

«Das ständige Segeln in rauer See relativiert einiges»

Vor zweieinhalb Jahren wurde der Waadtländer Gilles Marchand (58) zum Generaldirektor der SRG ernannt. Seit-her erlebte der studierte Soziologe und Buchautor manch unruhige Tage in diesem Amt. Doch in der Krise bewährt sich das wichtigste Medienunternehmen des Landes als verlässlicher Orientierungspunkt. Eine gesellschaftliche, wirtschaftliche und philosophische Einschätzung der Krise.

Herr Marchand. Die Schweiz befindet sich seit Mitte März im «Notstand». Wie gehen Sie persönlich mit der Krise um?

Ich erlebe sie aus der Distanz. Wir haben bei der SRG sehr rasch – schon Mitte März – auf «Homeoffice»-Betrieb umgestellt. Einerseits um unsere Mitarbeitenden zu schützen, aber auch um die Produktion aufrechtzuerhalten. 4000 Mitarbeitende wurden innerhalb weniger Tage auf eine

Arbeit von zu Hause aus umgestellt. Eine eindrückliche Übung, wenn man bedenkt, wie gross diese Umstellung ist und welche Auswirkungen sie auf allen Ebenen hat.

Auch ich stellte rasch um und verbrachte einen grossen Teil meiner Zeit fortan in meiner Wohnung in Bern. Die Umstellung fiel mir allerdings ziemlich leicht, weil meine Frau ihr Büro ohnehin zu Hause hat. Sie betreibt eine digitale Medien- und Kommunikationsplattform

(www.cominmag.ch) und ist deshalb IT-mässig und in puncto Produktion von Audio und Video bestens ausgerüstet. Eine sehr gute Ausgangslage also. Und wir haben nie einen wirklich grossen Unterschied zwischen Privat- und Berufsleben gemacht. Ich bin ohnehin sehr oft unterwegs, in der Schweiz oder im Ausland. So bin ich es gewohnt, auf Distanz zu arbeiten. Ich arbeite immer dort, wo ich gerade bin. Nun waren wir aber plötzlich alle auf Distanz – und das hat schon eini-

ges verändert. Es erfordert eine noch bessere Organisation, zum Beispiel, um die Geschäftsleitung zu führen.

Auf einer eher persönlichen Ebene stellt eine Krise dieses Ausmasses auch eine schwere Belastung in Bezug auf die Verantwortung dar. Ich werde ständig an die Folgen dieser Krise für unsere insgesamt 6000 Mitarbeitenden, ihre Familien, die Kranken und Besorgten erinnert. Und gleichzeitig muss ich über das Unternehmen selbst nachdenken, über sein Mandat,



seinen Auftrag, seine Rolle für die Gesellschaft, seine Finanzierung.

«Die Öffentlichkeit zählt auf uns. Auf die Information natürlich, aber genauso auf Unterhaltung, um sich auf andere Gedanken zu bringen.»

Die Öffentlichkeit zählt auf uns, auf unsere Programme. Auf die Information natürlich, aber genauso auf Ablenkung, auf etwas Unterhaltung, um sich auf andere Gedanken zu bringen. Wir dürfen unter solchen Umständen, bei einer solchen Krise nicht enttäuschen, müssen rasch präsent sein. Und wir haben dabei immer auch die regionale Vielfalt zu beachten.

Das sind viele Dimensionen gleichzeitig. Und natürlich ist da immer auch noch die eigene Familie, die persönliche Komponente.

Es ist aufregend, anstrengend, wichtig.

Mit der Gründung von RTS im Jahr 2010 war ich in früheren Jahren für die Fusion von Radio und Fernsehen

in der Westschweiz verantwortlich. Dann kam 2015 die grosse Debatte um das Radio- und Fernsehgesetz RTVG, die mit einem der kleinsten Siege in der Geschichte der direkten Demokratie in der Schweiz endete, nämlich mit 3'800 Stimmen. Und dann folgte kurz danach die Initiative «No Billag», die uns monatelang massiv in Atem hielt und uns ein grossartiges Ergebnis brachte.

Ehrlich gesagt, ich hätte nie gedacht, dass ich kaum zwei Jahre später bereits wieder mit einer so intensiven, neuen Herausforderung konfrontiert sein würde.

Ich würde nicht behaupten wollen, dass man sich an solche Krisen gewöhnt – aber das ständige Segeln in rauer See relativiert schon einiges.

Wie nutzen Sie die leere Zeit – falls es eine solche geben sollte?

In der Tat, es gibt kaum Freizeit. Denn die Falle des intensiven Homeoffice ist die, dass man die ganze Zeit an Deck ist. Es ist nicht so einfach, Regeln aufzustellen und irgendwann tatsächlich mit der Arbeit aufzuhören.

Kommt dazu, dass ich im Moment ein Buch vorbereite. Band II eines kritischen Dialogs mit einem meiner ehemaligen Soziologie- und Ethnolo-

gieprofessoren, Bernard Crettaz. Das Buch trägt den Titel «Des racines et des réseaux», übersetzt «Wurzeln und Netzwerke». Der erste Band erschien 2012. Es geht um die Schweiz, ihre Vielfalt und natürlich über die Medien. Den Service public in der Schweiz zu beobachten, bedeutet, die Schweiz selbst zu beobachten. Und umgekehrt. Band II wird sich, wie dieses Buch hier, ebenfalls mit den Lehren aus der Pandemiekrise befassen und mit dem, was es uns über unser Land und seine Medien sagt.

Entdecken Sie in dieser Krisensituation vielleicht sogar Aspekte des Lebens, die sonst zu kurz gekommen sind?

Über mich persönlich hat mir die Krise nichts Neues nähergebracht, nein. Alles ist einfach dichter, konzentrierter, auch ein bisschen surreal, wie eine Art beengende Klammer.

Mit grossem Interesse verfolge ich aber, wie unsere Bevölkerung mit diesem Umbruch umgeht. Das Verhältnis zu individuellen Freiheiten, dem Vertrauen in die Behörden, in die Zukunft, die Wahrnehmung des Risikos, des Todes, all dies wird je nach Alter, Kultur, Sprachregion, familiärer und emotionaler Situation sehr unterschiedlich erlebt.

Zudem waren die Regionen nicht in der gleichen Weise und mit der gleichen Intensität betroffen.

Es ist deshalb ein beispielloses und faszinierendes Beobachtungsfeld. Ich habe das Glück, in meiner Funktion bei der SRG alle Programme unserer Sender verfolgen zu können. Und das nutze ich auch.

«Die Bevölkerung ist erwachsen, wir müssen die Angelegenheit beim Namen nennen – sachlich und korrekt.»

Wie hat sich die Rolle der SRG in diesen Tagen verändert?

In einer Krise wie dieser konzentriert sich unsere Rolle in erster Linie auf unsere Programme. Und da gibt es unterschiedliche Phasen der Information im Sinne von «basierend auf» oder «bezogen auf».

Zunächst mussten wir in aller Ruhe erklären, was geschieht. Die Bevölkerung ist erwachsen, wir müssen die Angelegenheit beim Namen nennen. Dies müssen wir sachlich und korrekt tun. In dieser Phase sind zuverlässige

Quellen von entscheidender Bedeutung. Informieren also und alarmieren – ohne Panik zu verursachen. Wir sind dafür da, die Öffentlichkeit zu informieren und ihr zu dienen.

In einer nächsten Phase mussten wir versuchen, die Informationen zu erweitern: Was bedeutet das im Hinblick auf Gesundheit, Soziales, Wirtschaft und so weiter? Welches sind die unmittelbaren Probleme? Wir müssen sowohl entschlüsseln als auch antizipieren. Es ist die Zeit der Spezialsendungen. Wir haben eine Menge davon gemacht, in allen Formen und auf allen Vektoren. Dann folgt die Zeit der Begleitung des Publikums durch diese Ausnahmesituation. Hier entsteht meist die grösste Kreativität für neue Formate. Hier konzentriert man sich auf zwei Dinge: die praktischen Hinweise einerseits und die Begleitung aus der Krise andererseits. In dieser Phase gilt es, die Leute auch mal etwas abzulenken, ihnen Entspannung zu bieten.

Und schliesslich kommt die Zeit, über die Lehren aus der Krise zu sprechen. Dann müssen wir das Geschehene noch einmal durchgehen, entschlüsseln, gegebenenfalls kritisieren und die nächsten Schritte antizipieren.

Wir müssen diese Phasen, diesen Rhythmus im Radio, Fernsehen und

auf unseren Online-Plattformen beibehalten. Und es gilt dabei, die Vielfalt unserer Programme, unserer Regionen und unseres Publikums zu respektieren. Das ist ein komplexer Prozess, erfordert ein gewisses Know-how und viel Engagement. Unsere Teams haben Tag und Nacht gearbeitet, um dieser Herausforderung gerecht zu werden.

Die Bedeutung der öffentlich-rechtlichen Sender ist enorm gestiegen. Werden «Ihre» Sender diesem Anspruch gerecht?

Ich bin sehr zurückhaltend, wenn es um Eigenlob geht. Aber ich muss sagen, dass ich sehr stolz auf das bin, was die SRG in dieser so komplizierten Zeit geschafft hat. Man darf nicht vergessen, dass wir gleichzeitig jeweils auch die Gesundheit unserer Mitarbeitenden und ihrer Familien gewährleisten müssen. Ich denke, dass uns das gelungen ist. Wir waren zur Stelle. Und wenn es ernst wird, wenn es wichtig ist, dann kommt die Schweizer Bevölkerung zu uns. Weil sie dort zu Hause ist.

Unsere Nachrichtensendungen wie die «Tagesschau» haben einen Marktanteil von mehr als 70 Prozent erreicht! Das sind unglaubliche Zahlen. Das Telejournal von RTS in der West-

schweiz war während der Krise die am zweithäufigsten geschauten Tageschau in ganz Europa (gemessen am Marktanteil).

Wir haben eine Art «audiovisuellen Dorfplatz» geschaffen, wo sich die Schweizer jeden Abend zur gleichen Zeit trafen. Eine Art von Gemeinschaft, die in Zeiten der Gefangenschaft sehr wichtig ist.

Also, ja, im Grossen und Ganzen haben unsere Kanäle meiner Meinung nach gute Arbeit geleistet.

Hätten Sie gedacht, dass je vor den SRF-Nachrichten behördliche Weisungen verbreitet werden müssen?

Ja. Gesetzlich ist dies Teil unseres Auftrages (Artikel 8 des RTVG). Die SRG ist dazu verpflichtet, dass die Schweizer Behörden in Krisenfällen über unsere Kanäle kommunizieren können.

Ich habe kein Problem damit, solange der Unterschied zu den Inhalten, die wir machen und senden, für jeden klar ist.

Wie beurteilen Sie die Kommunikation der Behörden?

Wir haben in der Schweiz nicht diese Haltung, dass es einen «Mann der Vorsehung» gäbe. Es gibt nicht diese einzelnen Leader wie in Frankreich

zum Beispiel. Unsere politische Kultur ist die des Kollegiums.

In diesem Sinne denke ich, dass das Kollegium recht gut funktioniert hat. Und ich weiss, dass es sehr komplex ist, dass man viele kulturelle, politische und sprachliche Sensibilitäten integrieren muss.

Ich bin mit dieser Gleichung vertraut, wir leben sie auch ein wenig in der SRG.

Unser Bundesrat war sehr präsent und hat die Dinge beim Namen genannt, zögerte aber auch nicht zu sagen, wenn man etwas noch nicht wusste. Eine sorgfältige, ehrliche, fortschrittliche und kollegiale Kommunikation, die mir der Schweizer Kultur angepasst zu sein scheint. Damit sage ich nichts zum Inhalt. Es ist noch zu früh, die Relevanz der Entscheidungen selbst zu beurteilen. Die Zeit wird es uns zeigen.

Es ist immer wieder von kriegsähnlichen Zuständen die Rede. Empfinden Sie die Lage als so schlimm?

Ich fühle mich nicht im Krieg. Es ist ein metaphorischer Begriff. Präsident Macron benutzte ihn in typisch französischer Rhetorik. Tatsächlich kämpfen wir alle gegen ein gefährliches Virus als solches, aber auch – und vor allem – weil es unser gesam-

tes Gesundheitssystem unter Druck setzt. Es ist ein schwieriger Kampf, der alle mobilisiert, an vorderster Front natürlich die medizinischen und betreuenden Teams, aber auch die verantwortlichen Behörden und die Medien.

Doch zurück zum Krieg... Sagen wir einfach, dass Politiker, wie übrigens auch die Medien, gerne mit Metaphern spielen. Es ist eine Stilübung.

In diesem Klima der Angst und Unsicherheit ist der Informationsbedarf immens und zweischneidig.

Wie beurteilen Sie grundsätzlich den medialen Umgang mit der Corona-Thematik (in Zeitungen, auf Online-Plattformen, in den sozialen Medien)?

Diese Krise ist ebenso vielschichtig wie Angst einflössend. Für die Bevölkerung ist es komplex, sie zu erfassen und zu ermessen.

In diesem Klima der Angst und Unsicherheit ist der Informationsbedarf immens und zweischneidig. Es gibt zwei Phänomene, zwei typische Re-

aktionen: Auf der einen Seite gibt es einen wahnsinnigen und fast krankhaften Heisshunger nach allen verfügbaren Informationen. Von den gewaltigsten «Fake News» bis hin zu den ausgeklügeltsten Verschwörungstheorien. Dieses Bedürfnis führt jedoch zu mehr Ängsten als zu Trost. Diesen Bereich dominieren die sozialen Netzwerke, die Smartphones, Tablets und Laptops überfluten. Diese Lawine gibt es natürlich auch in der Schweiz.

Auf der anderen Seite besteht ein Bedarf an präzisen, mit Querverweisen versehenen, überprüften und nach Prioritäten geordneten Informationen. Diese solide und fundierte Form der Information ist zwar nicht bekömmlicher, aber ermöglicht es der Bevölkerung, sich ein eigenes Bild zu machen, sich vorzubereiten und anzupassen.

Diese Form der Information birgt auch das Gefühl, Teil einer Gemeinschaft zu sein, sich einem riesigen Problem in einer Gemeinschaft zu stellen und es so zu teilen.

In der Schweiz haben wir alle gesehen, dass der Print, insbesondere die Lokalpresse, zu dieser zweiten Kategorie gehört. Es besteht kein Zweifel, dass auch der Service public in diese Kategorie gehört.

Die Schweizer waren und sind noch immer gut informiert. Was die Qualität betrifft, so steht unser Land in der Vertrauensrangliste sehr weit oben. Dies ist umso bemerkenswerter, wenn man die Grösse des Landes und die vier Landessprachen berücksichtigt. Eine der Herausforderungen beim Überwinden der Krise wird die Fähigkeit der Medien sein, das Themenfeld wieder für andere Inhalte zu öffnen.

Wie schwierig war es, unter Berücksichtigung der behördlichen Auflagen den Sendebetrieb aufrechtzuhalten?

Wir haben sofort die notwendigen Schritte zur Bewältigung verschiedener Krisenszenarien unternommen. Wir verdoppelten einige Teams, reduzierten einige Programme, um anderweitig Ressourcen zu mobilisieren. Wir waren auch bereit, im Falle einer akuten Krise Ressourcen zwischen den Regionen auszutauschen. Wir sind beispielsweise in der Lage, ein Studio zur landesweiten Informationsvermittlung bereitzustellen.

Aber ich hatte nie das Gefühl, dass unsere Sender in Gefahr sind.

Wir haben unser Produktionsvolumen angepasst, ja. Aber die Fähigkeit zur Information war zu keinem Zeitpunkt gefährdet.

Durch improvisierte Abläufe wie Homeoffice oder Konferenzgespräche wurde in vielen Unternehmen die Effizienz gesteigert. Beobachten Sie diese Entwicklung auch bei Ihnen? Wird man auch künftig an diesen Arbeitsformen festhalten?

Wir sind sofort und ganz einfach in einen Krisenmanagement-Modus übergegangen. Mit einem Dreiecksmodell: an der Spitze die Geschäftsleitung der SRG, die sich dreimal wöchentlich via Skype austauschte, und zwei Ad-hoc-Gruppen. Die erste war primär Gesundheitsfragen gewidmet, die zweite widmete sich den Produktionsthemen. Mit diesem System ist es möglich, sehr schnell und effizient zu führen. Dies umso mehr, als auch die verschiedenen Geschäftseinheiten der SRG in allen Regionen ihre Führung angepasst haben, um flexibler und agiler zu sein.

Alle anderen Treffen, alle beruflichen Beziehungen wurden aufrechterhalten - allerdings auf Distanz.

Etwas komplizierter ist es mit meinen internationalen beruflichen Verpflichtungen. Aber auch das konnten wir ohne allzu viele Probleme lösen. Weil alle unsere Kollegen im Ausland in der gleichen Situation sind. Paradoxerweise macht dies die Dinge einfacher!

Diese Krise hat gezeigt, dass grosse Organisationen erstaunlich flexibel sein können. Dies war bei der SRG der Fall und wir werden daraus sicherlich wertvolle Lehren für die Zukunft ziehen.

Vor allem auf dem Gebiet der flexiblen Arbeitszeiten, in der Fernproduktion, der beruflichen Mobilität, bei interregionalen Treffen, die normalerweise viel unserer Zeit in Anspruch nehmen. Das werden wir analysieren und damit gestärkt aus diesem Abenteuer hervorgehen.

«Die soziale Distanz kann selbst bei zwei Zentimetern Abstand zum Bildschirm eingehalten werden. Zugleich ist sie jedoch auch ein direkter, manchmal gar kollektiver Eingriff in die Intimität.»

Allerdings gibt es auch einige Nebeneffekte, die wir nicht leugnen sollten. Zum Beispiel die Vermischung von Beruf und Privat.

Diese Umstellung kann unter Umständen schmerzhaft sein. Wir öffnen eine Art Fenster in unser privates Umfeld. Wer Skype mit der Videofunktion verwendet, zeigt dem Gegenüber seine persönliche Umgebung. Und es ist natürlich verlockend, einander zu sehen, insbesondere in Zeiten physischer Verknappung. Es ist auch beruhigend, es macht die Beziehung ein wenig greifbarer. Die soziale Distanz kann selbst bei zwei Zentimetern Abstand zum Bildschirm eingehalten werden. Zugleich ist sie jedoch auch ein direkter, manchmal gar kollektiver Eingriff in die Intimität. Und hier gibt es die ganze Palette.

Da gibt es diejenigen, die aufmerksam sind: Blumenarrangement im Hintergrund, ein paar wissenschaftliche Bücher, Werke moderner oder klassischer Kunst... Kurzum, da sind die Profis. Dann gibt es die anderen mit den mehr oder weniger geschmackvollen Ferien-Souvenirs in der Wohnung, mit freiem Blick im Hintergrund in eine unaufgeräumte «Kriegsküche» oder auf ein verwüstetes Schlafzimmer (lacht). Es gibt diejenigen, die mit der Mute-Funktion, also der Stumm-taste des Mikrofons, nicht so vertraut sind und die das apokalyptische Konzert entnervter Kinder oder Ehepart-

ner am Ende ihrer Kräfte mitsenden. Und dann gibt es noch diejenigen, die uns mitten in die kalte und vollkommen aufgeräumte Wüste ihrer schrecklichen Einsamkeit einladen. Kurzum: Es gibt alles.

Alle sind auch Kollegen, mit denen das gesellschaftliche und berufliche Leben schliesslich weitergehen wird. Aber was machen wir dann mit diesen Bildern im Kopf? Können wir sie vergessen, jene intimen, nicht immer nur vorteilhaften Eindrücke? Nach dem Virus wird es emotionalen und psychosozialen Stress zu bewältigen geben.

Wie beurteilen Sie die Situation als studierter Soziologe?

Das ist eine sehr weit gefasste Frage... Ich denke, diese Krise wirft eine Reihe von sehr interessanten und wichtigen Fragen für die Schweiz auf. Einige davon möchte ich kurz beleuchten:

Zunächst muss auf Fach- und Medienebene eine klare Unterscheidung zwischen der strukturellen Krisensituation der Medien (und ihrem Finanzierungsmodell) sowie der Notfallsituation (im Zusammenhang mit einer Pandemie) gemacht werden. Die Tatsache, dass Letztere recht gut verwaltet wird, heisst keineswegs, dass man

sich mit Ersterer nicht mehr befassen muss. Gutes Krisenmanagement bedeutet also nicht, dass wir uns nicht mehr mit den strukturellen Problemen befassen müssten.

Es ist wichtig, zwischen diesen beiden unterschiedlichen Ebenen zu differenzieren, wenn wir über direkte oder indirekte Unterstützung für einen Sektor diskutieren, der seine Bedeutung unter Beweis gestellt hat.

Die Situation der Medien in der Schweiz wird sehr fragil bleiben, trotzdem die Öffentlichkeit ihre Bedeutung, insbesondere auch die Bedeutung des Service public, (wieder) entdeckt haben wird. Es wird schwierig sein, mit diesem Paradox zu leben.

Auf der audiovisuellen Seite darf man gespannt sein, ob die Rückkehr der Fernsehgemeinschaft («Live», alle zusammen zur gleichen Zeit), die wir seit Beginn der Krise erleben, der Rückkehr der physischen Mobilität standhält. Wir werden weiterhin nach neuen Fernsehritualen suchen müssen. Wird die De-Linearisierung von Inhalten, die den Hintergrund der jüngsten Medienentwicklungen bildet, im selben Tempo weitergehen wie bis anhin?

Die Information wird auch weiterhin eine Schlüsselrolle einnehmen. Und zwar in einem subtilen Gleich-

gewicht von Experten und Journalisten. Information allein wird allerdings nicht ausreichen, um den Medien und dem Service public eine dauerhafte Legitimität zu verleihen. Andere Daseinsberechtigungen müssen gepflegt werden. Eine davon wird die Beziehung zur kulturellen Vielfalt der Schweiz sein. Es sind Brücken auf dem konföderalen Archipel. Unter diesem Gesichtspunkt glaube ich, dass das Projekt für eine nationale VOD-Plattform, die wir für Ende des Jahres vorbereiten, eine wichtige Rolle spielen könnte.

Aus der Sicht der Makroanalyse wird das gesamte Verhältnis zur Andersartigkeit infrage gestellt. Ich kann mir gut vorstellen, dass wir von einem «globalen» Modell zu einem «internationalen» Ansatz übergehen. Ich unterscheide das Wort bewusst zwischen «inter» und «national» mit einem Bindestrich.

Die Dinge sind zu sehr miteinander verbunden, um sie entflechten zu können, wie mir scheint. Aber wir könnten eine Weiterentwicklung des Modells erleben: Das Globale, produziert nach einem Standard, der überall angewendet wird. Das Inter-Nationale ist eine Norm, die eher lokal interpretiert und vor allem eher lokal her-

gestellt wird. Auf jeden Fall werden die Themen der Autonomie und die Definition der Konzepte und deren Verbindungen noch intensiv diskutiert werden.

Die Schnelligkeit und Stärke dieser Pandemie wird ihre Spuren in der Beziehung zu anderen hinterlassen, in der Frage des Klimas, des Ernährungsmodells, des Gesundheitssystems, der Voraussicht, der Mobilität usw.

«Krise und Abschottung sind ein unglaublicher Impuls für die Digitalisierung der Gesellschaft. Im Zuge dessen nimmt die Bedrohung durch soziale Kontrolle gefährlich zu.»

Ich stelle auch fest, dass der Service public im weitesten Sinne (Gesundheitssystem, Sicherheit, Lebensmittelkontrolle, Vorausplanung der Grundressourcen usw.) als wesentlich betrachtet wird. Bei einer solchen Pandemie wird überall auf der Welt

die Vormachtstellung des Einzelnen infrage gestellt. Es bleibt jedoch abzuwarten, wie diese Themen in den grossen Kulturkreisen, insbesondere im Norden und Süden, interpretiert und erlebt werden.

Und auch in der Schweiz lässt sich diese Idee des Gemeinwohls und des Service public, des öffentlichen Dienstes zwischen Zürich und Genf, Lugano und Chur unterschiedlich verstehen und erleben.

Es ist nützlich, das föderalistische Modell in Krisenzeiten zu analysieren. Der Bundesrat ist, wie wir selbst in der SRG, zu einem vertikaleren und schnelleren Modell übergegangen. Die Umstände verlangten es. Wie aber erlebt die direkte und föderale Demokratie der Schweiz dies tatsächlich? Ist der verfassungsrechtliche Rahmen perfekt geeignet, eine solche Situation zu meistern? Die Reaktion des Parlaments wird in dieser Hinsicht sehr interessant sein.

Krise und Abschottung sind ein unglaublicher Impuls für die Digitalisierung der Gesellschaft. Im Zuge dessen nimmt die Bedrohung durch soziale Kontrolle gefährlich zu. Werden wir bereit sein, alles aufzugeben, was die individuellen Freiheiten und den Schutz der Privatsphäre betrifft, gegen das Gefühl der Sicherheit? Wird

dies in verschiedenen Teilen des Landes auf die gleiche Weise erlebt und gelebt? Ich bin mir nicht sicher.

Schliesslich wird der Weg aus der Krise kompliziert sein und die endgültige Abrechnung wird sicherlich sehr hoch ausfallen. Wir können uns zwei Modelle vorstellen:

1. Die Wirtschaft erholt sich ziemlich schnell und es gibt keine zweite grosse Pandemiewelle (ohne Impfstoff) im nächsten Winter. Eine Art rationale Kontinuität scheint also möglich, vor allem in der Schweiz. Und es geht wieder mehr oder weniger so weiter wie zu Beginn des Jahres. In der Hoffnung, dass wir einige nützliche Lehren für die Zukunft ziehen können.

2. Eine tiefe wirtschaftliche Krise setzt ein, die Gesundheitssituation ist nicht geklärt, eine zweite Welle droht, ein zweiter Lockdown wird notwendig usw. Die Versuchung zum Rückzug, begleitet von grossen sozialen Spannungen, scheint mir dann durchaus möglich zu sein.

Und dann werden wir auch berücksichtigen müssen, was in unseren französischen, deutschen und italienischen Nachbarländern geschieht. Unsere Volkswirtschaften und kulturellen Bereiche sind zu sehr mitei-

inander verflochten, als dass man sie ignorieren könnte.

Ist die Phase der Rückbesinnung und Temporeduktion nicht auch eine grosse Chance für die Menschheit?

Es ist immer nützlich, nachzudenken, aber es braucht nicht unbedingt einen tödlichen Virus dazu.

Interessant, vielversprechend ist vor allem die Situation des Bruchs.

Die Tatsache, anders zu leben, führt de facto zu einer Verflachung bestimmter Gewohnheiten. Und das ist nützlich.

Aber sind Sie sicher, dass wir das Tempo wirklich reduziert haben?

Im Gegenteil, ich spüre einige blitzschnelle Beschleunigungen. Im beruflichen Kontext zum Beispiel ist unser Austausch kürzer und schneller. Wir entscheiden schneller. Wir haben TV- und Radioformate in wenigen Tagen konzipiert, während es normalerweise Wochen dauert.

Daher bin ich der Meinung, dass die Verringerung der physischen Mobilität nicht mit der Verringerung der Geschwindigkeit verwechselt werden sollte. Bei völliger körperlicher Unbeweglichkeit besteht eine sehr schnelle intellektuelle Mobilität.

Und Sie selbst, Herr Renggli, Sie werden in weniger als drei Wochen

ein Buch publiziert haben. Ich widme Ihnen drei Stunden, ohne auch nur einen Augenblick innezuhalten.

Tatsächlich haben wir nicht alles verlangsamt, wir machen die Dinge anders. Und das, ja, das könnte eine Chance sein. Ich denke, es ist eine Gelegenheit, unsere Verbindungen, unsere internationalen Beziehungen, unsere physische Mobilität, unsere Produktionsketten und den Einsatz der Virtualisierung zu überdenken. Aber ohne naiv zu sein. Wir müssen auch den Schutz unserer Privatsphäre, unserer individuellen Freiheiten ständig hinterfragen.

Wie wird sich die Krise mittelfristig und langfristig auf die Schweizer Medienlandschaft auswirken? Wird der Hang zur Digitalisierung auch medial weiter verstärkt?

Ja, natürlich. In kleinen Märkten wie dem unseren sind die Produktions- und Vertriebskosten ein echtes Problem, weil wir sie nicht über grosse Mengen amortisieren können.

Die Schweiz hat nur acht Millionen Einwohner. Dennoch ist der Preis für eine TV-Kamera oder eine Print-Presse ungefähr derselbe wie in Berlin oder Paris, deren Märkte zehnmal grösser sind.

Deshalb ist der Beitrag der Werbung in kleinen Märkten so wichtig, um Inhalte zu finanzieren. Kopienverkäufe, Abonnements oder Gebühren allein reichen nicht aus, um das derzeitige Produktionsniveau sowohl quantitativ als auch qualitativ zu sichern.

«Der starke Rückgang der Werbung bedroht direkt die Fähigkeit, Schweizer Inhalte zu produzieren.»

Die Werbung in der Schweiz schmilzt wie Schnee in der Sonne. Sie wird von internationalen digitalen Plattformen und von deutschen und französischen Werbefenstern eingesaugt, die zudem die Programmrechte für die Schweiz nicht bezahlen, obwohl diese Programme in unserem Land vermarktet werden.

Der starke Rückgang der Werbung bedroht direkt die Fähigkeit, Schweizer Inhalte zu produzieren.

Und wenn wir es nicht selbst tun, wer wird sich dann für unsere subtilen kulturellen, politischen, künstlerischen oder sportlichen Realitäten interessieren? Niemand. Weder die

Deutschen, noch die Franzosen, noch die Italiener, geschweige denn die Amerikaner oder die Chinesen.

Die Medienkrise ist somit eine kulturelle Herausforderung für die Schweiz.

Die Medien versuchen also, ihre Kosten zu begrenzen. Deshalb digitalisieren sie ihre Produkte. Aber es gibt Grenzen. Und wenn Sie sich gegen mächtige deutsche, französische oder italienische Sender wehren wollen, wenn Sie eine solide Alternative zu globalen digitalen Plattformen bieten wollen, dann müssen Sie für eine qualitativ hochwertige Produktion sorgen. Nicht nur im Bereich der Information, sondern auch in den Bereichen Sport, Fiktion, Musik, Dokumentarfilm. Und das kostet Geld.

Deshalb sehen immer mehr private Medien keine andere Rettung, als von der öffentlichen Hand unterstützt zu werden. Das Problem ist, dass auch die öffentlichen Mittel nicht unbegrenzt sind.

Ich glaube, dass der öffentliche Wert, der Public Value der SRG anerkannt ist.

Aber was wird passieren, wenn sich viele Medien nicht von der Krise erholen? Werden letztendlich alle Medien mit der Begründung des Service public

öffentliche Unterstützung beanspruchen müssen?

Dies wirft dann die interessante Frage nach der Definition des öffentlichen Auftrags auf (wer legt ihn fest, wer kontrolliert ihn, können wir einen öffentlichen Dienstleistungsauftrag haben und gleichzeitig versuchen, Gewinne zu erwirtschaften, mit welcher Art von unternehmerischer Unabhängigkeit usw.). Wir haben mit «No Billag» gesehen, wie lebhaft diese Debatte sein kann...

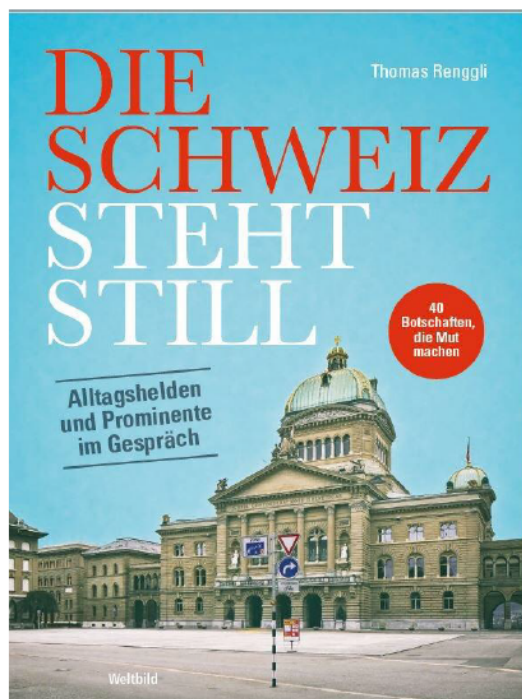
Wenn all dies also letztendlich zu einer Verzettelung der Ressourcen führt, dann wird niemand in der Lage sein, etwas Ernsthaftes zu tun, Inhalte zu produzieren, die der globalen digitalen Lawine standhalten können.

Es ist eine politische und berufliche Gleichung, die wirklich sehr, sehr komplex ist....

Was wünschen Sie sich für die Zeit nach der Krise?

Ein bisschen durchatmen zu können. Sagen wir so zwei bis drei Jahre ohne eine weitere grosse Krise – das wäre fantastisch!

Hinweis: aus dem Französischen übersetzt.



Thomas Renggli, Die Schweiz steht still
eBook-ISBN 978-3-03812-802-1
weltbild.ch