

Kommunikationsräume in der Schweiz, 1994

Die Kommunikationswissenschaft befasst sich erst zögernd mit der räumlichen Dimension von Kommunikation. Diese ist aber medienpolitisch und -praktisch von grösster Bedeutung. 1992 beauftragte das BAKOM Prognos und Publicom mit einer Studie über die Wirtschaftlichkeitschancen von Lokalradios. Es wurde offenkundig, dass dafür ein verwendbares **Raumkonzept** für die Schweiz fehlte. Dieses sollte nun im Rahmen des Forschungsprojektes "Kommunikationsräume der Schweiz" geschaffen werden. Aufgrund verschiedener Tests und forschungspraktischer Überlegungen wurde darauf verzichtet, die Kommunikationsräume völlig unabhängig von den bestehenden Raumkonzepten zu bestimmen. So wurden denn die MS-Regionen sowie die RVO-Räume in die Arbeiten miteinbezogen. Zur Identifizierung der Kommunikationsräume wurden Volkszählungsdaten analysiert, die Zeitungsverbreitungsstruktur der Schweiz untersucht sowie eine Befragung aller Stadt- und Gemeindepräsidenten durchgeführt. Die Abgrenzung der Räume basiert auf einer komplexen Methodik, mit der die Zusammengehörigkeit von Räumen aufgrund von Kriterien der objektiven und subjektiven Einheitlichkeit bestimmt wurde. Berücksichtigt und je nach ihrer kommunikativen bzw. wirtschaftlichen Relevanz unterschiedlich gewichtet wurden die Dimensionen Kultur (Sprache, Konfession, subjektive Regionszugehörigkeit und kulturelle Orientierung), Wirtschaft (Pendlersituation, Einkaufsverhalten), Politik (Bezirksgrenzen), Publizistik (Verbreitungsgebiete lokaler Tageszeitungen).

Aufgrund der Forschungsergebnisse lässt sich die Schweiz in 71 Kommunikationsräume unterteilen. Die Vielfalt der Schweiz, die historische, topographische und andere Ursachen hat, reflektiert sich in diesem Ergebnis. Die Vielzahl der Kommunikationsräume vermag auch zu erklären, weshalb die Schweiz immer noch über eine respektable **Vielfalt** an Zeitungstiteln verfügt. Der Kommunikationsraum bietet nämlich sozusagen einen imaginären Schutz für die Medienlandschaft, die sich darin entfaltet. Angesichts zunehmender Mobilität der Bevölkerung tendieren solche Räume aber dazu, **zusammenzuwachsen**. Die lokal-regionalen Kommunikationsräume lassen sich

daher zu 24 grösseren räumlichen Einheiten, den Wirtschaftsräumen, zusammenfassen. Diese sind dadurch definiert, dass es sich um mehr oder weniger geschlossene Arbeitsmarktregionen handelt, deren Bewohner sich auf ein grosses, urbanes Zentrum hin orientieren.

