Zusätzliches angeboten wurde. Man kann sich auf den Dutzenden von Fernsehkanälen, die inzwischen jeder Haushalt empfängt, natürlich problemlos durch seichte und vulgäre Unterhaltung aller Art zappen, aber man findet auch eine fast unbegrenzte Auswahl an anspruchsvollen Sendungen. In den Druckmedien zwingt der Konkurrenzkampf nicht nur zu Schlagzeilen und Exklusivstories, sondern auch zu neuen Informationsdienstleistungen. Wirtschaftliche Inhalte haben sich rasant vermehrt, Anlageberatung wird nicht mehr nur Spezialisten, sondern dem ganzen Publikum angeboten. Die globale Verbreitung der elektronischen Medien über Satelliten hat dazu geführt, dass man sich rund um die Uhr mit News versorgen kann. Mit dem Internet ist die Verfügbarkeit von Informationen aller Art geradezu explosionsartig angestiegen. Die traditionellen Medien haben es verstanden, ihr *Know-how* als Vermittler in die virtuelle Welt einzubringen und sich von dieser Konkurrenz nicht einfach überrollen zu lassen.

Was sich hier abspielt, kontrastiert doch sehr stark mit dem vordergründigen Bild einer dauernden Erosion in der Medienlandschaft. Wohl wird das Ange-

bot vor allem im unterhaltenden Bereich durch Auflagezahlen und Einschaltquoten beeinflusst. Ob man jedoch die tatsächliche Informationsaufnahme aus allen verfügbaren Quellen mit den hergebrachten Instrumenten überhaupt noch abschätzen kann, ist mehr als zweifelhaft. Den traditionellen Medien steht der eigentliche Umbruch als Folge des veränderten Informationsverhaltens eines interessierten Publikums erst noch bevor. Er wird sie zu neuen Kooperationsformen zwingen und wahrscheinlich nochmals einen grösseren Konzentrationsprozess auslösen.

Letztlich wird sich weniger die Frage stellen, in welcher Weise Informationen verbreitet, sondern wie sie beschafft, ausgewählt, aufbereitet und vermittelt werden. Welche Qualifikationen und welche Ausbildung benötigen die Vermittler, die Journalisten, um ihre Aufgabe kompetent, professionell und unter eher noch zunehmendem Zeitdruck erfüllen zu können? Wie werden sie entschädigt und welches ist ihr Status? In den heutigen kleinräumigen Verlagsstrukturen kann man sich die Fachleute, die eine seriöse Berichterstattung, Analyse und Beurteilung vorab in wirtschaftlichen, aber auch in politischen und kulturellen Belangen gewährleisten, nur in den wenigsten Fällen leisten. Und die spezifische Berufsausbildung hat sich zwar im letzten Vierteljahrhundert etabliert, aber noch längst nicht die Reichweite und die breite Anerkennung erlangt, die in anderen Branchen selbstverständlich sind. Die Frage stellt sich auch, was die Informationsnutzer, und das sind neben den individuellen Konsumenten die Wirtschaft und letztlich auch die Politik, tun könnten und sollten, um die Qualität einer Dienstleistung zu sichern, die mit ihrer eigenen Kommunikationsaufgabe aufs engste verknüpft ist.

In Abwandlung eines Bonmots könnte man sagen, dass die Information eine zu wichtige Angelegenheit sei, als dass man sie allein den Journalisten überlassen könne. Dass sich in den Medien Information und Unterhaltung vermischen, ist an sich völlig legitim, denn es entspricht ja auch der Realität des eigenen Medienkonsums, der Interesse, Neugier und Freizeitvergnügen umfasst. Dabei darf jedoch die Transparenz nicht verloren gehen, müssen Realität und Fiktion erkennbar bleiben und muss der Kodex journalistischer Qualitätskriterien, wie Sachlichkeit und Fairness, eingehalten werden. ♦

«LOHNDUMPING» – EINE SPRACHLICHE UNREDLICHKEIT

«Neoliberalismus», «Shareholder Value», «Zweidrittels-Gesellschaft» – das Begriffsarsenal der laufenden politischen Debatte ist uns vertraut. Der Abschluss der bilateralen Verträge mit der EU beschert uns zwei problematische Neuschöpfungen. «Flankierende Massnahmen» tönt harmlos, doch dahinter lauert ein fragwürdiges Anliegen. Abwehr von «Lohndumping» heisst aufs Wesentliche reduziert: Schutz des Arbeitsmarktes vor ausländischer Konkurrenz.

Die Umwandlung eines neutralen Begriffs in eine politische Waffe läuft so: Man besetzt durch Vereinfachung der Zusammenhänge einen Begriff mit moralisch positiv oder negativ geladenen Ereignissen. Geläufige Begriffsassoziationen mit negativer Aufladung sind etwa «Globalisierung» mit «Entlassungen» oder «Bankgeheimnis» mit «Geldwäscherei». Da differenziertes Nachdenken über volkswirtschaftliche Zusammenhänge kein persönlich lohnender Zeitvertreib ist, sind prägnante Schlagwörter als Denkkürzungen stets gut nachgefragt und leicht zu verbreiten. Die moralisch aufgeladenen Begriffe werden zur gängigen Sprachwährung, was die nähere Begründung eines Standpunkts erspart. Was in der Debatte zählt, ist die Verbreitung der «korrekten Gesinnung», die ein so manipulierter Begriff ausströmt.

Auch beim «Lohndumping» beginnt die sprachliche Unredlichkeit mit der Verdrehung eines ursprünglich eindeutig definierten Begriffs. Dumping ist der Versuch, «durch Verkauf von Erzeugnissen im Ausland zu billigeren Preisen als im Inland die ausländische Konkurrenz aus ihren Absatzgebieten zu verdrängen» (aus: H.C. Recktenwald, Wörterbuch der Wirtschaft). Handelspolitisches Dumping ist wegen der Verfälschung des Wettbewerbs, meist mittels Quersubventionierung des ausländischen Absatzes durch kartellistisch oder monopolistisch abgesicherte Gewinne aus dem Inland, verpönt und nach WTO-Regeln grundsätzlich verboten. Die Schweiz war, mindestens bis vor kurzem, stille Weltmeisterin im privaten und staatlichen Dumping, und das als Ausfluss ihrer offiziellen, demokratisch legitimierten Wirtschaftspolitik der geduldeten, ja geförderten Kartelle und Monopole. Wenn die Leute wüssten, was Dumping ist, hätten sie längst gemerkt, dass einige grosse Schweizer Firmen seit Jahrzehnten zulasten der Inlandkunden ihre Produkte im Ausland billiger verkauften als hier. Eine staatliche Veranstaltung von echtem, wenn auch besonders erfolg-

losem Dumping war beispielsweise der Schweizer Käseexport.

Der Begriffsmissbrauch zeigt sich daran, dass «Lohndumping» oder «Sozialdumping» die wesentlichen Begriffsmerkmale des echten Dumping gerade nicht erfüllen. Wenn z.B. portugiesische Bauarbeiter bei uns zu Löhnen arbeiten möchten, die deutlich unter den schweizerischen liegen, brauchen sie ihre Arbeitskraft noch längst nicht unter dem portugiesischen Lohn- oder Sozialniveau anzubieten. Sie könnten also Trittbrett fahren. Sie wären in der gleichen komfortablen Lage wie die meisten Exporteure dieser Welt, die es sich leisten können, ihre Produkte im noch vielfach staatlich und privat abgeschotteten Hochpreisland Schweiz teurer anzubieten als zu Hause.

Der Begriff «Lohndumping» hat die ideologischen Grenzen zwischen links und rechts längst überschritten und ist mittlerweile akzeptierte Sprachwährung. Beim Arbeitsmarktprotektionismus wirkt die Interessenharmonie zwischen Gewerkschaften und Arbeitgebern von Binnenindustrie und Gewerbe. Politisch besonders aktiv gegen «Lohndumping» sind die traditionellen strukturschwachen binnenwirtschaftlichen Branchen. Ihre heutigen wirtschaftlichen Handicaps sind Folgen der jahrzehntelangen notorischen Verbandskartell-Wirtschaft. Typisch für solche Branchen ist der Rückstand beim Strukturwandel und die unterdurchschnittliche Wertschöpfung. Dafür sind sie politisch um so potenter, sitzen ihre Vertreter und Sympathisanten doch auf allen drei politischen Ebenen überproportional zahlreich in wichtigen öffentlichen Ämtern.

Die Abwehr von «Lohndumping» nach den Vorstellungen der Protektionisten von rechts und von links ist Neokorporatismus in Reinkultur. Dieser Begriff braucht keine Anführungszeichen, weil er das beschriebene Phänomen präzise einfängt: besondere Massnahmen eines staatlich geförderten Kartells von organisierten Interessen gegen internationalen Wettbewerb. ♦

.....

HANS RENTSCH, 1943 geboren, studierte Betriebs- und Volkswirtschaftslehre an der Universität Bern. 1973 Promotion zum Dr. rer. pol. an der Universität Bern. Ab 1978 selbständiger Wirtschaftsberater in den Bereichen Strategie, Planung, Controlling, Führung, Organisation. Ab 1983 Leiter des FWS Forschungsinstituts für Wirtschafts- und Sozialpolitik, Zürich.

.....