

**UNTER
HALTUNG**

ink

INFORMATION

FILM

KULTUR

MUSIQUE

SPORT

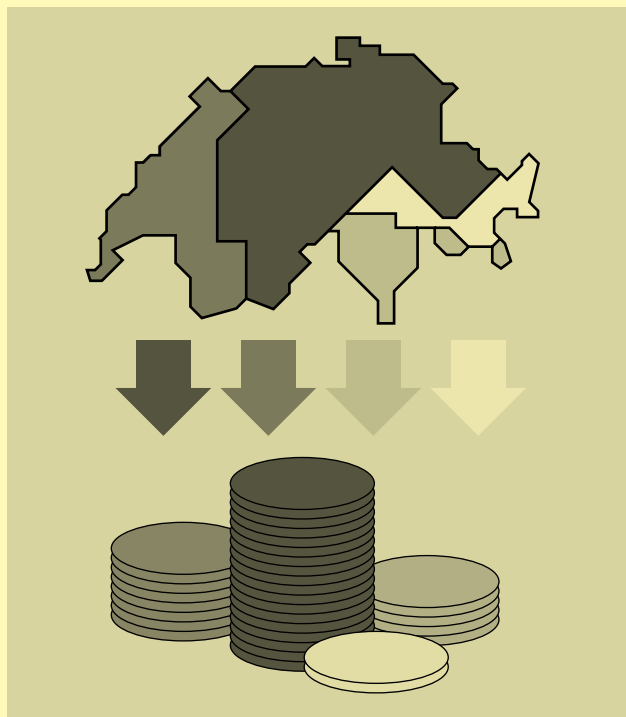
EDUCAZIONE



Im Jubel vereint So bewegen grosse Sportmomente die Schweiz S.5

Impressum: Erscheint 2026 drei Mal • Verantwortlich: SRG Deutschschweiz, Lea Rindlisbacher, Pascal Zeder • Redaktion: Pernille Budtz, Vanessa Bättig • Autorinnen und Autoren dieser Ausgabe: Philipp Cueni, Eva Hirschi, Monika Knill, Nicole Krättli, Daniel Schriber • Kontakt: SRG Deutschschweiz, Fernsehstrasse 1–4, 8052 Zürich • Tel. 058 135 20 07, link@srgd.ch, www.srgd.ch • Gestaltung/Produktion: Raffinerie AG, Zürich • Korrektorat: SprachWeberei AG, Luzern • Druckvorstufe und Druck: Gremper AG, Basel • Auflage: 13 881 Exemplare (WEMF-beglaubigt)

Eine Medienabgabe, vier Sprach- regionen S.20



«Qualität ist nicht verhan- delbar» Interview mit SRG-Direktorin Susanne Wille S.22



Liebe Lesende

Die aktuelle Debatte um die mediale Grundversorgung in der Schweiz dreht sich in der Öffentlichkeit oft um einzelne Angebote. Es wird diskutiert, ob die Sendung gefällt, ob ein Angebot persönlich genutzt wird oder aus der eigenen Perspektive überflüssig ist und «wegkann». In einem öffentlichen Medienhaus muss Kritik ihren Platz haben – es liegt auch auf der Hand, dass in einem Vollprogramm, wie es die SRG bereitstellen muss, eben nicht alles allen zusagt. Auch wenn die angeregte Diskussion zeigt, dass sich die Bevölkerung der SRG verbunden fühlt: Die eigentliche Thematik rund um die Initiative «200 Franken sind genug» (Halbierungs- bzw. SRG-Initiative), die am 8. März 2026 vors Volk kommt, reicht sehr viel weiter. Sowohl Bundesrat als auch Parlament betonen, dass eine Halbierung den heutigen, regional verankerten medialen Service public verunmöglichen und der für unsere Demokratie so wichtigen Meinungsbildung und der sicheren Information in Krisen schaden würde.

Die SRG erbringt täglich Mehrwert für die Gesellschaft, in allen vier Landessprachen, auf insgesamt 7 TV- und 17 Radiosendern sowie online. Die SRG ist mehr als ein einzelnes Programm. Sie ist ein verbindendes Element unserer Gesellschaft – und in ihrer föderalen Struktur «typisch schweizerisch».

In dieser Ausgabe erzählen Menschen aus verschiedenen Lebenswelten, wie Medien gesellschaftlichen Mehrwert schaffen, wir greifen kritische Stimmen auf und sprechen mit Susanne Wille über ihr erstes Jahr als Direktorin SRG SSR und das Transformationsprojekt «Enavant» (rätoromanisch für «Vorwärts»).

In diesem Sinne: Gehen Sie mit uns vorwärts, nehmen Sie verschiedene Perspektiven ein und bilden Sie sich Ihre Meinung. Und wenn Ihnen diese Ausgabe gefällt, freuen wir uns, wenn Sie sie mit Menschen teilen, die sich ebenfalls für Medien interessieren.

Lea Rindlisbacher, Leitung Geschäftsstelle SRG.D

Unterstützung von Nein-Komitees durch Mitgliedgesellschaften

Die Mitgliedgesellschaften der SRG Deutschschweiz haben im Zusammenhang mit der sogenannten Halbierungsinitiative finanzielle Beiträge in der Höhe von rund 400 000 Franken an zivilgesellschaftliche Nein-Komitees geleistet, namentlich an den Verein Souveräne Medien Schweiz sowie an die Allianz pro Medienvielfalt.

Da die Initiative die Aufgaben, die Finanzierung und die Stellung der SRG grundlegend betrifft, nehmen die Mitgliedgesellschaften damit ihren statutarischen Auftrag wahr, die öffentliche Diskussion über die medienpolitische Entwicklung und den audiovisuellen Service public in der Schweiz zu fördern – dazu gehört auch die Diskussion über die Konsequenzen einer Annahme der Vorlage.

Die eingesetzten Mittel stammen vollständig aus dem Vermögen der Mitgliedgesellschaften bzw. aus den eigenen Einnahmen, namentlich aus angesparten Mitgliederbeiträgen sowie aus Erträgen aus Grundstücken und Immobilien. Die Beitragsentscheide liegen in der Verantwortung der jeweiligen Mitgliedgesellschaften.

SRG plant Rückkehr auf UKW

In der Wintersession entschied das Schweizer Parlament, in der Schweiz weiterhin eine UKW-Verbreitung zu ermöglichen. Dies ist eine Kursänderung, nachdem der Bund vor zehn Jahren gemeinsam mit der Radiobranche beschlossen hatte, die Konzessionen für UKW-Frequenzen auslaufen zu lassen. Nun sollen diese doch bis mindestens 2031 neu vergeben werden. Die SRG hatte Ende 2024 ihre UKW-Sender abgeschaltet und ist seither nur noch über DAB+ hörbar. Durch den Entscheid des Parlaments hätten sich aber nun die Rahmenbedingungen geändert, so die SRG in einer Medienmitteilung, weshalb das Unternehmen nun eine möglichst rasche Rückkehr auf die UKW-Frequenzen anstrebe. Ein genauer Zeitplan ist noch nicht bekannt, da Bundesrat und BAKOM zunächst die neuen Rahmenbedingungen bekannt geben müssten, so die SRG.

Christof Franzen ist Journalist des Jahres 2025

Das Branchenmagazin «Schweizer Journalist:in» ermittelt jährlich, welche Journalistinnen und Journalisten aussergewöhnliche Arbeit geleistet haben. Bei der Wahl 2025 haben 1163 Teilnehmerinnen und Teilnehmer abgestimmt. Christof Franzen, langjähriger SRF-Korrespondent und Filmemacher, ist von den Teilnehmenden zum Journalisten des Jahres 2025 gewählt worden. Christof Franzen: «Eine schöne Anerkennung unserer Arbeit, die ich auch an meine hervorragenden Kolleginnen und Kollegen weiterleiten möchte, mit denen ich seit Jahren zusammenarbeiten darf.»

Zudem erhalten elf weitere SRF-Medienschaffende sowie die Redaktion des «Echo der Zeit» (Platz 1 in der Kategorie «Redaktion») eine Auszeichnung. In der Kategorie «Wirtschaft» werden Lucia Theiler (Platz 1) und Jens Korte (Platz 2) ausgezeichnet. In der Kategorie «Sport» werden Seraina Degen (Platz 1) und Rachel Rinast (Platz 2) geehrt. Dominik Meier (Platz 1) und David Karasek (Platz 2) werden in der Kategorie «Audio/Radio/Podcast» gewürdigt. Weiter ausgezeichnet werden Beat Soltermann (Platz 2 in der Kategorie «Chefredaktion»), Sofika Yogarasa (Platz 2 in der Kategorie «Newcomer»), Urs Leuthard (Platz 3 in der Kategorie «Politik»), Sarah Fluck (Platz 3 in der Kategorie «Reporter») und Stefanie Hasler (Platz 3 in der Kategorie «Foto/Video»).

Die Preisverleihung findet am 16. März 2026 in Zürich statt.





Im Jubel vereint

Sport schafft gemeinsame Momente, bringt Menschen zusammen und prägt die Schweiz weit über die Wettkampfstätten hinaus. Doch hinter der landesweiten Übertragung dieser Ereignisse steht eine Struktur, die nicht selbstverständlich ist: die SRG. Ein Blick auf die Verbindung von Medien und Wettkampf – und darauf, was auf dem Spiel steht.

Von Daniel Schriber

Wer in der Schweiz Sport schaut, kommt an der SRG kaum vorbei. Von Weltklasse Zürich bis zur Tour de Romandie, von der Eishockey-WM bis zu Schwingfesten: Die SRG überträgt rund 9000 Stunden Livesport pro Jahr, zeigt Inhalte aus über 100 Sportarten, und das in allen Landessprachen. Für Swiss-Olympic-Präsidentin und alt Bundesrätin Ruth Metzler-Arnold ist genau das ein entscheidender Baustein des Schweizer Sportsystems. «Die SRG bietet einen einzigartigen Service public», sagt sie. Das zeige sich zum Beispiel auch daran, dass der Parasport in der Berichterstattung der SRG fest verankert sei. «Das ist alles andere als selbstverständlich.» Die Zahlen allein erzählen jedoch nur einen Teil der Geschichte. Der andere Teil findet dort statt, wo Sport tatsächlich lebt: in der Wahrnehmung der Bevölkerung, in der Identifikation mit Athletinnen und Athleten und in den Momenten, die das Land verbinden.

«Die mediale Präsenz der SRG schafft die nationale Bühne, die es braucht, damit ein Event überhaupt als solcher wahrgenommen wird», betont auch Luana Bergamin, Geschäftsführerin von SwissTopSport. Die Organisation vereint 21 der grössten Sportveranstaltungen, die jährlich in der Schweiz durchgeführt werden – darunter beispielsweise die Tour de Suisse und der Spengler Cup. Für Bergamin ist die Bedeutung der SRG für Veranstalter «schlicht existenziell», wie sie betont. «Was zudem oft unterschätzt wird: Die SRG ist nicht einfach ein Sender, der Bilder in die Stuben liefert. Sie ist die einzige Akteurin in der Schweiz, die die technische, personelle und organisatorische Infrastruktur besitzt, um die Übertragung von über 100 nationalen Sportevents pro Jahr in einer Qualität zu produzieren, die internationalen Standards standhält.» Diese Form der Verlässlichkeit könne kein privater Anbieter garantieren. «Würde die Tour de Suisse nicht mehr übertragen, wäre absehbar, dass sie irgendwann gar nicht mehr stattfindet.» Es ist ein Gedanke, der erst drastisch wirkt, dann logisch:

Ohne Sichtbarkeit keine Reichweite, ohne Reichweite keine Sponsoren, ohne Sponsoren keine Veranstalter – und irgendwann keine grossen Sportevents mehr.



Kaum irgendwo zeigt sich die Wechselwirkung zwischen medialer Präsenz und sportlicher Entwicklung so deutlich wie in der Leichtathletik. Swiss-Athletics-Präsident Christoph Seiler spricht von einer «Erfolgswelle», die seit gut zehn Jahren anhält – einer Phase, die der Sport in dieser Form noch nie erlebt hat. Die Zahlen unterstreichen das eindrucksvoll: In der Dekade bis 2014 gewann die Schweiz vier internationale Medaillen an Europa- und Weltmeisterschaften; in den zehn Jahren danach waren es vierzig. Eine Verzehnfachung – aber keine zufällige. «Wir haben den Turnaround geschafft», sagt Seiler. «Und die SRG hat einen entscheidenden Beitrag dazu geleistet.»

Seiler meint damit nicht nur die Liveübertragungen grosser Meetings, sondern vor allem das, was dazwischen passiert: Hintergrundbeiträge, Zielinterviews, Porträts, Social-Media-Videos. All das sorgt dafür, dass Athletinnen und Athleten nicht nur als Resultatmaschinen wahrgenommen werden, sondern als Menschen – mit Geschichten, Erfolgen, Enttäuschungen. «Wenn das Publikum die Menschen hinter den Leistungen kennt, entsteht Bindung», sagt Seiler. Und Bindung führt zu Identifikation. Das zeigt sich besonders im Nachwuchs: 230 000 Kinderstarts verzeichnet Swiss Athletics aktuell jährlich – eine Zahl, die ohne mediale Vorbilder kaum denkbar wäre. Besonders sichtbar wird dies bei beliebten Nachwuchsformaten wie dem UBS Kids Cup, der jedes Jahr Zehntausende Kinder zu lokalen Ausscheidungen bewegt – oder beim Mille-Gruyère-Laufprogramm, das schweizweit junge Läuferinnen und Läufer mobilisiert. «Vor allem bei jungen Frauen erleben wir einen regelrechten Boom», sagt Seiler. «Die Vorbilder, die in den letzten Jahren entstanden sind, haben eine enorme Zugkraft.»

Darüber hinaus schafft Sport etwas, was im Alltagsbetrieb eines Landes selten geworden ist: kollektive Momente. Man denke an die Heim-EM der Schweizer Frauen-Nati, an historische Ski-Weltcup Siege oder an Schwingfeste, die in allen Sprachregionen Menschen vor die Bildschirme bringen. Für Ruth Metzler-Arnold sind solche Augenblicke mehr als bloss schöne Randnotizen. «Wenn die Schweiz jubelt, dann gemein-

sam», sagt sie. «Diese Momente der Einheit gibt es nur, weil die SRG sie allen zugänglich macht.»

Genau hier liegt die gesellschaftliche Dimension des medialen Service public. Sport funktioniert nicht wie ein On-Demand-Video, das man irgendwann nachholen kann – seine Kraft liegt im gemeinsamen Erleben, im kollektiven Atemanhalten, im gleichzeitigen Aufschrei. Und diese Gleichzeitigkeit ist ein Wert, der verloren ginge, wenn Sportinhalte hinter Bezahlschranken verschwänden. «Mit einem halbierten Budget könnte die SRG diesen Auftrag nicht mehr erfüllen», betont Ruth Metzler-Arnold und sagt:

«Das würde unweigerlich zu einer Spaltung führen: Wer zahlen kann, schaut – wer nicht, bleibt draussen.»

Es wäre ein Bruch mit einem Grundprinzip des Schweizer Sportverständnisses: dass jede und jeder die grossen Momente des Landes miterleben kann.

Am deutlichsten würden die Folgen einer Schwächung der SRG jedoch dort spürbar, wo Sport heute am verwundbarsten ist: bei weniger kommerziellen Disziplinen, beim Nachwuchs und bei regionalen Events. Alt Bundesrätin Metzler-Arnold bringt es auf den Punkt: «Kleinere Sportarten würden wohl gar nicht mehr im Fernsehen übertragen. Das hätte fatale Konsequenzen für Vereine, Verbände und Athletinnen und Athleten.»

Hier überschneiden sich ihre Einschätzungen mit den Erfahrungen von Christoph Seiler. Für die Entwicklung der Leichtathletik in der Schweiz sind die im Vergleich zu Zürich und Lausanne kleineren internationalen Meetings wie Spitzenleichtathletik Luzern oder Galà dei Castelli in Bellinzona zentral. «Dort können aufstrebende junge Schweizer Athletinnen und Athleten erste internationale Erfahrungen sammeln», sagt Seiler. «Wenn die Sichtbarkeit abnimmt, geraten solche Veranstaltungen mittelfristig unter Druck – und damit eine wichtige Plattform für unseren Nachwuchs.»

Der Sport ist aber nicht nur ein gesellschaftlicher Motor, sondern auch ein wirtschaftlicher. Über 11 Milliarden Franken Wertschöpfung generiert er jährlich in der Schweiz. Hotels, Restaurants, Transportunternehmen und lokale Geschäfte profitieren von Grossanlässen ebenso wie von



regionalen Events. «Jeder Franken, den die SRG in Sportübertragungen investiert, generiert in den Regionen ein Mehrfaches an Wertschöpfung», sagt Bergamin. Die Bilder im Fernsehen sind gewissermassen die Einladungskarte für Fans, Touristen und Gäste.

Auch Metzler-Arnold weist darauf hin, dass die SRG nicht nur bestehende Veranstaltungen abbildet, sondern es erst ermöglicht, grosse Events in die Schweiz zu holen. «Die hochklassigen Produktionen der SRG sind ein wichtiges Argument für die Bewerbung vieler Welt- und Europameisterschaften in der Schweiz», sagt sie. «Ohne die SRG würden solche Anlässe kaum stattfinden – und ihre internationale Ausstrahlung ginge verloren.» Der Wert des medialen Service public endet damit nicht an der Bande. Er wirkt in die Regionen hinein, er stärkt Tourismus und lokale Wirtschaft – und er erzeugt Bilder, die ein Land auch international repräsentieren.

Christoph Seiler warnt offen davor, dass die Schweizer Leichtathletik im Fall einer Schwächung der SRG «dramatische Einbrüche» erleben würde. Luana Bergamin sieht eine Dominodynamik, die ganze Eventstrukturen bedrohen würde. Und Ruth Metzler-Arnold betont, dass nicht nur Sportlerinnen ihre Plattform verlieren würden, sondern auch die Gesellschaft ihre gemeinsamen Erlebnisse.

Was sich in all den Stimmen vereint, ist die Einschätzung, dass der Service public nicht bloss ein Medienauftrag ist, sondern ein Pfeiler der Schweizer Sportkultur. Von der Breite bis zur Spitze, von der Nachwuchsförderung bis zur Volkswirtschaft, von der Identität bis zur internationalen Wahrnehmbarkeit. Sport lebt von Emotionen, aber er gedeiht durch Strukturen. Die SRG ist eine davon. Sie macht Leistungen sichtbar, schafft Identifikation, verbindet Regionen und Generationen und ermöglicht Ereignisse, die weit über den Sport hinausstrahlen. Oder wie Ruth Metzler-Arnold es zusammenfasst:

«Unsere Athletinnen und Athleten brauchen ihre Bühne. Und die Schweiz braucht diese gemeinsamen Erlebnisse. Der Wert der SRG geht weit über den Sport hinaus.»



Tradition in Bild und Ton

Hornussen gehört zu den Schweizer Traditionen, die meistens nur lokal wahrgenommen werden. Das Eidgenössische Hornusserfest 2024 hat gezeigt, wie wichtig öffentliche Präsenz für die Zukunft dieses Sports ist.

Text: Nicole Krättli

Als im August 2024 das Eidgenössische Hornusserfest (EHF) in Höchstetten stattfand, verwandelte sich das Emmental für zwei Wochenenden in ein eigenes Universum. Wo wenige Wochen später wieder eingesät wurde, standen Spielfelder, Zelte und Vereinsfahnen und erstmals seit 2012 die Kameras von SRF. Die Liveübertragung eines ganzen Festtags gab einem Sport nationale Sichtbarkeit, der sonst vor allem dort existiert, wo er ausgeübt wird.

Hornussen ist tief in der Schweiz verwurzelt. Der Name geht auf das «Hornen» zurück, das dumpfe Brummen des heranfliegenden Nouss. Seine Ursprünge liegen in alten Bräuchen, später wurde daraus ein Wettkampf- und Mannschaftsspiel. Bis heute ist Hornussen ein Sport mit einfachen Regeln, geringem Materialaufwand und einer Tradition, die über Generationen weitergegeben wird – bodenständig, dynamisch und selten im Rampenlicht.

Quoten, die alle überrascht haben

Wie ungewohnt dieser plötzliche nationale Fokus für den Verband war, zeigte sich unmittelbar nach der Übertragung. «Als wir die

Einschaltquoten bekommen haben, waren wir total überrascht. Sie lagen bei knapp 30 Prozent», erinnert sich Sandra Widmer, Ressortleiterin Marketing und Kommunikation beim Eidgenössischen Hornusserverband. «Das hätten wir nie erwartet.» Dass Hornussen an diesem Sonntag so viele Menschen erreicht hat, verlieh dem Anlass eine Aufmerksamkeit, wie sie der Sport seit Jahren nicht mehr bekommen hatte.

Widmer beschreibt eine Sportart mit ungewöhnlicher sozialer Breite. «Bei uns können verschiedene Generationen in derselben Mannschaft spielen.» Die Spannweite bei den Aktiven ist aussergewöhnlich: «Die Ältesten sind neunzig und älter, die Jüngsten sind zehn Jahre alt.» In den Fernsehbildern wurde sichtbar, wie selbstverständlich diese Mischung funktioniert. Hornussen ist ein kollektives Spiel: Eine Mannschaft schlägt, die andere versucht, den heranfliegenden Nouss im Ries abzufangen.

Die Resonanz war entsprechend gross. «Meine Kolleginnen und Kollegen und ich wurden häufig auf die Übertragung angesprochen und bekamen sehr viele positive Rückmeldungen.» Ausserdem nahm das Interesse an Schnuppertrainings deutlich zu. Selbst eine Schulklasse aus Zürich, weit entfernt von typischen Hornusserregionen, meldete sich und wollte den Sport kennenlernen.





Ein Sport für alle

Vielfalt ist im Hornussen kein programmatisches Ziel, sondern gelebter Alltag. Unterschiedliche Herkunft, altersdurchmischte Teams, Spielerinnen und Spieler mit körperlichen oder geistigen Beeinträchtigungen gehören selbstverständlich dazu. Auch die Hornusserinnen seien sichtbarer geworden. «Jedes siebte Kind auf dem Spielfeld ist ein Mädchen. Dies führt dazu, dass bei den Aktiven immer mehr Frauen dabei sind», erklärt Widmer weiter.

Was die Fernsehpräsenz für Einzelne bedeutet, zeigte sich besonders bei Stefan Studer, Sieger der Einzel- und Teamwertung am EHF 2024. «Man ist nervös, weil man sich von der besten Seite im TV zeigen will», sagt er über die Momente vor dem Wettkampf. Nach seinem Triumph änderte sich sein Alltag für einige Wochen abrupt. «Ich habe so viele Mitteilungen und Gratulationen erhalten. Von Leuten, die ich kenne, von Menschen, die ich schon ewig nicht mehr gesehen hatte, und auch von Fremden.» Viele hätten den Sport zuvor kaum gekannt. «Ich habe immer wieder gehört, dass Leute dank der Liveübertragung zum ersten Mal Hornussen gesehen haben und es richtig cool fanden», erzählt Studer. Für die junge Generation hat die SRF-Übertragung

eine andere Wirkung. «Für mich geht es vor allem um Familie, um eine Schweizer Tradition und natürlich um den Sport an sich», sagt die 18-jährige Jenni Burkhalter, die seit 15 Jahren hornusst. Sie sieht einen Wandel. «Der heutige Nachwuchs ist viel mehr auf den Sport fokussiert als vielleicht vor fünf bis zehn Jahren.» Und die Zusammensetzung sei breiter geworden: «Es sind viel mehr Kulturen dabei. Es sind nicht mehr nur Schweizerinnen und Schweizer. Und es ist viel toleranter geworden.»

Die nationale Übertragung habe geholfen, gängige Vorurteile zu relativieren. «Viele, die Hornussen nicht kennen, glauben, es sei eine gute Ausrede, um zu trinken. Ich denke, so eine schweizweite Übertragung zeigt, dass Hornussen sehr modern geworden und wirklich ein Sport ist.»

Ohne Nachwuchs geht es nicht

Social Media haben den Sport ebenfalls verändert. «Es ist mega gewachsen mit Instagram. Das spricht natürlich auch viel mehr die Jungen an», sagt Burkhalter. Ob das langfristig neuen Nachwuchs bringt, bleibt offen. Gleichzeitig bleiben die Rituale und

die Feste tief im Sport verwurzelt: Trinkhörner als Mannschaftspreise, Eichenlaubkränze, Naturalpreise, Lotterien. Traditionen, jahrhundertealt.

Damit dieses Stück Schweizer Kultur nicht verloren gehe, sei die mediale Vermittlung essenziell, erklärt Sandra Widmer vom Eidgenössischen Hornusserverband: «Wenn wir die Präsenz nicht mehr haben, dann straft es die Randregionen noch mehr.» Der Verband streamt zwar mittlerweile selbst Spiele, «aber ohne Kommentar». Damit erreiche man nur Menschen, die den Sport bereits kennen. SRF hingegen bringe Hornussen in Haushalte, die sonst nie damit in Berührung kämen.

Hornussen ist ein Sport, der meist abseits der grossen Bühnen stattfindet und gerade deshalb von jenen Momenten lebt, in denen die Kameras auf ihn gerichtet sind. Die Übertragung 2024 zeigte nicht nur einen Wettkampf, sondern eine soziale Realität, die im nationalen Bild oft fehlt: gemeinschaftlich, altersdurchmisch, in Bewegung. Wie viel davon sichtbar bleibt, hängt nicht nur von den Vereinen ab, sondern auch davon, ob solche Bilder weiter ihren Weg ins Fernsehen finden.

Facts & Figures zur SRG

Das Angebot der SRG schafft einen Mehrwert in mehreren unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen. Wie hoch dieser ist, zeigt auch die Statistik.

83 Prozent der Bevölkerung nutzen mindestens einmal wöchentlich das SRG-Angebot.

34 Millionen Franken investiert die SRG jährlich in Schweizer Filme und Serien im Rahmen des Pacte de l'audiovisuel.

Play+ wird die neue digitale Heimat der SRG: Voraussichtlich im Herbst 2026 lanciert das Medienhaus eine gemeinsame Live- und Streamingplattform für alle Unternehmenseinheiten (SRF, RTS, RSI, RTR) sowie für Schweizer Filme und Serien. Dieses Angebot löst die bisherigen Play-Plattformen ab.

9000 Stunden Livesport werden auf den SRG-Sendern jährlich gezeigt. Rund 100 verschiedene Sportarten gehören zum Programm, regelmässig werden etwa 30 davon live übertragen. Das Angebot ist beliebt: 75 Prozent der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren verfolgen das Sportgeschehen medial.

524 Stunden in Gebärdensprache strahlte SRF im Jahr 2024 aus. Der grösste Teil davon, 192 Stunden, entfiel auf Newssendungen. Etwa für die Aufnahmen der Hauptausgabe der «Tagesschau» ist jeweils eine Gebärdensprachdolmetscherin oder ein Gebärdensprachdolmetscher im Studio, die alles live übersetzen.

Politik gehört zum Auftrag – in allen vier Sprachen. Die SRG ist offizielle Produktionspartnerin des Bundes und zeichnet alle Debatten von National- und Ständerat sowie die Medienkonferenzen des Bundesrats auf. Die Berichterstattung aus Parlament und Bundeshaus ist fester Bestandteil der Radio- und Fernsehprogramme. Das Studio Bundeshaus berichtet dabei direkt aus Bern über die Schweizer Politik. Die Regionaljournalisten berichten zudem regelmässig aus den kantonalen und kommunalen Parlamenten.

25 Prozent der Sendezeit sind Berichte über andere Sprachregionen. Bei der ortsbezogenen Berichterstattung aus der Schweiz werden etwa in jedem vierten Beitrag Orte aus den jeweils anderen Sprachregionen thematisiert. Das fördert den Zusammenhalt über Röstigraben und Gotthard hinweg.

Die Mundart und ihre Dialekte machen unsere Deutschschweizer Identität aus. Sie sind Ausdruck der Herkunft und sagen viel über unsere Mentalität aus. Kein anderes Medium berichtet öfter und so vertieft über unser Schweizerdeutsch wie SRF.

300 Festivals werden jährlich von der SRG unterstützt. Damit ist die SRG eine wichtige Partnerin für Kulturveranstaltungen in der Schweiz.

93 Rappen an Wertschöpfung bei Schweizer Unternehmen generiert jeder Franken, den die SRG ausgibt. Das Medienhaus ist damit eine wichtige volkswirtschaftliche Grösse. Das heisst konkret: Jeder Arbeitsplatz der SRG generiert jeweils einen weiteren in der Privatwirtschaft.

Millionen

34

Franken

+

Y

e

l

e

300
Festivals

Mundart

93

Rappen

25%

Politik

524 Std.

**in
Gebärdensprache**

**9
0
0
0**
Stunden
Livesport

83 Prozent

«Kultur ist wichtig für unsere Demokratie»

«Film ist ein teures Medium. Ohne Förderung gäbe es grundsätzlich keinen Schweizer Film. Gleiches gilt übrigens für grössere Länder wie Deutschland oder Frankreich. Selbst dort ist der Markt zu klein, obwohl die Sprachgemeinschaften um ein x-Faches grösser sind als etwa die Deutschschweiz. Deshalb braucht Film hierzulande den medialen Service public als Partner. Für Private ist es nämlich nicht attraktiv, eigene Filme zu produzieren. Warum sollte ein kommerziell agierendes Medienunternehmen zwei Millionen Franken für eine Eigenproduktion ausgeben, wenn es für 50 000 Franken einen grossen amerikanischen Film einkaufen kann? Das funktioniert nicht.

Die SRG und ihre Unternehmenseinheiten gehören zu den drei grossen Säulen der Schweizer Filmförderung. Daneben gibt es das Bundesamt für Kultur und die regionalen Filmfördergefässe, beispielsweise die Zürcher Filmstiftung. Aber die SRG hat nicht nur die Funktion der finanziellen Unterstützung, sondern auch jene als Vermittlerin inne: Filme und Serien sollen natürlich zunächst einmal umgesetzt werden können, aber in einem zweiten Schritt müssen sie auch einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Es gehört zum Film als Massenmedium, ein grosses Publikum zu erreichen.

Starten wir ein neues Projekt, stehen wir in engem Austausch mit der Fiktionsabteilung von SRF. Wir erarbeiten zunächst eine Idee und versuchen, sie dafür zu gewinnen. Und wenn das gelingt, werden die kreativen Bausteine zusammengefügt: Drehbuch, Regie, Cast und viele vor allem personelle Entscheidungen werden von uns als Produktionsfirma im Austausch mit der Redaktion getroffen. Diese Zusammenarbeit ist kollegial, wir verfolgen dasselbe Ziel.

Das ist ein deutlicher Unterschied zu vor 25 Jahren, als ich mit der Filmproduktion anfang. Damals bestand eine Kluft zwischen Fernsehen und Filmschaffen. Ersteres produzierte Unterhaltung, Letzteres Kunst. Heute werden Projekte realisiert, die für das Publikum zugänglich und unterhaltend sein sollen, aber mit Haltung und gesellschaftlichem Anspruch.

Kultur ist wichtig für unsere Demokratie: Eine fiktionale Geschichte aus dem Entlebuch kann genauso viel über soziale Entwicklungen und Probleme unserer Zeit aufzeigen wie ein «Tagesschau»-Beitrag. Über Fiktion kann man auch unangenehme oder kontroverse Themen ansprechen. Sei es über Emotionen oder über Humor. Ich finde es sehr schön, wenn Leute nach einem Filmabend beim Verlassen des Kinos sagen: «Ich nehme etwas für mein eigenes Leben mit.»

Lukas Hobi ist Produzent, Gründer und Geschäftsführer von Zodiac Pictures. Zu den erfolgreich umgesetzten Film- und Serienprojekten gehören «Heldin», «Heidi», «Die goldenen Jahre», «Die göttliche Ordnung», «Neumatt» und «Frieden».



Aufzeichnung: Pascal Zeder

«EWIGI LIEBI»: SRF UND ZODIAC PRODUZIEREN KINO-MUSICAL

Zodiac Pictures produziert gemeinsam mit SRF das Musical «Ewigi Liebi». Das Musical ist ab 12. Februar in den Schweizer Kinos zu sehen. Hier ein paar Fakten und Zahlen zur neuesten Zodiac-SRF-Koproduktion:

- Pierre Monnard führt Regie.
- Zum Cast gehören Susanne Kunz, Luca Hänni, Pasquale Aleardi und Elena Flury.
- Die Weltpremiere des Kinofilms findet am 4. Februar 2026 statt, der offizielle Kinostart ist am 12. Februar 2026.





DER «DOK»: EIN SCHWEIZER AUSHÄNGESCHILD

Die Geschichten aus der Schweiz faszinieren die Menschen im In- und Ausland. Das hat verschiedene Gründe: unsere kulturelle Vielfalt, unser einzigartiges politisches System, unsere vielschichtige Identität, unsere Eigenwilligkeit, unsere Historie – in der Schweiz gibt es faszinierende Geschichten zu erzählen, und der Dokumentarfilm tut dies seit Jahren mit hoher Qualität.

- Dokumentarfilme gehören zu den Publikumsbeliebten: «Überleben am Gotthard – Kampf gegen Stau» erreichte zum Beispiel bei der Ausstrahlung 463 000 Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer.
- Die SRG ist seit 30 Jahren Partnerin des Dokumentarfilmfestivals Visions du Réel in Nyon. Es gilt international als eines der wichtigsten Festivals für den Dokumentarfilm.
- Rund ein Fünftel des Gesamtbudgets der SRG für unabhängige Schweizer Filme fließt in die Produktion von Dokumentarfilmen.



«Der Schweizer Dokumentarfilm hat internationale Ausstrahlung»

«Dokumentarfilme geben uns die Möglichkeit, dringende Fragen in der Gesellschaft und soziale Strukturen zu reflektieren. Und das auf eine Art, die durchaus unterhaltend sein kann. Das Medium Film erlaubt oft einen emotionalen Zugang zu einem Thema über den Protagonisten, die Protagonistin. Wir erfahren etwas über sie und identifizieren uns mit ihnen. Und vielleicht lernt man dadurch auch etwas über sich selbst.

Bei meinem Dokumentarfilm «#FEMALE PLEASURE» war SRF sehr früh als Koproduzent an Bord. Es erkannte die Relevanz hinter diesem tabuisierten Thema. Diese Unterstützung half mir sehr, weitere Fördergelder zu erhalten und so den Film umsetzen zu können. SRF bewies da ein sehr gutes Gespür. Der Film verzeichnete in der Folge 70 000 Kinobesuche allein in der Schweiz und wurde 2018 zum erfolgreichsten Schweizer Dokumentarfilm hierzulande. Ein Jahr später war es der erfolgreichste Schweizer Dok weltweit.

Das Thema, die weibliche Sexualität und ihre Unterdrückung, war kein leichtes, aber SRF liess mir die volle kreative Freiheit. Da war von Anfang an viel Wohlwollen und ein grosses Vertrauen in meine Arbeit.

Der Schweizer Dokumentarfilm hat internationale Ausstrahlung. Wir haben eine ganz eigene Herangehensweise an Themen, die uns auszeichnet: mit Sorgfalt und Weitsicht. Das hat sicher mit der Stabilität unseres Landes zu tun, mit unserer direkten Demokratie und unserem Bewusstsein für Mitsprache. Wir haben die Möglichkeit, uns auszudrücken, auch kontroverse Themen zu diskutieren. Und das ist das Fundament des dokumentarischen Schaffens in der Schweiz und aus der Schweiz heraus.

Es kommt regelmässig vor, dass unsere Dokumentarfilme mit Preisen ausgezeichnet werden, auch international. An diesen Werken hängt immer auch das Label Schweiz. Dafür müssen wir Sorge tragen – denn ohne medialen Service public würde es das Schweizer Filmschaffen so nicht mehr geben.»

Barbara Miller ist Dokumentarfilmerin und Präsidentin des Verbands Filmregie und Drehbuch Schweiz (ARF/FDS). Zu ihren bekanntesten Werken gehören «Forbidden Voices» (2012), «#FEMALE PLEASURE» (2018) und «Wisdom of Happiness – A Heart-to-heart with the Dalai Lama» (2025).

Film

«Internationale Anbieter produzieren auf Hochdeutsch»

«In der Schweiz leben wir auf kleinstem Raum mit einer absurden Vielfalt von Sprachen und Eigenheiten. Gegenseitiges Verständnis ist in diesem Kosmos eine Herausforderung! Es kommt beispielsweise nicht von ungefähr, dass wir «Tschugger» mit Untertiteln zeigten. Diese Diversität macht unser Land aus, ein Mosaik aus verschiedenen kleinen Welten. Diese existieren nebeneinander, faszinieren, erzeugen aber auch Reibung. Im Film können wir mit diesen schweizerischen Eigenheiten spielen, darauf eingehen und den Leuten auch den Spiegel vorhalten. Durch Selbstironie entsteht etwa Humor, so wird das Erzählte zugänglich für das Publikum.

Schon immer waren Geschichten dazu da, Wissen zu vermitteln. Dabei geht es immer auch um den Erhalt einer Kultur. Dasselbe gilt, wenn wir Filme im Walliserdialekt oder auf Rätoromanisch produzieren. Irgendwann drohen diese Sprachen verloren zu gehen, wenn sie nicht gepflegt werden. Sie gehören zum Schweizer Selbstverständnis. Deshalb ist es gerade für Randregionen wie die Bergkantone wichtig, spannende Geschichten zu finden und sie warmherzig, einfühlsam und auch selbstironisch aufzubereiten. Diese Gegenden stehen oft nicht im Zentrum der Öffentlichkeit. Deshalb ist es eine Bereicherung, wenn sie im Scheinwerferlicht stehen.

In der Deutschschweiz ist es ohne die Unterstützung der SRG bereits heute schwer, eine Serie oder einen Spielfilm in Mundart umzusetzen. Im Gegensatz zur Romanie, die mit dem Französischen keine Sprachbarriere haben, haben wir in der Deutschschweiz eine riesige zu Deutschland und Österreich. Und internationale Anbieter möchten den ganzen deutschen Sprachraum abdecken, produzieren also bevorzugt auf Hochdeutsch. Ohne den medialen Service public sind Dialektproduktionen in Zukunft sehr schwierig zu realisieren. Dadurch ging ein Stück unserer Kultur verloren.»

Sophie Toth ist Produzentin und Inhaberin der Produktionsfirma Shining Nice. Sie begleitete die Produktion von Serien wie «Tschugger» und «L'ultim Rumantsch», die mit SRF bzw. von SRG und RTR koproduziert wurden.



DIE SERIE «TSCHUGGER» ALS SPIELFILM

«Tschugger» kommt zurück, und zwar als Kinofilm. Bereits die vierte Staffel der Erfolgsserie aus dem Wallis lief auf der grossen Leinwand, damals wurden alle Episoden nacheinander gezeigt. Was jetzt folgt, ist ein Spielfilm.

- Gedreht wird voraussichtlich 2026.
- Der Kinostart ist noch unklar.
- Neue Figur: Die Produktionsfirma suchte im Herbst per Casting einen Jungen, der Walliserdeutsch spricht und zwischen acht und zwölf Jahre alt ist.
- «Tschugger – der lätscht Fall» (4. Staffel) lockte 92 000 Menschen ins Kino.



«Unabhängig produzierte Filme sind Service public»

«Die Solothurner Filmtage sind das einzige Filmfestival, das ausschliesslich dem Schweizer Film gewidmet ist. Viele Werke feiern hier ihre Premiere. Die SRG koproduziert die meisten davon, prägt also unser Programm indirekt mit. Die SRG ist zudem unser Hauptmedienpartner. Durch Visibilität auf den Sendern sowie bei uns am Festival können wir uns gegenseitig unterstützen. Und eine solche Kooperation ergibt für beide Seiten Sinn. Denn: Was uns vor allem verbindet, ist der Vermittlungsauftrag für den Schweizer Film in seiner kulturellen und sprachlichen Vielfalt. Als Filmfestival setzen wir das Gezeigte in einen gesellschaftlichen Kontext, führen Podiumsdiskussionen, schaffen Begegnungsorte. Eingeladen sind das Publikum, die Filmszene sowie die SRG, um Gedanken auszutauschen sowie Wissen und Erfahrungen zu teilen. Die SRG wiederum fördert Schweizer Filmproduktionen und zeigt sie auf ihren Kanälen einer breiten Öffentlichkeit. Ausserdem bespricht sie diese journalistisch. Gemeinsam führen wir also jene gesellschaftliche Debatte, die das Schweizer Filmschaffen anstösst, fort.

Die Filme, die in Solothurn gezeigt werden, sind aktuell, ihre Themen am Puls der Zeit. Sie setzen sich vertieft mit Inhalten auseinander, die uns als Gesellschaft beschäftigen – in unserem Land, aber auch weltweit. Gleichzeitig schaffen Filme Begegnungsräume: Sie bringen Menschen zusammen, regen Diskussionen an und ermöglichen ein besseres Verständnis füreinander. Ohne diese Vielfalt fallen wichtige Perspektiven auf das Weltgeschehen oder auf soziale Entwicklungen weg.

Kein Wunder, sind die Filmschaffenden besorgt aufgrund der aktuellen politischen Entwicklungen. Für die Branche ist klar: Kleinere, unabhängig produzierte Filme – insbesondere aus und über die Randregionen der Schweiz – sind Service public. Ohne die SRG als Partnerin würden viele dieser Bilder und Stimmen aus der Schweizer Filmlandschaft und damit aus der Öffentlichkeit verschwinden. Dabei ist gerade die Abbildung der Schweiz und das Erzählen der Geschichten von hier wichtig für den nationalen Zusammenhalt.»

Monica Rosenberg ist operative Leiterin der Solothurner Filmtage.

SEIT 1966 SCHWEIZER FILMTREFFPUNKT

Die Solothurner Filmtage finden seit 1966 jährlich statt. Sie sind Publikumsfestival und Branchentreffpunkt. Wie die SRG haben auch die Solothurner Filmtage einen Vermittlungsauftrag für den Schweizer Film. Der Fokus des Festivals liegt auf dem Schweizerischen Filmschaffen aus sämtlichen Sprachregionen.

- 65 000 Eintritte jedes Jahr.
- Der Filmpreis «Prix de Soleure» gilt als einer der bedeutendsten Schweizer Kulturpreise.
- Rund 150 Schweizer Filmproduktionen werden im Rahmen des «Hauptprogramms Panorama» gezeigt.

Ohne Bühne



Keine Musik

Von der jungen Mundartsängerin bis zum erfahrenen Labelchef: Für die Schweizer Musikszene bleibt die SRG trotz zunehmend von Algorithmen geprägtem Hörverhalten eine wichtige Plattform. Sie spielt Schweizer Songs und erzählt die Geschichten dahinter.

Von Daniel Schriber

Wer in der Schweiz Musik macht, weiss: Der Markt ist klein, die Konkurrenz global. Umso wichtiger sind Kanäle, die Schweizer Künstlerinnen und Künstler hör- und sichtbar machen. Genau hier spielt die SRG seit Jahren eine zentrale Rolle. In ihren Radioprogrammen liegt der Anteil an Schweizer Musik heute bei durchschnittlich 38 Prozent. Und es bleibt nicht bei der Ausstrahlung: Jährlich produziert die SRG Hunderte Konzertschnitte, begleitet Talente in redaktionellen Formaten und baut jungen Musikerinnen und Musikern Brücken, die im internationalen Streamingmarkt kaum existieren würden. «Es ist ohne Zweifel wichtig, dass es in jedem Land Medien gibt, die das Volk erreichen können», sagt Andreas Ryser. Der CEO des Labels Mouthwatering Records (unter anderem Black Sea Dahu, To Athena und Long Tall Jefferson) und Präsident von Indiesuisse hat die Entwicklung der Musikbranche über Jahrzehnte miterlebt – und er spricht mit Nachdruck. «Leider ist genau das immer weniger der Fall, weltweit.»

SRG prägt Karrieren

Wenn Ryser über die Branche spricht, tut er das nicht mit Nostalgie, sondern mit der Erfahrung eines Produzenten, der seit Jahren mitten in ihren Veränderungen steht. Die digitale Welt hat das Hörverhalten grundlegend verändert – und damit auch die Wege, wie Musik heute entdeckt wird. «Wir sind im Nutzungszeitalter», sagt er. «Jemand hört einen Song – und that's it.» Heute geht ein grosser Teil der Bevölkerung seltener an Konzerte, viele kleinere Clubs kämpfen ums Überleben. Und vor allem: «Die Flut an verfügbaren Inhalten, die Geschwindigkeit sozialer Plattformen und globale Streamingmechanismen erschweren es Musikerinnen und Musikern zunehmend, überhaupt sichtbar zu werden.»

Umso wichtiger sei der Rahmen, den die SRG biete: «Es reicht nicht, einfach einen Song zu spielen», betont Ryser. «Man muss erzählen, wer die Menschen hinter der Musik sind. Das schafft Bindung.» Gerade Nachwuchsformate seien entscheidend. «Auszeichnungen wie ‹SRF 3 Best Talent› und ‹Artist Radar› von RTS können die Karriere von jungen Musikerinnen und

Musikern prägen.» Dass die SRG heute deutlich mehr Schweizer Musik spielt als noch vor zwanzig Jahren, schreibt Ryser nicht zuletzt dem stetigen Dialog zwischen Branche und Service public zu. Was ihm Sorge bereitet, ist etwas anderes: «Alles, was Musikerinnen wirklich hilft, ist gleichzeitig das, was am meisten kostet: Liveproduktionen, Reportagen, Interviews, redaktionelle Beiträge. Genau diese Inhalte geraten als Erstes in Gefahr, wenn gespart wird.»

Dass die SRG Karrieren prägen kann, zeigt die Geschichte von Riana. Die Appenzellerin ist Popmusikerin, die im Appenzeller Dialekt singt. 2024 wurde sie zum «SRF 3 Best Talent» gewählt. «Die Auszeichnung war das Beste, was mir als junge Musikerin passieren konnte», sagt sie. «Ich habe so viele Leute erreicht, die meine Musik vorher gar nicht kannten.» Der Effekt war unmittelbar: mehr Streams, mehr Konzertbesucherinnen, mehr Anfragen. Und vor allem die Erkenntnis, dass ein weitverbreitetes Vorurteil nicht stimmt. «Viele denken, Radio sei tot – ich habe jedoch genau das Gegenteil erlebt. Gerade die Präsenz im Radio hat mir enorm geholfen.» Der Unterschied ist dabei nicht nur spürbar, sondern auch messbar: «Über Airplays verdiene ich deutlich mehr als über Spotify. Das macht für uns Musikerinnen einen riesigen Unterschied.» Gleichzeitig spürt Riana, wie anspruchsvoll es geworden ist, im Radio stattzufinden. «Als Mundartsängerin mit Appenzeller Dialekt bin ich eine Nische.»

«Kultur hält das Land zusammen»

Wie stark die Wirkung öffentlicher Medien sein kann, zeigt auch die Erfahrung von Dabu Fantastic. Zur jüngsten Platte erschien mit «Ciao Baby, Ciao» 2024 ein Dokumentarfilm auf SRF – und der Effekt überraschte selbst den erfahrenen Musiker. «Von den Streamingzahlen bis zur Nachfrage nach Konzerten: Die Doku hat einen extremen Schub ausgelöst.» Dass solche Aufmerksamkeit heute keine Selbstverständlichkeit mehr ist, beobachtet Dabu schon lange. «Vor 20 Jahren konnte eine gute Rezension in einer Zeitung einen ähnlichen Effekt haben.

Das ist heute schwieriger geworden.» Gerade deshalb sieht Dabu die Entwicklung mit Sorge, dass im Kulturbereich zunehmend gespart wird. «Kultur – und dazu gehört die Musik – ist etwas, was die Menschen in unserem Land zusammenhält», sagt er. «Auf ‹Venus von Bümpliz› kann sich mehr oder weniger die ganze Deutschschweiz einigen.» Solche gemeinsamen Referenzen würden seltener.

Mit der SRG verbindet Dabu Fantastic eine lange Geschichte. Bereits 2012 gewannen er und seine Band den Titel «Best Talent». Seither habe sich die SRG immer wieder als verlässliche Partnerin erwiesen. «SRF 3 zum Beispiel zeigt mit rund 40 Prozent Schweizer Musik, dass heimische Musik auch beim breiten Publikum funktioniert.» Was für Dabu am Ende zählt, geht jedoch über Reichweite hinaus. «Solange es Formate gibt, die viele Menschen gleichzeitig hören oder sehen, erleben wir etwas gemeinsam.» In diesem Sinn sei die SRG für ihn nicht nur Medienpartnerin für Tourneen, sondern auch ein Gegenpol zu einer möglichen «Vereinzelung» der Gesellschaft.

Ähnlich tönt es bei Riana. Die Musikerin, die noch am Beginn ihrer Karriere steht, wünscht sich von der Bevölkerung mehr Bewusstsein für die Arbeit der Kulturschaffenden. «Ich habe das Gefühl, Kultur kommt in den Medien oft zu kurz. Über ein Skirennen wird schneller berichtet als über ein Konzert. Dabei konsumieren wir alle jeden Tag Kultur.» Viele hätten zudem kaum eine Vorstellung davon, wie viel Arbeit hinter einer Albumproduktion oder einer Tour stecke. «Und weil Privatradios vor allem Mainstream spielen und überall sparen, ist die SRG mit ihren Kanälen umso wichtiger. Ohne sie wäre meine Musik wohl nicht hörbar.»

Dem pflichtet auch Andreas Ryser bei. Der langjährige Branchenkenner bringt es mit einem Gedanken auf den Punkt: «Wir müssen uns überlegen, wie wir in 10 oder 15 Jahren die Leute noch erreichen. Wollen wir alles den grossen Techkonzernen überlassen – oder die Publizität in unseren eigenen Händen behalten?» Für ihn ist die Antwort klar: «Eine offene Gesellschaft lebt davon, dass ihre Stimmen gehört werden. Für die Schweizer Musikerinnen und Musiker gilt dies ganz besonders.»

... Susanne Lebrument und Francesco Benini

Interviews: Philipp Cueni



Susanne Lebrument, Somedia und die SRG-Unternehmens-einheit RTR sind die beiden Grossen in der Region Graubünden. Wären Sie erleichtert, wenn der Konkurrent durch die Halbierungsinitiative geschwächt würde?

Wir haben kein Interesse an der Schwächung des Medienplatzes – weder in Graubünden noch in der ganzen Schweiz. Im Gegenteil! Alle internationalen Befunde zeigen: Je stärker der öffentliche Rundfunk, desto stärker ist auch die private Medienlandschaft.

Dennoch – was könnte die SRG regional den Privaten überlassen? Was muss nicht via Gebühren finanziert werden?

Wir arbeiten sehr eng mit RTR zusammen. Die Sendung «50:50», die wir gemeinsam mit RTR machen, ist sehr erfolgreich. Wir machen auch Wahlsendungen gemeinsam. Wir sind eher auf Kooperation ausgerichtet als auf Konkurrenz. Und RTR zieht sich ja eher aus den Subregionen zurück. Vielleicht kann man sich die Verteilung der Gebühren, heute 23 versus 8 Millionen zugunsten RTR, nochmals überlegen.

Sie haben als Verlegerin auch eine nationale Optik: Die SRG wird von einem Teil der Politik aufgefordert, massiv zu sparen, die Halbierungsinitiative will das Budget gar um 50 Prozent reduzieren. Wo sehen Sie beim SRG-Programm Sparpotenzial?

Wie das auch die private CH Media verlangt: teilweise bei den Eventformaten, bei den Sportrechten und -formaten. Der richtige Weg wäre, wenn die Privaten und die SRG darüber

verhandeln. Und es nicht über die Halbierungsinitiative bestimmt wird. Die privaten Verleger und die SRG haben sich ja bereits gemeinsam auf den Weg gemacht mit einer Vereinbarung, mit der sich die SRG digital bei Texten auf eine bestimmte Zeichenzahl beschränkt. Ich erlebe Susanne Wille als sehr offen und kooperativ für Lösungen. Die Gefahr für alle Medien sind die globalen Techplattformen, die von Regierungen gesteuert werden und nicht unabhängig sind.

Viele geben der SRG Ratschläge, wo sie schlanker werden könnte. Wo sehen Sie Möglichkeiten?

Es ist merkwürdig, als liberales Unternehmen anderen Sparhinweise zu geben. Die SRG ist mit ihrem Projekt «Enavant» auf dem richtigen Weg. Sparen kann man immer, auch bei uns, die Zitrone ist nie ausgepresst. Aber die SRG weiss selbst, wo sie ansetzen kann, da habe ich Vertrauen in ihre Führung und ihre Mitarbeitenden.

Mit Blick auf die ganze Medienlandschaft Schweiz: Kann das, was aus demokratiepolitischer Optik an medialer Versorgung wünschbar ist, ausschliesslich über den Markt finanziert werden?

Nein, nur über den Markt kann man das nicht refinanzieren. Die Presseförderung ist ja historisch ins Leben gerufen worden, um die Demokratie zu stärken, um allen Bürgerinnen und Bürgern gute qualitative Informationen zur Verfügung zu stellen. Heute haben wir einen Informationsfluss, der dieser Idee nicht mehr gerecht wird – und das ist ein Problem. Die Social-Media-Plattformen haben auch katastrophale Seiten, die wir als Gesellschaft in den Griff bekommen, regulieren müssen. Als kleinräumiges, viersprachiges Land brauchen wir eine gute Presseförderung. Auch für ein Lokalfernsehen auf diesem Niveau braucht es Gebühren. Ein Beispiel: Live-Anlässe wie die Glarner Landsgemeinde mit über 100 000 Zuschauenden könnten wir ohne Gebühren nicht realisieren.

Was sind Ihre Forderungen an die Medienpolitik?

Dass man das Urheberrecht mit einem Leistungsschutzrecht stärkt, etwa nach dem Modell Australien oder Kanada. Unsere Inhalte sind es, welche die Techplattformen wertvoll machen, sie verschaffen ihnen Glaubwürdigkeit. Diese Inhalte müssten sie abgelden.

Jetzt steht die Volksabstimmung zur Halbierungsinitiative an. Wie kommentieren Sie diese?

Wir haben als Medien der Südostschweiz mit RTR eine sehr gute Zusammenarbeit. Wir sind in der Schweiz in einem zu kleinen Raum, als dass wir uns bekämpfen können. Ein Beispiel: In den Schulen müssen wir zeigen, was gute und wertvolle Information ausmacht. Da hat die SRG ein grossartiges Programm, und bei solchen Themen sind wir interessiert, gemeinsam stark zu sein.

Susanne Lebrument ist Vizepräsidentin und Delegierte des Verwaltungsrats von Samedia, Medien der Südostschweiz



Francesco Benini, als langjähriger Beobachter der Schweizer Medienpolitik: Was erkennen Sie als Motive hinter der Halbierungsinitiative?

Die SRG ist in den vergangenen Jahren gewachsen, hat ihre Aktivitäten ausgeweitet. Das wollen die Initianten stoppen. Und es geht wohl darum, die politische Bedeutung des SRG-Journalismus zu limitieren. Die Befürworter der Vorlage kritisieren eine Linkslastigkeit der SRG-Sender. Wenn man ihr die Mittel halbiert, verliert die SRG an Bedeutung.

Neben dem medienpolitischen also auch ein politisches Anliegen.

Das sehe ich so, ja.

Würde die Initiative angenommen: Stärkt oder schwächt das den Medienplatz Schweiz?

Die Lücke, die entstünde, würde von den Privaten wohl kaum vollständig aufgefüllt, weil sich nicht alle Programme rechnen. Eine Stärkung des Medienplatzes Schweiz wäre es nicht.

Und wo schwächt es allenfalls die Versorgung?

In der regionalen Berichterstattung.

Unabhängig von der Initiative: Wo sollte die SRG weiter sparen?

Die SRG hat noch nie gespart. Das ist ein Problem. Es blieb bei den Ankündigungen, aber die Zahlen Ende Jahr sahen anders aus. Es wurde umgelagert. Das löst ein Misstrauen aus – was eine Gefahr ist für die SRG.

Die SRG hat gemäss den Vorgaben des Bundesrats eben einen Abbau von 270 Millionen Franken angekündigt.

Einen Abbau wird es geben, ja. Die «voraussichtlich» 270 Millionen beruhen auf Annahmen, bei denen die SRG von negativen Szenarien ausgeht. Wenn sich das so nicht erfüllt, dann muss man weniger sparen und abbauen.

Wo wäre es für die SRG aus Ihrer Optik angebracht, schlanker zu werden?

In der internen Organisation. Dieser Prozess läuft, da gibt es eine gewisse Zentralisierung. Das ist positiv. Online gibt es ein Konkurrenzverhältnis mit den Privaten, die sehr viel weniger Gebühren oder keine erhalten. Dort ist eine Selbstbeschränkung nötig ...

... die es gemäss Vereinbarung zwischen SRG und Verlegern ja auch gibt ...

... die aber von der Wettbewerbskommission wieder aufgehoben worden ist.

Aber die Vereinbarung geht in die richtige Richtung?

Ja.

Was könnte die SRG den Privaten überlassen? Was muss nicht über Gebühren finanziert werden?

Ein Teil der Unterhaltungs- und Sportprogramme, die nicht nötig sind. SRF zeigt parallele Sportübertragungen auf zwei Kanälen, das ist ein Unding. Der Medienminister wünscht, dass sich die SRG vermehrt auf Information und Kultur fokussiert.

Mit Blick auf die ganze Medienlandschaft Schweiz: Kann das, was aus demokratiepolitischer Optik an medialer Versorgung wünschbar ist, ausschliesslich über den Markt finanziert werden?

Eine Information in allen Sprachgebieten über elektronische Medien rechnet sich nicht, das ist die Raison d'Être der SRG. Das kann man mit gutem Gewissen verteidigen.

Wenn man alle Medien betrachtet, auch den Verlagsbereich: Braucht es für den Markt Schweiz denn generell Fördermassnahmen?

Das Parlament hat eine stärkere Verbilligung der Zeitungszustellung beschlossen. Und jetzt macht man sich Gedanken über Fördermassnahmen für den Online-Journalismus.

Was kann konkret getan werden?

Der Missstand, dass sich amerikanische Techkonzerne an Inhalten von Schweizer Medienhäusern bedienen und nichts dafür bezahlen, muss behoben werden. Stichwort Leistungsschutzrecht. Die Politik scheint sich damit schwerzutun.

Zurück zur Halbierungsinitiative: Sie gelten als meinungsstarker Medienbeobachter und -kritiker. Auch als SRG-Kritiker. Werden Sie der Halbierungsinitiative zustimmen?

Nein. Ich halte die Initiative für überzogen.

Wie beobachten Sie das Verhalten der SRG im Hinblick auf die Abstimmung über die Initiative?

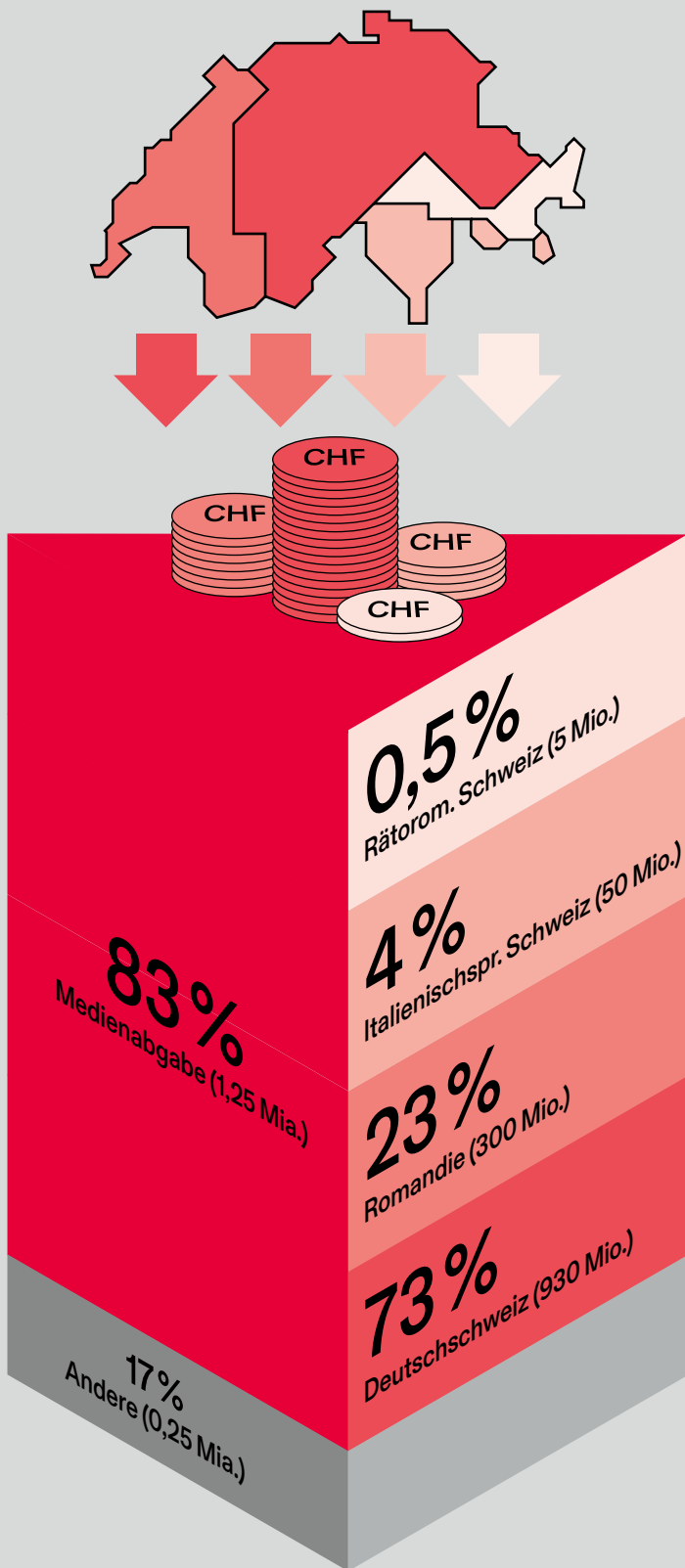
Ich stelle fest, dass SRG-Präsident Jean-Michel Cina in der gegenwärtigen Debatte unsichtbar ist und allein die Generaldirektorin auftritt. Grundsätzlich sollte sich die SRG zurückhalten. Schwierig finde ich, dass die SRG den Abstimmungskampf über ihre Trägerschaft mitfinanziert. Das wird die SVP immer wieder kritisieren.

Mit welchen Themen muss die Nein-Seite argumentieren, um die SRG zu verteidigen?

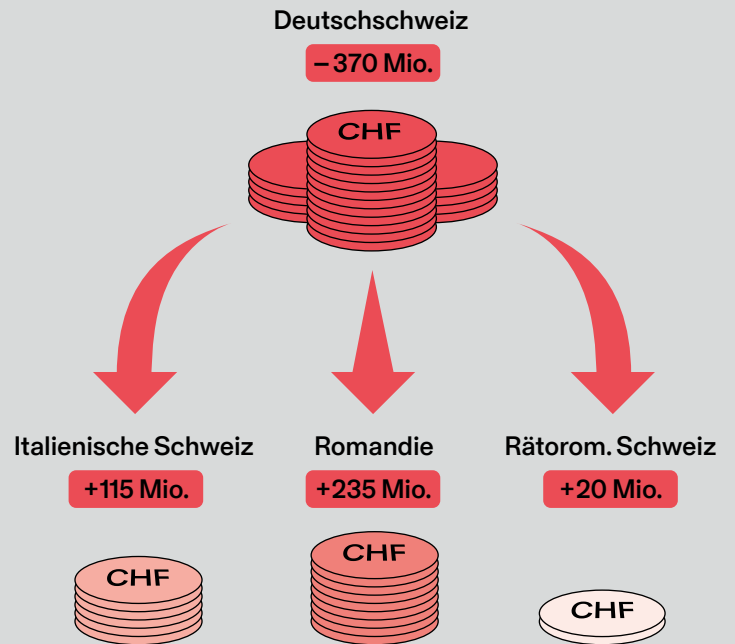
Sie muss ihrem traditionellen, älteren Publikum zeigen, dass beliebte Programme wegfallen könnten, zum Beispiel das Lauberhornrennen. Und sie sollte versuchen, den Vorwurf der Linkslastigkeit zu kontern.

Francesco Benini ist Redaktor bei CH Media und dort spezialisiert auf Medienthemen.

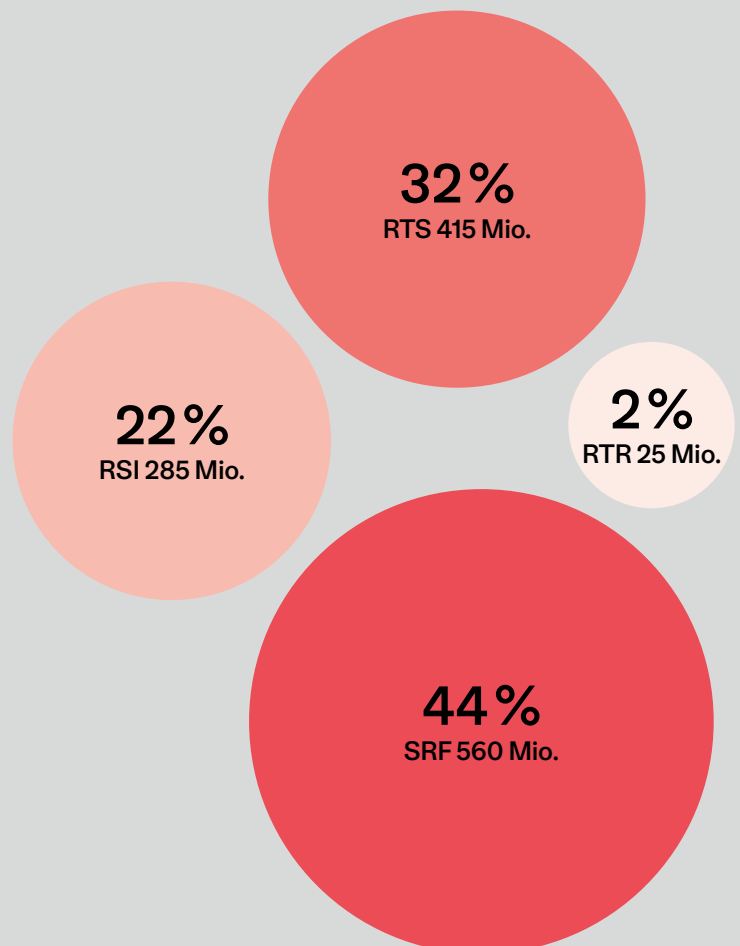
Die SRG ist das einzige Medienhaus, das audiovisuelle Inhalte für die ganze Schweiz produziert. Dies dank dem solidarischen Finanzausgleich.



Die SRG ist zu 83 Prozent aus der Medienabgabe finanziert. Sie erhält jährlich 1,25 Milliarden Franken. Der Rest des SRG-Budgets setzt sich aus verschiedenen kommerziellen Einnahmen zusammen. Dieses Geld ermöglicht einen medialen Service public in allen Landessprachen. Dies dank dem solidarischen Finanzausgleich: In der Deutscheschweiz leben am meisten Menschen und sind die meisten Unternehmen ansässig, deshalb stammt der grösste Anteil der Medienabgabe (73 Prozent) aus dieser Region.

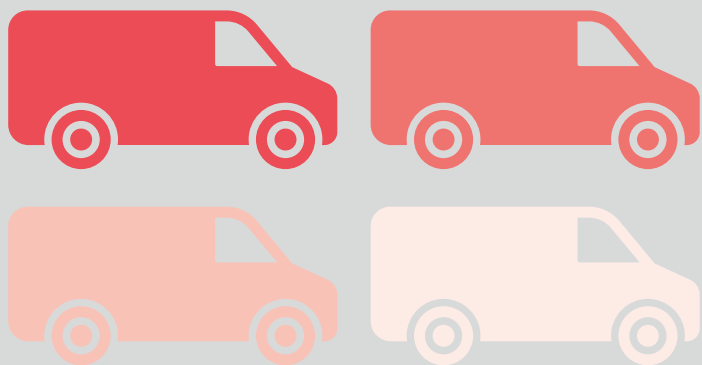
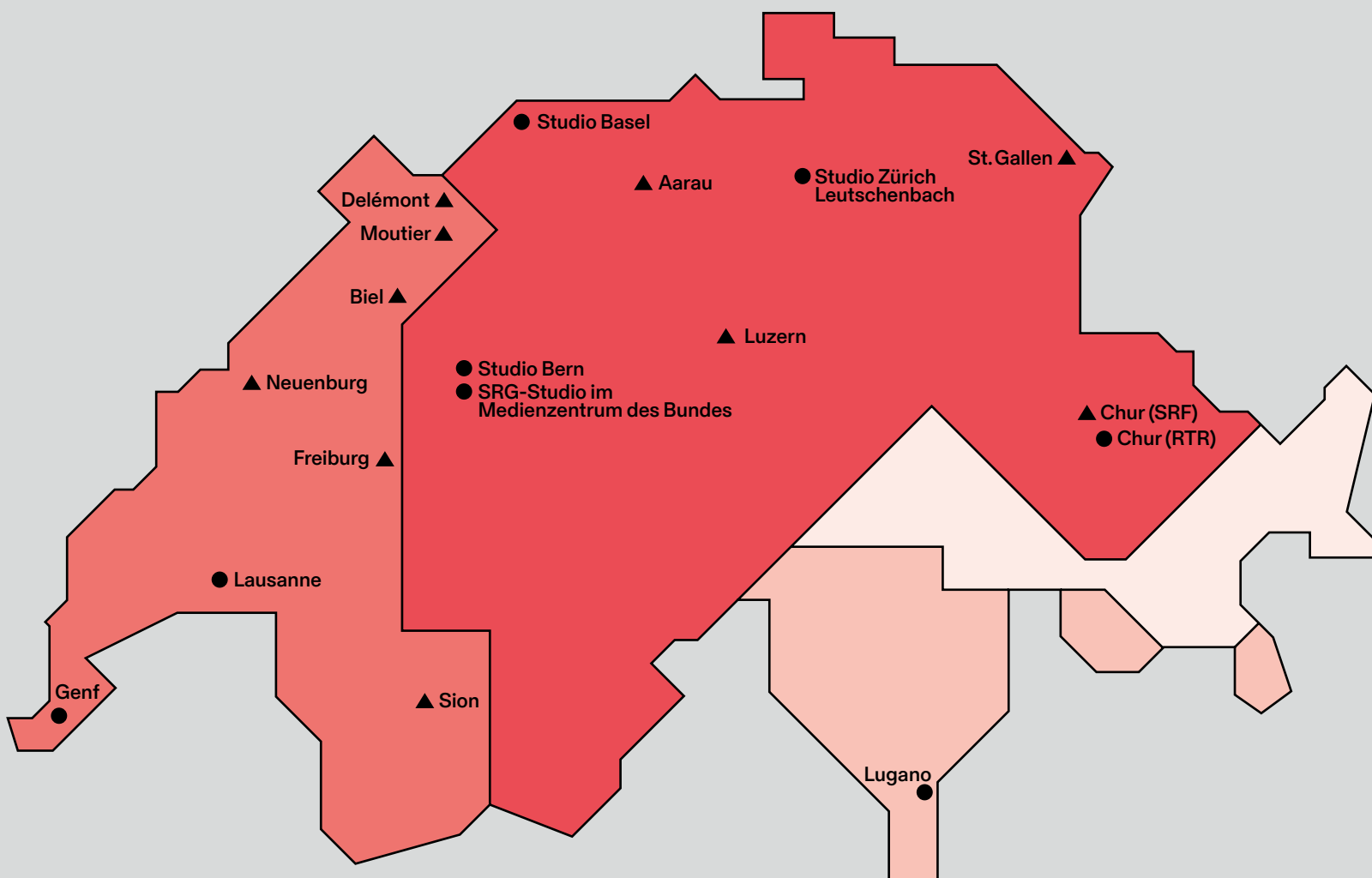


Von den in der Deutscheschweiz erhobenen 73 Prozent der Gebühreneinnahmen erhält SRF, die Deutscheschweizer Unternehmenseinheit der SRG, nur 44 Prozent. Der Rest fließt in die anderen Sprachregionen. Insbesondere die italienischsprachige und die rätoromanische Schweiz profitieren von diesem System.



Regional verankerte Studios

● Hauptstudios
▲ Regionalstudios

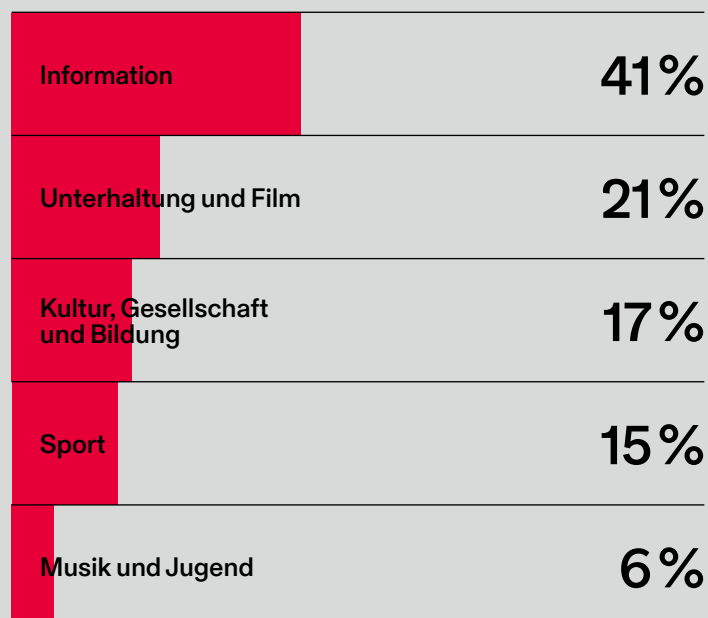


700 Schweizer Lieferanten: Die SRG investiert in allen Sprachregionen

Die SRG investiert jährlich rund 100 Millionen Franken in Räumlichkeiten sowie in Technik – beispielsweise Produktionsfahrzeuge, technische Einrichtungen oder Informatiksysteme – für alle vier Schweizer Sprachregionen. Damit stellt das Unternehmen sicher, dass es auch in Zukunft seinen Auftrag eines Vollprogramms für sämtliche Landesteile erfüllen kann. Diese Investitionen fallen vollumfänglich in der Schweiz an. Rund 700 Lieferanten sind daran beteiligt. Ausserdem zahlen sich diese Investitionen mittelfristig dank nachhaltig tieferen Betriebskosten aus.

Die SRG bietet ein Programm in fünf Sparten

Am meisten Mittel werden für tagesaktuellen Journalismus sowie Hintergrundgefässe im Bereich der Information aufgewendet.



«Qualität ist nicht verhandelbar»

Es war keine einfache Ausgangslage, um die Führung der SRG zu übernehmen: Generaldirektorin Susanne Wille blickt zurück auf ihr erstes Jahr im Amt, das von Umbau, Sparrunden und der Halbierungsinitiative geprägt war – aber auch von journalistischen Höhepunkten.

Interview: Eva Hirschi

Susanne Wille, Sie sind seit einem Jahr Generaldirektorin der SRG. Wie fühlen Sie sich?

Es geht mir gut. Jeden Morgen rolle ich die Ärmel hoch und bin mitten in der Arbeit. Ich bin derzeit weit davon entfernt, Bilanz zu ziehen. Ich habe von Anfang an gewusst, dass diese Rolle vieles vereint, das ich gern mache: Medien, Journalismus, Strategie, Politik, Digitalisierung. Ich mag diese Aufgabe, auch wenn sie in einem höchst anspruchsvollen Umfeld stattfindet. Ein grosses Thema ist für mich dabei, wie es den Mitarbeitenden geht, bei denen mit der Transformation, der politischen Situation und dem Tagesgeschäft wirklich viel zusammenkommt.

Bevor wir übers Sparen sprechen: Was waren Ihre Highlights?

Wenn wir uns das Programm anschauen, hat sich dieses Jahr in allen Regionen viel getan. Es gab neue Formate, neue Sendungen, RSI hat zum Beispiel mit «Prima Ora» den Vorabend neu konzipiert. Ich denke aber auch ans Eidgenössische Schwingfest, wo Millionen von Menschen den Schlussgang geschaut haben, oder eine Frauen-Fussball-EM mit 2,7 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauern. Wir sehen, dass das tägliche Programm im Herzen der Leute ist. Beim Programm denke ich auch an Play+, die Live- und Streamingplattform, die dereinst alle Video- und Audio-Inhalte der SRG vereinen wird. Es ist wichtig, zu zeigen, dass wir uns für eine Zukunftsperspektive

des Service public engagieren. Denn diese Plattform soll ein neues, digitales Zuhause für die Menschen in der Schweiz werden. Auch das ist ein Highlight für mich: dass wir mit dem Transformationsprozess «Enavant» nun auf dem Weg sind, die SRG neu aufzustellen und eine Bewegung im Unternehmen haben. Politisch war für mich wichtig, die Unterstützung der SRG nicht nur im Parlament zu sehen, sondern auch im Sport, der Kultur, in Bergregionen, Städten und Kantonen.

Es gab auch viele negative Ankündigungen; Sparmassnahmen, gestrichene Sendungen, Stellenabbau ... Man hat das Gefühl, kein Stein sei auf dem anderen geblieben. Wurden die Mitarbeitenden nicht ein wenig überfahren?

Ich habe von Anfang an gesagt, dass mir wichtig ist, klar und transparent zu sein – das ist einer meiner Führungsgrundsätze. Darum habe ich mich entschieden, vom ersten Tag an ehrlich zu sagen, was auf uns zukommt durch den Entscheid des Bundesrats, die Medienabgabe auf 300 Franken zu senken: Zusammen mit teuerungsbedingten Kosten und dem Rückgang der kommerziellen Einnahmen bedeutet das Einsparungen von geschätzten 17 Prozent des Budgets. Ich habe aber auch klar gesagt, wie wir damit umgehen, wie wir mit «Enavant» nicht nur sparen, sondern auch die SRG neu bauen, dass wir zuerst die Organisationsstrukturen hinterfragen. Für die Mitarbeitenden ist die Lage anspruchsvoll. Ich habe grössten Respekt vor dem,

was jeden Tag im Programm geleistet wird. Kürzlich war ich in Ecublens bei Lausanne, als ein neuer Produktionsstandort von RTS in Betrieb genommen wurde – diese Energie zu sehen, die Identifikation mit der Arbeit und dem Unternehmen, das beeindruckt und bestärkt mich. Es ist für alle herausfordernd, umso wichtiger ist, zu wissen, wohin die Reise geht und welche Perspektiven wir haben. Ich habe daher auch von Anfang an drei Prioritäten gesetzt: das Programm, die Politik und die Transformation. Entlang dieser Prioritäten arbeiten wir.

«Play+ soll ein neues, digitales Zuhause für die Menschen in der Schweiz werden.»

Man merkt, die Stimmung ist angespannt. Was bedrückt die Mitarbeitenden am meisten?

Wir investieren viel darin, die Transformation zu erklären, damit auch verstanden wird, warum wir uns als SRG verändern müssen. Viele Rückmeldungen zeigen, dass dieses Verständnis auch da ist. Wichtig ist, dass wir eine Perspektive geben können, wie wir als SRG stark bleiben. Würden wir den Sparauftrag von rund 270 Millionen Franken wie bis anhin auf die einzelnen Sprachregionen RTS, SRF, RSI und RTR verteilen, wäre das ein zu grosser Einschnitt und hätte direkt das Programm getroffen. Darum stellen wir uns auch neu auf. Das ist wie eine Uhr: Wir nehmen alle Einzelteile auseinander und setzen sie neu zusammen. Es bleibt aber eine Uhr. Wir wollen weiterhin ein Medienhaus bleiben, das die Menschen im Alltag begleitet und mit der Zeit geht.

Die Halbierungsinitiative, über die wir im März abstimmen, hängt gleichzeitig wie ein Damoklesschwert über dem ganzen Haus. Wie gehen Sie damit um?

Jeden Tag machen wir ein gutes Programm, in hoher Qualität, in allen vier Sprachregionen der Schweiz. Mit unseren verlässlichen, vertrauenswürdigen Inhalten leisten wir einen wesentlichen Beitrag zur Meinungsbildung und zur Demokratie in diesem Land. Dieser Tatbeweis allein genügt aber im Vorfeld der Abstimmung nicht. Wir müssen erklären, dass die SRG ja allen gehört und dass damit auch alle Menschen solidarisch dazu beitragen, dass alle Schweizerinnen und Schweizer, egal, ob in der Stadt oder im abgelegenen Bergtal, egal, ob auf Deutsch oder Rätoromanisch, den gleichen Zugang zu Schweizer News, zu Sport, zu Kultur und zu Unterhaltung haben. Wir stehen ein für die Vielfalt der Schweiz und den Zusammenhalt innerhalb unseres Landes.

Der Druck ist hoch.

Diese Zeit vor der Abstimmung ist eine intensive Zeit, aber es gehört zu unserer Demokratie, dass wir uns mit allen

Themen befassen. Von meinen Kolleginnen und Kollegen aus dem Ausland werde ich oft gefragt, ob es nicht anstrengend ist, in der Schweiz ein öffentliches Medienhaus zu leiten. Ja, es ist intensiv, aber ich möchte das nicht anders. Ich will in den Dialog treten und aufzeigen, was der Wert der SRG ist.

«Die Behauptung, die Halbierungsinitiative sei ein Sparprogramm, ist unehrlich und falsch.»

Was würde eine Annahme der Initiative für die SRG bedeuten? Würden noch mehr Sendungen gestrichen?

Ich wehre mich gegen die Behauptung, die Initiative sei ein Sparprogramm. Das ist unehrlich und falsch. Denn ein halbiertes Budget bedeutet das Ende der SRG in ihrer heutigen Form; das Ende einer regional verankerten SRG, die nah bei den Leuten ist und die für die Vielfalt der Schweiz steht. Es geht um viel mehr als um das Ende von einzelnen Sendungen – es geht um die Frage, in welcher Schweiz wir zu Hause sein wollen. Gefährdet ist eine verlässliche Informationsgrundversorgung im ganzen Land und in vier Sprachen. Wenn man die Hälfte des Budgets einsparen muss, geht man in die grossen Kostenblöcke, und das sind die Fixkosten. Das heisst, es gäbe eine Zentralisierung, wir könnten uns die regionalen Standorte nicht mehr leisten. Es würde auch bedeuten, dass wir nicht mehr ein umfassendes Programm machen könnten – weniger Publikums-sendungen, weniger grosse Sportveranstaltungen, weniger Volkssport, weniger Kultur und Kulturförderung. Und es stimmt auch einfach nicht, dass es genügen würde, einzig und allein Information zu senden. Denn ohne Programme, welche die Menschen zusammenbringen, also Sport, Kultur, Unterhaltung, können wir unseren Auftrag aus der Konzession nicht erfüllen. Vor allem aber haben wir gar nicht genügend Reichweite, um alle Menschen in der Schweiz mit Informationen zu versorgen. Die Halbierung der SRG würde etwas zerstören, was zu einer verlässlichen, vielfältigen Schweiz gehört. Und dies ausgerechnet in einer Zeit, in der es auch darum geht, mit verlässlichen Informationen unabhängig zu bleiben. Unabhängige Medien sind Teil einer unabhängigen Schweiz.

Sie mussten bereits als Kulturchefin Sparmassnahmen durchführen. Welche Erfahrungen können Sie von dort mitnehmen?

Wenn man einem Publikum eine Sendung wegnimmt, die es gern hat, dann wird das kritisiert, auch wenn es gute Gründe dafür gibt. Dafür habe ich Verständnis. Wir haben damals schwierige Entscheidungen getroffen. Wir werden in der SRG auch weiterhin schwierige Entscheidungen treffen müssen. Ich habe aber die Erfahrung gemacht, wie zentral es ist, Entscheidungen wie das Einstellen einer Sendung mit einem strategischen Gedanken zu verbinden. Wie gelingt es uns, ein Themenfeld auf neue Art zu stärken, obwohl wir sparen müssen? Wenn man einen Gedanken verknüpft mit etwas, was in die Zukunft gerichtet ist, können dadurch auch Chancen entstehen. Ein Beispiel: Als wir damals Religionssendungen einstellen

mussten, gab es grossen Widerstand. Wir haben uns dann entschieden, Philosophie und Religion ein gemeinsames Gefäss zu geben, in dem es um grosse Lebensfragen geht – und konnten damit ein neues Publikum erreichen. Aber nochmals: Die Halbierungsinitiative ist eine ganz andere Dimension. Hier geht es nicht ums Sparen. Sie will der SRG 800 Millionen Franken entziehen. Das ist die Demontage unseres im Land verankerten, unabhängigen Medienhauses.

Gibt es einen Plan B für den Fall, dass die Initiative durchkommt?

Im Transformationsprojekt «Enavant» ist die Halbierungsinitiative nicht mit einkalkuliert. Mit «Enavant» werden wir schlanker, digitaler, beweglicher, effizienter. Das verlangt derzeit unsere volle Aufmerksamkeit, denn wir haben sehr wenig Zeit dafür. Wir müssen bereit sein für den ersten Schritt der vom Bundesrat beschlossenen Gebührensenkung, der schon 2027 kommt. Mit der Annahme der Halbierungsinitiative wäre die Ausgangslage völlig neu. Gerade die Verankerung in den Regionen, welche die SRG ausmacht und die wir mit «Enavant» weiterhin sicherstellen können, wäre in dieser Form nicht mehr möglich. Die Initiative greift damit die SRG und ihre wichtige Rolle für den Zusammenhalt in der Schweiz und für die demokratische Meinungsbildung an. Die Halbierung der SRG ist für mich eine Grenze, die nicht überschritten werden darf.

Die SRG darf keine Kampagne machen, obwohl sie von der Abstimmung selbst betroffen ist. Was bedeutet das für das Haus? Es gibt Journalistinnen und Journalisten, die sich trotzdem äussern wollen, eben weil sie betroffen sind.

Wir haben klare publizistische Leitlinien. Die Unabhängigkeit steht über allem. Das heisst, wir müssen auf Distanz gehen, auch wenn wir selbst betroffen sind. Wir machen keine Kampagnen, verwenden kein Gebührengeld für die Kampagnen anderer, und wir verhalten uns nicht aktivistisch. Das heisst aber nicht, dass wir nicht für die SRG eintreten. Wenn zum Beispiel etwas behauptet wird, was nicht stimmt, stellen wir das richtig. Wichtig ist auch, dass wir aufzeigen, was wir machen. Letztens habe ich einen LinkedIn-Post von Etienne Hurter aus der Sportproduktion entdeckt. Er hat erklärt, was es bedeutet, in einer Regie zu sitzen, wenn das Lauberhornrennen oder ein Fussballmatch läuft. Das ist wichtig. Ich sage überall: Wir müssen das Handwerk erklären, was dahintersteht, was es bedeutet, journalistisch zu arbeiten. Das wird künftig noch wichtiger werden.

Sie haben es erwähnt, derzeit ist «Enavant» das wichtigste Projekt. Wo liegt dabei die grösste Baustelle?

Die grösste Herausforderung ist die Gleichzeitigkeit: Täglich ein starkes und gutes Programm zu machen, dabei das Unternehmen von Grund auf neu zu bauen – und gleichzeitig in einem politischen Prozess zu sein. Eine zweite Herausforderung ist, zum ersten Mal in dieser Form über die Regionen hinweg zusammenzuarbeiten. Es ist aber auch schön, zu sehen, was das bewirkt. Ich erhalte viele Rückmeldungen von Mitarbeitenden, die sagen, dass sie gar nicht wussten, wie viele tolle Leute in den jeweils anderen Sprachregionen arbeiten. Das Unternehmen lernt sich selbst besser kennen. Die dritte Herausforderung ist, gute Lösungen zu finden, um das Sparziel zu erreichen, gleichzeitig aber auch die richtigen Weichen zu stellen, um auch in Zukunft ein starkes Programm für alle Menschen in dieser Schweiz bieten zu können.

Eines der Ziele ist, dass die SRG digitaler werden soll. Hat sie das in den letzten Jahren verschlafen?

Wir sind heute schon digital, aber wir müssen besser werden. Es braucht aber Beidhändigkeit. Wir müssen starkes

Fernsehen und Radio machen. Ich schaue auch regelmässig die Quoten an und sehe, dass etwa die Nachrichtensendungen ein extrem starkes, treues Publikum haben. Das müssen wir bewahren und behalten. Wir müssen uns aber, weil die Nutzung der klassischen Kanäle rückläufig ist, für die digitale Nutzung noch viel besser aufstellen und investieren. Die dezentralen und weitgehend autonomen Strukturen haben die SRG lange stark gemacht. Doch sie sind nicht für eine Zeit geschaffen, in der Entscheide sehr schnell getroffen werden, in der das Unternehmen schon aus strategischer Sicht sehr beweglich sein muss. Zum Beispiel: Heute arbeiten die Sprachregionen SRF, RTS, RSI und RTR zum Teil mit unterschiedlichen Zielgruppen oder Messgrössen. Hier müssen wir als Medienhaus näher zusammenrücken. Oder: Wir messen dem Digitalen auf strategischer Ebene höhere Bedeutung bei, indem Play+ hier verankert ist – schliesslich gehen wir davon aus, dass bis ins Jahr 2030 bis zu 75 Prozent der Mediennutzung digital stattfinden wird. Play+ soll nicht ein Kanal werden, auf den einfach Sendungen hochgeladen werden. Diese Plattform müssen wir als neue digitale Heimat gemeinsam bauen und mit den richtigen Inhalten bespielen, damit der Service public weiterhin in der digitalen Welt Bestand hat.

Wie kann man bei so vielen Veränderungen das Vertrauen der Bevölkerung aufrechterhalten?

Es ist eine Herausforderung, das Vertrauen zu behalten und gleichzeitig abbauen zu müssen. Da komme ich zurück zum Anfang: Indem wir transparent sind. Wir sagen, was der politische Sparauftrag ist und wie wir ihn umsetzen. Wir erklären, warum wir gewisse Entscheidungen treffen. Und das war – so die Rückmeldungen, die wir erhalten haben – nachvollziehbar, gerade der Fokus darauf, dass wir beim Sparen zuerst in die Strukturen gehen. Aber wir müssen ehrlich sein: Man wird Veränderungen merken im Programm. Wenn man Geld aus dem Mediensystem herausnimmt, hat das Konsequenzen. Sparen hat Folgen. Auch das muss man benennen.

«Die SRG ist stark, weil sie nah bei den Leuten ist.»

Welche Konsequenzen hat dies für die Qualität des Journalismus?

Die Qualität ist nicht verhandelbar. Daran werden wir gemessen. Die SRG ist stark, weil sie nah bei den Leuten ist, weil sie verankert ist, weil sie sehr gute Fachjournalistinnen und -journalisten, Produktionsleute oder Technikerinnen und Techniker hat. Es gibt unglaublich viel Know-how im Unternehmen. Wir verstehen, welches Programm ankommt. Wir wissen, wie wir es zu den Leuten bringen. Wir müssen aber noch besser zusammenarbeiten. Heute tauschen wir nur drei bis fünf Prozent der Inhalte über die Sprachregionen hinweg aus, das können und müssen wir verbessern. Das heisst aber nicht, dass wir Abstriche bei der Qualität machen, auf keinen Fall. Dafür stehe ich ein.

«Mein Ziel ist, dass wir als Medienhaus ein neues Selbstverständnis entwickeln.»

Bei «Enavant» geht es nicht nur ums Sparen, sondern auch um Innovation und Modernisierung. Worauf darf sich das Publikum freuen?

Mit Play+ wollen wir einen Ort schaffen, an dem das Publikum Zugang hat zu diesem ganzen Reichtum an Sendungen, Inhalten, Audio und Video der SRG – und der die Schweiz zusammenbringt. Das klingt nach einem Werbeslogan, aber für mich ist es ein Leitsatz: Play+ ist mehr Inhalt, mehr Schweiz. Der Blick in andere Regionen ist wichtig und eine Bereicherung der Schweiz. Darauf darf sich das Publikum sicher freuen. Und: Das Publikum kann sich darauf verlassen, dass wir mit diesem Prozess weiterhin die regionale Verankerung beibehalten, dass wir weiterhin ein starkes Netzwerk von Inlandkorrespondentinnen und -korrespondenten haben. Ich erlebe in allen Regionen, wie die Menschen, die bei der SRG arbeiten, Ideen haben und kreativ sind. Das wollen wir weiterhin machen – und fördern.

Und was verändert sich für die Mitarbeitenden im positiven Sinn?

Mein Ziel ist, dass wir als Medienhaus ein neues Selbstverständnis entwickeln. Dass wir uns als ein Team verstehen, das in den unterschiedlichen Regionen fürs gleiche Ziel arbeitet. Nämlich: dass die Menschen in der Schweiz den programmatischen Reichtum, den die SRG bietet, weiterhin im Alltag sehen, hören und spüren. Ich möchte aber auch betonen, dass das ein Vorsatz ist. Wir sind jetzt mitten drin in der Transformation. Wir lernen voneinander. Immer mit dem Ziel, dass es uns gelingt, aus diesen schwierigen Rahmenbedingungen das Beste zu machen. Damit wir das Medienhaus schützen und stützen, weil es ein Teil einer lebendigen und starken Schweiz ist.

Wo sehen Sie die SRG in fünf Jahren?

Ich sehe eine SRG, die nach wie vor stark ist, die guten, unabhängigen Journalismus macht und für Glaubwürdigkeit und Qualität steht. Ich sehe die SRG als Medienhaus, das verbunden ist mit den Menschen in der Schweiz, das mit seinen Inhalten Teil ihres Alltags ist, das offen und zugänglich ist. Eine SRG, mit der man sich identifiziert. Wir werden in fünf Jahren aber ganz sicher digital noch stärker sein. Wir müssen eine erfolgreiche Plattform haben, die das Zuhause ist für diejenigen, die die SRG zeitversetzt und unabhängig nutzen wollen – und personalisierter. Zur künstlichen Intelligenz wage ich im Moment keine Prognosen. Aber wir müssen in der Lage sein, mit der neuen Technologie vorwärtszugehen. Deshalb «Enavant»: Wir wollen eine bewegliche SRG sein, die nahe bei den Menschen ist, sowohl in den Sprach- als auch in den Kulturregionen.



Politisches Outing von SRF-Redaktorinnen und -Redaktoren

Die medienpolitische Landschaft in der Schweiz wird zurzeit von vielen Herausforderungen geprägt. Medienjournalist Philipp Cueni liefert darum in dieser Kolumne Fakten und Hintergründe, er ordnet ein und kommentiert. Die Kolumne ist von der Handschrift des Autors geprägt und widerspiegelt somit seine persönliche Meinung.

Ich bin ein Fan von ihm. Und jetzt, schade, schade, verlässt er den Journalismus: Der Grossbritannien- und frühere Afrika-Korrespondent Patrik Wülser von Radio SRF wird Redenschreiber bei CVP-Bundesrat Martin Pfister. Das bringt mich zur Frage: Wohin wechseln jene Redaktorinnen und Redaktoren der Infoabteilung von SRF, die den Sender prägten, dann aber den Journalismus verlassen? Meine Zusammenstellung ist zufällig und unvollständig.

Marc Lehmann, der gewiefte Moderator des «Tagesgesprächs», wechselte zu Avenir Suisse, dem liberalen Thinktank der Wirtschaft. Peter Dügge, in guter Erinnerung als USA-Korrespondent, zog es danach als Kommunikationschef zu FDP-Bundesrat Ignazio Cassis. (Inzwischen ist er zurück bei SRF.) Sein Nachfolger bei Cassis wurde Michael Steiner, früher Bundeshausredaktor bei SRF. Der Kommunikationschef von SVP-Bundesrat Guy Parmelin, Urs Wiedmer, war früher bei SRF als «Arena»-Moderator tätig. Auch der Kommunikationsminister, SVP-Bundesrat Albert Rösti, hat jemanden bei SRF abgeworben: UVEK-Kommunikationschefin Franziska Ingold war früher Rom-Korrespondentin und bei der «Arena». Stichwort «Arena»: Ihr erster Moderator, Filippo Leutenegger, ist heute in Zürich Stadtrat der FDP. Der spätere «Arena»-Leiter Jonas Projer ist jetzt Generalsekretär der FDP.

Katharina Schorer, ehemals Redaktionsleitung «Schweiz aktuell», wurde Leiterin Kommunikation des Sicherheitsdepartements der Stadt Zürich. Rahel Walser, einst Inlandredaktorin bei SRF, Gewinnerin Swiss Press Award 2019, wechselte ins Generalsekretariat des bürgerlich geführten Justiz- und Polizeidepartements Basel, Andy Müller, Ex-Bundeshausredaktor, zum Arbeitgeberverband. Michael Perricone, einst bei «10vor10», wurde Ressortleiter Politik beim Wirtschaftsverband Swissmem. Oder der ehemalige Leiter der Bundeshausredaktion von SRF, Christoph Nufer: Er arbeitet nach einer Zwischenstation bei FDP-Bundesrätin Karin Keller-Sutter inzwischen bei der Dynamics Group (die zum Beispiel für den internationalen Rüstungskonzern Lockheed Martin lobbyiert). Die bekanntesten Namen sind wohl Ueli Schmezer (der Mister «Kassensturz» wurde Nationalrat für die SP) und Matthias Aebischer (früher «Tagesschau»-Redaktor, heute für die SP in der Berner Stadtregierung).

Was in obiger Auflistung auffällt: Nach professioneller Arbeit, die den journalistischen Regeln und dem SRF-Prinzip der politischen Distanz verpflichtet war, dürfen sie sich in ihrer neuen Berufsrolle politisch bekennen. Und viele SRF-Redaktorinnen und -Redaktoren wechselten in eine eher bürgerlich oder wirtschaftlich orientierte Rolle.

Aus Kreisen der SVP wird regelmässig betont, die Redaktionen von SRF seien zu links; SVP-Nationalrat Thomas Matter sprach kürzlich von einem «starken Linksdrall» bei SRF und forderte Massnahmen. Ein medienpolitischer Aspekt. Waren also, so meine Frage, alle diese Redaktorinnen, Redaktoren bei SRF zu linken Beiträgen gezwungen worden? Schwer vorstellbar. Oder sind diese linken (ehemaligen) Journalistinnen und Journalisten daran, Funktionen des bürgerlichen Spektrums zu unterwandern? Auch das kaum vorstellbar!

Oder stimmt die Behauptung von SVP-Matter und seinen Kollegen einfach nicht?

Neu im Programm

«Gredig direkt» und «Focus» rücken näher zusammen

In «Gredig direkt» empfängt Urs Gredig wöchentlich Gäste aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Sport. Auch im SRF-Talk «Focus» auf Radio SRF 3 stehen Persönlichkeiten im Zentrum – im Gespräch mit verschiedenen Hosts. Die beiden Formate ergänzen sich inhaltlich und richten sich an ein ähnliches Publikum. Ab 2026 werden sie stärker verzahnt. So entstehen neue Möglichkeiten für Gästebuchung, Produktion und Distribution. Gleichzeitig können Zuschauerinnen und Hörer die vielfältigen Gespräche künftig auf mehreren Kanälen verfolgen – im TV, im Radio und als Podcast. Die Massnahme ist Teil des strategischen Unternehmensprojekts «SRF 4.0».

Animationsfilme für Kinder



Seit Dezember gibt es auf der Seite srf.ch/school eine Serie von sechs Animationsfilmen über die Klimazonen. Die rund zweiminütigen Animationen entstanden in enger Zusammenarbeit mit Studierenden des Studiengangs Cast / Audiovisual Media der ZHdK und geben einen Überblick über Polarzone, subpolare Zone, gemässigte Zone, Subtropen und Tropen. Die Studentinnen und Studenten erhielten dabei den Auftrag mit Inhaltsangaben von SRF school und konnten danach in Gruppen ihren eigenen Stil in den Animationen einbringen.



«Fun Fatale»

SRF präsentiert 2026 ein neues Stand-up-Comedy-Format am Sonntagabend. «Fun Fatale» mit Gastgeberin Andrea Fischer Schulthess (Bild) bietet ausschliesslich weiblichen Comedians eine Bühne. Das Format wurde im Rahmen einer Ausschreibung ausgewählt, die SRF vor rund einem Jahr lanciert hatte – mit dem Ziel, die Diversität der Schweizer Comedyszene noch verstärkter im Angebot abzubilden. Inspiration für das Format ist das etablierte Bühnenprogramm «Female Trouble», das 2020 im Millers Theater in Zürich als jährliches Festival begann und mittlerweile auch auf Bühnen schweizweit stattfindet. Das Konzept wurde für die Ausstrahlung im TV weiterentwickelt. Das Format wird ab Mai 2026 im SRF-Comedyprogramm am Sonntagabend ausgestrahlt.

«Kehrseite – Abseits des Erfolgs»

Schockdiagnose Krebs im besten Fussballeralter. Eine Naturkatastrophe, die das Zuhause zerstört. Das ungeborene Kind, dessen Herz plötzlich nicht mehr schlägt. Fernab von Siegen, Titeln und Pokalen erleben Jacqueline Dünker, Stefan Küng, Heinz Lindner und Cédric Brunner persönliche Schicksalsschläge. In vier neuen Folgen der Dokumentarserie «Kehrseite – Abseits des Erfolgs» beleuchtet SRF die andere Seite der Profisport-Medaille und widmet sich der Person hinter der Sportpersönlichkeit.

Persönliche Tiefschläge, Krankheiten, familiäre Herausforderungen – «Kehrseite – Abseits des Erfolgs» macht sie anhand nahbarer Menschen fassbar. Die vier neuen Folgen sind auf Play SRF verfügbar. Im Verlauf des Frühjahres werden die Episoden zudem im Rahmen der Livespiele des Fussball-Europacups auf SRF zwei ausgestrahlt.

Der Sport schreibt die Geschichten, die SRG macht sie sichtbar



Gänsehaut, Luft anhalten, jubeln: Sport schafft Identität und verbindet – aber nur, wenn diese Momente auch sichtbar und hörbar sind. Die SRG leistet diesen Service public. Sie überträgt über 100 Sportarten in konstant hoher Qualität und schafft eine Bühne für die kleinen genauso wie für die grossen Momente. Der «SRG.Diskutiert»-Talk im Schweizer Paraplegiker-Zentrum in Nottwil zeigte, wie essenziell diese Bühne ist. Roland Mägerle (Leiter SRF Sport und Leiter Business Unit Sport SRG) legte dar, dass 12 Prozent des SRG-Budgets in den Sport fliessen, dieser Bereich aber rund ein Viertel der Gesamtwirkung der SRG erzielt. Olympia 2024 erreichte allein bei SRF einen Marktanteil von knapp 32 Prozent. Der Sport ist ein Publikumsmagnet.

Diese Wirkung braucht Ressourcen. Die SRG arbeitet heute deutlich effizienter – statt der 240 Personen vor rund 20 Jahren sind heute an Olympischen Spielen noch rund 150 Mitarbeitende vor Ort. Vieles wird remote produziert. Doch die journalistische Präsenz am Ort des Geschehens bleibt unverzichtbar, nur so entstehen Einordnung und Orientierung. Das bestätigte Lenka Kölliker (Präsidentin Swiss Curling): Auch die Sichtbarkeit vor und nach den Wettkämpfen sei zentral. Genau dort entstehen Identifikation und Vorbilder. Dies sei wichtig für den Nachwuchs.

Christoph Kunz, zweifacher Paralympics-Sieger, betonte, dass die Medienpräsenz auch das Fundament seiner Profikarriere war. Die Sichtbarkeit führte zu Sponsoring, Sponsoring zu Professionalisierung, Professionalisierung zu sportlicher Entwicklung.

Jean Brogle (Sport- und Medienberater) plädierte für mehr Kooperationen mit privaten Medienhäusern. Laut Mägerle finden diese durchaus statt. Private Anbieter interessieren sich jedoch fast ausschliesslich für hochkommerzialisierte Sportarten. Swiss-Olympic-Direktor Roger Schnegg ergänzte, dass die meisten Disziplinen ohne Service public nicht stattfinden würden, auch für Grossanlässe in der Schweiz würde es ohne die SRG sehr schwierig werden.

Grossereignisse wie Olympia sind für die SRG und auch die Schweiz kein Luxus. Sie schaffen gemeinsame Erfahrungen, stärken die Vielfalt des Sports und sichern die Entwicklung des Nachwuchses. Susy Schär (Sportförderin, u. a. Vizepräsidentin Stiftung Sportförderung Schweiz) brachte es präzise auf den Punkt: «Ohne Sichtbarkeit keine Sponsoren, keine Wettkämpfe, keine Vorbilder und kein Nachwuchs.»

Text und Bild: Céline Stäuble

Wunsch nach Positivität und Offenheit

Die SRG Region Basel lud zusammen mit der Handelskammer beider Basel und dem Gewerbeverband Basel-Stadt Vertreterinnen und Vertreter aus der Wirtschaftsregion Basel zum öffentlichen Austausch im Auditorium der SRG im Meret Oppenheim Hochhaus ein.

Neben ein wenig Lob gab es vor allem viel Kritik. Die Arbeitgeber seien in den Medien immer «die Blöden», monierte Romy Schweizer, Geschäftsführerin der Schreineri Robert Schweizer AG in der ersten Gesprächsrunde. «Ich wünsche mir eine positivere Berichterstattung und mehr Regionalität beim Thema Wirtschaft», sagte sie. Andreas Meyer, Geschäftsführer der Emil Landsrath AG, kritisierte, dass bei SRF die Arbeit zu oft als etwas Negatives, Belastendes dargestellt würde, obwohl sie für viele Menschen bereichernd sei. Auch erhielten KMU zu wenig Aufmerksamkeit, fand er. Maurus Ebnetter, Präsident des Wirtverbands Basel-Stadt, forderte generell eine «neutrale, faire und differenzierte Berichterstattung» und dass die Vielfalt der Wirtschaft abgebildet wird. Ebnetter machte kein Geheimnis daraus, dass er mit der Wirtschaftsberichterstattung von SRF aktuell nicht zufrieden ist.

Mehrfach wurde von den Vertreterinnen und Vertretern der Wirtschaft der Wunsch geäussert, dass der Alltag in den Unternehmen mehr Beachtung erhält. Moderator Matthias Zehnder gab zu bedenken, dass die Wirtschaftsthemen in den Medien am wenigsten nachgefragt werden. Für Thomas Meier, CEO der Bachem Group, bräuchte es mehr Nähe von den Journalistinnen und Journalisten zur Wirtschaft, um dies zu ändern. Nadia Tarolli, Partnerin bei Vischer und Bankrätin der Basellandschaftlichen Kantonalbank, empfindet die Wirtschaftsberichterstattung bei SRF als wenig ausgewogen. Oscar Elias, CEO der Stamm Bau AG, plädierte für mehr investigativen Journalismus und dass SRF mehr in die Arbeit der Unternehmen eintaucht.

Doch wie offen sind die Unternehmen gegenüber Medienschaffenden? Diese Frage kam in der Gesprächsrunde seitens SRF-Medienschaffenden auf. «Lassen Sie uns herein, lassen Sie uns mit den Leuten reden und nicht nur mit den Mediensprechern», forderte SRF-Wirtschaftsredaktorin Isabel Pfaff von den Wirtschaftsvertreterinnen und -vertretern. Das nötige «Geben und Nehmen» zwischen Medien und Wirtschaft sei nicht immer vorhanden, analysierten Tobias Bossard, TV-Korrespondent Basel und Wirtschaftsredaktor bei SRF, und Andi Lüscher, Co-Leiter Fernseh-Wirtschaftsredaktion und Moderator bei SRF.

Auch wenn er Nähe zur Wirtschaft begrüssen würde, brauche es weiterhin eine kritische Distanz zwischen Medien und Unternehmen, betonte Bossard. SRF könne nicht als Sprachrohr eines Unternehmens alles ungefiltert wiedergeben. Dem Vorwurf, SRF berichte zu negativ, widersprachen die drei Medienschaffenden indes nicht. «Es braucht einen Kulturwandel», gab Tobias Bossard zu.

Text: Tobias Gfeller



Hotspot Innovation

Seit Frühling 2025 herrscht im neu entstehenden Innovationspark auf dem Flugplatz Dübendorf rege Bautätigkeit, ehemalige Fliegerhangars der Armee werden umgenutzt. Unter der Federführung der ETH Zürich, der Universität Zürich sowie der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften entsteht ein Campus mit Schwerpunkt Labor- und Forschungstätigkeit.

Den quasi vor der Haustür liegenden Hotspot technologischer Entwicklung nahm der Vorstand der Sektion 3 zum Anlass, die Mitglieder der SRG Zürich Schaffhausen nach Dübendorf einzuladen: Nach einer kurzen Einführung gab es im ersten Teil einen Einblick ins Entstehen sowie in die ersten Forschungsaktivitäten des Innovationsparks.

Der zweite Teil nahm sich des rasanten technologischen Fortschritts unserer Zeit an, der viele von uns zusehends herausfordert – und genau hier setzt SRF mit «Einstein» an. «Einstein» ist klug, kreativ, humorvoll und wissbegierig. «Einstein» präsentiert Wissen auf überraschende, erlebnisreiche und unterhaltsame Weise. «Einstein» ist Brainfood für den Mainstream. Wer zufällig in «Einstein» reinzappt, der staunt nicht schlecht darüber, dass eine kluge Sendung bei SRF so cool sein kann.

Damit eröffnete Andrea Fischli, publizistische Leiterin Wissenschaft bei SRF, das Podium und zeigte, dass «Einstein» das einzige Primetime-Science-Format im öffentlich-rechtlichen Programmangebot ist und somit zum Service-public-Auftrag der SRG gehört.

Anschliessend vertieften Kathrin Hönegger und Tobias Müller die zentrale Aufgabe der Sendung, die sie seit vielen Jahren moderieren, und betonten, wie wichtig es auch in Zukunft sein werde, Wissen und Wissenschaft den Menschen zugänglich und verständlich zu machen. So könne sich die und der Einzelne dank SRF über Themen informieren und sich eine Meinung bilden, die nicht a priori auf der politischen Agenda stünden, aber für die Zukunft unseres Landes auch von entscheidender Bedeutung seien.

Das Podium rundeten Isabelle Lüchinger und Heinz Gantenbein ab, beide im Vorstand der SRG Zürich Schaffhausen. Im Vorfeld der Abstimmung über die Halbierungsinitiative ist es der SRG Zürich Schaffhausen ein Anliegen, dass auch diese Programmleistungen von SRF aufgezeigt und in die Diskussion eingebracht werden.

Text: Heinz Gantenbein, Bild: Oliver Schmid

Woher stammt das Zitat?

SRF fängt Stimmen und Bilder aus der Deutschschweiz ein. Die Kameras und Mikrofone halten Alltägliches genauso fest wie Momente von grosser historischer Bedeutung. Für unseren Wettbewerb haben wir eine Sammlung von Bonmots und bekannten Aussprüchen aus der Fernseh- und Radiogeschichte gesucht.

Das folgende Zitat hat Mediengeschichte geschrieben. Wählen Sie die passende Lösung aus: Woher stammt es?

«Kei Detail.»

- Motto von Birgit Steinegger in «Total Birgit» (1998)
- Lieblingsspruch von Flip aus «Fascht e Familie» (1994)
- Beni Thurnheer in der Quizsendung «Tell-Star» (1981)

Zu gewinnen:

**1×2 Tickets für Eros Ramazotti
am 16. März 2026
im Hallenstadion Zürich**

Schicken Sie uns die richtige Antwort auf oben stehende Frage bis zum 13. Februar 2026 zu und gewinnen Sie mit etwas Glück 1×2 Tickets für Eros Ramazotti am 16. März 2026 im Hallenstadion Zürich. Bitte senden Sie die Antwort auf einer Postkarte an: SRG Deutschschweiz, Redaktion LINK, Fernsehstrasse 1–4, 8052 Zürich; oder per Mail an link@srgd.ch (Lösung, Name und eine E-Mail-Adresse angeben). Die Gewinnerin oder der Gewinner wird schriftlich benachrichtigt.

Auflösung LINK Nr.5/25: «Das, meine Damen und Herren, ist der fühlblut- te Wahnsinn!», waren Stefan Bürers Worte zu Roger Federers 18. Grand-Slam-Titel im Jahr 2017. Der Schweizer Tennisstar hatte sich mit seinem achten (!) Titel in Wimbledon zum Herren-Rekordsieger des englischen Traditionsturniers gekürt. Er besiegte im Final Marin Cilic ohne Satzverlust, der Kroatie wurde im Spiel jedoch auch durch eine schlimme Blase am Fuss behindert. Federer ist mit 35 Jahren und 342 Tagen der älteste Wimbledon-Einzelsieger bei den Herren, seit professionelle Tennisspieler an den Turnieren zugelassen sind (in der sogenannten Open Era). Stefan Bürers Ausdruck war Ausdruck dieses weiteren Meilensteins in der fabelhaften Karriere Roger Federers.



«Es steht nicht überall SRG drauf, wo SRG drin ist»

Gelegentlich höre ich, aktuell auch mit Blick auf die Halbierungsinitiative, die Aussage: «Ich schaue kein SRF-TV und höre nur Privatradios.» Meine Antwort: «Auch du konsumierst regelmässig SRG-Angebote, aber du merkst es vielleicht gar nicht.» Deshalb treibt mich die Frage um, wo wie viel SRG drinsteckt, wir es aber gar nicht wissen.

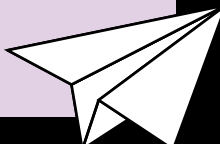
Zum Beispiel: Kürzlich wurde in unserer Schulgemeinde der Kinofilm «Friedas Fall» gezeigt. Im Film steckt viel SRG, da es eine Koproduktion von SRF ist. Im Zugabe teil schaut mein Nachbar die News eines Onlinekanals. Die Meldungen beinhalten teilweise Quellenangaben, etwa Keystone-SDA. Und schon wieder ist mit hoher Wahrscheinlichkeit «SRG drin», weil Unternehmenseinheiten der SRG eine enge Zusammenarbeit mit Keystone-SDA haben und gemeinsam produzieren.

Unser täglicher Medienkonsum beinhaltet viel SRG, ohne dass wir es immer merken. Sei dies in journalistischen Recherchen, Auslandskorrespondenzen oder anderweitiger Medienarbeit. Auch als Mitglied der SRG Ostschweiz wurde ich gefragt, was ich denn davon hätte. Für mich zählt nicht der individuelle Benefit, sondern der regionale Gesamtwert und ein solidarisches Bekenntnis zur SRG mit ihren vielschichtigen Aufgaben.

Die gesellschaftlichen Werte – dazu zählen insbesondere die Errungenschaften unserer viersprachigen Willensnation Schweiz – haben Plätze eingebüsst. Ich erachte es als meine Pflicht, nicht nur am 1. August die gesellschaftlichen Werte und was uns zusammenhält, zu betonen, sondern auch an den 364 Tagen dazwischen eigenverantwortlich vorzuleben. Zum gesellschaftlichen Fundament unserer Schweiz trägt auch eine starke SRG bei – und im Kleinen meine regionale SRG-Ostschweiz-Mitgliedschaft.

Monika Knill präsidiert seit dem 1. Januar 2026 die SRG Ostschweiz.

Kommentare zur Carte blanche:
link@srgd.ch



Der Resonanzraum geht 2026 ins zweite Jahr. Geplant sind zwei neue Dialogfenster, in denen das Publikum und die Programmschaffenden über gesellschaftliche Themen und die Rolle der Berichterstattung diskutieren.

Vielfalt leben: Gemeinsam verschieden – gemeinsam Schweiz



Die Schweiz ist heute eine postmigrantische Gesellschaft. Migration ist kein Sonderfall mehr, sondern Realität: Ende 2023 hatten über 40 Prozent der ständigen Wohnbevölkerung ab 15 Jahren einen migrantischen Hintergrund, bei den unter 15-Jährigen sind es sogar mehr als 60 Prozent. Diese Zahlen zeigen, wie stark Ein- und Auswanderung das Land prägen. Postmigrantisch bedeutet dabei nicht, dass Migration vorbei ist, sondern dass sie als Teil unserer gemeinsamen Geschichte und unserer Gegenwart verstanden wird. Vielfalt ist Normalität, und die alte Unterscheidung zwischen «uns» und «den anderen» verliert an Bedeutung. Postmigrantisch meint uns alle – die gesamte Gesellschaft. Aber wie leben Menschen in einer postmigrantischen Schweiz, was verbindet sie, was unterscheidet sie?

Hier gibt es mehr Informationen zum Dialogfenster:



Radio und Podcast – das Dream-Team der Zukunft?



Vom viel beschriebenen Wandel der Medienlandschaft sind nicht nur die bildbasierten Formate betroffen. Das traditionelle Radio und der neuere Bereich des Podcastings entwickeln sich ständig. Gleichzeitig zeichnet sich ab, dass das Neue das Alte nicht einfach ablöst. Podcasts erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Der Kontakt mit dem Publikum zeigt daneben immer wieder, dass auch Radio nach wie vor ein wichtiger Teil des Angebots der SRG ist.

Die Sendeformate Radio und Podcast stehen 2026 anhand von Beispielen aus dem aktuellen Angebot von SRF im Zentrum eines Dialogfensters im Resonanzraum SRG.D. Ziel des Austauschs ist, gestützt auf die Ansichten und Meinungen aus dem Publikum und der alltäglichen Erfahrungen der Macherinnen und Macher die heutige Situation sowie mögliche Trends zur Diskussion zu stellen.

Hier gibt es mehr Informationen zum Dialogfenster:



Sie möchten mitdiskutieren?

Werden Sie Teil des Resonanzraums und erfahren Sie von Debatten und Umfragen des Publikumsrats SRG.D und gestalten Sie den Dialog zwischen Publikum und Programmschaffenden mit.

Hier gehts zur Anmeldung:



Agenda

[AE] Anmeldung erforderlich

Zürich Schaffhausen

27 JAN Podium des Regionaljournals
Zürich Schaffhausen zu den Zürcher
Stadtratswahlen
SRF Campus Leutschenbach,
Live-Stage
🕒 Abends **[AE]**

04 FEB «Philosophie» mit Barbara Bleisch
Kurs der Bildungskommission
SRF Campus Leutschenbach
🕒 18h15 **[AE]**

24 FEB Promitalk 2026 «News statt Noise:
Wie muss Journalismus für Junge
aussehen?»
SRF Campus Leutschenbach,
Live-Stage
🕒 19h30 **[AE]**

Sektionsversammlungen 2026:

- Sektion 1: Dienstag, 24. Feb. 2026
- Sektion 2: Montag, 26. Jan. 2026
- Sektion 3: Mittwoch, 28. Jan. 2026
- Sektion 4: Donnerstag, 26. Feb. 2026

[AE] Mitglieder erhalten Einladung

19 MAI 102. Generalversammlung 2026
der SRG Zürich Schaffhausen
Gate 27, Winterthur
🕒 18h00 **[AE]** Mitglieder erhalten Einladung

srgzhsh.ch
info@srgzhsh.ch
+41 58 135 05 80

Aargau Solothurn

11 MAI Generalversammlung der SRG
Aargau Solothurn
Altes Spital Solothurn
🕒 18h30 **[AE]** Mitglieder erhalten Einladung

srgagso.ch
info@srgagso.ch
+41 58 135 20 13

Bern Freiburg Wallis

09 FEB «MäntigApéro» 2026
01 JUN Theater National in Bern
Einladung/Anmeldung via Newsletter
🕒 18h30 **[AE]**

07 MAI 101. Generalversammlung der SRG
Bern Freiburg Wallis
Kupferschmiede Langnau
🕒 17h30 **[AE]** Mitglieder erhalten Einladung

srgbern.ch
info@srgbern.ch
+41 58 135 28 78/79

Region Basel

02 FEB «Medien im Dialog»:
Die aktuellen Herausforderungen
der SRF-Direktorin
Auditorium des SRF-Studios, MOH
🕒 18h30 **[AE]**

10 FEB «SRG.Diskutiert»-Talk in Basel:
Musik, zwischen SRG und Streaming
Kuppel, Basel
🕒 19h00

21 APR «Streitpunkt»: Blaulicht
Auditorium des SRF-Studios, MOH
🕒 18h30 **[AE]**

06 MAI Generalversammlung SRG
Region Basel
Klybeck 610
🕒 18h00 **[AE]**

srgregionbasel.ch
info@srgregionbasel.ch
+41 58 135 01 87

Ostschweiz

24 FEB Besichtigung SRG Studio Bundeshaus
und Parlamentsgebäude
Bern
🕒 10h00 **[AE]**

02 MAI 94. Mitgliederversammlung 2026
Wil SG
🕒 10h30 **[AE]** Mitglieder erhalten Einladung

srgostschweiz.ch
info@srgostschweiz.ch
+41 58 135 17 33

Zentralschweiz

11 APR Jassturnier mit Monika Fasnacht
und der SRG Nidwalden
Hotel Engel, Stans
🕒 14h00 **[AE]** srgnidwalden.ch

24 APR Generalversammlung der SRG
Obwalden
Ort wird noch bekannt gegeben
[AE] srgobwalden.ch

Die Sektionen erstellen derzeit das
Programm für 2026. Eine Übersicht aller
kommenden Veranstaltungen finden
Sie unter: srgzentralschweiz.ch/agenda

