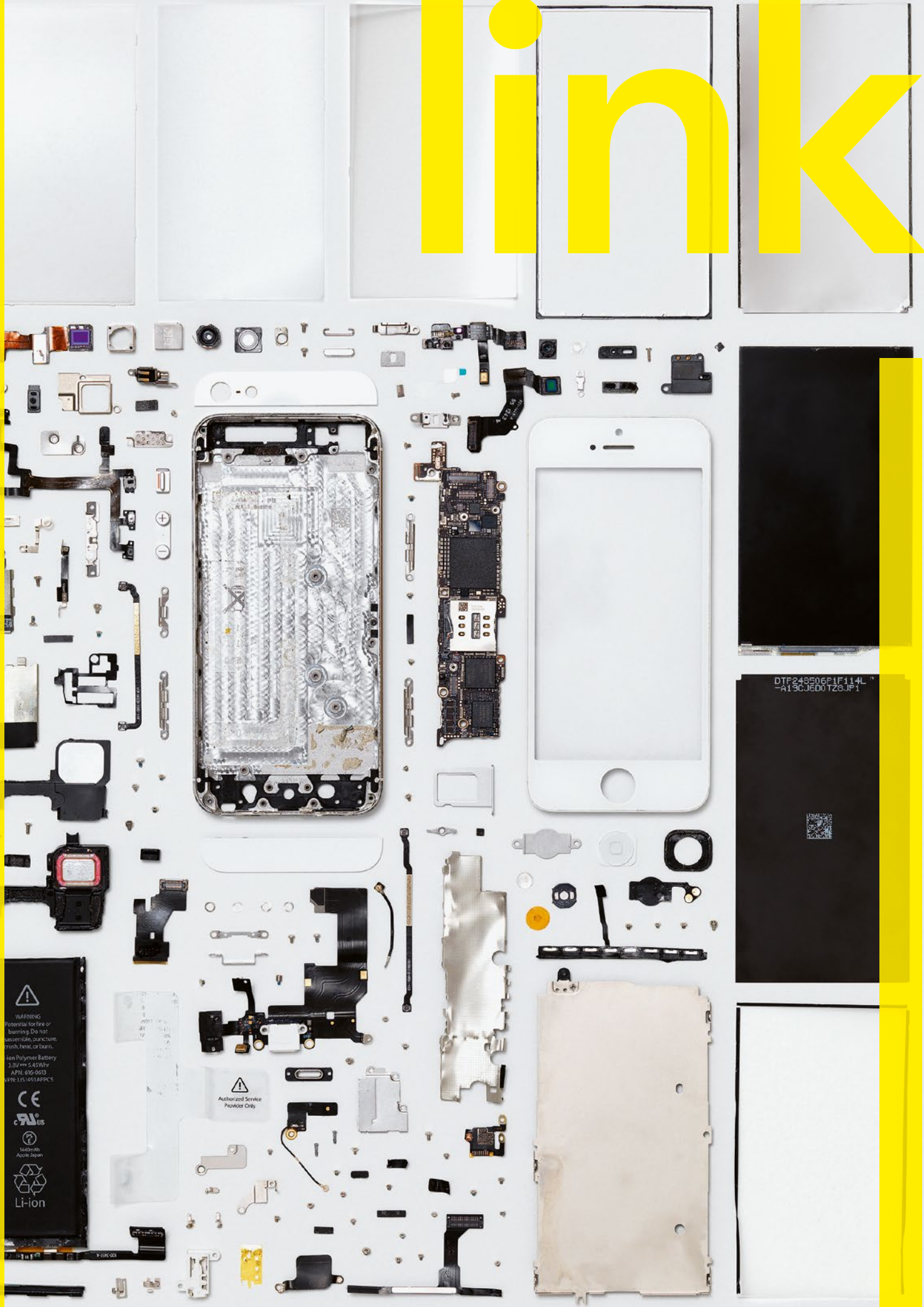


# link

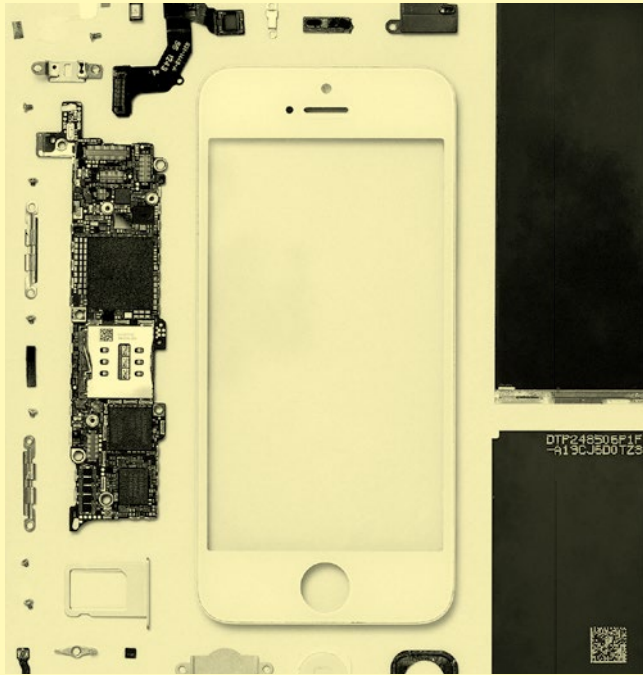


WARNING  
Potential for fire or  
burning. Do not  
assemble, puncture,  
short, bend, or burn.  
Non-Polymer Battery  
3.84V 5.45Whr  
APN: 616-0013  
MFR: LIS1451APPCS

CE  
UL US  
Li-ion

Authorized Service  
Provider Only

DTP248506F1F114L  
-A19CJ600TZ8JP1



# Audiokultur im Wandel im Fokus des Publikumsrats **S.14**

## Ich vertraue grundsätzlich eher etwas, das ich verstehe Interview mit Isabel Schuler, Pro Futuris **S.5**

Impressum: Erscheint 2026 drei Mal • Verantwortlich: SRG Deutschschweiz, Lea Rindlisbacher, Pernille Budtz • Redaktion: Pernille Budtz, Vanessa Bättig • Autorinnen und Autoren dieser Ausgabe: Moritz Büchi, Philipp Cueni, Noemi Harnickell, Eva Hirschi, Sarah Jost, Nicole Krättli, Loana Plüss • 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)

## Mehr als eine Anleitung zum Witzig-Sein Die «Comedy Talent Journey» **S.24**

Liebe Leserin, lieber Leser



Die Schweizer Stimmbevölkerung hat die Volksinitiative «200 Franken sind genug! (SRG-Initiative)» am 8. März mit 62 Prozent deutlich verworfen. Dieses Resultat ist ein klares Zeichen für einen starken medialen Service public, für Meinungsvielfalt und für ein breites Angebot der SRG. Es zeigt auch: Das grosse Engagement in allen Regionen hat Wirkung entfaltet.

Gleichzeitig bleibt die finanzielle Ausgangslage anspruchsvoll. Die SRG muss sparen. Und auch die SRG Deutschschweiz (SRG.D) übernimmt als Teil der Trägerschaft Verantwortung. Bis 2029 reduzieren wir unsere Mittel im gleichen Umfang wie die SRG, um rund 17 Prozent.

Vor diesem Hintergrund hat der Regionalvorstand der SRG.D schweren Herzens entschieden, die gedruckte Ausgabe von LINK per Ende 2026 einzustellen. Die Kosten für Produktion und Versand sind in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Gleichzeitig verändert sich die Mediennutzung stark: Viele Informationen werden heute digital gelesen, geteilt und diskutiert – und dies in allen Altersgruppen.

Wichtig ist uns: Wir bleiben mit Ihnen im Austausch. Gerade mit Blick auf die neue Konzession stellen sich zentrale Fragen: Welchen Auftrag soll die SRG künftig erfüllen? Wie bleibt der Service public unabhängig, vielfältig, qualitativ stark und in der Bevölkerung verankert? Und wie gelingt dies unter veränderten finanziellen und technologischen Bedingungen?

Die SRG.D wird diese Diskussion aktiv begleiten. Wir bleiben über unseren Newsletter «SRG aktuell», unter [srgd.ch](http://srgd.ch) und auf Social Media präsent und informieren weiterhin über Aktivitäten, Veranstaltungen und aktuelle Fragen zum medialen Service public. Ebenso wichtig bleiben die Veranstaltungen der Mitgliedsgesellschaften und des Publikumsrats als Orte der Begegnung und Diskussion.

Wie Sie sehen: Die Zukunft beschäftigt die SRG.D. Passend dazu widmet sich diese Ausgabe den zentralen Fragen von morgen: wie wir künftig informiert werden, wem wir vertrauen und welche Rolle Medien in einer verunsicherten Öffentlichkeit spielen.

Wir danken Ihnen für Ihre Treue, Ihr Engagement und Ihre Verbundenheit mit der SRG.D.

Lukas Bruhin, Präsident SRG.D

Lea Rindlisbacher, Leiterin Geschäftsstelle SRG.D

## Urs Hofmann gibt Co-Leitung der Ombudsstelle SRG.D frühzeitig ab



Urs Hofmann wird seine Funktion als Co-Leiter der Ombudsstelle SRG.D per Ende 2026 abgeben. Mit diesem frühzeitigen Entscheid – rund 14 Monate vor Ablauf der regulären Amtszeit – schafft er die Grundlage für eine geordnete und vorausschauende Nachfolgeregelung mit Blick auf die nächste Amtsperiode ab 2028. Hofmann ist seit März 2024 gemeinsam mit Esther Girsberger für die Ombudsstelle verantwortlich.

Die frei werdende Stelle als Co-Leitung der Ombudsstelle SRG.D wurde mit einem Pensum von 60 bis 80 Prozent Anfang Juni 2026 öffentlich ausgeschrieben. Wahlgremium ist der Publikumsrat SRG.D. Die Ausschreibung der zweiten Co-Leitungsstelle, die bis zum Ende der ordentlichen Amtszeit von Esther Girsberger abgedeckt wird, erfolgt im Verlauf des Jahres 2027.

## Roger Elsener ist neuer SRF-Direktor

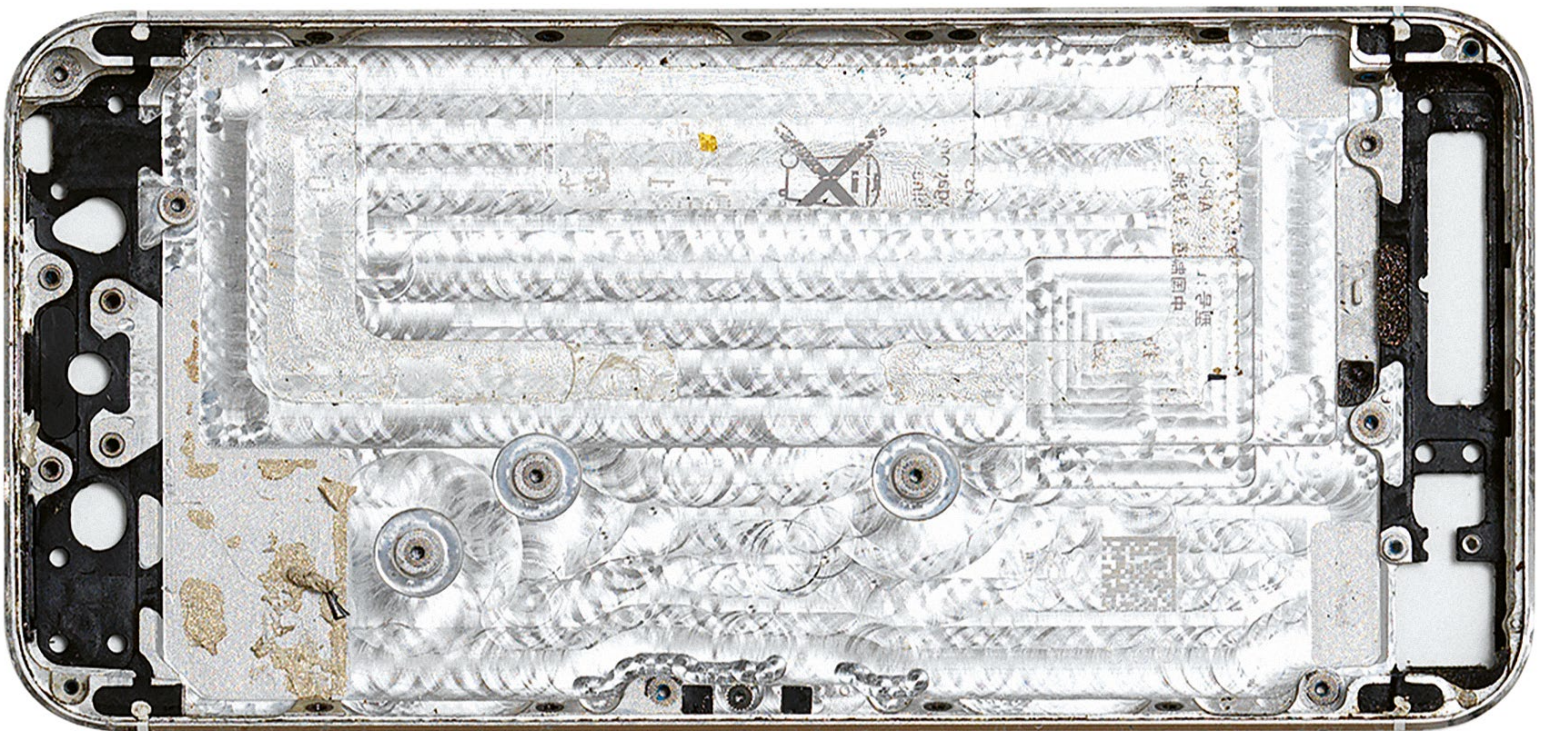


Am 1. Mai hat Roger Elsener seine Stelle als neuer Direktor von Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) angetreten. Er folgt auf Nathalie Wappler, die im September 2025 ihren Rücktritt angekündigt hatte. Gewählt wurde der 47-jährige Zentralschweizer im März einstimmig vom Verwaltungsrat der SRG auf Vorschlag des Regionalvorstands SRG Deutschschweiz. Als neuer Direktor von SRF wird er das Programm inhaltlich und qualitativ weiterentwickeln, die Digitalisierung entlang der veränderten Nutzungsgewohnheiten des Publikums weiter vorantreiben und dabei auch einen Fokus auf das junge Publikum legen. Zuvor war er CEO von Zattoo, dem führenden Schweizer Internet-TV-Streaminganbieter, Geschäftsführer von CH Media Entertainment und seit 2018 Mitglied der Geschäftsleitung der Radio- und TV-Gruppe von CH Media. Vor seiner Tätigkeit bei CH Media war Roger Elsener in verschiedenen Medienunternehmen in leitenden Positionen tätig, unter anderem bei der AZ Medien AG, der 3+ Gruppe und bei Viacom International Media Networks (MTV, Viva, Nickelodeon).

## RTS-Turm in Genf verkauft

Ende Mai wurde der Verkauf der Liegenschaft «La Tour RTS» und damit der Beginn eines neuen Kapitels für den historischen Standort besiegelt. Die SRG befindet sich mit «Enavant SRG SSR» in einem grundlegenden Transformationsprozess. Sie passt in den nächsten drei Jahren ihre internen Strukturen an, schärft das Angebot und wird digitaler. Zudem muss die SRG bis 2029 einschneidende Sparmassnahmen umsetzen, unter anderem weil der Bundesrat eine Reduktion der Medienabgabe beschlossen hat. Um das Programm und die Mitarbeitenden möglichst zu schützen und weil durch die digitale Transformation die Produktions- und Arbeitsabläufe neu gestaltet werden können, strebt die SRG auch Einsparungen bei den Gebäuden und der Infrastruktur an. Käuferin der Liegenschaft «La Tour RTS» ist die Hans-Wilsdorf-Stiftung, RTS wird als Mieterin des Turms weiterhin in Genf präsent sein. Die Parteien haben sich auf einen Verkaufspreis von 150 Millionen Franken geeinigt.

# Ich vertraue grundsätzlich



# eher etwas, das ich verstehe

## Medienkritik, Polarisierung, Politikverdrossenheit: Demokratische Institutionen scheinen zunehmend unter Druck zu stehen. Isabel Schuler von Pro Futuris, dem Thinktank der Schweizerischen Gemeinnützigen Gesellschaft, erklärt, wie gross das Vertrauen in Demokratie, Öffentlichkeit und Information noch ist – und wie es sich zurückgewinnen lässt.

**Frau Schuler, das Vertrauen der Bevölkerung gegenüber den Medien schwindet – ebenso gegenüber anderen Institutionen und teilweise auch gegenüber der Demokratie insgesamt. Wie hängt das zusammen?**

Grundsätzlich ist das Vertrauen in die demokratischen Institutionen in der Schweiz im Vergleich zu anderen Ländern relativ hoch, wenn auch polarisiert. Während beispielsweise die Wirtschaft und die Armee bei Personen, die sich politisch rechts verorten, ein höheres Vertrauen geniessen, finden wir bei Wählerinnen und Wähler aus dem linken politischen Spektrum ein höheres Vertrauen in die Wissenschaft, die Justiz und den Bundesrat. Auch das Vertrauen in die Medien ist polarisiert, politisch links orientierte Personen vertrauen den Medien mehr als Personen aus der politischen Mitte und aus dem rechten Lager. Gemäss der neuesten SRG-Studie (Schlussbericht «Wie geht's, Schweiz?», 3. Welle, gfs.bern, Anm. d. Red.) finden zwar gut 80 Prozent der Bevölkerung, dass die Medien einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung der Bevölkerung leisten. Gleichzeitig haben wir aber in unserer eigenen Erhebung («Wir und die anderen» von Pro Futuris und der Stiftung Mercator Schweiz, 2025, Anm. d. Red.) gesehen, dass fast die Hälfte der Befragten sagt, sie habe ein tiefes oder gar kein Vertrauen in die Medien. Hinzu kommt, dass gemäss dem Jahrbuch «Qualität der Medien» des Forschungszentrums Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) fast die Hälfte der Bevölkerung fast keine oder gar keine Nachrichten mehr konsumiert. Das hängt wiederum zusammen mit geringerer politischer Partizipation, geringerem Vertrauen in die Institutionen und geringerem demokratischem Gemeinsinn. Es droht ein Teufelskreis: Tiefer Medienkonsum führt zu tieferem Interesse, tieferer Partizipation und tieferem Vertrauen in die Politik und das System selbst.

**Worin sehen Sie die Gründe?**

Weil es heute viel mehr Möglichkeiten gibt als früher, Informationen zu erhalten, ist es auch einfacher geworden, einen populistischen Diskurs aufzubauen. Soziale Medien und Messenger-Dienste bieten viel Raum für alternative Erzählungen und Darstellungen. Das hat auch Vorteile, weil sich der Diskurs gerade über Politik demokratisiert hat und es damit weniger sogenannte Meinungs-Gatekeeper gibt. Ein populistischer Diskurs, der die Institutionen ständig verunglimpft oder ihnen generell ihre Kompetenz abspricht, ist für das Vertrauen aber wenig förderlich. Wenn Institutionen, Ämter oder auch Medien öffentlich immer wieder gebrandmarkt werden, ist es schwierig, das Vertrauen wieder zurückzugewinnen. In der Schweiz spielt zusätzlich eine Rolle, dass ein solcher Anti-Institutionen- oder Anti-Eliten-Diskurs von der wählerstärksten Partei kommt. Hinzu kommt, dass die Bevölkerung daran zweifelt, dass die politischen Institutionen fähig sind, Lösungen für die grossen Herausforderungen der Zukunft zu finden. Das Vertrauen

der Bevölkerung leidet, wenn der Bundesrat – zusammen mit dem Parlament und der Verwaltung – mit seinem Leistungsausweis nicht als lösungs- und zukunftsorientiert wahrgenommen wird.

**Tragen Medien eine Mitschuld am Verlust des Vertrauens in die Institutionen? Sie berichten meist kritisch über die Regierung, das Parlament und die Verwaltung.**

Es ist eine der Aufgaben der Medien, kritisch über die Institutionen zu berichten. Als vierte Gewalt in einer Demokratie müssen sie der Verwaltung und der Politik auf die Finger schauen – weil Medien an Informationen kommen und darüber berichten können, was man als Einzelperson nicht kann. Es ist zentral für die Demokratie, dass Medien das auch weiterhin tun. Gleichzeitig finde ich wichtig, dass Politikerinnen und Politiker die Medien nicht diskreditieren, wenn sie selbst einmal kritisiert werden. Da sind sie in der Pflicht, den Wert und die Rolle der Medien zu anerkennen.

**Dennoch gibt es Stimmen, die sagen, Medien trügen zu einer Polarisierung bei.**

Dafür gibt es Argumente, aber dies ist vor allem dem Clickbait-System geschuldet. Der Klick-Journalismus zielt auf reisserische und emotional polarisierende Schlagzeilen ab. Emotionalisierung und Personalisierung lassen sich gut verkaufen, weil sie uns berühren. Da können wir berechtigterweise die Frage stellen, ob die Medien die Polarisierung der Gesellschaft widerspiegeln oder ob es vielmehr der öffentliche Diskurs ist, der polarisierende Themen bewirtschaftet, und wir deswegen denken, alle seien so polarisiert. Wir brauchen in unserer Demokratie Medien, die uns die Vorgänge in der Welt erklären, die uns helfen, einzuordnen, was gerade alles passiert. Was ist relevant? Was ist wichtig? Worauf sollten wir unsere Aufmerksamkeit lenken? Aus Sicht der Demokratie ist daher unabdingbar, dass wir eine möglichst vielfältige Berichterstattung haben. Ich würde mir wünschen, dass die Medien bei der Auswahl ihrer Nachrichten nicht bloss an kurzfristige Klicks denken. Aber mir ist auch bewusst, dass es nicht so einfach ist, wenn die Ressourcen fehlen. Die Medien befinden sich in einer Negativspirale, in der fortlaufender Umsatzrückgang fortlaufenden Substanzabbau mit sich bringt.

**Was müssten die Medien anders machen?**

Auf Ebene eines einzelnen Medienhauses besteht wohl nicht allzu viel Handlungsspielraum. Dass der Business Case der Medienhäuser nicht mehr funktioniert, ist ein kollektives Problem, und dafür braucht es politische Lösungen. Wofür es wiederum einen politischen Willen braucht – insbesondere wenn es um die Allokation von finanziellen Ressourcen für eine breite, zukunftsfähige Medienförderung geht.





### Wie kann man versuchen, das Vertrauen in die Medien und die Institutionen wieder aufzubauen?

Für Vertrauen hilft einerseits grundsätzlich, wenn Institutionen als nahbar wahrgenommen werden. Die Bevölkerung muss spüren: Mit denen können wir uns austauschen. Wenn ich mich aber nur noch über alternative Kanäle informiere, bin ich nicht mehr direkt im Kontakt mit den Institutionen. Das erschwert den Vertrauensaufbau. Andererseits kann man das Vertrauen auch als etwas betrachten, das sich die Institutionen verdienen müssen; sie müssen Lösungen finden für die grossen Probleme unserer Zeit und müssen zeigen, dass sie lernfähig sind und sich verändern können, wenn es die Umstände erfordern. Schliesslich spielt auch Bildung eine zentrale Rolle, insbesondere im Bereich der Medienkompetenz – und zwar nicht nur bei Kindern und Jugendlichen, sondern auch bei Erwachsenen. Ich vertraue grundsätzlich eher etwas, das ich verstehe.

### Eine Förderung der Medienkompetenz auch bei Erwachsenen?

Ja. Oft denkt man bei Medienkompetenzbildung an Kinder und Jugendliche. Es gibt viele Angebote für Schulen und Lehrpersonen, aber es gibt wenig für die Zielgruppe der jungen Erwachsenen und noch weniger für Erwachsene selbst. Gerade Menschen in der postobligatorischen Schulzeit gehen oft vergessen. Eine Sensibilisierung ist aber auch bei älteren Menschen wichtig. Nur weil ich früher klassische Medien konsumiert habe oder das immer noch tue, kann ich beispielsweise nicht zwingend Desinformation im Netz erkennen. Daran, dass die Medienkompetenz möglichst breit gebildet wird, müssten auch die Medien ein Interesse haben. Aus Studien wissen wir nämlich, dass mit zunehmender Medienkompetenz auch die Bereitschaft steigt, für Journalismus zu bezahlen.

### Inwiefern hat Medienkompetenz auch mit der Digitalkompetenz zu tun – gerade im Hinblick auf künstliche Intelligenz?

Das sind zwei Themen, die man unbedingt zusammendenken muss. Heutzutage gibt es fast keinen Nachrichtenkonsum mehr, der nicht digital stattfindet; und sobald man sich digital bewegt, kommt man mit KI-generierten Inhalten in Kontakt. Auch hier ist es wichtig, nicht nur bei jungen Menschen anzusetzen – sie identifizieren mit KI generierte Inhalte oft besser als viele erwachsene Menschen, die nicht mit Smartphones und Internet aufgewachsen sind.

### Wie deuten Sie den Umstand, dass innerhalb von acht Jahren zwei Mal eine Initiative gegen die SRG an die Urne kam? Widerspiegelt dies einen Vertrauensverlust?

Ich würde dies nicht als Vertrauensverlust interpretieren – gerade auch wegen der klaren Resultate. In der Schweiz debattieren wir immer wieder über öffentliche Ausgaben und Gebühren. Das ist in erster Linie einfach ein Zeichen einer funktionierenden Demokratie. Auch sind die Hürden, damit eine Volksinitiative zustande kommt, heute nicht mehr sehr gross, gemessen an der Bevölkerungszahl und in Anbetracht der digitalen Möglichkeiten für eine Kampagne. Man findet mit grosser Wahrscheinlichkeit genug Menschen, die keine oder weniger SRG-Gebühren zahlen möchten. Die Nachwahlbefragung von gfs.bern hat gezeigt, dass bei den Personen, die die Initiative angenommen haben, finanzielle Gründe häufiger genannt wurden als Kritik an der SRG. Auch haben viele Argumente gegen die Initiative auch bei Befürworterinnen und Befürwortern Zustimmung bekommen; etwa, dass die Radio- und Fernsehgebühr ein Zeichen der Solidarität gegenüber kleineren Landesteilen sei.

Bild: ZvG

### Sehen Sie dennoch Punkte, die die SRG anders machen müsste, um das Vertrauen zu stärken?

Aus unserer Studie zu Polarisierung und Zusammenhalt («Zwischen Konflikt und Kompromiss» von Pro Futuris und der Stiftung Mercator Schweiz, 2024, Anm. d. Red.) in der Schweiz wissen wir, dass 70 Prozent der Bevölkerung finden, der gesellschaftliche Zusammenhalt habe in den letzten Jahren abgenommen. Wir nehmen wahr, dass ein Wunsch besteht nach mehr Zusammenhalt und positiven Nachrichten. Auch darüber möchte man lesen: über das Verbindende statt über das, was trennt. Das macht die SRG zwar tendenziell bereits häufiger als etwa grosse Tageszeitungen, aber da gäbe es aus meiner Sicht noch Potenzial. Wir wissen auch, dass die direkte Demokratie als politisches Erfolgsmodell die Schweizer Bevölkerung verbindet. Man könnte also auch vermehrt darüber berichten, was in der politischen Arena gut klappt: über funktionierende demokratische Prozesse, über respektvolle Debatten, und nicht nur über Diskussionen, bei denen sich zwei wieder die Köpfe eingeschlagen haben. Bei solchen Themen kann die SRG eine Rolle einnehmen – auch, weil sie weniger von den Klickzahlen abhängig ist. Aber wie gesagt ist es ein strukturelles Problem, und solange die Ressourcen fehlen, ist es schwierig, alle Wünsche zu erfüllen.

### Wie können wir in die Zukunft schauen, was das Vertrauen in die Institutionen und die Medien angeht?

Gemäss dem Generationen-Barometer von letztem Jahr blicken 25 Prozent der Befragten pessimistisch auf das Jahr 2055, 46 Prozent eher pessimistisch. Was mich aber noch mehr beunruhigt: 87 Prozent glauben, dass sie einen eher kleinen oder sehr kleinen Einfluss auf die Gestaltung der Zukunft haben. Bei dieser Desillusion geht es auch um einen Vertrauensverlust – eigentlich wäre eine Demokratie die Staatsform, die uns erlaubt, mitzureden. Wenn wir nicht mehr das Gefühl haben, dass wir mitgestalten können, wer gestaltet dann? Wenn wir uns alle zurücknehmen, funktioniert eine Demokratie nicht mehr. Nicht ausser Acht lassen dürfen wir aber trotz all der pessimistisch stimmenden Zahlen, dass immer noch drei Viertel der Bevölkerung zufrieden sind mit der Demokratie in der Schweiz und über 90 Prozent es als wichtig erachten, in einer Demokratie zu leben.

---

Zur Fotoreihe von Todd McLellan aus dem Buch «Things Come Apart»: Der kanadische Fotograf Todd McLellan macht sichtbar, was sonst verborgen bleibt – er zerlegt Alltagsgegenstände in ihre Einzelteile oder hält den Moment fest, in dem sie auseinanderbrechen. Indem seine Fotografien das Innenleben von Dingen offenlegen, werden sie zur visuellen Metapher für eine zentrale Kompetenz unserer Zeit: den bewussten, kritischen Umgang mit Medien. Sie zeigen: Was wir täglich nutzen und selbstverständlich finden, ist oft komplexer, als es scheint. Hier setzt Medienbildung an. McLellans Bilder erinnern daran, wie wichtig es ist, Dinge zu hinterfragen, aufzuschlüsseln und zu verstehen. Nur so entsteht Vertrauen.

---



Isabel Schuler ist bei Pro Futuris Co-Leiterin eines Projekts zur demokratischen Unternehmensverantwortung und Co-Autorin der Studienreihe zu Polarisierung und Zusammenhalt. Davor arbeitete sie einige Jahre in der Bundesverwaltung im Bereich der internationalen Handelsbeziehungen. Sie engagiert sich seit über zehn Jahren ehrenamtlich für politische Bildung, interkulturelles Lernen und nachhaltige Entwicklung. Isabel Schuler hat in Genf, Linz und Bern Internationale Beziehungen, Politische Bildung und Politikwissenschaften studiert.

---

## Facts & Figures

Die Medienwelt entwickelt sich dank der Digitalisierung rasant. Die Konsequenzen für Medienunternehmen und Publikum sind tiefgreifend. Wie sieht unser Medienkonsum in Zukunft aus? Ein Blick in die Statistiken zeigt: Zum Teil sind wir bereits in der Zukunft angekommen. Ein paar interessante Zahlen und Fakten im Überblick.

**Der Zugang** zu Medien verlagert sich zunehmend auf wenige globale Plattformen wie YouTube und Netflix. Hier entscheiden Algorithmen, wo Inhalte ausgespielt werden. Für Schweizer Medien bedeutet das: Nicht mehr Medienhäuser steuern die Reichweite – Plattformen entscheiden, was gesehen wird und was nicht. In der Schweiz ist YouTube der grösste internationale Player im Videostreaming und erreicht 4,8 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer. Dahinter folgen Netflix (3,4 Mio.) und Disney+ (1,6 Mio.). Bei den Schweizer Streaming-Anbietern erreicht das Angebot von Play SRF/RTS/RSI die meisten Zuschauerinnen und Zuschauer (3,8 Mio.), gefolgt von Play Suisse (1,9 Mio.). Mit der Nachfolgeplattform Play+, die 2027 lanciert wird, soll ein Schweizer Streamingdienst entstehen, der der ausländischen Konkurrenz künftig die Stirn bietet.

**5,7 Stunden** Bildschirmzeit – so lange waren Schweizerinnen und Schweizer im Jahr 2025 täglich durchschnittlich im Internet unterwegs. Damit hat sich ihre Onlinezeit im Vergleich zu 2011 mehr als verdreifacht. Rund 3 Prozent der rund 1000 in der Schweiz Befragten einer Langzeitstudie der Uni Zürich sind sogar mehr als 15 Stunden am Tag online.

**97 Prozent** der Schweizerinnen und Schweizer zwischen 15 und 75 Jahren nutzen digitale Newsangebote, und rund 89 Prozent sind auf Social Media aktiv – digitale Medien erreichen heute praktisch die gesamte Bevölkerung. Das hat Konsequenzen für die Art und Weise, wie Medieninhalte produziert werden. Auch SRG-News-Inhalte werden häufig zuerst im Social-Media-Feed gesehen und müssen deshalb konsequent für den digitalen Raum gedacht werden. Fazit: Die Transformation ins Digitale ist weit fortgeschritten – die digitale Mediennutzung ist in der Schweiz bereits Realität.

**57 Prozent** der Schweizer Bevölkerung schauen noch täglich fern – das entspricht 3,6 Millionen Menschen. Bei den über 35-Jährigen sowie in der Deutschschweiz ist die tägliche Nutzung sogar gestiegen. Im Tessin liegt der Wert mit 70 Prozent deutlich höher als im Rest der Schweiz. Das Fernsehpublikum wird jedoch tendenziell älter: In der Altersgruppe ab 55 Jahren ist die tägliche Nutzung mit 77 Prozent besonders hoch. Auch wenn die Digitalisierung fortgeschritten ist: Lineares Fernsehen wird uns noch länger erhalten bleiben. Für Schweizer Medienunternehmen stellt die parallele Produktion für lineares Fernsehen und den digitalen Raum auch in Zukunft eine grosse strategische und finanzielle Herausforderung dar.

**Vertrauen** wird zur entscheidenden Währung – und zugleich zur grossen Herausforderung für Schweizer Medienunternehmen. Obwohl digitale Inhalte heute nahezu die gesamte Bevölkerung erreichen – rund 97 Prozent nutzen digitale Newsangebote –, zeigt sich gleichzeitig eine wachsende Distanz zum klassischen Journalismus: Etwa 46 Prozent gelten laut fôg als «newsdepriviert», konsumieren also nur wenig oder sehr selektiv journalistische Inhalte. Inhalte werden zunehmend über Plattformen wie Social Media oder Videoplattformen verbreitet, während ihre ursprünglichen Quellen in den Hintergrund treten. Gleichzeitig verschwimmen die Grenzen zwischen professionellen redaktionellen Inhalten, Meinungen, Influencerbeiträgen sowie algorithmisch kuratierten oder KI-generierten Informationen immer stärker – die klassische Markenbindung an Medien verliert an Bedeutung. Stattdessen wird Vertrauen situativ entschieden. Damit verschiebt sich die zentrale Frage von «Was wird berichtet?» hin zu «Wem vertraue ich überhaupt?» – eine Kernfrage in einer überbordenden und unübersichtlichen Informationslandschaft.

Vertrauen

5,7  
Stunden

**Curbin**

**79**  
**Prozent**

# Rückblick

## 1962

Roboter, elektronische Klassenzimmer, sprechende Computer: Die Zukunft kam im SRG-Programm früh und oft sehr optimistisch daher. In den 1970er- und 1980er-Jahren erklärten Moderatorinnen und Reporter dem Publikum, wie neue Technologien den Alltag erleichtern und mehr Freiheit schaffen würden. Nicht alles traf ein, manches wirkt heute naiv – aber der Kern bleibt erstaunlich aktuell: die Hoffnung, dass Technik dem Menschen dient. Das Archiv zeigt, wie jede Generation ihre Zukunft neu erfindet – mit Staunen, Skepsis und einer klaren Frage: Was davon wollen wir wirklich? Ein Roboter als Dienstbote? Im Bild («Schweizer Filmwochenschau», 1962) soll ein kleiner Roboter helfen, eine Zigarette anzuzünden – ohne Erfolg: Der Roboter zerbricht die Zigarette.

Bild: SRF (Screenshot)



## 1998

Briefe im Studio, Anrufe live auf Sendung, frühe Publikumsabstimmungen: Beteiligung gehört seit Jahrzehnten zur DNA der SRG. Das Archiv zeigt, wie sich das Publikum Schritt für Schritt emanzipierte – vom Zuhören zum Mitreden. Heute ist Interaktion selbstverständlich. Die Frage bleibt dieselbe wie damals: Wie schaffen Medien künftig Räume, in denen viele Stimmen Platz haben, ohne dass Vertrauen verloren geht? Im Bild «Arena» zum Thema «Wer hat die Macht im Land?» mit Moderator Filippo Leutenegger (rechts), Bundesrat Moritz Leuenberger (links) und Studiogästen.

Bild: SRF



# 2000

Als in der Nacht auf den 15. Oktober 2000 ein gewaltiger Erdbeben das Dorf Gondo verschüttete, wurde Information zur Überlebensfrage. Die SRG berichtete über Stunden live – mit bestätigten Zahlen, offenen Lücken und einer Sprache, die der Situation gerecht wurde. Genau hier zeigt sich die journalistische Verantwortung: sagen, was gesichert ist – und klar benennen, was noch unklar bleibt. Das Bild aus dem SRF Archiv erinnert daran, dass Vertrauen nicht durch Schnelligkeit entsteht, sondern durch Verantwortung. Besonders dann, wenn die Lage unübersichtlich ist und die Konsequenzen real sind. Gerade in einer Zeit, in der Informationen immer schneller zirkulieren, wird diese Haltung zum entscheidenden Anker für Glaubwürdigkeit.

Bild: SRF



**Sagt Ihnen eines dieser Fotos etwas?  
Teilen Sie Ihr Wissen mit uns!**



Radio läuft oft einfach mit, Podcasts werden gezielt ausgewählt. Für Christof Thurnherr vom Publikumsrat SRG.D zeigt dieser Unterschied, weshalb die beiden Formate keine direkten Konkurrenten sind. Im Dialogfenster «Audiokultur im Wandel» werden ihre unterschiedlichen Rollen im medialen Service public genauer unter die Lupe genommen.

Von Nicole Krättli

**SRG.D: Herr Thurnherr, der Publikumsrat beschäftigt sich dieses Jahr auch mit dem Thema Audiokultur. Weshalb gerade jetzt?**

Der Publikumsrat hat die Aufgabe, den Dialog zwischen der Bevölkerung und den Programmschaffenden von SRF zu relevanten Themen zu ermöglichen. Die Idee für das Thema Audiokultur kam uns durch die Beobachtung der oft diskutierten aktuellen Trends: Der Radiokonsum nimmt ab, die Nutzung von Podcasts nimmt zu. Auf den ersten Blick könnte man daraus schliessen, dass Podcasts das Radio verdrängen.

**Tun sie das?**

Nach allem, was wir bisher sehen: nein. Unsere ersten Kontakte mit SRF wie auch mit der Bevölkerung zeigen, dass Radio und Podcast nicht in einem direkten Konkurrenzverhältnis stehen. Die beobachteten Trends sind eher als zeitgleiche Entwicklungen zu betrachten, die aber unterschiedliche Ursachen haben und deshalb nicht direkt zusammenhängen.

**Worin unterscheiden sich die beiden Formate aus Ihrer Sicht am stärksten?**

Radio ist das klassische Begleitmedium, es läuft im Alltag mit. Radio sendet von sich aus, und es wendet sich aktiv an das Publikum. Beim Podcast ist es genau umgekehrt: Die Hörenden suchen gezielt nach einem Podcast. Sie wählen ein Thema bewusst aus und laden eine Folge herunter oder streamen sie zu einem Zeitpunkt, der ihnen passt. Vereinfacht gesagt: Radio wird gebracht, Podcasts werden geholt.

**Im Resonanzradar heisst es, Radio gebe vielen Menschen einen Rhythmus im Alltag. Ist das noch zeitgemäss?**

Ja, dieses Bedürfnis nach einem Begleiter im Alltag ist nach wie vor gross. Das geht sehr deutlich aus den Marktforschungen der SRF-Abteilung Audience hervor: Trotz rückläufiger Zahlen ist Radio immer noch sehr wichtig, die Nutzungszahlen sind um ein Vielfaches höher als selbst bei den beliebtesten Podcasts.

**Podcasts bedienen demgegenüber oft spezifischere Interessen. Ist das eine Stärke?**

Absolut. Podcasts können bestimmte Interessengruppen gezielt ansprechen und ein Thema vertiefter behandeln. Gerade dadurch, dass Podcasts bewusst gewählt werden, kann auf eine höhere Aufmerksamkeitsbereitschaft gezählt werden. Radio dagegen spricht eine breitere Gruppe an und erfüllt andere Bedürfnisse.

**Eine Person schreibt in der Umfrage: «Ohne Radio würde ich weniger Entdeckungen machen.» Geht diese Zufälligkeit im Podcast-Zeitalter verloren?**

In der digitalen Welt bekommen wir oft das zu sehen oder zu hören, was wir gesucht haben. Ein Beispiel für diesen Effekt sind die personalisierten «Feeds», die unseren Medienkonsum lenken. Das Radio erscheint diesbezüglich offener: Hier ist die Chance grösser, dass man auf ein Thema, eine Information oder eine Musik stösst, mit der man bisher noch keinen Kontakt hatte. Solche zufälligen Entdeckungen sind enorm bereichernd.

**Podcasts sprechen eher Nischen an, Radio eher ein breites Publikum. Passt Podcasting überhaupt zum Service-public-Auftrag?**

Ich bin der Meinung, dass Podcasts sehr wohl einen Teil eines zeitgemässen Service public ausmachen. Aber man muss sich genau überlegen, welche Rolle sie in der Gesamtheit des Service-public-Angebots spielen können und sollen. Podcasts haben eigene Gestaltungsmerkmale und leben von einer spezifischen Art der persönlichen Bindung zwischen Publikum und Host. Daneben sind sie zum Beispiel oft in eine Social-Media-Umgebung eingebettet, wodurch das Publikum direkt reagieren und teilweise Einfluss auf eine nächste Folge in einer Serie nehmen kann. Unser Ziel als Publikumsrat ist, im Dialog zwischen SRF und der Bevölkerung den zeitgemässen Platz von Radio und Podcasts sichtbar zu machen.

**Wo steht das Dialogfenster aktuell?**

Wir haben etwa den ersten Drittel unseres Dialog-Konzepts realisiert. An der eröffnenden Online-Umfrage nahmen nach einem zweiwöchigen Aufruf auf den SRF-Radiokanälen im Mai und Juni 1612 Personen teil. Darüber freuen wir uns sehr. Die Umfrage dient dazu, SRF bei der Weiterentwicklung des Audioprogramms zu unterstützen und das Thema und die Fragen für den weiteren Austausch im Resonanzraum zu schärfen. Nun folgen Dialogveranstaltungen, an denen sich die Bevölkerung und die Programmschaffenden von SRF direkt und persönlich austauschen können. Eine erste solche Veranstaltung hat im Rahmen des Schaffhauser Jazzfestivals stattgefunden.

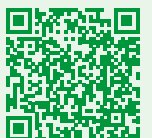
**Was wird mit den Rückmeldungen des Publikums konkret passieren?**

Eine wichtige Aufgabe des Publikumsrats besteht darin, den Dialog zwischen SRF und der Bevölkerung zu ermöglichen. Die daraus gewonnenen Feststellungen, Vorschläge und Anregungen unterstützen die Programmentwicklung von SRF. Wie diese Inputs konkret einflüssen in die Programmgestaltung, bleibt jedoch SRF überlassen.



Christof Thurnherr, Publikumsrat SRG.D

Möchten auch Sie Ihre Meinung zum SRF-Angebot einbringen und laufend über Umfragen, Umfrageergebnisse, Veranstaltungen und Verlosungen informiert werden? Melden Sie sich im Resonanzraum des Publikumsrats SRG.D an:



# Umfrage

## Radio und Podcasts: Das zeigt ein Zwischenfazit der Onlineumfrage des Publikumsrats

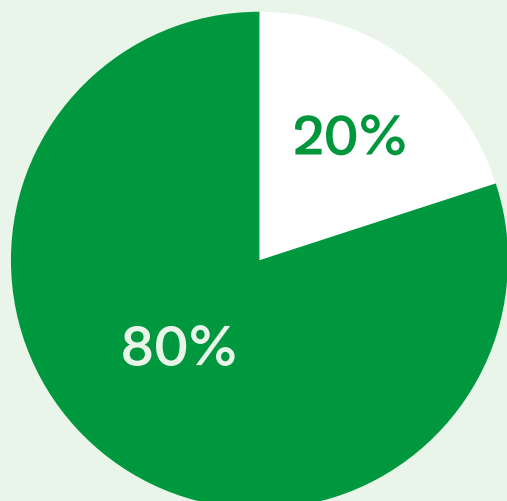
Radio und Podcasts ergänzen sich im Alltag – statt sich zu verdrängen. Das zeigen erste Ergebnisse einer nicht repräsentativen Onlineumfrage des Publikumsrats der SRG.D im Rahmen des Dialogfensters «Audiokultur im Wandel». Über 1500 Teilnehmende aus der Deutschschweiz berichten: Radio ist als Begleitmedium fest verankert, gibt Struktur und überrascht. Podcasts hingegen werden bewusst ausgewählt und bieten vertiefte Inhalte zu individuellen Interessen. Beide Formate erfüllen unterschiedliche Bedürfnisse – je nach Situation. Die Möglichkeit, sich aktiv in Diskussionen einzubringen, spielt für die meisten Befragten eine untergeordnete Rolle – nur rund ein Sechstel schätzt diese Funktion ausdrücklich. Die Ergebnisse machen deutlich: Die Zukunft liegt nicht im Entweder-oder, sondern im Zusammenspiel. Die Resultate sind als Stimmungsbild zu verstehen und nicht auf die gesamte Bevölkerung übertragbar.

Zu den Umfragewerten:

- Anzahl Teilnehmende an der Umfrage: 1612
- Antworten nicht obligatorisch, deshalb teils weniger abgegebene Stimmen pro Frage
- Erhebungszeitraum: 25. Mai bis 10. Juni 2026
- Beispiel Ergebnisse aus der Umfrage «Audiokultur im Wandel»

## Aus welchen Gründen hören Sie Podcasts?

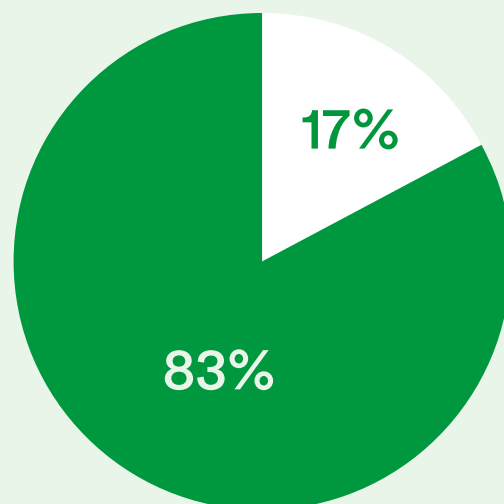
Podcasts passen gut in meinen Alltag, weil ich sie zeitlich flexibel hören kann.



■ Ja ■ Nein

Antworten gesamt: 1135

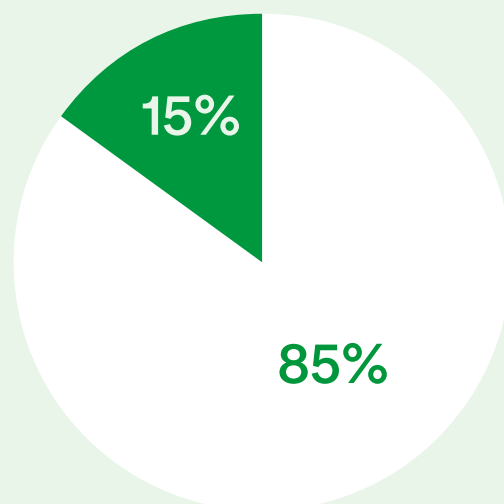
Ich höre Podcasts, weil sie sich vertieft mit einem einzelnen Thema auseinandersetzen.



■ Ja ■ Nein

Antworten gesamt: 1135

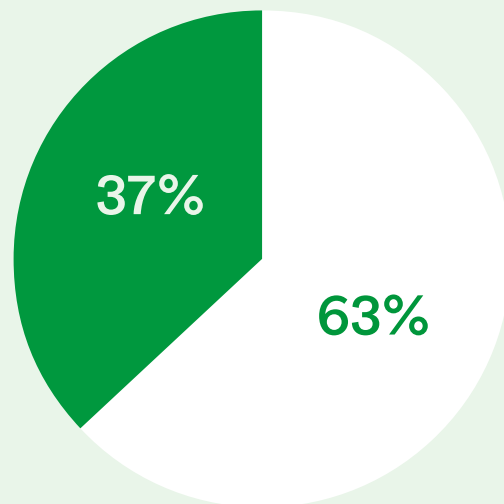
Ich schätze es, wenn ich mich über Podcasts oder begleitende Kanäle in Diskussionen einbringen kann.



■ Ja ■ Nein

Antworten gesamt: 963

Podcasts schaffen für mich ein Gefühl von Austausch oder Gemeinschaft.



■ Ja ■ Nein

Antworten gesamt: 1003

Sich neu organisieren

Sich mit politischem Druck konfrontieren

Qualität beibehalten

Sich legitimieren

Sparen

Die SRG muss sparen, sich neu organisieren und gleichzeitig ihre Legitimation in einer zunehmend polarisierten Medienwelt behaupten. Im Interview spricht SRG-Präsident Jean-Michel Cina über den tiefgreifenden Umbau des Unternehmens, den politischen Druck auf Mitarbeitende, die Rolle der Trägerschaft und darüber, weshalb ein Vollprogramm essenziell ist.

Von Nicole Krättli



**SRG.D:** Jean-Michel Cina, die SRG hat zuletzt ein deutliches politisches Votum erhalten. Ist das für Sie vor allem eine Bestätigung oder eine Verpflichtung zu grundlegenden Veränderungen?

Beides. Die Abstimmung war ein klares Vertrauensvotum für eine unabhängige, mehrsprachige SRG, die digital und regional verankert ist und ein umfassendes Programm anbietet. Gleichzeitig müssen wir gemäss Sparauftrag des Bundesrats bis 2029 die Kosten um 270 Millionen Franken reduzieren. Wir stehen unter enormem Zeitdruck. Das zwingt uns als SRG zu einem tiefgreifenden Umbau, der bereits vor der Abstimmung begonnen hat. Diese beiden Erwartungen gleichzeitig zu erfüllen, stellt eine grosse Herausforderung dar.

**Welche Rolle soll die SRG in zehn Jahren für die Schweizer Öffentlichkeit spielen?**

Die SRG erhält ihren Auftrag über die Verfassung, das Gesetz und die Konzession von der Politik. Anfang Juni haben die Gespräche zur neuen Konzession ab 2029 begonnen. Vieles

ist somit noch offen. Klar ist jedoch, dass die SRG relevant bleiben muss, um ihren Rückhalt zu bewahren. Entscheidend dafür ist ihre Glaubwürdigkeit, also eine qualitativ hochwertige, sachgerechte, vielfältige und unabhängige Berichterstattung. Gerade in Zeiten von Manipulation und Deepfakes gewinnt dies an Bedeutung.

## **Woran wird sich diese Relevanz künftig messen?**

Die SRG sichert ihren Rückhalt nur mit einem Vollprogramm, das Information, Unterhaltung, Sport, Kultur und Bildung umfasst. Dazu gehören auch Angebote, die sich privat kaum finanzieren lassen, wie Schweizer Produktionen, barrierefreie Inhalte oder Formate, die Menschen und Regionen miteinander verbinden. Ebenso zentral sind Beiträge, die politische Prozesse verständlich machen und zur gesellschaftlichen Debatte beitragen. Diese Aufgabe erfüllt die SRG gemeinsam mit privaten Medien. Es braucht dabei immer die richtige Balance zwischen Reichweite und gesellschaftlicher Wirkung. Nicht alles lässt sich in Klickzahlen messen. Gleichzeitig muss die SRG nah bei der Bevölkerung bleiben und sich den digitalen Nutzungsgewohnheiten anpassen. Ohne starke Präsenz im digitalen Raum kann sie ihren Service-public-Auftrag langfristig nicht erfüllen.

## **Sie sind seit 2017 Präsident der SRG. Inwiefern hat sich die SRG in dieser Zeit verändert?**

Das Umfeld der SRG hat sich in den letzten neun Jahren technologisch, gesellschaftlich, politisch und finanziell stark gewandelt. Deshalb musste sich die SRG sehr rasch anpassen. Sie ist trotz zunehmend knapper Mittel deutlich digitaler geworden. Gleichzeitig ist die SRG auch örtlich enger zusammengerückt. Radio, Fernsehen und Online arbeiten heute viel intensiver zusammen, Inhalte werden verstärkt gemeinsam geplant und produziert. Projekte wie Play Suisse oder zukünftig Play+ stehen exemplarisch für diese Entwicklung.

## **Die SRG muss sparen, will aber gleichzeitig Qualität erhalten. Ist das überhaupt möglich?**

Wir wollen so viel wie möglich in den Strukturen und Prozessen einsparen, um das Programm zu schützen. Gleichzeitig wird es trotzdem Anpassungen im Angebot geben müssen. Wenn weniger Personen zum Einsatz kommen, wird es weniger Inhalte geben. Das bedeutet aber nicht zwangsläufig eine Verschlechterung. Quantität und Qualität von Inhalten sind nicht identisch.

## **Welche Entscheidungen sind in diesem Transformationsprozess am schwierigsten?**

Die schwierigsten Entscheidungen betreffen derzeit sowohl die Organisation als auch das Angebot der SRG. Seit dem 1. April 2026 ist die SRG organisatorisch neu strukturiert, erste Mitarbeitende wurden bereits neu zugeordnet. Der Wandel ist also deutlich spürbar. In den kommenden Monaten sind weitere Personalentscheidungen in allen Regionen geplant. Gleichzeitig gilt es, grundlegende Fragen zu klären: Welche Art von Medienunternehmen will die SRG künftig sein, und welches Angebot soll sie der Bevölkerung noch bereitstellen können?

## **Die SRG muss sich immer wieder öffentlich rechtfertigen. Wie wirkt sich dieser dauernde Legitimationsdruck auf das Unternehmen und seine Mitarbeitenden aus?**

Der Druck auf das Unternehmen und die Mitarbeitenden ist enorm. Besonders schwierig war die Situation während der Abstimmung, da die Mitarbeitenden unmittelbar betroffen waren, sich jedoch kaum öffentlich verteidigen konnten. Die Unterstützung aus der Bevölkerung, von Organisationen und

insbesondere der Trägerschaft war deshalb besonders wertvoll. Gleichzeitig herrscht weiterhin grosse Unsicherheit, weil viele Mitarbeitende nicht wissen, wie ihre Zukunft innerhalb der SRG aussieht. Der notwendige Umbau verändert nicht nur Strukturen, sondern auch die Unternehmenskultur. Dies ist ein anspruchsvoller Prozess, den der Verwaltungsrat eng begleitet.

## **Gab es in den letzten Jahren Momente, in denen Sie befürchtet haben, dass es kritisch wird für die SRG?**

Die zeitgleiche Bewältigung mehrerer Herausforderungen war äusserst anspruchsvoll: die veränderte Mediennutzung, der Sparauftrag des Bundesrats, die Halbierungsinitiative sowie die andauernde politische Auseinandersetzung. Dies gehört zu den schwierigsten Situationen, die ich in meinem Leben erlebt habe. Gleichzeitig war für mich stets klar: Die Zukunftsfähigkeit der SRG zu sichern, ist ein zentraler Auftrag. Daraus schöpfe ich jeden Tag die Energie für diese Aufgabe.

## **Das Vertrauen in Medien ist fragiler geworden. Wo sehen Sie konkret Defizite bei der SRG, wenn es um Vertrauensbildung und -erhalt geht?**

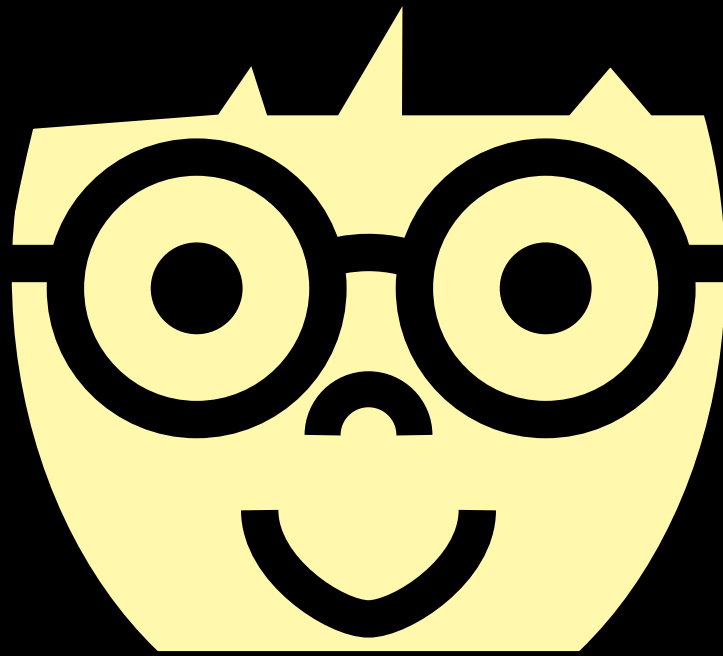
Im Vorfeld der Abstimmung habe ich mit vielen Menschen aus allen Landesteilen gesprochen. Die Arbeit der SRG sowie ihrer Journalistinnen und Journalisten wird grundsätzlich sehr geschätzt. Gleichzeitig begegnen uns immer wieder Vorwürfe der «Linkslastigkeit» oder der Staatsnähe. Die SRG produziert jährlich Tausende Beiträge in Radio, Fernsehen und Online. Der Auftrag besteht nicht darin, dass jeder einzelne Beitrag für sich vollständig ausgewogen ist, sondern dass das Gesamtangebot unterschiedliche Perspektiven abbildet. Kritik bezieht sich meist auf einzelne Beiträge. Dafür stehen Redaktionen, Ombudsstellen und Beschwerdeinstanzen zur Verfügung. Verbessern kann sich die SRG jedoch darin, transparenter zu erklären, weshalb bestimmte Themen gewählt und wie sie journalistisch bearbeitet werden. Genau dieser Austausch mit der Bevölkerung wird künftig noch wichtiger. Dabei spielt auch die Trägerschaft eine wichtige Brückenfunktion.

## **Die Trägerschaft soll die SRG in der Bevölkerung verankern und den Dialog fördern. Dennoch bleibt ihre Wirkung für viele kaum sichtbar. Woran liegt das?**

Die Trägerschaft tritt vor allem in Abstimmungskämpfen wie bei «No Billag» oder der Halbierungsinitiative deutlich hervor. Dort zeigte sich sehr deutlich, wie stark sich viele Menschen für die SRG engagieren. Im Alltag agiert die Trägerschaft hingegen meist im Hintergrund, etwa im Austausch mit dem Publikum oder bei öffentlichen Veranstaltungen in den Regionen. Zudem ist die Struktur komplex: Die vier Regionalgesellschaften sind unterschiedlich organisiert und rechtlich unabhängig. Dies erschwert gemeinsame Projekte. Deshalb haben wir in den letzten Jahren die Zusammenarbeit verstärkt und gemeinsame Ziele definiert. Der eingeschlagene Weg benötigt jedoch Zeit.

## **Braucht es die Trägerschaft tatsächlich noch?**

Absolut. Die Trägerschaft schafft Nähe zur Bevölkerung und bringt eine andere Perspektive ein als das Unternehmen selbst. Allerdings muss sie beweglicher und vernetzter werden. Sie darf sich nicht nur an bestehenden Strukturen und Sitzungen orientieren, sondern muss verstärkt dorthin gehen, wo gesellschaftlicher Dialog stattfindet. Deshalb ist der Ausbau von Netzwerken besonders wichtig. Sowohl innerhalb der SRG als auch mit Personen und Organisationen, die sich generell für den Service public und den gesellschaftlichen Zusammenhalt engagieren. Genau darin sehe ich die Zukunft der Trägerschaft.



2046

## Wie ich mir die Medien in 20 Jahren vorstelle

Wie werden Medien in 20 Jahren aussehen? Gibt es noch Zeitungen? Ist die Arbeit von Reporterinnen und Reportern noch wichtig? All diese Fragen habe ich mir gestellt. Aber zuerst zu mir. Ich bin Loana, 13 Jahre alt, schreibe meine eigene Zeitung und bin SRF-Kids-Reporterin. Ich habe mir viele Fragen gestellt, wie die journalistische Arbeit in Zukunft aussehen wird. Ich denke, dass sich einige Dinge verändern werden. Wenn man zurückschaut, konnte man sich vor 20 Jahren nicht vorstellen, dass man in Zukunft keine CDs mehr hört und dass man vor allem Online-Plattformen braucht, um Musik zu hören. Deswegen denke ich, dass sich die Medien in 20 Jahren noch mehr verändern, im Positiven, aber auch im Negativen. Ich denke, dass man in Zukunft weniger glauben kann, was man liest. Positiv ist sicher, dass man in Zukunft schneller an viele Infos gelangt.

Mit den Veränderungen muss man sich auch fragen, ob es in Zukunft überhaupt noch Zeitungen und TV gibt? Ich hoffe schon, aber ehrlich gesagt weiss ich nicht, ob es in 20 Jahren noch gedruckte Zeitungen geben wird. Ich denke, in Zukunft wird es, wenn überhaupt, nur noch Online-Zeitungen geben. Denn von Generation zu Generation werden immer weniger Zeitungen gelesen. Was ich schade finde, aber man merkt schon beim Zeitungssammeln in der Schule, dass es immer weniger Zeitungsbündel gibt zum

Sammeln. TV wird mit grosser Wahrscheinlichkeit weniger genutzt, da mehr Menschen Netflix und andere solche Plattformen nutzen werden.

KI wird sicher eine grosse Rolle spielen in der Zukunft. Denn was wird man in der Zukunft überhaupt noch alles in den sozialen Medien glauben können? KI kann immer mehr lebensechte Bilder erstellen, was aus meiner Sicht ein grosses Problem ist, denn KI-generierte Bilder führen oft zu Missverständnissen. In Zukunft sollte man sicher die Quelle überprüfen und auch Details kritisch hinterfragen, bevor man etwas glauben kann.

Was ich mich dann auch gefragt habe: In 20 Jahren bin ich 33 Jahre alt, und wer weiss, vielleicht werde ich Reporterin und reise um die Welt. Doch werden wir in 20 Jahren überhaupt noch Reporterinnen und Reporter brauchen?

Ich denke schon, denn KI kann zwar immer mehr übernehmen, aber nicht alles. KI kann vielleicht in Zukunft Informationen sammeln, aber zum Beispiel wird KI nicht so schnell vor Ort eine Reportage machen können. Dafür bräuchte es einen Roboter, und mit einem Roboter könnte man eigentlich alle Berufe übernehmen. Und wer weiss, vielleicht sehen wir uns in 20 Jahren bei meiner eigenen TV-Show.

Von Loana Plüss, 13,  
SRF-Kids-Reporterin



## Sichtbare Vielfalt Wie klingt Kompetenz?

Die Kolumne «Sichtbare Vielfalt» beleuchtet im LINK 2 und 3/26 sowie in weiteren Beiträgen auf srgd.ch, wie Medien gesellschaftliche Vielfalt spiegeln – oder unsichtbar machen. Sie fragt, welche Verantwortung ein öffentlich finanzierter Service public trägt, wenn es um Sichtbarkeit, Sprache, Zugehörigkeit und demokratische Debattenkultur geht.

Unsere Kolumnistin, Sarah Jost, arbeitet in der Kommunikation für die Sozialen Einrichtungen und Betriebe im Sozialdepartement der Stadt Zürich und ist frei gewähltes Mitglied des Regionalvorstands SRG.D. Die Kolumne ist von der Handschrift der Autorin geprägt und widerspiegelt somit ihre persönliche Meinung.

Was würde sich ändern, wenn Sie diese Kolumne lesen würden, ohne zu wissen, wie ich aussehe? Wenn Sie nur meinen Namen lesen würden. Oder nur meine Stimme hören. Würden Sie meine Aussagen gleich gewichten? Würden Sie mir dieselbe Kompetenz zuschreiben? Dieselbe Glaubwürdigkeit? Ich glaube nicht immer. Oft unbewusst doch messbar.

Studien zeigen seit Jahren, dass Menschen aufgrund ihres Namens, ihrer Hautfarbe, ihrer Herkunft oder ihrer Sprache unterschiedlich bewertet werden – selbst bei identischer Leistung. In der Schweiz erhalten Kinder mit Migrationsgeschichte schlechtere Noten, Bewerbende mit «fremd» klingenden Namen seltener Einladungen. Und sobald ein Akzent hörbar wird, beginnen Zuschreibungen, die mit der tatsächlichen Kompetenz wenig zu tun haben.

Die Forschung nennt das «Accent Bias» oder «Linguistic Profiling»: Wir ziehen aus Stimmen, Dialekten oder Sprechbeeinträchtigungen Rückschlüsse auf Intelligenz, Bildung oder Zugehörigkeit. Nicht unbedingt bewusst, sondern weil Vorurteile tief sitzen.

Dabei vergessen wir oft etwas Entscheidendes: Viele Menschen mit Akzent sprechen mehrere Sprachen, bewegen sich selbstverständlich zwischen Sprachräumen. Eigentlich eine Stärke. Doch welche Mehrsprachigkeit als Bereicherung gilt, ist unterschiedlich. Englisch gilt schnell als Bildungskapital, ein französischer Akzent als charmant. Ein kosovarisch, arabisch oder afrikanisch verstandener Akzent hingegen wird häufiger mit Defiziten verbunden. Nicht die Mehrsprachigkeit wird bewertet, sondern die Zuschreibung dahinter.

Ich kenne dieses Spannungsfeld gut. Mein Vorname klingt schweizerisch. Mein Nachname auch. Nur mein Zweitname – Abena – verrät meine ghanaischen Wurzeln väterlicherseits. Solange mich niemand sieht, bewege ich mich in einem Raum von Privilegien. Ich kann wählen, ob meine Migrationsgeschichte sichtbar wird. Nicht alle können das. Ich erinnere mich an ein Bewerbungsgespräch. Das Gespräch verlief gut. Beim Abschied sagte der Interviewer zu mir: «Kompliment, Sie sprechen aber gut Deutsch.»

Was als Lob gemeint war, blieb hängen. Denn was bedeutet dieser Satz eigentlich? Welche Erwartungen standen vorher im Raum? Und was passiert mit Menschen, die einen Akzent haben? Mit Personen, die stottern oder lispeln? Mit Moderierenden und Fachpersonen, deren Name nicht «typisch schweizerisch» klingt?

Wenn Audioformate wie Podcasts boomen und Stimmen wichtiger werden, stellt sich diese Frage neu: Welche Stimmen empfinden wir als kompetent, seriös oder vertrauenswürdig – und warum?

Müsste Vielfalt nicht auch hörbar sein? Service public bedeutet nicht nur, unterschiedliche Menschen abzubilden. Sondern auch, unterschiedliche Stimmen auszuhalten: Dialekte. Akzente. Andere Sprachmelodien. Vielleicht sogar Irritation.

Die entscheidende Frage ist deshalb nicht, ob Menschen «gut genug» sprechen. Sondern: Wie eng ist eigentlich unsere Vorstellung davon, wie Kompetenz klingen darf?

Sarah Jost

«Übersetzen  
zwischen  
Sprachen  
und Kulturen  
gehört dazu»

Zwischen den Sprachregionen der Schweiz zeigen sich nicht nur unterschiedliche Themen, sondern auch verschiedene Haltungen, Arbeitsweisen und Perspektiven. Fünf SRG-Korrespondentinnen und -Korrespondenten berichten aus ihrem Alltag zwischen Deutschschweiz, Romandie, Tessin und Rumantschia – und davon, wie Nähe, Distanz, Sprache und kulturelle Prägung den Blick auf das Land verändern. Ihre Erfahrungen machen sichtbar, wie vielschichtig die Schweiz ist – und wie wichtig das Übersetzen zwischen ihren realen und mentalen Räumen bleibt.

Aufgezeichnet von Nicole Krättli



Omar Cartulano  
(Bundeshauskorrespondent für RSI)

«Als ich vor einem Jahr als Korrespondent aus dem Tessin in die Deutschschweiz kam, ist mir vor allem aufgefallen, wie strukturiert und effizient hier gearbeitet wird. Das ist eine grosse Stärke, kann aber in unerwarteten Momenten auch hinderlich sein. Im Tessin gehen wir oft spontaner vor.

Hinzu kommt, dass der journalistische Zugang in der Deutschschweiz weniger direkt ist als im Tessin. Dort ist man näher an Institutionen, Politik oder Universitäten. Hier benötigen Recherchen mehr Zeit, nicht zuletzt, weil RSI verständlicherweise nicht das erste Medium ist, das für ein Interview kontaktiert wird.

Bei den Themen gibt es ebenfalls unterschiedliche Schwerpunkte. Politisch ist im Tessin etwa der wirtschaftliche Druck sehr präsent. Steigende Krankenkassenprämien, hohe Lebenshaltungskosten oder die Situation der Grenzgänger prägen die Diskussion stark.

Was in der Deutschschweiz oft unterschätzt wird: wie es sich anfühlt, Teil einer Minderheit zu sein. Im Tessin wächst man damit auf, dass viele Entscheidungen anderswo getroffen werden und dass man sich ständig in anderen Sprachen verständigen muss. Das prägt den Blick auf die Schweiz.

Für viele Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer ist diese Erfahrung im Alltag weniger präsent. Im Tessin hingegen gehört das Übersetzen zwischen Sprachen und Kulturen selbstverständlich dazu. Umso mehr wird es geschätzt, wenn jemand aus der Deutschschweiz Italienisch lernt oder sich ernsthaft für das Tessin interessiert. Das ist nicht selbstverständlich.»

Lesen Sie die ganzen Interviews:



## «Jetzt verstehe ich die Schweiz als Ganzes»

«Als ich vor fünf Jahren als Korrespondent aus der Romandie in die Deutschschweiz kam, hat mich überrascht, wie wenig ich diese Region zuvor wirklich gekannt habe, und das, obwohl ich in Fribourg aufgewachsen bin. Erst seit ich hier lebe, habe ich das Gefühl, die Schweiz als Ganzes zu verstehen.

Auffällig ist für mich bis heute, dass viele Entwicklungen hier entstehen und in der Romandie erst später aufgegriffen werden – gerade bei wirtschafts- oder gesellschaftspolitischen Themen. Wer in der Deutschschweiz genau hinschaut, erkennt vielfach früh, was bald die ganze Schweiz beschäftigen wird.

Gleichzeitig wird über diese Themen unterschiedlich gesprochen. In der Deutschschweiz stehen häufig Kosten, Verantwortung und konkrete Lösungen im Zentrum. Debatten sind pragmatisch, oft auch nüchterner. In der Romandie interessiert stärker, was ein Thema für die Menschen bedeutet und welche gesellschaftlichen Folgen es hat. Diese unterschiedlichen Zugänge prägen auch den Ton: Hier wird weniger emotional argumentiert, dort stärker über Zugehörigkeit und Betroffenheit.

Ich habe den Eindruck, dass viele in der Romandie ein vereinfachtes Bild der Deutschschweiz haben und sich wenig mit ihr beschäftigen. Vor Ort erlebe ich dagegen viel Offenheit und eine grosse Bereitschaft, die eigene Perspektive zu erklären.»



**Julien Guillaume**  
(Zürich-Korrespondent für RTS)



**Myriam Reinhard**  
(Westschweiz-Korrespondentin für SRF)

## «Eine Frage von Nähe und Distanz»

«Als ich begann, als Korrespondentin aus der Westschweiz zu berichten, hatte ich keinen eigentlichen Kulturschock. Ich bin bilingual aufgewachsen und habe Familie hier. Trotzdem fiel mir im Berufsalltag schnell auf, dass vieles anders läuft. Der Umgangston ist selbst in hektischen Situationen oft kollegialer, hilfsbereiter und gelassener. Auch das Verhältnis zur Zeit ist ein anderes: Trotz der anfallenden Arbeit bleibt bewusst Raum für Gespräche und Austausch.

Was mir in der Arbeit besonders auffällt: In der Westschweiz wird stärker gefragt, wie Menschen eine Situation erleben. Es interessiert mehr, wer hinter einem Thema steht, wie Betroffene oder Angehörige damit umgehen. In der Deutschschweiz ist man aus Sorge, zu stark in die Privatsphäre einzugreifen, oft deutlich zurückhaltender mit solchen Fragen. Stattdessen stehen Einordnung, Abläufe und Verantwortlichkeiten im Vordergrund.

Besonders deutlich wurde das für mich beim Unglück in Crans-Montana. In der Westschweiz war es selbstverständlich, näher an die Menschen zu gehen und ihre Perspektive sichtbar zu machen. In der Deutschschweiz hingegen hat man sich stärker auf die Rolle der Behörden konzentriert und wohl bewusst Distanz gewahrt. Was die eine Seite als notwendige Nähe versteht, wirkt für die andere schnell zu persönlich. Umgekehrt kann diese Distanz auch als Kälte oder Arroganz wahrgenommen werden.

Auch bei Interviews spielen kulturelle Unterschiede eine Rolle. Mir fällt auf, dass in der Westschweiz das Interview eher einem Gespräch ähnelt. Sein Gegenüber zu unterbrechen, wird nicht als unhöflich empfunden. In der Deutschschweiz basiert die Interviewsituation doch hauptsächlich auf Fragen und Antworten.»

## «Wenn man einander kennenlernt, wächst das Verständnis»

«In meiner Arbeit bewege ich mich ständig zwischen den Sprachregionen, und trotzdem überrascht mich immer wieder, wie gross die Hemmschwelle gegenüber anderen Landessprachen ist. Viele trauen sich zunächst zu wenig zu.

Sobald man diesen Schritt aber wagt, macht man meistens durchaus positive Erfahrungen. Wenn man sich begegnet und einander kennenlernt, wächst das Verständnis füreinander.

In der rätoromanischen Schweiz sind Themen wie Sprache, kulturelle Identität und Minderheitenstatus zentral. Dazu kommen Fragen aus den Bergregionen: Tourismus, Zweitwohnungen und die Sorge, dass Dörfer ausserhalb der Saison leer stehen.

Wir sind eine kleine Gemeinschaft, man kennt sich. Das prägt auch den Ton. Gleichzeitig sind viele sehr flexibel. Wer in einer Minderheit lebt, ist es gewohnt, sich anzupassen und zwischen Welten zu wechseln.

Was dabei oft unterschätzt wird: wie komplex die sprachliche Realität in der Rumantschia tatsächlich ist. Wir sprechen nicht einfach verschiedene Dialekte, sondern es sind fünf eigenständige Idiome mit eigenen Schriftsprachen, die sich sehr voneinander unterscheiden. Gleichzeitig gibt es mit Rumantsch Grischun eine Standardsprache, die zwar geschrieben, im Alltag aber nicht gesprochen wird. Ich habe oft den Eindruck, dass dieses Wissen in der Deutschschweiz fehlt. Dabei wäre es wichtig, um präziser über die Realität in der Rumantschia berichten zu können.»



**Romana Costa**  
(Interregionale Koordinatorin für RTR)



**Iwan Santoro**  
(Tessin-Korrespondent für SRF)

## «Grosse Unterschiede auf engstem Raum»

«Als ich 2024 als Korrespondent aus der Deutschschweiz ins Tessin kam, hat mich vor allem die Vielfalt dieses Kantons überrascht. Auf engem Raum gibt es grosse Unterschiede – etwa zwischen dem stärker urban geprägten Süden rund um Lugano und den nördlichen Regionen. Gleichzeitig spürt man überall, wie sehr die Nähe zu Italien das Tessin prägt und wie stark der Wunsch ist, sich davon abzugrenzen.

Diese besondere Ausgangslage zeigt sich auch in den Themen, die den Alltag bestimmen: hohe Lebenshaltungskosten bei gleichzeitig tiefen Löhnen, die Rolle der Grenzgänger und eine ausgeprägte EU-Skepsis. Diese Fragen ziehen sich quer durch die politische Diskussion und sorgen für Spannungen.

Gleichzeitig ist der Umgangston weniger direkt als in der Deutschschweiz. Kritik wird oft abgeschwächt formuliert; auch, weil man sich kennt und sich immer wieder begegnet. Diese Nähe schafft ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl, gerade gegenüber dem Rest der Schweiz.

Das prägt auch die Medien. Die Berichterstattung ist stark regional verankert und deckt alles ab – von grossen politischen Debatten bis zum kleinen Weinfest. Auffällig ist auch, wie präsent Themen wie Unfälle und Kriminalität sind, selbst in den Service-public-Medien.

Was dabei oft unterschätzt wird: Viele Tessinerinnen und Tessiner fühlen sich politisch zu wenig gehört. Als kleine Minderheit muss man sich stärker behaupten und ist es gewohnt, ständig zwischen Sprachen und Kulturen zu wechseln.»

# Die «Comedy Talent Journey»

Von Noemi Harnickell

Die «Comedy Talent Journey» coacht Nachwuchstalente und bietet ihnen eine grosse Plattform. Damit unterstützt das Förderprogramm von SRF nicht nur die Deutschschweizer Comedy-Szene, es leistet auch einen Beitrag an die Meinungsbildung – denn Comedy ist mehr als nur Unterhaltung.

«Kurz nach meiner Einschulung sollte abgeklärt werden, ob ich ADHS habe. Wisst ihr, was dabei herauskam? – Keine Ahnung, ich habe nicht aufgepasst!»

Elias Wenger macht eine kurze Atempause.

«Und», fährt er fort, «das Ding ist...»

Aber Produzentin Simone Kern unterbricht ihn:

«Dieses «Und»: Muss das sein?»

Der 25-Jährige fängt noch einmal von vorn an, versucht, das «Und» am Ende wegzulassen. Dabei stolpert er jedoch über seine Worte und vergisst die nächste Pointe. Noch mal von vorn. Und noch einmal. Simone Kern lässt nicht locker, macht Vorschläge, Elias Wenger probiert's aus. So lange, bis die Pointen sitzen.

Elias Wenger ist eines von sechs Comedy-Nachwuchstalenten, die im Rahmen der «Comedy Talent Journey» von SRF ein Coaching erhalten. Das Förderprogramm wurde 2017 ins Leben gerufen und hat zum Ziel, Newcomerinnen und Newcomer nicht nur zu coachen, sondern ihnen auch eine grosse Bühne zu bieten.

Während Comedy-Produzentin und Regisseurin Simone Kern mit ihnen an der Performance schleift, arbeiten Stand-up-Comedian Joël von Mutzenbecher und Entertainer Dominic Deville mit ihnen am Material und beantworten ihre vielen Fragen. Denn: Der Weg in die Comedy ist in der Schweiz nicht vorgegeben, es gibt keine Ausbildung und nur wenige Plattformen. Mit der «Comedy

Talent Journey», die einmal im Jahr stattfindet, füllt SRF diese kulturelle Lücke.

Bei der «Comedy Talent Journey» steht der Prozess im Vordergrund. Am Ende dieser Reise leuchtet das Scheinwerferlicht der «SRF 3 Comedy Talent Stage»: Dort werden sich die sechs jungen Talente vor Live-Publikum und einer Fachjury beweisen müssen. Drei von ihnen werden dann für die «SRF 3 Best Talent Comedy» nominiert und haben am Ende die Chance, den «Swiss Comedy Award» zu gewinnen.

Dieses Jahr werden im Rahmen der «Journey» zum dritten Mal auch Intensivcoachings angeboten: Zwei Tage, an denen die Comedians nicht nur miteinander, sondern auch mit professionellen Entertainerinnen und Entertainern in Kontakt kommen und an ihren Auftritten feilen. Alexandra Steck ist Redaktorin der SRF-Abteilung Comedy & Satire und organisiert unter anderem die «Comedy Talent Journey». Sie sagt: «Gerade am Anfang einer Karriere kann man sich als Comedian sehr allein fühlen. Viele wissen nicht, wohin mit ihren Zweifeln, fühlen sich

orientierungslos und geben sehr schnell wieder auf.» Die «Comedy Talent Journey» soll die Nachwuchstalente in ihrer Unsicherheit auffangen und ihnen dabei helfen, Fuss zu fassen.

Um an der «Journey» teilnehmen zu können, müssen sich Interessierte mit einem kurzen Video bewerben. Wer Talent und Glück hat, wird zur zweiten Runde ans «Open Mic Casting» in Zürich oder Basel eingeladen. Eine Jury wählt sechs Talente aus, die gecoacht werden.

Naomi Peper hat sich insgesamt drei Mal beworben, bevor sie endlich zugelassen wurde. Sie hat die Bühne immer schon geliebt und Theater gespielt, bevor sie vor drei Jahren mit der Comedy begann. «In der Comedy muss man sehr stark an sich glauben», sagt die ausgebildete Sozialpädagogin. «Oder sehr verzweifelt sein!» So oder so: Hartnäckigkeit zahlt sich aus. Um im Rennen zu bleiben, heisst es, immer wieder neues Material zu schreiben und abends und an den Wochenenden zu Open-Mic-Auftritten in der ganzen Schweiz zu reisen. Das kostet viel Zeit – und Geld. Teilnehmer Pavel Zborik sagt, er habe im vergangenen Jahr über 1000 Franken für Reisekosten, Onlinewerbung für Auftritte sowie Equipment für Aufnahmen ausgegeben. Das Problem: In der Schweiz gibt es nur wenige Open-Mic-Lokale, also Auftrittsorte mit Live-Publikum, wo junge Comedians ihr Material testen und netzwerken können. Die meisten sind in Zürich oder Basel. In Bern gibt es nur zwei Lokale, die oft über Monate ausgebucht sind – und ausserhalb der grösseren Städte ist sowieso Brachland, was Open-Mic-Lokale betrifft.

Die Coachings an der «Comedy Talent Journey» finden in Kleingruppen statt. Naomi Peper und ihre Mitteilnehmerin Nathalie Frei sitzen mit Dominic Deville an einem runden Tisch und besprechen ihr Material. Für die «SRF 3 Comedy Talent Stage» müssen alle Teilnehmenden sechs Minuten auf der Bühne stehen. Jedes Wort muss sitzen. Verstehen die Leute, was die Dating-App Hinge ist? Weiss das Publikum, dass es zur ägyptischen Kultur gehört, bei Wutausbrüchen mit Schuhen zu werfen? «Ich denke, mit der Pointe werden sie es verstehen», sagt Nathalie Frei, die zur Hälfte Ägypterin ist und ihre Herkunft in ihrer Show aufgreift. «Was mir bei Stand-ups oft auffällt», erklärt Dominic Deville den beiden, «ist, dass sie sehr austauschbar sind. Ihr müsst euch fragen: Wer seid ihr? Wofür steht ihr auf der Bühne? Und erkennt man das auch von aussen?»

Wer gute Comedy machen will, muss weit mehr als nur gute Witze auf Lager haben. «Da kommt vieles zusammen»,

sagt Joël von Mutzenbecher, der derweil die drei männlichen Teilnehmer coacht. «Originalität, Handwerk, Pointendichte, Performance, Bühnenpräsenz, Mic-Work ... Das Mikrofon ist das einzige Instrument, das du als Comedian auf der Bühne hast. Damit musst du erst mal arbeiten können.» All das könne man bis zu einem bestimmten Punkt erlernen. Wichtig sei jedoch, Comedy im Gespür zu haben. «Gespür heisst: Wie kann ich etwas anders sagen oder inhaltlich betonen, damit der Witz noch besser ankommt?», erklärt Joël von Mutzenbecher. «In der Comedy gibt es nie eine finale Version. Man kann in jeder Show einen Witz neu erzählen.»

Comedy wirkt  
meinungsbildend  
und  
verbindend.

Die «Comedy Talent Journey» ist schweizweit ein einzigartiges Förderangebot in der Art, wie die Teilnehmenden im Karriereprozess an die Hand genommen werden. Die «Journey» habe auch einen gesellschaftlichen Nutzen, sagt SRF-Redaktorin Alexandra Steck. «Mit dem Programm wollen wir sicherstellen, dass das Publikum auch weiterhin Comedians aus der Schweiz zu sehen bekommt. Dafür braucht es einen sicheren Rahmen, in dem Leute das Handwerk lernen können.»

Der Wert von Comedy für die Gesellschaft geht sogar noch tiefer. Laut Kommunikationswissenschaftler Matthias Künzler konsumieren viele Menschen Nachrichten über Comedy – und teilweise ersetzen Formate wie die «Heute Show» gar die News. Unterhaltung und Information lassen sich also so streng nicht voneinander trennen. Künzler sagt: «Comedy erreicht Gesellschaftsgruppen, die keine Nachrichten schauen. Sie greift gesellschaftspolitische Themen auf, und das Publikum wird mit anderen Lebensrealitäten konfrontiert. Das trägt zur Meinungsbildung bei.»

Studien belegen inzwischen, dass Comedy zum Beispiel auch das Verständnis füreinander fördert, etwa für geflüchtete Menschen, und eine Integrationsbrücke sein kann. Diese Erfahrung macht auch Teilnehmer Thierry Ngalo: «Ich habe neulich auf einer Bühne in Basel von meiner afrikanischen Mutter erzählt. Sie kann mit einem einzigen Geräusch etwa

25 Schimpfwörter auf einmal zum Ausdruck bringen. Nach der Show kam ein Schweizer zu mir und sagte: «Jetzt verstehe ich endlich, was die Mutter meines schwarzen Schulfreunds früher immer meinte, wenn sie dieses Geräusch gemacht hat!» Comedy als Spiegel der Gesellschaft – das ist Künzler zufolge eine der grössten Stärken des Genres: Comedy macht Gesellschaftsgruppen sichtbar, die sonst wenig im Fernsehen zu sehen sind und wirkt damit identitätsstiftend und verbindend.

Die «SRF 3 Comedy Talent Stage» am Ende der «Journey» ist für viele Nachwuchstalente ein wichtiges Sprungbrett. Milan Milanski, der 2022 teilgenommen hat, sagt: «Auf der «Talent Stage» hat mich Stefan Büsser zum ersten Mal gesehen. Das eine hat zum anderen geführt, jetzt bin ich Teil seiner Late Night Show.» Ähnliche Ziele und Hoffnungen haben auch die diesjährigen Teilnehmenden. «Comedy ist Punk», meint Joël von Mutzenbecher. «Du hast viel Unabhängigkeit, aber auch viel Eigenverantwortung: Der «Comedy Award» allein entscheidet nicht über deine Karriere. Du musst immer wieder selbst Auftrittsmöglichkeiten generieren.» Im TV gibt es seit diesem Jahr eine neue solche Auftrittsmöglichkeit: SRF hat das Comedy-Angebot erweitert und im Mai das neue Stand-up-Format «Fun Fatale» ausgestrahlt. Die Bühne gehört dabei ausschliesslich weiblichen Comedians aus der Schweiz und dem deutschsprachigen Ausland. Die Sendung soll die Diversität der Schweizer Comedy-Szene noch verstärken im Angebot abbilden. Und wer weiss: Dank Hartnäckigkeit, Glück und auch dem Hauch Verzweiflung, von dem Nachwuchstalent Nathalie Frei gesprochen hat, könnten in Zukunft vielleicht auch sie und ihre Kollegin Naomi Peper auf dieser Bühne stehen.

SRG Insider war an einem Workshop dabei und unterhielt sich mit dem Coach und den Teilnehmenden. Sehen Sie das Video hier:





## Bundesrat bremst, SRG öffnet: Wer stärkt den Schweizer Medienplatz?

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.

Wer bestimmt eigentlich in der Schweiz den medienpolitischen Kurs? Im März war es die Stimmbevölkerung mit ihrem klaren Nein zur Halbierungsinitiative: In der Schweiz soll es einen starken Service-public-Anbieter, eine starke SRG mit einem breiten Programmangebot geben.

Ein nächster medienpolitischer Entscheid zur SRG steht an: Die Definition und die Neuvergabe der Konzession, des Auftrags an die SRG. Darin wird festgelegt, welche Programmelemente sie bieten soll und darf.

Über die Konzession entscheidet der Bundesrat. Aber eigentlich hat die Exekutive dazu bereits einen Auftrag ihres Chefs, der Bevölkerung, erhalten: Das Votum der Volksabstimmung kann nicht anders interpretiert werden als eine Akzeptanz der SRG mit ihrer breiten Programmpalette und ihrer Vielfalt an Kanälen. Das heisst, die Konzession in etwa ihrer heutigen Form mit einem breiten Programmauftrag zu bestätigen.

Ob das auch der zuständige Bundesrat, Medienminister Albert Rösti, so sieht, ist allerdings unklar. In der ersten Stellungnahme nach der Abstimmung betonte er erstaunlicherweise, man müsse die Ja-Stimmen zur Halbierungsinitiative ernst nehmen: Der Bundesrat beabsichtige der SRG bei der neuen Konzession Beschränkungen aufzuerlegen.

Vor seinem Entscheid muss der Bundesrat allerdings eine Vernehmlassung durchführen – angesetzt ist diese auf das zweite Quartal 2027. Eine breite Debatte darüber, welche Leistungen das Publikum von der SRG erwartet, wie deren gesellschaftspolitische Rolle umgesetzt werden soll, ist grundsätzlich wünschenswert. Irritierend ist jedoch, dass Bundesrat Rösti schon vor der Vernehmlassung von einer Beschränkung der SRG spricht. Zu hoffen ist, dass der Souverän dem Bundesrat in der Vernehmlassung nochmals zeigt, was er von der ausführenden Gewalt erwartet.

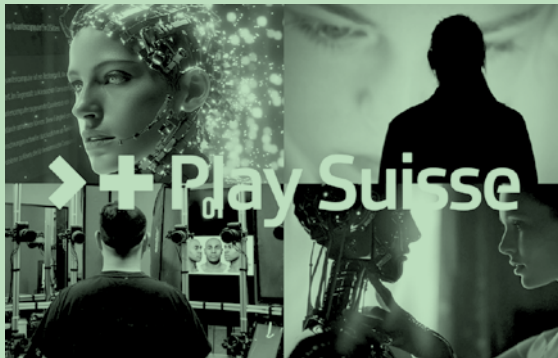
Die durch das Volksvotum bestätigte SRG möchte beitragen zur Stärkung des gesamten Medienplatzes. Im Rahmen einer gemeinsamen Vereinbarung konkretisierte die SRG kürzlich ihr Angebot, wie gemeinsam eine optimale Versorgung der Bevölkerung erreicht werden könnte: Die SRG will ihre Plattformen öffnen und die Reichweiten mit den anderen Medienhäusern teilen. So wird sie den Verlagshäusern täglich Rohmaterial zur freien Bearbeitung zur Verfügung stellen. Oder Streamingangebote der privaten Medienhäuser auch über Play+, der neuen nationale Live- und Streamingplattform der SRG, anbieten. Damit wolle man gemeinsam das Vertrauen in die einheimischen Medien stärken und Werbegelder zurückerobern.

# Neu im Programm

## Abenteuer Mexiko – Schweizer Alltag in der Megacity

Die Millionenstadt Mexiko City ist eine der grössten Städte der Welt. Sie ist eine Stadt der Gegensätze, in der Musik, Lebensfreude und Tradition auf Verkehrschaos, Korruption sowie Luxus und Moderne treffen. Diesen Sommer finden dort Spiele der Fussball-WM 2026 statt. In der vierteiligen Serie «Abenteuer Mexiko» begleitet SRF DOK fünf Schweizerinnen und Schweizer, die sich am WM-Austragungsort niedergelassen haben. Tanja Vultier, Jachen Duri Schleich, Noëmi Siegfried, Leo Leonski und Michelle Löliger haben ihren Lebensmittelpunkt dorthin verlegt – sei es der Kunst oder Musik wegen, um Menschen zu helfen oder nachhaltig zu bauen.

Alle vier Folgen sind auf Play SRF verfügbar.



## Künstliche Intelligenz ist nicht die Zukunft – sie ist bereits da

Künstliche Intelligenz entwickelt sich derzeit mit hoher Geschwindigkeit weiter und verändert zunehmend Arbeitsprozesse, Kommunikation und den Zugang zu Informationen. Gleichzeitig wirft die Technologie neue gesellschaftliche, ethische und technologische Fragen auf. Diesem facettenreichen Themenfeld widmet sich Play Suisse mit einer Sonderkollektion aus 16 Filmen, die zum Streamen bereitsteht und unterschiedliche Perspektiven auf KI und ihre Auswirkungen beleuchtet.

Ab sofort auf Play Suisse zu sehen.

Bilder: SRF



## SRF-Podcast-Serie «König Gianni – Die Infantino-Story»

Er nennt Donald Trump einen engen Freund, bewegt sich zwischen Fussballstadion und Friedensgipfel – und stammt aus Brig: Die vierteilige SRF-Podcast-Serie «König Gianni – Die Infantino-Story» zeigt, wie Gianni Infantino an die FIFA-Spitze kam und wie er seine Macht trotz Unbeliebtheit und Skandalen ausbaut, wie aus dem Einwandererkind im Wallis der mächtigste Mann des Weltfussballs wurde. Die Serie führt nach Brig, wo Infantino bei seiner Geburt beinahe ums Leben gekommen ist. Und ins Oval Office zu Donald Trump, wo deutlich wird, wie Infantino den Fussball mit Politik und globalen Machtinteressen verknüpft.

«König Gianni – Die Infantino-Story» ist eine Serie von «News Plus Hintergründe» mit Host Raphaël Günther, recherchiert von Isabel Pfaff, produziert von Oliver Kerrison.

Zu hören ab sofort auf [srf.ch/audio](https://www.srf.ch/audio) sowie auf gängigen Podcast-Plattformen.

## «Der Einsatz» von RTS

Die neue RTS-Serie «Der Einsatz» (Originaltitel «Uniformes») erzählt vom Alltag einer Genfer Polizeieinheit und einem Einsatz, der in einer Tragödie endet: Eine Frau wird getötet, ein Polizist schwer verletzt. Während eine interne Untersuchung klären soll, ob Fehler gemacht wurden, geraten die Beteiligten zunehmend unter Druck. In mehreren Perspektiven entfaltet sich ein dichtes Drama über Verantwortung, Zweifel und Zusammenhalt – und zeigt eindrücklich die Menschen hinter der Uniform.

Hinter der sechsteiligen Serie steckt der Genfer Filmema-

cher Romain Graf. Sein Interesse lag bei jenen Polizisten und Polizistinnen, die Tag für Tag auf Streife gehen, Bussen verteilen, Hunde einfangen, aber auch Leichen bergen oder Zeugen häuslicher Gewalt werden. Neben «Tatort»-Kommissarin Anna Pieri Zürcher spielen Kacey Mottet Klein, Luàna Bajrami, Younès Boucif, Léonie Simaga und Thibaut Evrard mit.

Ab sofort auf Play Suisse verfügbar.





SRG Region Basel

## 100. Generalversammlung der SRG Region Basel im Klybeck 610

Am 6. Mai 2026 fand im Klybeck 610 die 100. Generalversammlung der SRG Region Basel vor vollem Haus statt. Präsidentin Sonja Kuhn eröffnete den Abend mit einer flammenden Rede, in der sie sich engagiert und pointiert für die Bedeutung eines starken Medienstandorts Basel aussprach. Grussworte von Kaspar Sutter, Regierungsrat des Kantons Basel-Stadt, sowie Jean-Michel Cina, Verwaltungsratspräsident der SRG SSR, unterstrichen die Relevanz des Jubiläums.

Nach dem statutarischen Teil ging die GV nahtlos in das Jubiläumsprogramm über, das mit spannenden, energiegeladenen Beiträgen und zahlreichen Gästen aus Medien, Politik und Kultur begeisterte. So wurden unter anderem die SRF-Wissenschaftssendungen mit der «Einstein»-Moderatorin Kathrin Hönegger (rechts im Bild) und dem Wissenschaftsredaktor Christian von Burg (links im Bild) gewürdigt.

willkommen geheissen werden. Allerdings wurden auch diesmal Gremienmitglieder verabschiedet: Irina Bannwart, Werner Beck und Nadia Pfendsack aus dem Vorstand und Hans Nöthiger aus der Kommission für Programmebeobachtung.



Der Vorstand der SRG AG SO, von links: Markus Schenk, Leo Gantenbein, Fabian Gressly, Martina Burkard, Roshani Sivaratnam, Meret Jäggi, Marina Della Torre, Erhan Babac, Ursina Mühlethaler und Kathrin Sterchi.

SRG Aargau Solothurn

## Und der Vorstand erneuert sich wieder...

Die 46. Generalversammlung der SRG Aargau Solothurn fand am 11. Mai 2026 im Alten Spital in Solothurn statt. Mit Erhan Babac, 1991, Suhr, Ursina Mühlethaler, 1998, Suhr, Roshani Sivaratnam, 1996, Aarau, und Kathrin Sterchi, 1969, Aarau, konnten gleich vier neue Vorstandsmitglieder gewählt und

SRG Bern Freiburg Wallis

## Resolution an der 101. Generalversammlung verabschiedet

An ihrer 101. Generalversammlung verabschiedete die SRG Bern Freiburg Wallis einstimmig eine Resolution zur Erneuerung der SRG-Konzession. Gestützt auf das klare Nein zur Halbierungsinitiative fordert sie vom Bundesrat ein

weiterhin starkes, unabhängiges Vollprogramm in allen Sprachregionen: Information, Kultur, Bildung, Unterhaltung und Sport seien gleichwertige Bestandteile des Service public und schafften gemeinsame Öffentlichkeit. Zudem verlangt die GV verlässliche Rahmenbedingungen, den Erhalt der digitalen Handlungsfähigkeit und einen vollständigen Ausgleich der Teuerung zugunsten der SRG.

SRG Zürich Schaffhausen

## Der Sturm ist überstanden, aber es bleibt wechselhaft...



Wechselhaft gestaltete sich die 102. Generalversammlung der SRG Zürich Schaffhausen – wobei «abwechslungsreich» wohl das treffendere Wort für den Anlass in Winterthur ist. Die Präsidentin Cécile Bachmann sowie SRF 3-Moderator und Produzent Stefan Flury spielten sich gekonnt die Themenbälle zu, lockerten die ernsthafteren Inhalte mit Witz und Spielrunden auf und moderierten eine «Club»-Talkrunde.

Gemeinsam mit den Gästen Susanne Marxer (Vize-direktorin Bakom), Jean-Michel Cina (Präsident SRG SSR), Thomas Egger (CFO SRG) und Robert Ruckstuhl (Leiter Kanäle Radio, SRF) diskutierten sie über die Herausforderungen, die auf das Unternehmen zukommen werden. Die Wetterlage bleibt wohl wechselhaft, die Gemütslage aber zuversichtlich.

SRG Ostschweiz

## Mitgliederversammlung SRG Ostschweiz mit Rekordbeteiligung

Die 94. Mitgliederversammlung der SRG Ostschweiz fand mit einer Rekordbeteiligung im Stadtsaal Wil SG statt. Präsidentin Monika Knill leitete die Versammlung zum ersten Mal. An dieser wurden sämtliche Traktanden von den 233 Stimmberechtigten genehmigt. Der ausgewiesene Jahresverlust wird auf neue Rechnung übertragen. Im Hinblick auf die bevorstehenden Sparrunden wurde zur Stärkung der Trägerschaft die Idee einer Geschenkmitgliedschaft eingebracht. Verabschiedet wurden das Vorstandsmitglied Georg Amstutz sowie der ehemalige Präsident Canisius Braun, der zum Ehrenmitglied ernannt wurde.

Bilder: Matthias Willi, Simon von Gunten, Urs Rey

## 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, bekannten Aussprüchen und ikonischen Szenen aus der Fernseh- und Radiogeschichte gesucht.

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

«Ich tat, was ich in  
solchen Situationen  
immer tue.»

- Walter Roderer im Hörspiel «Ein Schweizer in Paris» von Kurt Früh (1958)
- Motto des Polizisten Bax in «Tschugger» (2021)
- Lieblingsspruch von Maloney im gleichnamigen Hörspiel (1989)

Zu gewinnen:

1×2 Tickets für Helene Fischer  
am 14. Juli 2026 im Stadion  
Letzigrund Zürich

Schicken Sie uns die richtige Antwort auf oben stehende Frage bis zum 6. Juli 2026 zu und gewinnen Sie mit etwas Glück 1×2 Tickets für Helene Fischer am 14. Juli 2026 im Stadion Letzigrund 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](mailto:link@srgd.ch) (Lösung, Name und eine E-Mail-Adresse angeben). Die Gewinnerin oder der Gewinner wird schriftlich benachrichtigt.

**Auflösung LINK Nr. 1/26:** Die Figur Flip (gespielt von Martin Schenkel) in der SRF-Kultserie «Fascht e Familie» (ab 1994) war bekannt für ihre lockere Art, ihre T-Shirt-Malerei und ihre chaotischen Erfindungen. Obwohl Flip keinen einzelnen, immer wiederkehrenden festen Satz hatte, war er der quirlige Lebenskünstler und Frechdachs, dessen Auftritte oft durch spontane, freche Sprüche geprägt waren – allen voran sein Running Gag «Kei Detail!».

Albert Moser aus Zürich hat die richtige Antwort (B) gewusst und 1×2 Tickets für das Eros-Ramazzotti-Konzert im Hallenstadion Zürich gewonnen.



## Eine eigene digitale Logik entwickeln

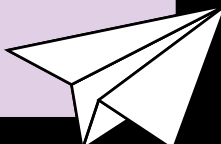
Wir diskutieren die Zukunft der digitalen Medienwelt meist defensiv: Wie schützen wir uns vor den negativen Aspekten von Social Media? Wie bekämpfen wir Desinformation? Diese Fragen reichen nicht aus. Ein Zusammenspiel von globaler Plattformisierung, (fehlender) Regulierung und einem bequemem Glauben an die Unausweichlichkeit technologischer Entwicklungen hat dazu geführt, dass private Unternehmen heute die Bedingungen menschlicher Kommunikation weitgehend bestimmen. Eine offensive Vorstellung der Zukunft kann Leute mobilisieren, demokratisch, transparent und kreativ die gewünschte Leistung des medialen Service public zu definieren: Welcher Wert soll durch öffentliche Finanzierung von Medienorganisationen und -inhalten geschaffen werden? Aus diesem zukünftigen Idealszenario muss quasi zurückblickend ausgearbeitet werden, wie man dahin kommt.

Die Wünsche werden oft schnell heruntergebrochen: Service public soll hochwertige Information, vielfältige Einblicke in die Kultur, bereichernde Unterhaltung für alle – oder «das, was der Markt nicht kann» – liefern. Dass es hier Spannungen gibt, ist klar: Wann ist Information hochwertig? Was zählt zu Unterhaltung? Diese Fragen sind laufend zu verhandeln, aber sie sind nur Ableitungen aus allgemeineren Werten wie der Förderung demokratischer Prozesse oder des Wohlergehens der Bevölkerung.

Charakteristika digitaler Medien, an die wir uns gewöhnt haben – Datenüberwachung, Hyperpersonalisierung oder endlose Feeds –, sind keine zwangsläufigen, inhärent digitalen Eigenschaften. Es sind Designentscheidungen, die einen bestimmten Zweck erfüllen. Service public hat im öffentlichen Wert einen eigenen Zweck; daher sollte sich seine digitale Zukunft weder unkritisch der dominanten Plattformlogik anpassen noch umgekehrt versuchen, ein romantisches Rundfunkmodell wiederzubeleben. Service public hat die Legitimität und den Auftrag, eine eigene digitale Logik zu entwickeln.

Moritz Büchi ist Professor für Digital Media an der ZHAW und Mitglied der Bildungskommission SRG Zürich Schaffhausen

Kommentare zur Carte blanche:  
link@srgd.ch



Im Resonanzraum des Publikumsrats SRG.D stehen 2026 zwei grosse Themen im Fokus: Das Dialogfenster «Audiokultur im Wandel» geht der Entwicklung von Radio und Podcast auf den Grund, im Dialogfenster «Vielfalt leben: Gemeinsam verschieden – gemeinsam Schweiz» fragt der Publikumsrat, wie die gesellschaftliche Vielfalt in der Schweiz medial abgebildet wird – und insbesondere im Service public.

Stimmen aus dem Resonanzraum zum Thema «Vielfalt leben: Gemeinsam verschieden – gemeinsam Schweiz»



«Mich interessieren sehr viele Themen. Spannend finde ich aber vor allem dann, wenn Berichte aus verschiedenen Blickwinkeln/politischen links&rechts/arm & reich / Frau & Divers & Mann ... erstattet werden.»



«Wir sollen uns immer wieder daran erinnern, dass wir Menschen aus anderen Ländern immer wieder und überall begegnen, seit 100 Jahren von ihnen profitieren und sie dringend brauchen, um unsere Wirtschaft zu beleben.»

Stimmen aus dem Resonanzraum zum Thema «Audiokultur im Wandel»



«Wenn wieder eine meiner Lieblingssendungen gestrichen wird, ist das für mich kein Anlass, auf das Onlineangebot zu wechseln. Da mache ich lieber die Faust im Sack.»



«Wird sich SRF Jazz als Nischenthema noch leisten?»

Würde Radio wegfallen, ...



«... würde ich die Live-Stimmen vermissen. Sie bringen Leben ins Haus, man hat irgendwie das Gefühl, verbunden zu sein.»



«... würde ich mich dann erstens schlechter informiert und zweitens ein bisschen einsamer fühlen.»



«... würde die Welt leer und traurig... ein Gefühl von Abgeschnitten-Sein und ohne Informationen.»

Sie möchten mitdiskutieren?

Hier gehts zur Anmeldung:

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.



# Agenda

**[AE]** Anmeldung erforderlich

## Zürich Schaffhausen

Besuchen Sie laufend unsere Online-Agenda:  
<https://srgzhsh.srgd.ch/agenda/>

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

## Region Basel

Zurzeit finden keine Anlässe statt. Besuchen Sie laufend unsere Online-Agenda:  
[srgregionbasel.srgd.ch/agenda](http://srgregionbasel.srgd.ch/agenda)

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

## Zentralschweiz

**9 JUL** Live dabei sein beim «Donnschtig-Jass» in Hohenrain oder Römerswil Dorf kern Hohenrain oder Römerswil  
🕒 18h00

**21 JUL** Die SRG Zug lädt ein zum Tennis-Abend am «Dialectic Zug Open 2026» Turniergelände Tennisclub Zug, Industriestrasse 80, 6300 Zug Exklusiv für Mitglieder der SRG Zug  
🕒 18h00

**21 AUG** Mit der SRG Luzern live zur SRF-«Arena» SRF-Studio Zürich Leutschenbach  
🕒 17h30

Weitere Veranstaltungen finden Sie unter:  
[srgzentralschweiz.ch/agenda](http://srgzentralschweiz.ch/agenda)

## Ostschweiz

**13 AUG** Besichtigung SRG Studio Bundeshaus und Parlamentsgebäude Bern. Exklusiv für Mitglieder der SRG Ostschweiz  
🕒 10h00 **[AE]**

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

## Aargau Solothurn

**26 AUG** Besuch SBB-Schul- und -Erlebniszug Brugg Details werden den Mitgliedern kommuniziert, sobald bekannt  
🕒 18h00

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

## Bern Freiburg Wallis

**27 SEP** Studioführung und Besuch «Sportpanorama» SRF-Studio Zürich Leutschenbach Einladung/Anmeldung via Newsletter  
🕒 15h30 **[AE]**

**16 NOV** «MäntigApéro» 2026 Theater National in Bern Einladung/Anmeldung via Newsletter  
🕒 18h30 **[AE]**

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

Bild Umschlag-Rückseite: Raffinerie

Veranstaltungen SRG Deutschschweiz  
Einen Überblick über alle Veranstaltungen der SRG Deutschschweiz und weitere Informationen finden Sie laufend unter:  
[srgd.ch/agenda](http://srgd.ch/agenda)

# Ringvorlesung der VHS ZH: Medien und Demokratie unter Druck

(Hybrid: Universität Zürich oder via Zoom)  
Preis (mit Promocode SRG.D):  
Ganze Reihe: 160 CHF statt 200 CHF  
Einzelabend: 28 CHF statt 35 CHF

## Wahrheit, Klicks, Algorithmen und Manipulation

Wie beeinflussen Medien, Algorithmen und künstliche Intelligenz unsere Demokratie? Zwischen Informationsflut, Desinformation und Plattformlogik gerät die öffentliche Meinungsbildung zunehmend unter Druck. Die Ringvorlesung der Volkshochschule Zürich beleuchtet aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen – von journalistischer Ethik über algorithmische Steuerung bis hin zu digitaler Souveränität. Führende Expertinnen und Experten – unter anderem Julian Schmidli, SRF Data, und Roger de Weck, Autor/Podcaster und ehem. SRG-Generaldirektor – zeigen, wie sich Medien verändern und welche Folgen das für Vertrauen, Wahrheit und demokratische Prozesse hat.

Daten (jeweils 19h00):

21 OKT  
28 OKT  
4 NOV  
18 NOV  
25 NOV  
2 DEZ  
9 DEZ



