

## Agenda

# Porno, Katzen und SRF

Von Regula Stämpfli



«Happy 10th Birthday Dear YouPorn! Anlässlich dieses Jubiläums dachten wir: Höhö, komm wir schreiben die mal an, vielleicht antwortet ja jemand. Etwas verdutzt waren unsere Gesichter dann schon, als uns ihr Community-Manager Brian prompt zurückschrieb und unsere

Fragen beantwortete.» Sie raten richtig: Wir befinden uns an einem normalen Sonntagmorgen auf der Einstiegsseite von SRF CH. Der mit über einer Milliarde staatlich finanzierte Qualitätsjournalismus bringt am 28. 8. 16 online oben die Burka und unten «eine Horde an Dickpics» (das sind Bilder, die einige Politiker aus ihren Amtsstuben verschicken).

Dies ist kein Einzelfall. SRF Online schafft es immer wieder locker, die Qualität von, beispielsweise, 20 Minuten um mehrere Stockwerke zu unterschreiten. Erstaunlich dabei ist, dass dies in der Schweiz niemanden stört, obwohl sich sogar ein Bot weigern würde, unter derartigem Müll entsprechende Klicks zu automatisieren. Aber egal: In der Schweiz gehört es offensichtlich zur medialen Grundversorgung, dass der Community-Manager von YouPorn weiterhin gerne Pornos guckt, nur «anders», da er nun wisse, wie viel «harte» (häm, Anm. R.S.) Arbeit dahinterstecke...

Roger de Weck mag zwar noch nie auf srf.ch geklickt haben – wer gibt sich als Aristokrat schon gerne mit seinen vulgären Schmuddelkindern ab doch dass die ironiefreien Klotitel regelmässig über SRF Online flimmern, erstaunt dennoch. Zumal SRF genügend Inhalte hätte, die die Einstiegsseite bereichern: Doks, Sternstunden, Talks, Swissinfo, Tagesschau, 10vor10 etc. Doch stattdessen werfen uns die SRG-Herren übles Online-Instantfood vor, obwohl sie eigentlich für variationsreiche Fünfsterner-mentis angestellt wären. Dabei gibt es in ihren Abteilungen viele tolle Sendungen, die nur darauf warten, endlich à la carte gesetzt zu werden.

Wenn Private mit Katzenfotos, Sex und Kotzwürgbrech-Gifs viel Geld verdienen, sei ihnen dies gegönnt. Öffentlich-rechtlich liegt der Fall jedoch definitiv anders. YouPorn-Interviews, flächendeckende Sportberichterstattung oder die 10 Top-Schönheits-OPs kann ich in anderen Blogs, Hashtags oder Pics konsumieren.

Katzenklos haben auf srf.ch nur dann Platz, wenn sie in einer «Kulturgeschichte animalischer Verwertung» besprochen werden.

Es geht beim Service public eben um Inhalte, nicht um Klickraten. Deshalb führt auch die auf die Grösse eines Pantoffeltierchens geschrumpfte Diskussion Links-Rechts und Medien überhaupt nix. Es geht um die Frage, wie öffentlich und privat so getrennt werden, dass sie nicht einfach auf allen Kanälen Spektakel, Populismus und Demokratie befördern, sondern demokratische Institutionen, Debatten und Prozesse bereichern. Wenn auch öffentlich-rechtlich Trolle, Pornsters und Buzzers den Ton angeben, dann sind nicht einfach parteipolitische Differenzen fatal, sondern das ganze System.

Information war bei SRF Online gestern, Ernährungstipps heute. Deshalb erstaunt nicht, dass selbst die Medienministerin mehr von Diäten als dem digitalen Wandel zu verstehen scheint. Bitter ist: Zu spät werden alle Medienfürsten und Politikomtesen merken, dass sie mit einer derartigen Politik weit mehr aufs Spiel setzen als nur die Gebührgeländer.

Was momentan unter «Debatte SRG» läuft, beleidigt selbst das niedrige Medienkritikniveau in der Schweiz. Nicht zuletzt, weil die «Experten» nicht mal merken, dass YouPorn-Interviews auf SRF als Garantie für «unabhängigen Journalismus» verkauft werden.

## Mensch oder Maschine?

# Keine Angst vor Robotern

Von Christoph Buser

«Studie: Roboter bedrohen über die Hälfte aller Arbeitsplätze» (*Die Welt*), «Adieu, Jobs! Willkommen, Maschine!» (*Zeit online*), «Wie Maschinen den Menschen überflüssig machen» (*Süddeutsche Zeitung*). Solche Schlagzeilen häufen sich. Nachdem die Schweizerische Post vergangene Woche angekündigt hat, in einem Pilotversuch Roboter als Pöstler einzusetzen, erheben sich weitere besorgte Stimmen. Der Briefträger werde bald obsolet, heisst es etwa. In anderen Medienberichten wird gewarnt: Wegen selbstfahrender Autos seien Taxichauffeure bald arbeitslos. Die Automatisierung mache vor kaum einer Berufsgruppe halt. Betroffen seien alle: Finanzberater, Autoren, Marketingleute, selbst Service- und Pflegepersonal.

Genährt werden solche Befürchtungen durch Bücher wie Andrew McAfees «The Second Machine Age» oder auch Martin Fords «Rise of the Robots». Die Schlacht zwischen Mensch und Maschine tobt. Und der Mensch verliert sie. So lautet das allgemeine Narrativ.

Doch stehen wir tatsächlich vor einer Massenarbeitslosigkeit, ausgelöst durch immer intelligentere Maschinen und verfeinerte Algorithmen? Ich zweifle daran. Das liegt zum einen daran, dass die Erfahrung zeigt: Die Arbeitswelt hat sich aufgrund der Modernisierung schon immer verändert. Es entstanden neue Jobs, ganze Berufszweige haben sich angepasst. Zum anderen ist Skepsis nicht unangebracht, wenn plötzlich alle Leute zu einem Thema mehr oder weniger die gleiche Meinung vertreten.

Das haben sich vielleicht auch James Manyka vom Unternehmensberatungsunternehmen McKinsey in San Francisco und Mehdi Miremadi von McKinsey Chicago gesagt. Die beiden untersuchten die Auswirkungen der Automatisierung auf die Arbeitswelt. Aber sie fragten nicht, «Welche Jobs gehen verloren?», sondern: «Welche individuellen Aktivitäten können automatisiert werden?» Das Ergebnis: Weniger als fünf Prozent der Jobs können vollständig automatisiert werden.

Allerdings sind Maschinen bald in der Lage, für mehr als die Hälfte aller Beschäftigungen fast einen Drittel der Aufgaben zu erledigen. Als Beispiel führen die Autoren einen Marketingmanager an. Dieser ist gut ausgebildet und wird entspre-

chend entlohnt. Im Unternehmen spielt er eine Schlüsselrolle, indem er massgeschneiderte Strategien für spezifische Produkte und Märkte erarbeitet, um so die Verkaufszahlen zu verbessern. Heute bedingt dies verschiedene zeitintensive Aktivitäten, wie das Überprüfen von Datenmaterial, um Preisentscheidungen zu fällen und Material- und Produktionskosten abzuschätzen.

Für Manyka und Miremadi ist offenkundig: Wenn solche Aktivitäten automatisiert werden, liegen die Analysen rascher und genauer vor. Sie weisen auch darauf hin, dass Computer – kombiniert mit künstlicher Intelligenz und «Big Data» – lernen können, Offerten und Inhalte für Tausende individueller Kunden zu erstellen. Kein Marketingmanager sei in der Lage, dies alleine zu bewerkstelligen.

## Die Organisationen müssen unterscheiden, wo Maschinen einen besseren Job machen als Menschen – aber eben auch umgekehrt.

In der Studie wird darauf hingewiesen, dass Schätzungen zufolge rund zehn bis 15 Prozent der Aktivitäten eines Marketingmanagers auf diese Weise automatisiert werden könnten. Mehr nicht. Zumindest Marketingmanager wird es also weiterhin geben.

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Automatisierung geht es für Unternehmen darum, die Leistung insgesamt zu erhöhen. Dabei müssen die Organisationen unterscheiden, wo Maschinen einen besseren Job machen als Menschen – aber eben auch umgekehrt. Aufgrund der Erkenntnisse der McKinsey-Leute darf man jedenfalls davon ausgehen, dass die um sich greifende Angst vor den Robotern wohl übertrieben ist. Auch die Zustellroboter der Schweizer Post werden die Pöstler nicht vollständig ersetzen – allenfalls ändert sich in den kommenden Jahren deren Berufsbild. Jemand muss den Robotern ja beibringen, an welche Adresse sie liefern müssen.

Christoph Buser ist Landrat und Direktor der Wirtschaftskammer Baselland.

## Randnotiz

# Bilderverbot

Von Eugen Sorg

Kurz nach der letzten Serie verheerender, überwiegend radikalislamisch motivierter Anschläge in Europa gab der *Tages-Anzeiger* bekannt, dass er fortan keine Bilder oder Namen von Terroristen mehr publizieren würde. Warum? Man wolle «den Tätern keine Bühne geben». Denn «Untersuchungen zeigen, dass Nachahmungseffekte bei Massentötungen existieren». Die Zeitung folgte damit der linken *Le Monde*, die, um eine «posthume Glorifizierung» zu verhindern, ebenfalls ein Bilderverbot erlassen hat.

Nun zeugt es von ziemlicher Selbstüberschätzung und bizarrem Wunschenken der Zeitungsmacher, zu glauben, Täterfotos in ihren Blättern würden potenzielle Jihadisten zu Untaten animieren. Der Weg von einer Pariser Moschee in die blutige *Charlie-Hebdo*-Redaktion oder an die Front in Syrien verläuft über die virtuellen Foren, Publikationen, Rekrutierungsvideos einer globalen radikalislamischen Gegenwart. Traditionelle Medien spielen dabei keine Rolle. Erwähnte «Untersuchungen», die das Gegenteil beweisen sollen, sind selten und nicht überzeugend.

Einen kleinen Effekt könnte die Anonymisierung allenfalls haben. Ein Feind, «dessen Name nicht genannt werden darf», wird mythisiert wie der dunkle Magier Lord Voldemort in «Harry Potter», er erscheint unheimlicher und mächtiger, als er es ist, hintertreibt nüchtern-rationale Gegenmassnahmen. Und das Vertrauen in die Medien sinkt weiter. Die Leute wissen, dass hinter dem Namen des Terroristen S. A. nicht ein Stefan Arnold steht, sondern ein Salah Abdeslam. Warum diese Vertuschung?

Die *New York Times* zeigte neulich die Konterfeis der islamischen Attentäter von Paris und Brüssel. Es ist eine faszinierende Galerie: finstere Gesichter, denen man alles Schlimme zutraut, neben harmlos wirkenden oder ausnehmend sympathischen und Vertrauen erweckenden Zeitgenossen. Die Anschauung lehrt unmittelbar, dass der Schein oft trügt und dass das Böse jede Gestalt annehmen kann. Das mit noblen Absichten begründete Bilder- und Namensverbot ist ein grotesker Akt journalistischer Selbstbescheidung. Er erinnert an den Trick, mit dem kleine Kinder versuchen, ihre Angst zu bannen. Sie halten sich die Augen zu und glauben, dadurch würden sie für das Ungeheuer unsichtbar.

## Hick-up

# Die doppelt Nächste ist uns doch nicht so nah

Von Martin Hicklin

Alles ist relativ. Besonders, wenn es um nah und fern im Universum geht. Das haben wir letzte Woche wieder neu erfahren. Mit Schalmeien und Trompeten hatte man da in *Nature* verkündet, «ganz in der Nähe», sozusagen vor unserer Haustür, sei nun ein lange vermuteter erdähnlicher Exoplanet nachgewiesen. 1,3-mal so gross wie die Erde, und statt immer aus Gas mal aus Fels und Stein. In atemberaubenden 11,2 Erdentagen kreise er um seine Sonne, die weit weniger gut sichtbar ist als unsere, und ihre Kerzen doch lange brennen lassen kann. Sie zählt zur häufigen und sehr langlebigen Klasse der Roten Zwerge und kragt an ihrer Oberfläche keine schlappen 3000 Grad hin. Proxima Centauri heisst sie, was eigentlich «die dem Kentauren Nächstliegende» bedeutet. Doch auch uns, oder unserer heissen Sonne, ist sie die nächste andere. Das Proxima ist doppelt verdient.

Im heute nur noch am Südhimmel zu sehenden Sternbild, in dem man sie findet, hatten die alten Griechen den alten Cheiron gesehen. Er war, wie alle Kentauren, ein Mischwesen aus Pferd und Mensch. Arnold Böcklin hat sie so unvergleichlich als Raufbolde gemalt (im Basler Kunstmuseum zu sehen). Nur war Cheiron eben kein vierfüssig und zweihändig raufender Grobian wie die andern,

sondern weise und gelehrt, als Lehrer für den kräftigen Achilles und den heilenden Asklepios tätig. Doch am Ende habe ihn der mit Muskeln reichlich ausgestattete Herkules sozusagen im Irrtum mit einem Giftpfeil getroffen. Daran litt Cheiron, eigentlich unsterblich, ungemain. Flugs habe ihn der Göttervater Zeus geheilt, indem er ihn an den Himmel setzte, erzählten die Griechen, in den Nachthimmel über den Inseln zeigend. Doch inzwischen ist der alte Weise mit all seinen Nächsten mit seinem Sternbild gegen Süden verschwunden.

Nach diesem Abstecher in das nahe alte Griechenland wollen wir gleich wieder zu unserem Exoplaneten «vor der Haustür» reisen. Er ist wie die Erde eine Sie, was man daraus schliessen kann, dass er etwas fantasiearm «Proxima b» getauft wurde. Ihre Existenz verriet den Messungen die Auf und Ab an feinsten Verschiebungen der Bahnen des Roten Zwergs und seiner Trabanten, wo die eine sozusagen an der andern rüttelt. Und obwohl das tatsächlich im Weltall-massstab grad nebenan ist, hat schon das sagenhaft schnelle Licht 4,2 Jahre von dort nach hierher oder umgekehrt. Würden wir in einer der üblichen Sonden mitreisen, müssten wir uns für ein paar Zehntausende von Jahren anschnallen. Zum Vergleich: Wäre die Sonne nur grad einen Meter von uns entfernt, hätten wir noch immer 200 Kilo-

meter zu Proxima b zu reisen. Ziemlich weit also. Nun hoffen wir ja heimlich noch immer, und wollen nicht davon lassen, dass gerade jetzt auf einem von uns entdeckten Exoplaneten vielleicht so was wie wir existieren könnte oder ein wenig Aussicht besteht, dass es noch dazu kommt. Doch Proxima b, eine «Rocky World» in bewohnbarer «habitable» Zone, wird wegen der Nähe zur roten Proxima ihr immer ihr Antlitz zuwenden müssen. Will heissen, auf der ebenfalls immer abgewandten Rückseite ist es grausam kalt. Zudem hat das errörende Zentralgestirn ihrer Begleiterin laufend geladene Teilchen ins Gesicht geblasen und dabei vielleicht auch die Atmosphäre, falls je vorhanden, weggepustet. Die wäre aber, wollte man an der Oberfläche leben, erst recht nötig. Es sei denn, das dortige «Leben» habe andere Rezepte, um vorwärtszukommen.

Angebligh soll sich in den Messkurven schon ein Kollege zur Proxima b bemerkbar gemacht haben. Vielleicht sehen wir am Ende einen ganzen Zoo um die Wette fliegen. «Ganz in der Nähe» und nicht wie sonst, in noch viel unerreichbarer Ferne.

So einsam und auf uns zurückgeworfen wir da unten von der Entdeckung beim Kentauren hören, so sehr muss man doch bewundern, wie viel man aus so winzigen Verschiebungen lesen kann. Noch bleibt genug für unsere blühende Fantasie.

# Basler Zeitung

National Zeitung und Basler Nachrichten AG  
Gegründet 1842 (NZ) und 1844 (BN)

Verwaltungsratspräsident und Delegierter:  
Rolf Bollmann

Verleger und Chefredaktor: Markus Somm (msco)

Stv. Chefredaktor: David Thommen (-en)

Chefredaktion: Michael Bahnerth (mb), Textchef – Viviane Joyce Laisse (vj), Chefin vom Dienst – Laila Abdel'Al, Assistentin

Politik: Martin Furrer (mfu), Leitung – Viviane Joyce Laisse (vj), stv. Leitung – Erik Ebnerth (ebn) – Michael Hug (Autor, hu) – Alessandro Paone (ale) – Michael Surber (sur) – Samuel Tanner (sta)

Bundeshaus: Dominik Feusi (fi), Leitung – Beni Gafner (bg) – Christian Keller (ck)

Basel-Stadt: Nina Jecker (nj), Leitung – Dominik Heitz (hei), stv. Leitung – Aaron Agnozazza (aag) – Denise Dollinger (dd) – Mischa Hauswirth (hws) – Jonas Hoskyn (hys) – Franziska Laur (ff) – Martin Regenstein (mar)

Baselland: Daniel Wahl (wah), Leitung – Joël Hoffmann (jho) – Alexander Müller (amu) – Dina Sambar (dis)

Thomas Dähler (td) – Thomas Gubler (Gu), Liestal

Wirtschaft: Ruedi Mäder (rm), Leitung – Patrick Gniesser (pg), stv. Leitung – Christoph Hirter (hic) – Kurt Tschan (kt) – Daniel Zulauf (dz) (Zürich)

Sport: Marcel Rohr (mr), Leitung – Andreas W. Schmid (aws), stv. Leitung – Oliver Gut (olg) – Fabian Kern (ker) – Tilman Pauls (tp) – Dominic Willmann (dw)

Kultur: Raphael Suter (ras), Leitung – Markus Wüest (mw), stv. Leitung – Christoph Heim (hm) – Nick Joyce (nj) – Stephan Reuter (sr) – Christine Richard (chr) – Siegfried Schibli (sli) – Jochen Schmid (js) – Stefan Strittmatter (mat)

Meinungen und Profile: Graziella Tecl (gte)

Auslandskorrespondenten: Roman Arens (RA), Rom – Rudolf Balmer (RB), Paris – Wolfgang Drechsler (wdk), Kapstadt – Paul Flückiger (flü), Warschau – Willi Germund (wg), Bangkok – Frank Herrmann (fhw), Washington – Pierre Heumann (heu), Naher Osten – Felix Lee (flp), Peking – Hansjörg Müller (hjm), Oxford – Benedict Nief (ben), Berlin – Thomas Roser (tro), Belgrad – Stefan Scholl (sch), Moskau – Reiner Wandler (rwa), Madrid

Kolumnisten: Claude Cueni – Thomas Cueni – Felix Erbacher (FE) – Allan Guggenbühl – Markus Häring – Hans-Peter Hammel (-minu) – Martin Hicklin (hckl) – Walter Hollstein – Helmut Hubacher – Markus Melz – Manfred Messmer – Linus Reichlin – Hansjörg Schneider – Martin A. Senn – Eugen Sorg – Regula Stämpfli – Roland Stark – Tamara Wernli

Spezialseiten: Bildung, Gesundheit heute: Denise Dollinger (dd) Essen & Trinken: Roland Argentero (ra) Mobil: Benno Brunner (bb) Reisen: Sarah Ganzmann (sag)

Beilagen/Projekte: Benno Brunner (bb) – Roland Harsberger (rh)

Produktion: Benno Brunner (bb), Stv. Chef vom Dienst – Oskar de Marchi (pdm) – Roland Harsberger (rh) – Christian Horisberger (ch) – Lukas Lampart (lam) – Eva Neugebauer (ene) – Stephan Reuter (sr) – Stefan Strittmatter (mat) – Markus Vogt (mv)

Gestaltung: Nino Angiuli (Art Director), Bettina Lea Toffol (stv. Leitung) – Jean-Claude Basler – Paul Graf – Monika Müller – Daniel Schaufelberger – Paul Schwörer

Bildredaktion: Melody Gyag, Leitung – Jeannette Bölle  
Fotografen: Florian Bärtschiger – Pino Covino – Lucian Hunziker – Kostas Maros – Dominik Plüss – Nicole Pont

Korrektur: Lesley Paganetti (Teamleitung) – Rosmarie Ujak (Teamleitung) – Katharina Dillier Muzzolini – Andreas Herzog – Markus Riedel

Sachbearbeitung: Milena De Matteis – Michèle Gartenmann – Marcel Münch – Anny Panizzi

Dokumentation/Archiv: Marcel Münch doku@baz.ch

Redaktion: Aeschenplatz 7, Postfach 2250, 4002 Basel, Telefon 061 639 11 11, Fax 061 631 15 82, redaktion@baz.ch / vorname.name@baz.ch

Büro Liestal: Basler Zeitung, Grammetstrasse 14, 4410 Liestal, Redaktion Tel. 061 927 13 33, Fax 061 921 28 48

Büro Laufen/Schwarzbubenland: Basler Zeitung, Postfach, 4245 Kleinlützel Tel. 061 639 11 11

Verlag: Aeschenplatz 7, Postfach, 4002 Basel, Tel. 061 639 11 11, verlag@baz.ch

Abonnements-, Zustell- und Reklamationsdienst: Montag bis Freitag von 7.30–12 Uhr und 13–17 Uhr, Samstag von 7.30–12 Uhr, Sonntag von 8–11 Uhr, Tel. 061 639 13 13, Fax 061 639 12 82, abo@baz.ch, www.baz.ch/abo

Abonnementspreise: Basler Zeitung (mit Sonntagszeitung, inkl. 2,5% MWST): 6 Monate Fr. 265.–, 12 Monate Fr. 504.– (Australien auf Anfrage)

Leiterin Lesermarkt/Vertrieb: Martina Barth

Leiter Werbemarkt: Beat Leuenberger

Leiter Grafik und Druckvorstufe: Reto Kyburz

Inserate: Basler Zeitung Medien, Aeschenplatz 7, Postfach, 4002 Basel, Tel. 061 639 10 50, Fax 061 639 10 20 inserate@baz.ch, www.bzm.ch

Schalter für Inserate: Montag–Freitag von 8.00–12.00, 13.00–17.00 Uhr, Tel. 061 639 12 18, Fax 061 639 12 19 schalter@baz.ch

Annoncenpreis: Basler Zeitung, s/w oder farbig Fr. 4.25, (mm-Basispreis, zzgl. MwSt.)  
Ein Mitglied des metropool

Todesanzeigen: todesanzeigen@baz.ch, Tel. 061 639 12 18, nach Büroschluss Tel. 061 639 13 02 Fax 061 639 12 19

Geschützte Marken:

Nordwestschweizer  
ZEITUNG

Basler Woche

Baslerfest

Druck: DZZ Druckzentrum Zürich AG Bubenbergstrasse 1, 8021 Zürich

Basler Zeitung Medien: Bekanntgabe namhafter Beteiligungen: Neue Fricktaler Zeitung AG