

Media Relations

Tel direkt +41 44 305 50 87
e-mail mediarelations@sf.tv
Internet www.medienportal.sf.tv

Schwerer Start: «Kein Radiofranken für das Fernsehen»

Gegen den schweizerischen Fernsehversuchsbetrieb wehrte sich in den 50er-Jahren eine Allianz aus Radioleuten, Zeitungsverlegern und konservativen Kräften aus Politik und Kultur. Ein Hauptstreitpunkt war die Frage der Finanzierung. Ein Überblick.

Von Guido Wüest

Artikel aus der Jubiläumsausgabe der Personalzeitschrift LIVE

«25 Jahre Schweizer Radio – eine Million Hörer»: Das war im Jahre 1949 das Motto einer grossen Werbekampagne, die von SRG, PTT, der Vereinigung Pro Radio, von Radioindustrie und Radiohandel gemeinsam getragen wurde. Ein erstes Jubeljahr also? Nur sehr bedingt. Das Radio war zwar auf dem Weg, den im Zweiten Weltkrieg entstandenen Charakter eines erzieherischen Landessenders aufzulockern, den Publikums Wünschen mehr Gewicht zu geben und sich technisch und organisatorisch zu erneuern. Doch von freier Programmgestaltung war noch kaum die Rede. Der Kalte Krieg hatte begonnen, geistige Landesverteidigung war Pflicht. Und für die technische Erneuerung – es war bereits vom UKW-Netz die Rede – fehlte das Geld. Auf die Einführung von Radiowerbung musste auf Druck der Zeitungsverleger in einem «Stillhalteabkommen» bis mindestens 1954 verzichtet werden.

In diesem Umfeld begann die öffentliche Diskussion um die Einführung des Fernsehens in der Schweiz. Bundesrat, PTT und SRG waren der Meinung, die Zeit für einen Versuchsbetrieb sei jetzt gekommen. Und weil der Bundesrat, gestützt auf die Erfahrungen mit dem Rundfunk im Weltkrieg, das neue Medium von Anfang unter Kontrolle haben wollte, erliess er am 4. Juni 1951 eine Botschaft an die Bundesversammlung: Er ersuchte um die Ermächtigung, einen dreijährigen schweizerischen Fernseh-Versuchsbetrieb mit bis zu 2,4 Millionen Franken zu unterstützen. 0,9 Millionen davon gingen zu Lasten der PTT. Im Finanzplan rechnete man bei einem Gesamtaufwand von vier Millionen Franken mit 0,9 Millionen von der SRG und mit 0,7 Millionen von Dritten (Konzessionären, öffentlichen Körperschaften, Industrie und Handel), Ferner hiess es in der Botschaft, das Fernsehen biete grundsätzlich gute Voraussetzungen für Reklame, deren kommerzielle Ausnützung komme aber in der Versuchsphase kaum in Frage.

Kampf der Zeitungsverleger

Auf diese Botschaft reagierten die Gegner rasch und heftig. Zu ihnen gehörten – neben konservativen Kräften in Politik und Kultur – vor allem Vertreter von Radio und Presse.

Es überrascht nicht, dass die Zeitungsverleger im neuen Medium einen gefährlichen Konkurrenten sahen. Sie hatten ein Vierteljahrhundert zuvor schon das Radio als direkten Konkurrenten ausgeschaltet. An einer Sitzung im März 1926, zu der die Obertelegrafendirektion als Aufsichtsbehörde eingeladen hatte, wurde dem neuen Medium unter anderem vorgeschrieben, als Nachrichtenquelle nur die von der Presse kontrollierte Schweizerische Depeschagentur SDA zu nutzen. Erlaubt wurden täglich maximal zwei Bulletins: Diese seien zeitgleich zu verbreiten und die Nachrichten als Dreizeiler so abzufassen, «dass sie die Neugier der Hörer eher reizen als befriedigen». Zudem war dem Radio jede Art von Reklame verboten worden.

Und nun trat also mit dem geplanten Fernsehen wieder ein neuer Konkurrent auf. Kaum lag die Botschaft des Bundesrats auf dem Tisch, meldete sich der Präsident des Schweizerischen Zeitungsverlegerverbands mit einer Stellungnahme bei Bundesrat Josef Escher: In der Botschaft heisse es zwar, während der Versuchsperiode komme der Verkauf von Sendezeit «kaum» in Frage. Offen aber bleibe die Möglichkeit von «gespendeten Programmen» (extern entstandene Sendungen, die unterschiedlichste politische, wirtschaftliche oder gesellschaftliche Interessensgruppen gratis zur Verfügung stellen. Red.). Damit werde der Reklame im Fernsehen «wenn nicht das Tor, so doch ein Türspalt geöffnet», was dem Stillhalteabkommen von 1949 widerspreche. Als Hauptgrund für das geforderte Reklameverbot beim künftigen Fernsehen nannte der Zeitungsverlegerverband nicht die Angst vor dem Verlust von Werbegeldern bei der Presse, sondern politische Gründe. Es bestehe die Gefahr von «Parteireklame»: «Aussenpolitisch wäre die Sache geradezu gefährlich, da ein allfälliges Vorwiegen der Reklame einer Gruppe von den anderen als Verletzung der Neutralität ausgelegt würde.»

Radio gegen zentrale Lösung

Von aussen gesehen nicht auf Anhieb zu durchschauen war die Gegnerschaft aus Radiokreisen. In einem bereits im Dezember 1950 gezielt verbreiteten Exposé mit dem Titel «Nachdenkliches zum Fernsehen» warnte der Berner Radiodirektor Kurt Schenker ausführlich vor einer voreiligen Einführung des Fernsehens in der Schweiz. Mit Verweis auf die schlimmen Zustände in Amerika orakelte er, das Fernsehen könnte, wenn man es «der freien technisch-kommerziell – sensationsbefriedigenden Entwicklung» überlasse, «zur Angriffswaffe auf die menschliche Seele im Dezennium 1950-1960 werden.»

Hinter der landesväterlichen Rolle als Beschützer der Familie und der abendländischen Kultur, die Schenker offensichtlich gerne spielte, gab es aber handfestere Gründe für seine Fernsehgegnerschaft. Zum einen wusste man schon lange, dass sowohl die Bundesbehörden als auch die SRG für das Fernsehen eine zentrale Lösung ohne Kompetenzen bei den Radiostudios wollten. Schenker hatte als Verfechter des Lokalrundfunks aber schon in den 20er-Jahren leidenschaftlich gegen eine Nationalisierung gekämpft. Das gleiche Anliegen verfolgte 1952 der Basler Radiodirektor Fritz Ernst mit dem Fernsehversuch in Münchenstein. Das Fernsehen sollte nach seiner Meinung auf lokaler Basis betrieben werden.

Kein Startgeld fürs neue Medium?

Nicht zuletzt ging es ums Geld. Die jährlich 300 000 Franken, welche die SRG an den Versuchsbetrieb des Fernsehens beisteuern sollte, konnten laut Botschaft des Bundesrates aus Konzessionsgeldern des Radios entnommen werden. Allerdings hatte man den Schlüssel für die Verteilung der Radiogelder zwischen PTT und SRG vorher bewusst so

geändert, dass der SRG jährlich 800 000 Franken mehr zuflossen. Für das Radio blieb also eine zusätzliche halbe Million übrig.

Dass das Radio an das familienzerstörende und dazu noch zentralisierte, neue Medium Startgeld abgeben sollte, war aber vor allem den Bernern zuviel. In seinem Exposé äusserte Kurt Schenker schon Ende 1950 die Vermutung, es könnten «offen oder versteckt Radiogelder für Fernsehzwecke» abgespaltet werden. Als dieses Vorhaben mit der Veröffentlichung der Botschaft des Bundesrates bestätigt wurde, erklärte Schenker gleichentags an der Generalversammlung der Radiogenossenschaft Bern, es sei nicht zulässig, dass Radiogelder für das Fernsehen verwendet würden. Damit war der Slogan «Kein Radiofranken für das Fernsehen» geboren – auch wenn nicht zu belegen ist, dass Schenker selbst ihn je genau so formuliert hat.

Das Argument, die Verwendung von Radiogeldern für das Fernsehen sei widerrechtlich, tauchte in der Folge regelmässig auf. Beispielsweise 1954 bei der Diskussion um die Ausweitung des Fernsehversuchs auf die Westschweiz, wie auch im Kampf gegen den Radio- und Fernsehartikel bis zu dessen Ablehnung 1957. Die Verwendung öffentlicher Gelder fürs Fernsehen wurde weiterhin massiv bekämpft, im besonderen durch die «Aktionsgemeinschaft gegen das Fernsehen», die der Berner Schriftsteller Erwin Heimann Ende Mai 1956 gegründet hatte.

Es dauerte dann noch acht Jahre, bis die eigenständige Finanzierung des Fernsehens durch die Einführung der Werbung sichergestellt war. Am 1. Februar 1965 um 19.25 Uhr ging der erste Werbespot über den Sender. Und noch im gleichen Jahr wurde das Defizit des Radios erstmals mit einem Vorschuss aus Fernseheinnahmen gedeckt.

Guido Wüest arbeitete rund 30 Jahre für das Schweizer Fernsehen. Der frühere Redaktionsleiter 'DRS aktuell' war zuletzt Mitglied der Chefredaktion.