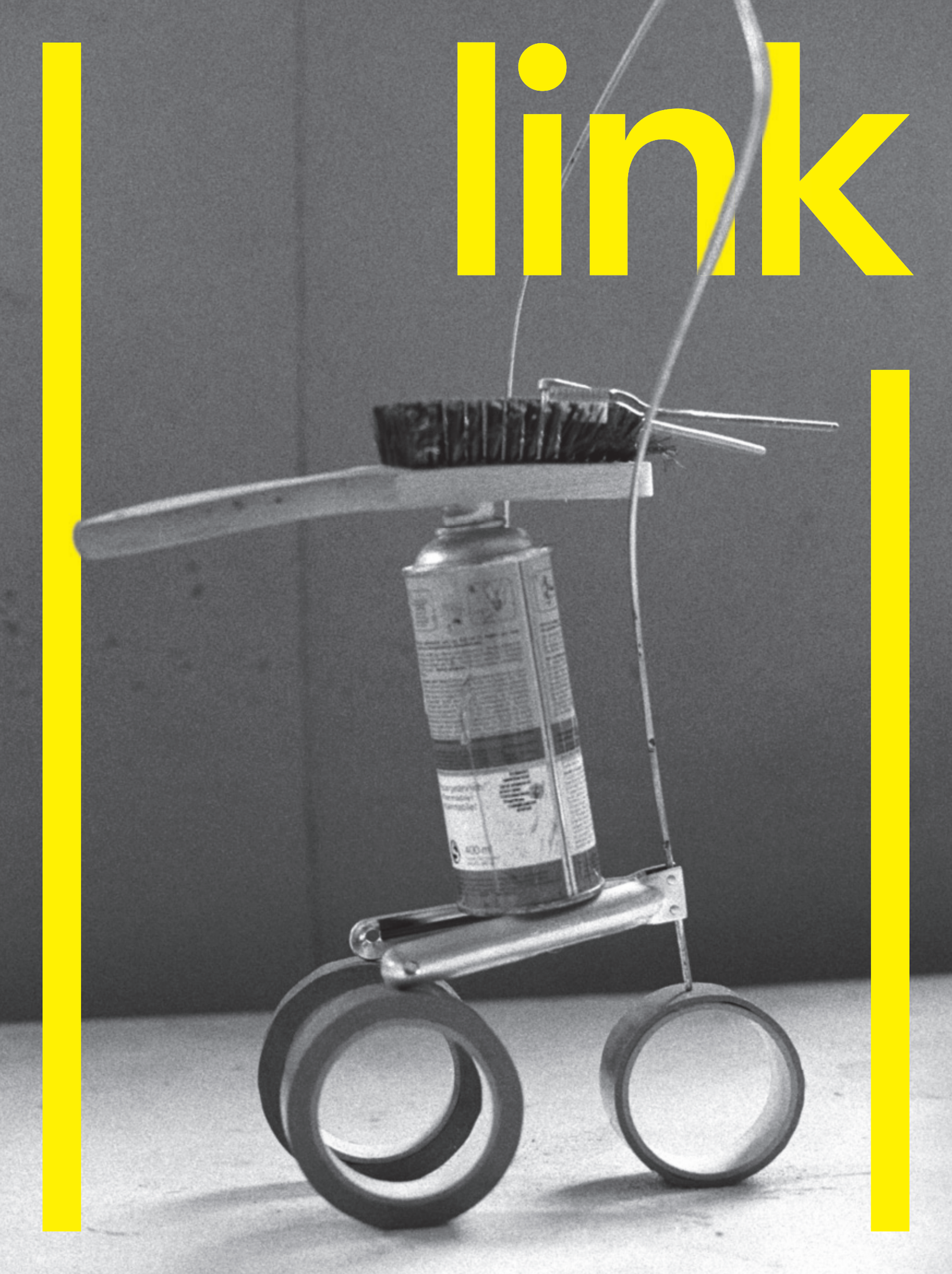
link



SRG Mitgliedermagazin
SRG Deutschschweiz

Keine Angst vor heiklen Themen

Oceana Galmarini über Relevanz im Regionalen

S. 14

Über die Tagesaktualität hinaus

Interview mit Bettina Hamilton-Irvine

S. 5

80 Jahre «Echo der Zeit»

Einblick in die Arbeit des Radio-Flagschiffs

S. 22

Impressum: Erscheint 2025 fünf Mal • Verantwortlich: SRG Deutschschweiz, Lea Rindlisbacher, Pascal Zeder • Redaktion: Pernille Budtz, Vanessa Bättig • Autorinnen und Autoren dieser Ausgabe: Johanna Burger, Philipp Cueni, Fiona Fehlmann, Noemi Harnickell, Eva Hirschi, Marcel Niedermann, 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)

MIX Fördert gute Waldnutzung FSC® C018623

Druckprodukt mit finanziellem Klimabeitrag
ClimatePartner.com/53229-2509-1006

Bilder: Peter Fischli, David Weiss, Cover: «The Prototype», 1984 (aus der Serie «EQUILIBRES»), silver gelatin print, Bild links: «The Car of Evil», 1984 (aus der Serie «EQUILIBRES»), silver gelatin print, Courtesy of Galerie Eva Presenhuber, Sprüth Magers, Matthew Marks, and the Estate Fischli Weiss, Bild rechts: SRF Archiv

«Öffentlichkeit ist der Sauerstoff der Demokratie.»

Günter Wallraff, Journalist und Schriftsteller

Öffentliche Talks über die Medien in der Schweiz

Ab Herbst 2025 bringen die regionalen Mitgliedgesellschaften der SRG Deutschschweiz mit «SRG.Diskutiert» eine neue Talkreihe in die deutschsprachigen Landesteile der Schweiz. Im Zentrum der Talks stehen aktuelle Themen rund um die Rolle der Medien in der Gesellschaft; mit Stimmen aus Politik, Wirtschaft und Kultur, im Austausch mit dem Publikum. Die Veranstaltungen sind öffentlich zugänglich und kostenlos.

Mehr Infos: srgd.ch/srgdiskutiert

SRG.D iskutiert

Nathalie Wappler tritt als SRF-Direktorin zurück

Nathalie Wappler hat sich entschieden, als Direktorin von SRF sowie als Geschäftsleitungsmitglied der SRG per Ende April 2026 zurückzutreten. Die heute 57-jährige Medienmanagerin will nach erfolgreicher Transformation von SRF und Abschluss der aktuellen Sparrunde nochmals eine neue berufliche Herausforderung antreten. Für den Nachfolgeprozess zuständig ist der Regionalvorstand der SRG Deutschschweiz (SRG.D) in Absprache mit Generaldirektoin Susanne Wille. Der Regionalvorstand wird nach Abschluss des Auswahlverfahrens eine Kandidatin oder einen Kandidaten nominieren und dem Verwaltungsrat der SRG SSR zur Wahl empfehlen.

Lukas Bruhin ist neuer Präsident der SRG.D

Der Regionalrat der SRG Deutschschweiz (SRG.D) hat den Anwalt und Berater Lukas Bruhin aus Zürich zum neuen Präsidenten gewählt. Er tritt per sofort die Nachfolge von Andreas Häuptli an, der sein Amt per Ende März 2025 auf eigenen Wunsch abgegeben hat.

Die Vakanz wurde öffentlich ausgeschrieben. Ein vierköpfiger Nominationsausschuss hat das mehrstufige Auswahlverfahren in Zusammenarbeit mit einer Executive-Search-Firma durchgeführt. Nach sorgfältiger Prüfung hat der Regionalvorstand dem Regionalrat geeignete Kandidierende vorgeschlagen. Zur Wahl von Lukas Bruhin sagt Sonja Kuhn, Leiterin des Nominationsausschusses: «Lukas Bruhin hat uns mit seiner langjährigen Erfahrung in föderalen Organisationen und seinem Engagement für den Service public in der Schweiz überzeugt. Ich bin sicher, dass er als Präsident der SRG.D in dieser herausfordernden Zeit strategisch klug zur Weiterentwicklung der SRG beitragen wird.» Bruhin zu seiner Motivation: «Der Service public der SRG ist entscheidend für unsere Demokratie und eine fundierte Meinungsbildung. Service public lebt vom Vertrauen. Mein Ziel ist, dass die SRG.D als Brücke zwischen Regionen, Publikum und SRF dieses Vertrauen stärkt.»

Lukas Bruhin bringt umfassende Erfahrung in der Führung komplexer Organisationen sowie in der Umsetzung von Transformationsprozessen mit. Während vieler Jahre in leitenden Funktionen innerhalb der Bundesverwaltung und in strategischen Gremien staatsnaher Institutionen hat er seine Fähigkeit unter Beweis gestellt, unterschiedliche Ebenen einer Organisation zu integrieren und Veränderungen wirkungsvoll anzustossen.

Zu Bruhins beruflichen Stationen zählen unter anderem die Funktion als Generalsekretär des Eidgenössischen Departements des Innern sowie verschiedene leitende Positionen bei der Schweizerischen Post und im UVEK. Heute ist er Partner bei Arioli Law in Zürich und Präsident des Institutsrats von Swissmedic.

Die ganze Mitteilung finden Sie unter srgd.ch.

Bild: Mirco Rederlechner

Über die Tagesaktualität hinaus

Bild: Peter Fischli, David Weiss, «Refinement», 1984 (out of the series «EQUILIBRES»), silver gelatin print, Courtesy of Galerie Eva Presenhuber, Sprüth Magers, Matthew Marks, and the Estate Fischli Weiss

Interview mit Bettina Hamilton-Irvine

Von Eva Hirschi

Das Online-Magazin «Republik» setzt auf Hintergründe und grosse Zusammenhänge statt auf schnelle News. Co-Chefredaktorin Bettina Hamilton-Irvine spricht im Interview über journalistische Werte, KI – und darüber, dass man der Leserschaft durchaus auch etwas zumuten darf.

Bettina Hamilton-Irvine, was braucht es für qualitativ hochstehenden Journalismus?

Es braucht Zeit, Sorgfalt und Ressourcen – für Recherchen, für eine sorgfältige Produktion, für einen Faktencheck, aber auch für das Hinterfragen von vermeintlichen Gewissheiten. Es ist sehr wichtig, dass man nicht etwa mit einer vorgefertigten These in die Recherche einsteigt und nur noch versucht, diese zu bestätigen. Deshalb darf es auch keinen Druck geben, irgendwelche Klickzielvorgaben erfüllen zu müssen. Eine Recherche muss auch scheitern dürfen. Zudem braucht es Unabhängigkeit, damit man nicht beeinflusst wird von irgendwelchen Interessensgruppen, der Politik, Werbekunden oder mächtigen Verlegern. Und es braucht eine gewisse Haltung.

Eine politische Haltung?

Nein, eine berufsethische Haltung: Die ganze Redaktion muss sich bewusst sein, dass man als vierte Gewalt eine Verantwortung trägt. Wir nennen das: Verantwortung für die Öffentlichkeit übernehmen. Heute wollen die Leserinnen und Leser nicht mehr einfach nur Informationen, sondern sie wollen jemanden, dem sie vertrauen können. Und dafür müssen sie auch wissen, wofür jemand steht. Nicht im Sinne einer politischen Meinung, sondern im Sinne einer Haltung gegenüber der Welt und der Menschen. Bei der «Republik» erkennt man diese zumindest teilweise an der Wahl unserer Kernthemen: Dazu gehören Demokratie und Rechtsstaat, aber auch Menschenrechte, Klima, Gleichstellung oder Medien. Diese thematische Priorisierung zeigt, was uns wichtig ist, ohne dass wir eine bestimmte politische Meinung haben müssen.

Die «Republik» verzichtet auf Werbung und finanziert sich über Abonnements. Heisst das nicht einfach, dass sie von ihren Leserinnen und Lesern abhängig ist – oder, wie Sie es nennen, ihren Verlegerinnen und Verlegern?

Ja, klar, zumindest teilweise. Das ist aber nichts Schlechtes – wir sagen jeweils mit einem Augenzwinkern, dass unsere Kundinnen und Kunden gleichzeitig unsere Chefs sind. Bei unseren publizistischen Entscheidungen müssen wir überlegen, ob diese für unsere Zielgruppe nützlich sind und ob wir unserem Anspruch gerecht werden, Verantwortung für die Öffentlichkeit zu übernehmen. Gleichzeitig richten wir nicht alles danach aus – sonst würden wir nur noch Journalismus machen, der in dieser Community möglichst mehrheitsfähig wäre. Wir aber machen sehr bewusst Journalismus, der manchmal nischig ist, der manchmal nicht die Mehrheit anspricht – aber dafür ist gelegentlich ein einziger Text für eine kleine Gruppe von Leuten ein ganzes Jahresabonnement wert, weil sie dieses Thema oder diese Perspektive sonst nirgends erhalten.

Ohne Werbegelder entstehen für Medien aber auch Anreize, zu «Weltanschauungsbestätigern» zu werden, wie Hannes Grassegger es im Interview mit «LINK» formulierte. Dies, weil sie ihre eigene Leserschaft zufriedenstellen müssen, von der sie abhängig sind.

Ich verstehe diesen Punkt, glaube aber, es ist andersrum: Wir haben nicht eine Community und sorgen dann nur noch dafür, dass wir sie glücklich machen. Sondern wir ziehen eine Community an, die sich für unseren Inhalt und für das, wofür wir stehen, interessiert. Dass bei einem mitgliederfinanzierten Medium eine gewisse Gefahr einer Blasenbildung besteht, ist uns bewusst. Das ist an und für sich aber kein Problem, solange man sich immer wieder kritisch hinterfragt, seine Themensetzung immer wieder überdenkt, nicht bequem wird und sich weiterhin traut, seine Leserschaft herauszufordern. Als Redaktion reflektieren wir ständig, wie und welche Themen wir setzen. Und wir publizieren gelegentlich auch bewusst Beiträge, mit denen wir unserer Community etwas zumuten – etwa, indem wir sie mit einem unbequemen Standpunkt konfrontieren.

Zum Beispiel?

Wir verorten uns bewusst nicht politisch, werden aber als tendenziell linksliberal wahrgenommen, was sicher viel mit unseren Kernthemen zu tun hat. Auch wenn wir nicht wissen, wer in unserer Leserschaft in welcher Partei ist, so spürt man ihre politische Haltung teilweise aus den Kommentaren heraus. Schreiben wir zum Beispiel etwas Kritisches über die Grünen, dann ärgert das einen Teil unserer Verlegerinnen und Verleger. Für solche Geschichten wurden wir auch schon hart kritisiert – zuletzt beispielsweise, als wir ein kritisches Porträt über die linke Präsidentin Mexikos publizierten. Aber mir ist wichtig, dass wir auch linke Parteien, Gewerkschaften oder Standpunkte kritisieren können.

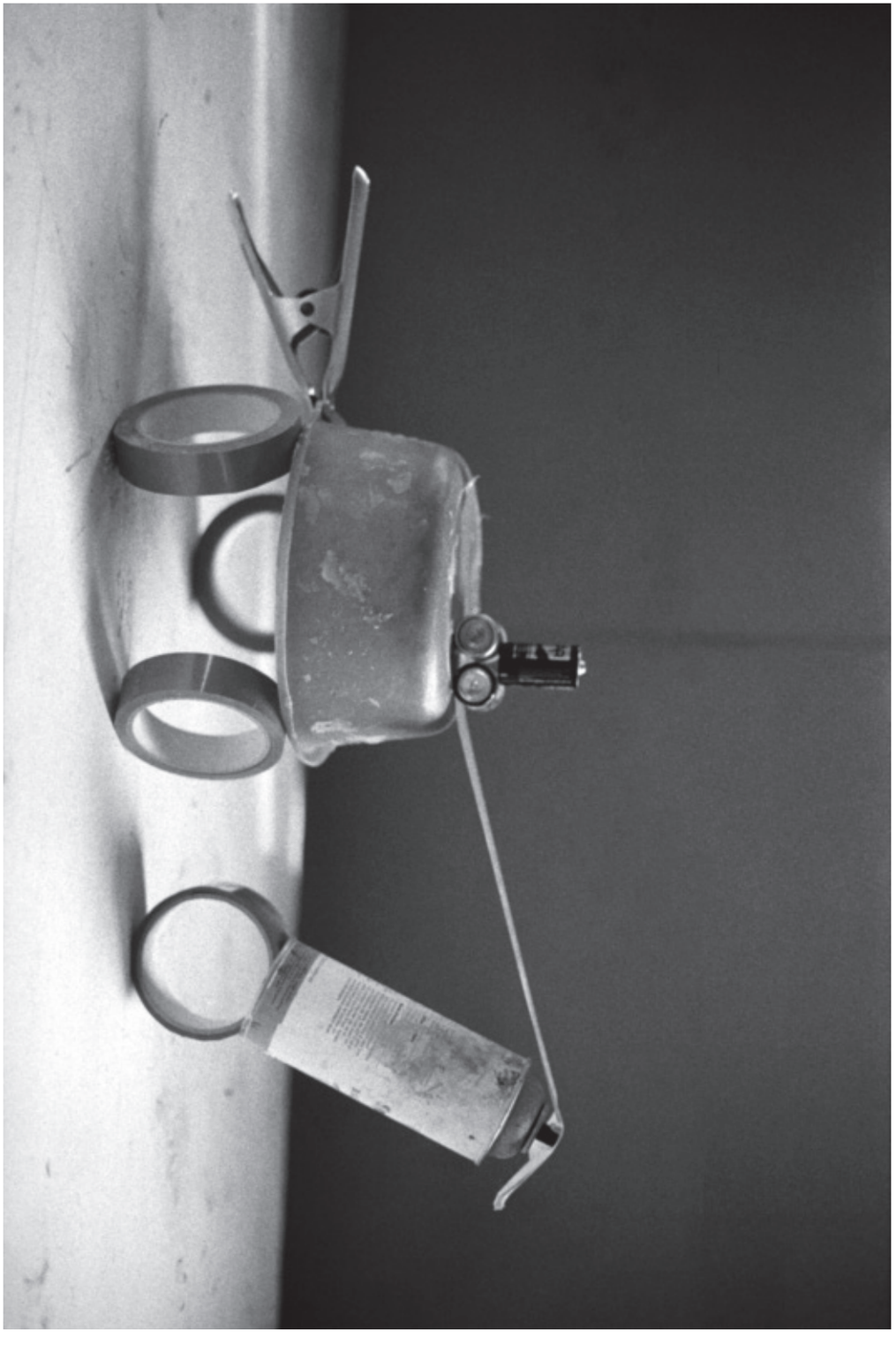
Was erwarten die Leserinnen und Leser von der «Republik»?

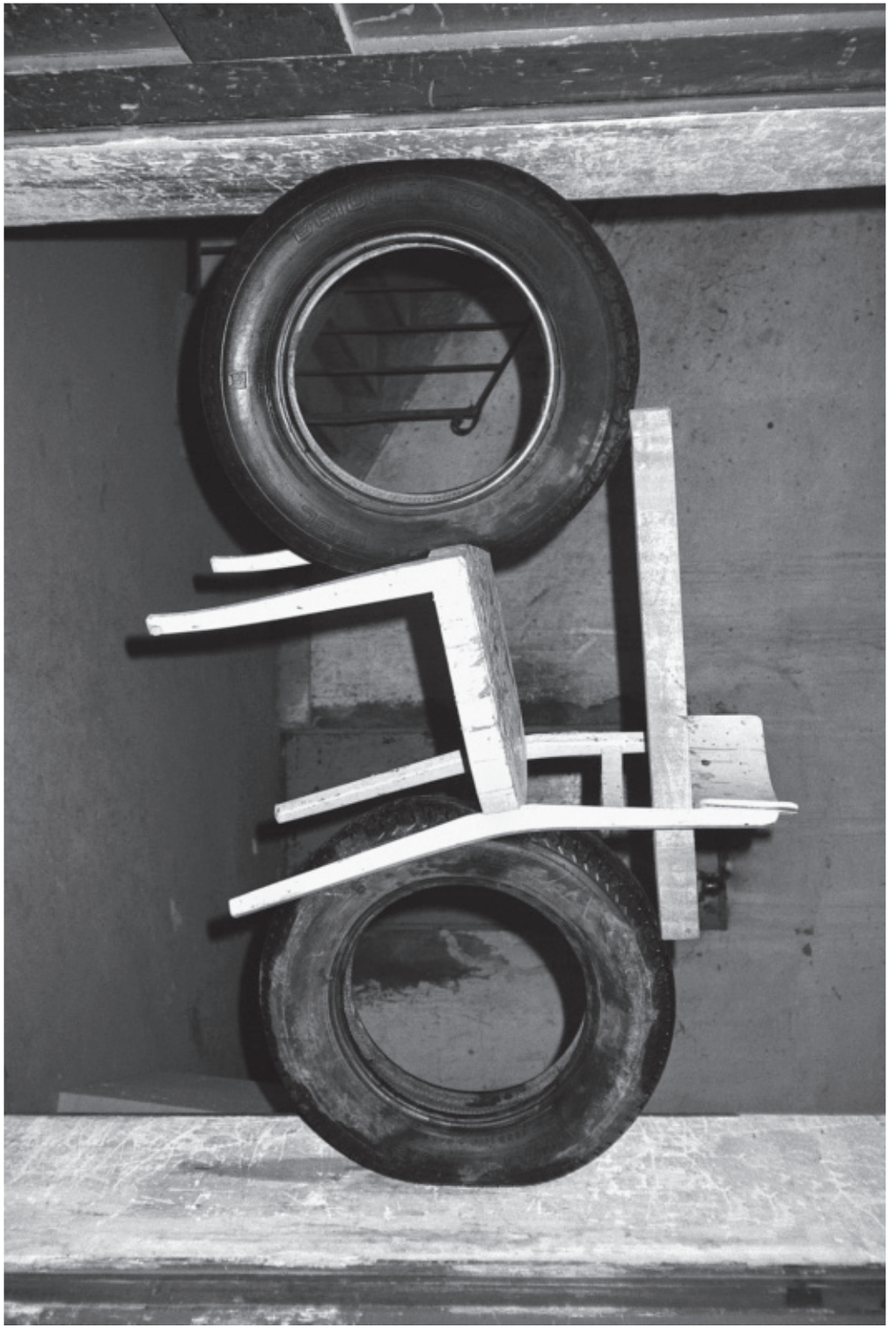
Bei gut 29 000 Verlegerinnen und Verlegern ist das natürlich schwierig zu sagen. Sie sind sehr heterogen, und ihre Erwartungen sind sehr vielfältig. Grundsätzlich aber ist das sicher eine Perspektive, die über das Tagesaktuelle hinausgeht, also weniger newsfokussierte Beiträge, und mehr solche, die hintergründig sind, Denkanstösse geben und grössere Zusammenhänge verständlich machen. Ein sehr schönes Kompliment, das wir immer wieder hören: «Ich habe jetzt schon so viel über dieses Thema gelesen, aber erst durch euren Beitrag habe ich es wirklich verstanden.» Der Versuch, Sinn aus dem zu machen, was in der Welt passiert, ist einer der Gründe, warum viele Menschen zu uns kommen. Und einige suchen auch eine Community.

Woran stellen Sie dies fest?

Dass sie einen Austausch mit anderen suchen, merken wir in den Kommentarspalten, wo unsere Journalistinnen und Journalisten direkt mit den Leserinnen und Lesern diskutieren – auf sehr hohem Niveau. Dort entstehen manchmal ganz neue Ebenen, weil Leserinnen und Leser eigene Perspektiven einbringen und Beiträge von uns mit eigenen Erfahrungen ergänzen. Das ist einzigartig in der Schweiz. Auch interessiert

Bilder: Peter Fischli, David Weiss, Bild oben: «The Car of Evil», 1984 (out of the series «EQUILIBRES»), silver gelatin print, Bild unten: «Ben Hur», 1984 (out of the series «EQUILIBRES»), silver gelatin print, Courtesy of Galerie Eva Presenhuber, Sprüth Magers, Matthew Marks, and the Estate Fischli Weiss





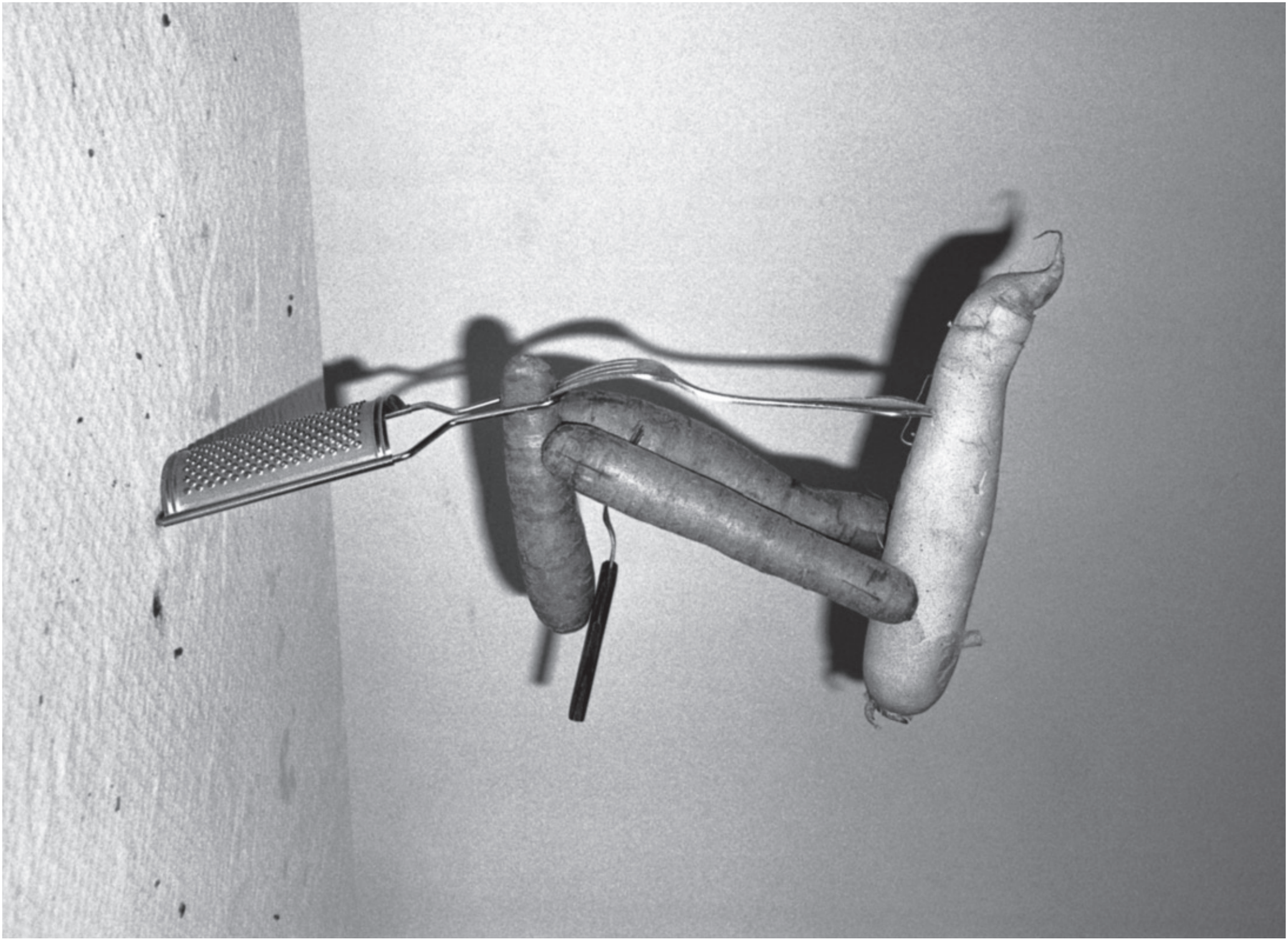


Bild: Peter Fischli, David Weiss, «Triumphant Carrot», 1984 (out of the series «EQUILIBRES»), silver gelatin print,
Courtesy of Galerie Eva Presenhuber, Sprüth Magers, Matthew Marks, and the Estate Fischli Weiss

viele, wie wir als Redaktion vorgegangen sind. Wenn unsere Journalistinnen und Journalisten erklären, was sie bedacht haben, warum sie sich für oder gegen etwas entschieden haben, dann gibt das einen zusätzlichen Mehrwert. Nicht zuletzt suchen gewisse Menschen bei uns einen Ort, an dem sie sich inspirieren lassen können, Lösungen finden oder sich manchmal auch ein bisschen trösten lassen, wenn einen die Welt gerade überfordert.

Sollten Journalistinnen und Journalisten präsenter sein und die Medienmarke mittragen?

Wir erwarten bei uns, dass sie in unserem Format «Dialog» eine gewisse Präsenz zeigen und soweit möglich auf Fragen, Inputs und Kritik reagieren. Denn dieser Austausch mit unserer Leserschaft ist ein Alleinstellungsmerkmal der «Republik». Ganz grundsätzlich fände ich es für die Schweizer Medienlandschaft aber schön, wenn die Medienschaffenden selbst präsenter wären. Gerade im schnellen Newsjournalismus ist ja eher das Gegenteil der Fall: Es werden zum Teil schon ganze Texte mit künstlicher Intelligenz generiert oder zumindest von KI unterstützt geschrieben, was das Ganze sehr oberflächlich und unpersönlich macht – und manchmal schlicht auch falsch. Für den Qualitätsjournalismus ist es eine Chance, sich auf der Gegenseite zu positionieren als ein Medium, das auf Menschen setzt, auf Journalistinnen und Journalisten, die als Persönlichkeiten greifbar sind. Wir merken, dass hier ein Bedürfnis besteht.

Welche Rollen spielen der Service public und private Medien?

Es braucht unbedingt beides, denn eine vielfältige Medienlandschaft ist zentral für die Demokratie und dafür, dass die Menschen sich eine informierte Meinung bilden können – doch beides ist derzeit in Gefahr. Ich betrachte mit grosser Sorge, wie öffentliche Medien auf der ganzen Welt unter Druck geraten. In der Schweiz sehe ich Kräfte hinter der Halbierungsinitiative, denen es generell um eine Destabilisierung der öffentlichen Medien geht, wenn nicht sogar mittelfristig um deren Zerstörung. Das hätte verheerende Folgen für die Demokratie und die Medienlandschaft in der Schweiz. Der Service-public-Auftrag der SRG ist essenziell, heute mehr denn je: Gerade jetzt, wo immer mehr Medien verschwinden, zusammengelegt oder ausgehöhlt werden, braucht die Bevölkerung einen Ort, wo sie sich informieren kann, um beispielsweise politische Entscheidungen zu fällen. Und wir brauchen ein Mediensystem, das auch Regionales und Lokales abdeckt, damit es nicht zu Newswüsten kommt wie in den USA.

Worin unterscheidet sich die Aufgabe der SRG und diejenige der Privatmedien?

Als «Republik» können wir sehr selektiv entscheiden, worauf wir fokussieren, weil wir in der Berichterstattung nicht den Anspruch auf Vollständigkeit haben. So ergänzen sich private Medien gut mit einer SRG: Die SRG bereitet sozusagen den Boden mit einer Grundversorgung an Information, während sich die Bevölkerung bei spezialisierten Medien wie uns vertiefter über gewisse Themen informieren und möglicherweise auch noch andere Perspektiven finden kann. Wir können natürlich auch eine viel klarere Haltung einnehmen als die SRG, der vor allem von rechts schnell vorgeworfen wird, sie sei einseitig.

Sehen Sie darin die Zukunft des Journalismus – in längeren, tiefgehenden Artikeln? In der Schweizer Medienlandschaft ist ja eher eine umgekehrte Tendenz feststellbar: Alles wird kürzer und schneller, es bleibt kaum Zeit für Recherchen …

Ich würde nicht sagen, dass dies die Zukunft für alle ist. Medien müssen eine Nische für sich finden und ein Produkt anbieten können, das einen Mehrwert bietet und das man im Idealfall sonst nirgends erhält. Das müssen nicht unbedingt bei allen lange Artikel und investigative Recherchen sein. Aber es muss etwas sein, was den Leserinnen und Lesern einen Grund gibt, zu einem zu kommen – und im Idealfall dafür zu zahlen. Wir haben unseren Weg gefunden. Aber wir haben auch einiges ausprobiert, was nicht funktioniert hat. Jetzt sind wir auf einem guten Weg, wir sind stabil, unsere Leserschaft ist seit gut einem Jahr leicht wachsend. Interessanterweise kommen immer wieder Menschen zu uns, die sagen, sie hätten die Tageszeitung abbestellt. Wir profitieren wohl davon, dass gewisse grosse Medienhäuser nicht mehr in den Journalismus investieren. Aber ich würde mir nicht anmassen, zu sagen, dass unser Weg der einzig richtige ist. Es gibt in der Schweiz auch keinen Platz für zehn «Republiken».

Welche Rahmenbedingungen braucht es, damit qualitativ hochstehender Journalismus auch in Zukunft möglich ist?

Es braucht ein Umfeld, in dem die Wichtigkeit von Journalismus als vierte Gewalt verstanden wird. Es braucht ein Medienverständnis, das bereits in der Schule gelehrt wird. Es braucht ein Verständnis in der Politik dafür, dass kritischer Journalismus für eine liberale Demokratie unabdingbar ist. Und es braucht einen Konsens in der Gesellschaft, dass unabhängiger Journalismus wertvoll ist – und deshalb auch etwas kostet.

Bild: Andrea Ebner

Die Bilderreihe, die das Cover ziert und dieses Interview begleitet, stammt von den beiden Künstlern Peter Fischli und David Weiss. Für die Fotografien fügten sie Alltagsgegenstände zu «Equilibres» zusammen, Gebilde, die für einen kurzen Moment in perfekter Balance stehen. Es ist ein Bildnis, das auch das Handwerk des Journalismus zu beschreiben vermag: Viele verschiedene Aspekte müssen zu einem Ganzen zusammengefügt werden. Oft sind die Zusammenhänge komplex, doch im Ergebnis so ausgeglichen wie möglich.

Bettina Hamilton-Irvine ist seit Mai 2018 bei der «Republik». Seit Januar 2023 ist sie Co-Chefredaktorin. Daneben unterrichtet sie Journalismus an der Universität Freiburg und am Institut für Journalismus und Kommunikation MAZ in Luzern. Sie selbst hat an der Queensland University of Technology in Brisbane, Australien, Journalismus studiert und war danach fast zehn Jahre für CH Media tätig, zuletzt als Chefredaktorin der «Limmattaler Zeitung».

Facts & Figures

Journalismus – ein Handwerk steckt in der Krise. Weltweit sind Medienschaffende immer stärkerer Restriktion ausgesetzt. Und auch in der Schweiz steht der Berufsstand vor grossen Herausforderungen. Das zeigt unter anderem die Statistik.

Norwegen führt weltweit die Rangliste der Pressefreiheit an, welche die Non-Profit-Organisation Reporter ohne Grenzen jährlich publiziert. Die Schweiz belegt darin den neunten Rang und erreicht mit 83,26 Index-Punkten zwar eine im Vergleich hohe Punktzahl, verpasst aber die Lagebewertung «gut» dennoch knapp.

361 Journalistinnen und Journalisten weltweit waren laut dem Committee to Protect Journalists (CPJ) im Jahr 2024 inhaftiert. Die meisten davon in China (50), Israel und den besetzten palästinensischen Gebieten (43), Myanmar (35), Weissrussland (31) und Russland (30). Die Zahlen basieren auf Schätzungen des CPJ. Wie schwierig solche Schätzungen sind, zeigt sich unter anderem darin, dass Reporter ohne Grenzen die Zahl inhaftierter Journalistinnen und Journalisten deutlich höher, nämlich auf 550 schätzt.

Tätliche Angriffe auf Journalistinnen und Journalisten haben sich 2024 im Vergleich zum Vorjahr laut einem Bericht des Europarats verdreifacht. Die Zahlen basieren auf Meldungen von Presserechtsverbänden. Eine andere Studie («Feindbild Journalist:in») zählte allein in Deutschland 98 verifizierte tätliche Angriffe auf Medienschaffende – ein Rekordwert. Besonders Lokaljournalistinnen und -journalisten sind betroffen. Dabei stelle die extreme Rechte die grösste Bedrohung dar, so die Studie. Doch nicht nur Gewalt setze die Pressefreiheit unter Druck. Insbesondere der öffentlich-rechtliche Rundfunk sei dem Versuch politischer Einflussnahme ausgesetzt, beispielsweise durch drastisch gekürzte Mittel, so der Bericht des Europarats.

6788 Franken beträgt der Medianlohn von Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz laut einer Studie der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) im Jahr 2024. 40 Prozent der Branche verdienten aber weniger als 5601 Franken monatlich.

78 Prozent der Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz erlebten laut derselben ZHAW-Studie bereits erniedrigende oder hasserfüllte Äusserungen, die direkt auf sie gezielt hatten. 39 Prozent der Journalistinnen und Journalisten machen sich Sorgen um ihre psychische Gesundheit.

9700 Journalistinnen und Journalisten arbeiteten laut Bundesamt für Statistik im Jahr 2022 in der Schweiz. Im Jahr 2012 waren es noch 12 200. Positiv: Der Frauenanteil stieg in dieser Zeit. Lag dieser vor 25 Jahren noch bei 33 Prozent, kletterte er bis 2023 auf 44 Prozent. Nur: Bis heute verdienen Frauen weniger. Zum Teil, da in Leitungspositionen von Schweizer Medien Frauen nach wie vor untervertreten sind – zum Teil aber auch, weil Frauen zu schlechteren Bedingungen angestellt werden als Männer.

Norwegen

6788 Franken

9700

Tätliche
Angriffe

78 Prozent

361

Rückblick

1962

Das erste Regionalmagazin des Schweizer Fernsehens hiess «Antenne». Die Sendung berichtete über nationale und regionale Ereignisse. Nach zwölf Jahren wurde sie abgelöst durch «Bericht vor 8». Die Sendung wurde bis 1977 ausgestrahlt, gefolgt von «Blickpunkt». Im Jahr 1981 übernahm schliesslich «Schweiz aktuell» den Sendeplatz.

Bilder: SF DRS

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

1974

Das Redaktionsteam des neu gegründeten Inlandmagazins «CH-Magazin» bereitet sich auf den Sendestart vor. Von 1975 bis 1984 liefert die Sendung Hintergrundinformationen zu aktuellen Themen in der Schweiz. Für viel Aufmerksamkeit sorgte die Episode mit Anna und Hans Müller – bekannt als Herr und Frau Müller – vom 14. Juli 1980. Ein Aktivist und eine Aktivistin nahmen an einer Diskussionsrunde über die Zürcher Jugendunruhen teil, spielten aber entgegen allen Erwartungen die Rolle der besorgten Bürger und provozierten so beinahe den Abbruch der Live-Sendung.

Die «Müller-Sendung» ist heute noch auf Play SRF aufrufbar:

Bild: SF DRS

2007

Ein Nachrichtensprecher des neu gegründeten Senders DRS 4 bereitet sich im Radiostudio Bern auf seinen Einsatz vor. Radio DRS 4, heute Radio SRF 4 News, bietet ein Audio-Nachrichtenprogramm rund um die Uhr.

Bild: Keystone/Lukas Lehmann

Keine Angst vor heiklen Themen

Oceana Galmarini steht als Moderatorin und Redaktorin von «Schweiz aktuell» für einen Journalismus mit Haltung, Nähe und Gespür für relevante Geschichten aus den Regionen. Ein Gespräch über Idealismus, magische Livemomente und mediale Vertrauenskrisen.

Text: Daniel Schriber

Oceana Galmarini wusste bereits am ersten Tag ihres Praktikums bei Radiotelevisiun Svizra Rumantscha (RTR) in Chur: «Das ist es, das ist meins.» Sie war 20, kam ohne konkrete Pläne – und war vom ersten Moment an fasziniert.In den folgenden Monaten sog sie alles auf, was sie konnte. «Das Praktikum war ein grosser Glücksfall, und ich wollte so viel wie möglich daraus machen.» Dabei hatte sie nie davon geträumt, einmal für das Fernsehen zu arbeiten. Ihre frühe Kindheit verbrachte sie in Herisau, mit sechs Jahren zog sie mit ihrer Familie nach Ardez ins Unterengadin. Nach der KV-Lehre absolvierte sie die Berufsmatura; ein ganz normaler Werdegang. «Doch dann plötzlich zog es mir im Journalismus den Ärmel rein.» Von 2014 bis 2016 bildete sie sich an der Schweizer Journalistenschule MAZ aus. Parallel dazu absolvierte sie eine zweijährige Stage bei RTR. Sie schrieb und schnitt Beiträge, führte Interviews, drehte im Studio und draussen im Feld. «Das war eine grosse Spielwiese für mich», erinnert sich Galmarini. «Zudem hatte ich das Glück, mit Menschen arbeiten zu können, die mir etwas zutrauten.»

Nach verschiedenen Stationen beim RTR wechselte sie im März 2020 zum Moderationsteam von «Schweiz aktuell». Ihr romanisches «A revair» am Schluss der Sendung wurde rasch zu ihrem Markenzeichen. Die 32-Jährige steht aber nicht nur vor der Kamera – sie recherchiert Geschichten, plant Sendungen und ist als Reporterin im ganzen Land unterwegs. «Mittlerweile kenne ich wohl jedes Sandwich von jeder Tankstelle», sagt Galmarini lachend. Die Arbeit unterwegs ist für sie das Herzstück des Formats. «Diese Nähe zu den Menschen ist einzigartig. Weil wir häufig live sind, erleben wir magische Momente, die man nicht planen kann.» «Schweiz aktuell» erzählt Geschichten aus der Schweiz – nicht primär aus dem Bundeshaus, sondern aus den Gemeinden, Kantonen, Regionen. «Wir sind bei den Leuten, wenn es brennt, wenn etwas passiert, wenn etwas politisch oder gesellschaftlich relevant wird.» Doch wie findet man die richtigen Geschichten? Was ist über die Region hinaus relevant? Oceana Galmarini beschreibt das Spannungsfeld so: «Wenn eine Story zu lokal ist, schaltet der Basler beim Beitrag aus dem Wallis ab. Und umgekehrt. Aber wenn sie trotz Regionalität eine nationale Relevanz hat – dann funktioniert sie.» Die tägliche Herausforderung für die Redaktion: Themen finden, die möglichst viele Menschen in verschiedenen Landesteilen ansprechen, berühren, interessieren.

Mal ist es ein Dorf, das sich gegen eine geplante Umfahrung wehrt. Mal ein exklusiver Einblick in ein grosses Kulturereignis. Und dann behandelt «Schweiz aktuell» immer auch wieder brisante Themen – politische Skandale, Wirtschaftskrimis, Missstände bei Ämtern und Behörden. Besonders bei solchen Geschichten blüht Galmarini auf: «Ich habe keine Angst vor heiklen Themen. Wenn es brenzlig wird, kommt mein Idealismus zum Vorschein.» Für sie ist klar: Journalismus muss nicht nur erzählen, sondern auch einordnen. Und er muss dorthin schauen, wo es wehtut. «Das ist unsere Aufgabe, auch wenn es unbequem ist.» Dazu braucht es Haltung, Ausdauer, Kritikfähigkeit. «Und vor allem Qualität. Wir müssen bei SRF nicht immer die Ersten sein, aber wenn wir berichten, muss es Hand und Fuss haben.» Neben «Schweiz aktuell» gibt es bei SRF zwei weitere News-Flaggschiffe: die «Tagesschau» und «10vor10». Oft werden sie verglichen. Für Galmarini ist klar: Jede Sendung hat ihr eigenes Profil und ihre Berechtigung. Was «Schweiz aktuell» besonders mache, seien die Livepräsenz und die Nähe zu den Menschen. «Und wir senden auf Schweizerdeutsch – das schafft nochmals eine ganz andere Verbindung.» Die Vielfalt ist auch in der Redaktion spürbar: Dialekte aus der ganzen Schweiz, ein Team mit unterschiedlichsten Biografien.

Sprache ist für Galmarini denn auch mehr als ein Werkzeug. «Sie ist Ausdruck der Identität.» Die Journalistin ist nicht nur in der rätoromanischen Schweiz, sondern auch mit gehörlosen Eltern aufgewachsen. Die Gebärdensprache lernte sie als Kind. «Das ist nicht einfach eine andere Sprache, das ist eine eigene Kultur.» Mit eigenem Humor, eigenen Codes, eigenem Sozialverhalten. Dass «Schweiz aktuell» seit 2021 simultan in Gebärdensprache übersetzt wird, freut sie deshalb besonders. «Früher konnte meine Mutter meine Sendung nicht verstehen, heute kann sie sie mitverfolgen. Das finde ich megaschön.» Auch abseits des Scheinwerferlichts umgibt sich Galmarini gern mit Menschen. Sie liebt es, Freundinnen und Freunde zum Apéro einzuladen, draussen zu sitzen, zu kochen, zu reden. «Bei meinen sozialen Kontakten lade ich meinen Akku auf.» Auch Bewegung ist ihr wichtig: Wandern, Fitness, Natur. «Ich spüre meinen Körper gern – und es darf ruhig auch mal ein bisschen wehtun.» Und dann ist da noch die Fotografie, eine alte Liebe. Bereits als Kind kaufte sie sich mit Erspartem ihre erste Digitalkamera. Während der Ausbildung am MAZ wurde das Hobby zur Passion. «Ein Gesicht einzufangen, ist wie ein Geschenk. Es ist, als könnte man einen Moment der Schönheit an- und festhalten.»

Trotz aller Leidenschaft für den Journalismus und die damit verbundenen Medien sieht Galmarini auch die Schattenseiten. Immer mehr Menschen wendeten sich von den Medien ab, misstrauten ihnen, mieden sie. «Ich erlebe das im eigenen Umfeld. Viele sagen: ‹Ich konsumiere keine News mehr, weil es mir nicht guttut.›» Hinzu kommt der wirtschaftliche Druck, der sich auch bei SRF bemerkbar macht. Und doch bleibt sie überzeugt: «In einem demokratischen System braucht es eine Instanz, die hinschaut, kritisch bleibt, aufdeckt.» Der Journalismus sei vielleicht nicht perfekt, aber unverzichtbar. «Wir brauchen gute Medien mehr denn je.»

Bild: SRF/Gian Vaitl

Fake News auf der Spur

Sind die spektakulären Videos auf Social Media auch echt? Wo wird mit Desinformation und Fake News manipuliert? Das SRF Netzwerk Faktencheck ist im Einsatz gegen die global zunehmenden Falschinformationen. So funktioniert das hauseigene Prüfsystem.

Text: Pascal Zeder

Die SRF-Mitarbeitenden haben mit dem SRF Netzwerk Faktencheck eine Anlaufstelle, um Informationen auf Wahrheitsgehalt und Inhalte auf Echtheit überprüfen zu lassen. Insgesamt 15 Kolleginnen und Kollegen engagieren sich neben ihrer alltäglichen Arbeit in verschiedenen Abteilungen bei SRF. Auf Anfrage recherchieren sie Fakten und zusätzliche Quellen und verifizieren audiovisuelle Inhalte.

Um welche Art von Inhalten geht es dabei?

Fake News – absichtlich verbreitete, irreführende oder falsche Informationen – treten in verschiedensten Formen auf. Dabei handelt es sich um Artikel, Bilder, Videos oder Social-Media-Posts, die schwer von journalistischen Nachrichten zu unterscheiden sind. Oft geht es beim Faktencheck um eine möglichst schnelle Verifizierung von Videos oder Bildern, die im Internet auftauchen – insbesondere in den sozialen Medien.

Wie funktioniert ein Faktencheck?

Um zu prüfen, ob Informationen oder Inhalte echt sind, gibt es verschiedene Möglichkeiten. Eine Grundregel beim Faktencheck lautet: Es braucht immer eine zweite, unabhängige Quelle – ausser die Information stammt von einem vertrauenswürdigen Absender.

Für die Prüfung von Videos oder Bildern nutzt das SRF Netzwerk Faktencheck verschiedene Werkzeuge, etwa Open-Source-Tools, die frei im Internet verfügbar sind. SRF nutzt also vielfach Methoden, die auch Privatpersonen anwenden könnten: beispielsweise die Bilder-Rückwärtssuche von Google oder Geolokalisierung mithilfe frei zugänglicher Online-Karten.

Als Beispiel: Ein Video soll angeblich aus einer Stadt im Land X stammen. Beim Faktencheck wird nun überprüft, ob die Aufnahmen wirklich am angegebenen Ort entstanden sind oder nicht. Dazu werden gut sichtbare, auffällige Orientierungspunkte wie Strassenschilder oder markante Gebäude identifiziert und mithilfe von beispielsweise Google Street View gegengeprüft. Auch automatisch generierte, technische Metadaten werden gecheckt, etwa geografische Koordinaten, die im Hintergrund mit der Aufnahme verknüpft sind. Eine häufige Form von Desinformation ist nämlich, dass echte Inhalte in einen neuen Kontext gesetzt werden und somit eine neue Bedeutung erhalten.

Das internationale Recherchenetzwerk Bellingcat bietet hierzu eine ganze Sammlung von Webtools an, kategorisiert nach dem jeweiligen Einsatzbereich.

Wann ist ein Faktencheck abgeschlossen?

Trotz aller Tools ist eine vollständige Verifizierung oft schwierig. Insbesondere, wenn die Zeit drängt. Deshalb arbeitet das SRF Netzwerk Faktencheck nach dem Prinzip der Falsifizierung: Welche Aspekte sprechen dafür, dass etwas korrekt ist, welche dagegen? Überwiegen kritische Aspekte, wird der Redaktion empfohlen, den Inhalt nicht zu verwenden oder darauf hinzuweisen, dass die Echtheit des verwendeten Inhalts nicht verifiziert werden konnte.

Muss SRF sämtliche Informationen checken?

Laut den Publizistischen Leitlinien von SRF sollen keine Inhalte publiziert werden, die falsch sind – oder von denen man hätte wissen können, dass sie nicht stimmen. Die Redaktorinnen und Redaktoren können viele Inhalte eigenständig prüfen, insbesondere wenn diese aus vertrauenswürdigen Quellen stammen. Die Wichtigkeit von Faktenchecks nimmt aufgrund des rasanten Fortschritts von künstlicher Intelligenz (KI) aktuell stark zu – eine Entwicklung, die in den kommenden Jahren weitergehen wird.

Was sind die grössten Herausforderungen für das SRF Netzwerk Faktencheck?

Zeitdruck und kurze Fristen bis zur Publikation sind häufig die grösste Schwierigkeit. Auch die Zunahme von KI-generierten, immer realistischer wirkenden Inhalten und Deep Fakes – Videos, in denen Mimik, Gestik und Stimme einer Person nachgestellt werden – stellen Faktencheckerinnen und Faktenchecker vor immer grössere Herausforderungen.

Hier finden Sie die aktuellsten Faktenchecks von SRF:

Können wir Medien?

Es wird immer wichtiger, Medien und ihre Inhalte kritisch, reflektiert und verantwortungsvoll nutzen, verstehen, bewerten und auch selbst gestalten zu können. Doch wie gut ist unsere Medienkompetenz eigentlich? Antworten auf drei zentrale Fragen von Medienwissenschaftlerin Fiona Fehlmann.

Wie gut können wir Werbung von Journalismus unterscheiden?

Für viele Menschen ist es nicht einfach, Werbung und Journalismus zu unterscheiden – vor allem angesichts der wachsenden Verbreitung von gesponserten Inhalten auf verschiedenen Onlineplattformen. Insbesondere gilt das für bezahlte Werbeinhalte, die sich in Form und Stil nahtlos in redaktionelle Umfelder einfügen. Solche Native Ads müssen deshalb aus Sicht des Schweizer Presserats «optisch/akustisch eindeutig als solche erkennbar sein» und als Werbung deklariert werden. Wie eine Studie des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW zeigt, waren 2021 die Formen der Kennzeichnung je nach Schweizer Medienhaus sehr unterschiedlich. Im Rahmen derselben Studie konnte anhand eines Online-Experiments mit 1800 Teilnehmenden gezeigt werden, dass gut ein Drittel die Kennzeichnung eines Beitrags als Native Ad nicht erkennt. Wird diese erkannt, dann tendenziell erst, wenn der Beitrag schon gelesen wurde.

Wie gut erkennen wir Fake News?

Die Fähigkeit, absichtlich verbreitete Falschnachrichten, also Desinformationen, zu erkennen, variiert je nach Person stark und hängt von verschiedenen Faktoren ab. Eine ausgeprägte Medienkompetenz und hohes Vertrauen in journalistische Medien führen tendenziell dazu, dass Desinformationen besser erkannt werden. Das Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) hat im Jahr 2021 Schweizerinnen und Schweizer unter anderem dazu befragt, wie kompetent sie sich beim Erkennen von Desinformationen einschätzen. Hier zeigt sich: Die Befragten fühlen sich hierzulande beim Erkennen von Falschinformationen relativ kompetent (Mittelwert 3,1 auf einer Skala von 1 bis 5). Die Selbsteinschätzung von Männern in Bezug auf ihre Kompetenz war signifikant höher als die von Frauen, und jüngere Menschen zwischen 18 und 29 Jahren schätzten sich als kompetenter ein als ältere Personen. Im Rahmen einer OECD-Studie von 2024, die über 21 Länder hinweg verglichen hat, wie gut die Befragten der Länder Fake News erkennen, zeigte sich aber: Die 1531 befragten Schweizerinnen und Schweizer erkannten lediglich in 55 Prozent der Fälle Desinformationen als falsch und landeten damit auf dem drittletzten Platz.

Wie gross ist das Vertrauen in die Medien in der Schweiz?

Das Vertrauen in Journalistinnen und Journalisten wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Das fög untersucht jährlich das Vertrauen in Nachrichtenmedien in der Schweiz. Diese Daten zeigen: Je nach Alter, Bildungshintergrund, politischer Orientierung sowie Sprachregion variiert das Vertrauen stark. In der französischsprachigen Schweiz ist es mit 38,7 Prozent geringer als in der deutschsprachigen Schweiz (42,2 Prozent). Und: Jüngere Personen mit einem eher niedrigen Bildungsniveau, die sich eher an den politischen Rändern verorten, haben ein geringeres Vertrauen in Medien als Menschen ab 35 Jahren mit höherer Bildung und einer politischen Orientierung Richtung Mitte. Gesamt betrachtet zeigt sich: Etwas mehr als zwei Fünftel (41,2 Prozent) der Befragten stimmen eher oder völlig der Aussage zu, dass sie Nachrichtenmedien vertrauen. Rund ein Viertel (24,4 Prozent) vertraut diesen kaum oder gar nicht, und fast ein Drittel (31,4 Prozent) zeigt sich unentschlossen. Mit diesem Ergebnis liegt die Schweiz im europäischen Vergleich bezüglich Medienvertrauen auf Rang 10 von insgesamt 24 Ländern.

Fiona Fehlmann ist Dozentin und Forscherin am Institut für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW und ist Vorsitzende der Bildungskommission der SRG ZH SH.

Kolumne

Foto: SRF/Oscar Alessio

Kohäsion
Die «Sonnenstube» klischeefrei

Gemäss Konzessionsauftrag fördert die SRG die Verständigung, den Zusammenhalt und den Austausch zwischen den Landesteilen. Wo sich diese Kohäsionsaufgabe im audiovisuellen Programm niederschlägt, zeigen verschiedene Mitarbeitende der SRG in dieser Kolumne auf. Diesmal schreibt SRF-Tessin-Korrespondent Marcel Niedermann über Alltag und Anbindung der italienischen Schweiz.

Polenta, Palmen und Lago Maggiore – das Tessin ist für viele Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer ein beliebtes Ferienziel. Doch oft bleibt das Bild vom Südkanton oberflächlich und klischeehaft. Kein Wunder also, dass sich viele Ticinesi von ihren Miteidgenossen im Norden missverstanden fühlen.

Der Gotthard verbindet – und trennt. Zwar ist der Süden durch den Basistunnel gut erreichbar, doch sprachliche Hürden und kulturelle Unterschiede bleiben bestehen. Das zeigt sich im Alltag: Wenn Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer im Tessin auf Mundart statt auf Hochdeutsch kommunizieren, wirkt das auf viele Einheimische befremdlich – denn Hochdeutsch ist die Sprache, die sie in der Schule lernen.

Als SRF-Korrespondent im Tessin versuche ich, hinter die Fassade der «Sonnenstube der Schweiz» zu blicken. In Berichten für News- und Hintergrundsendungen sowie auf der SRF-App zeige ich, was die Menschen im Südkanton bewegt – jenseits von Ferienidylle und Postkartenmotiven. So gelingt es, ein grösseres Verständnis füreinander zu schaffen.

Im August 2023 entgleiste ein Güterzug. Die Zugverbindung durch den Gotthard war über ein Jahr unterbrochen. Als kurz darauf auch der Strassentunnel wegen eines Deckenrisses gesperrt wurde, fühlten sich viele Tessinerinnen und Tessiner buchstäblich vom Rest der Schweiz abgeschnitten. Es war ein Schockmoment für den Südkanton. Diese Erfahrung hat deutlich gemacht, wie wichtig die Anbindung an den Norden ist – nicht nur wirtschaftlich, sondern auch emotional. Dies zeige ich in Einschätzungen und Beiträgen. Beispielsweise, wenn die Politik in Bern über Tunnelgebühren diskutiert, was aus Tessiner Sicht eine klare Benachteiligung wäre.

Auch wirtschaftlich nimmt das Tessin eine Sonderrolle ein: Rund ein Drittel der Erwerbstätigen sind Grenzgängerinnen und Grenzgänger aus Italien – deutlich mehr als in anderen Grenzregionen. Die sogenannten Frontalieri prägen die politische Debatte seit Jahrzehnten: vom Lohndruck über Verkehrsprobleme bis hin zum Finanzausgleich.

Unsere Aufgabe als Journalistinnen und Journalisten ist, diese Realitäten sichtbar zu machen – und so das Verständnis zwischen den Sprachregionen zu fördern. Das gelingt nur im engen Austausch: Wir arbeiten mit Kolleginnen und Kollegen von RSI zusammen, recherchieren gemeinsam, tauschen Themen aus und unterstützen uns gegenseitig bei Dreharbeiten und Interviews. Das Tessin ist mehr als nur ein Ferienkanton. Es bereichert die Schweiz mit seiner Sprache, seiner Kultur und seiner besonderen Perspektive. Die gelebte Italianità – charmant, herzlich, aber klar schweizerisch geprägt – ist ein wertvoller Teil unserer nationalen Identität.

Es ist ein Privileg, die italienische Schweiz journalistisch zu begleiten. Und vielleicht trägt unsere Arbeit dazu bei, dass beim nächsten Ausflug in die Sonnenstube nicht nur die Sonne, sondern auch das gegenseitige Verständnis ein bisschen heller scheint.

Marcel Niedermann ist TV-Korrespondent im Tessin für SRF.

«Die Berichterstattung hat die Gesellschaft berührt»

Interview: Pascal Zeder

Zu Beginn dieses Jahres trat das Leitungsteam des neu ausgerichteten Publikumsrats der SRG Deutschschweiz sein Amt an. Im ersten sogenannten Dialogfenster wurde mit der Bevölkerung die Rolle der Medien bei Grossanlässen diskutiert: Was sollen Medien leisten? Und welche Effekte hat die Berichterstattung von Gross-Events auf die Gesellschaft? Christof Thurnherr, Mitglied des Leitungsteams, zieht Fazit.

Christof Thurnherr, das erste Dialogfenster im Resonanzraum des Publikumsrats SRG.D schliesst sich. Das Ziel war, die Rolle der Medien bei zwei Grossanlässen in der Schweiz zu beleuchten: dem Eurovision Song Contest (ESC) in Basel sowie der Women's EURO. Was sind die zentralen Erkenntnisse aus dem Dialogfenster?

Gezeigt hat sich vor allem eines: SRF ist gewappnet für Grossanlässe. Die Berichterstattung sowohl zum ESC als auch zur Women's EURO wurde vom interessierten Publikum sowie von Fachpersonen gelobt. Und die Berichterstattung hat die Gesellschaft in beiden Fällen zwar nicht grundlegend verändert, aber zumindest berührt.

Was bedeutet das?

Der Einfluss der Medien auf die Gesellschaft war bei den beiden Gross-Events komplett unterschiedlich. Beim ESC ging es beispielsweise nicht darum, besonders viele Menschen für den Anlass zu begeistern, sondern darum, die sehr heterogene Gruppe der ESC-Interessierten zusammenzuschweissen. Und das hat die Berichterstattung erreicht. Bei der Women's EURO war es ganz anders: Fussball als Sport verfügt in der Gesellschaft bereits über ein bestehendes breites Interesse. Da ging es darum, Fussball der Frauen in dieser Interessensgruppe stärker zu etablieren, vor allem bei jener Gruppe, die Fussball in erster Linie als Männersport sieht. Und auch hier kann man bilanzieren: Die sorgfältige Berichterstattung von SRF – und auch von anderen Medien – hat dazu beigetragen, das gesellschaftliche Bild des Frauenfussballs zu verändern. Bemerkenswert war auch: SRF war sogar beim langjährigen und stark interessierten Publikum – beispielsweise dem ESC-Fanclub – jeweils die primäre Informationsquelle. Da hätte ich erwartet, dass man seine Informationen spezifischer aus Foren und Blogs bezieht; aber offenbar war die SRF-Berichterstattung genügend umfangreich und qualitativ ansprechend.

Wie unterschieden sich die beiden Events in Bezug auf die Wirkung der Berichterstattung?

Beim ESC ist interessanterweise die Phase vor dem Event extrem wichtig. Die wichtigste Zeit für den Fanclub sind die drei Monate davor: Die Fans wollen Hintergründe zu den auftretenden Künstlerinnen und Künstlern, setzen sich mit den Songs, den Kostümen und der Show auseinander. Die Final-Events, die im Zeitraum einiger Tage stattfinden, sind schliesslich der Peak der Euphorie. Bei der EM war dies anders. Dort dauert der Event mehrere Wochen. Insbesondere das Fernsehen hat hier auch die Aufgabe, die Spannung aufrechtzuerhalten – und das bei stetig abnehmender Zahl von Livespielen. Was SRF ausserdem gelungen ist: Es hat bei seiner Berichterstattung über die Women's EURO auf die richtigen Figuren gesetzt.

Das heisst?

Im Rahmen der EM hat sich die Hintergrundberichterstattung auf verschiedene Spielerinnen konzentriert. Als Beispiel: Lia Wälti war sowohl sportlich auf dem Platz als auch medial omnipräsent. Sie war eine der prägenden Figuren dieser Women's EURO, und SRF hat dies früh richtig eingeschätzt. Aber nicht nur bei ihr, auch Spielerinnen wie Géraldine Reuteler oder Livia Peng sind heute einem breiteren Publikum in der Schweiz bekannt – natürlich aufgrund ihrer Leistungen, aber eben auch dank der medialen Berichterstattung darüber. Solche Persönlichkeiten helfen am Ende der Entwicklung des Sports: als Vorbilder für Nachwuchsspielerinnen, aber auch als Werbeträgerinnen, um die für die Professionalisierung nötigen Sponsoringgelder zu generieren, beides Zeichen dafür, dass die Vorurteile gegenüber Frauen im Fussball abnehmen. Und, das haben Interviews im Nachgang zur EM gezeigt: Die Clubs spüren in Bezug auf den Frauenfussball bereits einen Effekt – wenn auch nicht den grossen Boom.

Was habt ihr als Leitungsteam des Publikumsrats aus diesem Dialogfenster gelernt?

Wir haben gespürt, wie gross das Bedürfnis des Publikums ist, sich direkt mit den SRF-Programmschaffenden auszutauschen. Mit unserem Resonanzraum und den Dialogfenstern ermöglichen wir diesen direkten Kontakt für die breite Bevölkerung – ohne grosses Vorwissen, mit minimalen Bedingungen. Wir fanden für jede Erhebung und jede Fragestellung genügend Menschen, die über das SRF-Angebot sprechen wollten. Die Suche war zwar jeweils aufwendig und komplex, aber die Aufgabe nie unlösbar, eben weil der Wille zum Austausch gross ist. Und somit kann man sagen, dass wir die Publikumsresonanz bereits im ersten Dialogfenster sehr gut spürten. Das gibt uns die Motivation, den Aufwand auch für die nächsten Themen wieder mit Freude zu leisten.

Welche Dialogfenster gibt es im kommenden Jahr?

Wir sind tatsächlich bereits mitten in der Vorbereitung der nächsten Dialogfenster. Ein Thema, das wir dabei berücksichtigen möchten, ist die Bedeutung der Medien in einer postmigrantischen Gesellschaft, wie dies die Schweiz heute zweifellos ist. Aktuell sind wir daran, die dabei relevanten Fragen zu formulieren, mit dem Ziel, Ende diesen Jahres eine erste Umfrage zu lancieren.

Sie möchten mitdiskutieren?

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

Bilder: Gian Vaitl & Pascal Zeder

Echo der Zeit

Ein Fenster zur Welt

Bild: SRF_ZH_906618.000

Das «Echo der Zeit» wird 80. Damit ist die Informationssendung von SRF eine der ältesten auf der ganzen Welt. Ein Blick auf ihre Anfänge und die Fragen: Wie bleibt eine Sendung über acht Jahrzehnte relevant? Wie zukunftsfähig ist sie? Und welche Rolle spielt sie für die Meinungsbildung und die Demokratie?

Text: Noemi Harnickell

Der Wasserkocher rauscht, im Nebenzimmer läuft die Dusche. Auf dem Küchentisch liegen Jela Gerbers Handy und die Kopfhörer. Es ist kurz nach sechs Uhr morgens. Die 21-Jährige befindet sich im letzten Jahr ihrer Schreinerlehre. Bevor sie zur Arbeit fährt, hört sie Nachrichten, die längst veraltet sind, zwölf Stunden alt, überholt von Pushmeldungen und Social Media. Und doch bleibt sie ihrem Ritual treu: Seit der Schulzeit begleitet sie das «Echo der Zeit» am Morgen – als Stimme der Weltlage, als verlässliche Konstante im Alltag. «Wenn wir schon so privilegiert leben dürfen, müssen wir uns auch damit auseinandersetzen, was in der Welt läuft», sagt Jela Gerber.

Das «Echo» gilt als journalistisches Flaggschiff des Deutschschweizer Radios. Während einer Dreiviertelstunde ordnet die Sendung aktuelle Nachrichten ein, liefert Gespräche mit Expertinnen und Akteuren sowie Reportagen aus dem In- und Ausland. Am 17. September 2025 feierte das «Echo» nun sein 80-Jahre-Jubiläum – damit ist es vermutlich die älteste kontinuierlich bestehende deutschsprachige Informationssendung der Welt. Von Radio Beromünster (1931) über DRS (1964) bis zu SRF (2012): Das «Echo der Zeit» überstand sämtliche Namens- und Organisationsänderungen des Sendehauses, während es sich selbst nur sanft veränderte. Bis heute wird die Sendung nach eigenen Angaben von täglich rund einer halben Million Menschen gehört und ist der meistgestreamte Politinfo-Podcast der Schweiz. Doch wie hat sich das «Echo der Zeit» so lange gehalten? Und: Wie relevant ist eine solche Sendung noch in einer Welt, in der Informationen permanent und im Sekundentakt zirkulieren?

«Also, Commander, Sie waren scheints dabei, als ihr Amerikaner die grossen Röhrenschlangen durch Frankreich legtet, welche Panzern, Flugzeugen und Motorfahrzeugen den flüssigen Lebensstoff nach vorn brachten. Haben sich diese Anlagen bewährt?» Von dieser allerersten Aufzeichnung des «Echo» am 17. September 1945 existiert heute nur noch ein Manuskript.

Interviewpartner John Shaw, Armeeberichterstatter der US-Truppen in Frankreich, wäre aber im Radio ohnehin nicht zu hören gewesen, denn das ganze Gespräch wurde mitgeschrieben, redigiert und im Studio live von Schauspielern nachgesprochen. Der Beitrag erklärte, wie die Amerikaner 1944 während der Invasion der Normandie Treibstoff durch Pipelines an die Front gebracht hatten, statt ihn mit Lastwagen über die zerstörten Strassen zu transportieren. Aktuell war das Ereignis also nicht, dennoch war es für die Hörerinnen und Hörer relevant: Denn der Moderator nutzte die Geschichte als Aufhänger, um über die aktuelle Benzin-Versorgungslage in der Schweiz zu sprechen. Der Landessender Radio Beromünster, ein früher Vorgänger von SRF, lancierte das «Echo der Zeit» als Nachfolgesendung der «Weltchronik», die sowohl im In- als auch im Ausland über das Kriegsgeschehen berichtet hatte. Die Schweizerinnen und Schweizer nahmen grossen Anteil an den Folgen des Kriegs. Mit seinem Ende war das Bedürfnis nach Informationen grösser denn je. Dabei hatte das «Echo» in seinen Anfängen kein erkennbares Konzept. Seine Inhalte glichen vielmehr einem «Kunterbunt an ‹Faits divers›», wie es der Autor Hanspeter Gschwend beschreibt. So wurde über bundespolitische Themen, aber auch über den ersten Abschuss eines Hirschs im Mittelland berichtet. Oder über die Kirschenernte in Baselland – inklusive Rezept für Kirschenkonfitüre.

Mit jedem Jahrzehnt kamen neue Meilensteine dazu. Von 1948 bis 1978 war Hans Lang der Journalist, der die Sendung prägte. Er erkannte, dass die Schweiz als kleines Land ohne eigene Rohstoffe existenziell von den Beziehungen zum Ausland abhängig ist. Casper Selg erinnert sich: «Lang beharrte stets darauf, die Leute müssten nicht nur die Schweiz, sondern vor allem auch Entwicklungen im Ausland verstehen.»

> «Das ‹Echo› zeigt, dass unsere Lebenswelt nicht im eigenen Garten aufhört, sondern es dahinter noch ganz viel mehr gibt. Wir wollen bei Orten hinschauen, wo andere es nicht tun.»
>
> Christina Scheidegger, Redaktorin «Echo der Zeit»

1960 wurden Koordination und Gesamtleitung in Bern zusammengelegt. 1974 wurde mit Raul Lautenschütz der erste vollamtliche Auslandskorrespondent angestellt, mit Station in Washington DC. «Das ‹Echo› ist wie ein Stab, der von einer Generation an die nächste übergeben und immer weitergetragen wird», beschreibt es der ehemalige Redaktionsleiter Beat Soltermann. Den sinnbildlichen Stab tragen heute neun Redaktionsmitglieder, von denen jeweils vier an einem Tag die Sendung gestalten. Dabei ist die Rollenverteilung dynamisch: Produktion, Redaktion und Moderation wechseln sich regelmässig ab. Die Zeiten, in denen Schauspielerinnen und Schauspieler vor dem Mikrofon standen und Texte vorlasen, sind vorbei. Heute liegt die ganze Arbeit in den Händen ausgebildeter Journalistinnen und Journalisten.

Es ist 10.15 Uhr, an einem Tag im August 2025. Ein vierköpfiges «Echo»-Redaktionsteam sitzt um einen Tisch in einem kleinen Sitzungszimmer an der Schwarztorstrasse 21 in Bern, plant die neue Sendung und bespricht die Folge vom Vortag. Ein Thema dominiert an diesem Morgen die Schlagzeilen auf der ganzen Welt: das Treffen zwischen Donald Trump und Wladimir Putin in Alaska. Das Problem: Das Treffen findet erst nach Sendeschluss statt – eine

Kompromisslösung muss also her. Die Redaktion beschliesst, mit einer Russlandexpertin ein sechsminütiges Hintergrundgespräch über Putins Sicht auf die Welt zu führen. Neben dem «Echo»-Team sind an einer einzelnen Sendung Mitarbeitende aus verschiedenen SRF-Abteilungen beteiligt. Korrespondenten geben Einblick in die gefragten Weltregionen, Expertinnen aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik ordnen ein, Nachrichtenredaktorinnen und -redaktoren erklären die Relevanz bestimmter News. «Das ‹Echo› zeigt, dass unsere Lebenswelt nicht im eigenen Garten aufhört, sondern es dahinter noch ganz viel mehr gibt. Wir wollen bei Orten hinschauen, wo andere es nicht tun», sagt Redaktorin Christina Scheidegger. Sie sei daher stolz, in einer Redaktion zu arbeiten, die etwa immer wieder über den Sudan berichtet. «Wir teilen alle den gleichen Planeten, entsprechend gehört alles irgendwie zu uns.»

Für Jela Gerber ist dieser Blick denn auch einer der Hauptgründe, weshalb sie das «Echo der Zeit» so gern hört: Nach 20 Minuten weiss sie im Detail über das wichtigste Weltgeschehen Bescheid. «Besonders cool finde ich die Reportagen ganz am Ende zu irgendeinem Thema, das ich meistens gar nicht auf dem Schirm habe! Mir gefällt es, zu erfahren, wie es den Menschen in einem anderen Weltteil geht.» Zum ersten Mal erfuhr sie durch Freunde vom «Echo der Zeit», als sie noch zur Schule ging. «Die wussten lauter crazy Fakten», erinnert sie sich. «Nur weil sie das mal im ‹Echo› gehört hatten.»

Es ist 17.12 Uhr. Redaktorin Zita Affentranger telefoniert mit der Nachrichtenredaktion in Zürich. Die Kurznachrichten am Anfang der Sendung dürfen sich nicht mit den restlichen Beiträgen doppeln. Dann ein weiterer Anruf. Affentranger hat einen Fehler in einer Audiodatei gefunden: «Du sagst ‹1997› – wäre das nicht eher 1996? Das ist bei Minute vier null zwei …» Affentranger legt auf und seufzt. Der ganze O-Ton muss erneut aufgezeichnet werden.

Hinter einem einzelnen Beitrag im «Echo» können locker sechs Stunden Arbeit stecken. Es ist Arbeit, die kostet. In der Schweiz hat kein privates Medienunternehmen die Mittel, eine Sendung wie das «Echo der Zeit» zu stemmen. «Private Medienunternehmen verdienen ihr Geld über den Markt, etwa mit Werbung oder Abos», sagt Redaktionsleiter Matthias Kündig. «Ein Hintergrundgespräch zur Revision der Sozialwerke ist zum Beispiel kein Thema, mit dem man wahnsinnig viele Einschaltquoten generiert – und damit Werbegelder.» Die SRG sei aber verpflichtet, genau solche Themen auch zu beleuchten. «Es ist ein Teil unserer Daseinsberechtigung.»

> «Das ‹Echo› braucht dringend eine neue Form der Moderationsrolle.»
>
> Edzard Schade, Radiohistoriker

Im Gegensatz zu früher ist Journalismus immer weniger ein Geschäft, mit dem sich Geld verdienen lässt. So fliessen drei Viertel der Online-Werbegelder zu internationalen Plattformen wie Google oder YouTube. Casper Selg beobachtet diesen Wandel mit Unbehagen. Viel zu oft gehe es heute um die Klickrate im Internet, um an Werbegelder zu kommen. Das führe dazu, dass Themen wie Donald Trumps neueste Zumutung zu oft thematisiert werden und andere Ereignisse verdrängen. «In einer Zeit, in der Printzeitungen abbauen», so Selg, «ist es demokratiepolitisch umso wichtiger, dass solide hintergründige Informationen im elektronischen Bereich erhalten bleiben.»

Inzwischen ist es kurz vor 18 Uhr. Moderatorin Christina Scheidegger probt noch einmal ihr Intro. Techniker Harald Kapp reguliert im Vorraum die Lautstärke und blendet die voraufgezeichneten Audios ein. Auf einem Bildschirm sieht er den Regieplan mit jedem kleinen Detail: Signet, Schlagzeilen, «Was Wladimir Putin von der Welt will», steht da.

18.00 Uhr. Kapp regelt die Lautstärke für Scheideggers Mikrofon hoch, dann ertönt auch schon das altbekannte Tüt-Tüt-Tüüüt des «Echo»-Signets. «Radio SRF, ‹Echo der Zeit› mit Christina Scheidegger. Das sind unsere Themen vor dem Gipfeltreffen in Alaska.»

So beliebt die Sendung ist, es gibt auch immer wieder Kritik am «Echo der Zeit». Sie sei zu links gefärbt, zu starr, zu top-down, nicht zukunftsfähig. Man habe viele Chancen verpasst, findet etwa auch Radiohistoriker Edzard Schade, der sich stark mit der Geschichte der Sendung beschäftigt hat. «Das ‹Echo› braucht dringend eine neue Form der Moderationsrolle», sagt er. «Das geht weiter als nur die Sendung – man muss auch die gesellschaftlichen Diskurse moderieren.» Dies könne heute zum Beispiel über die sozialen Medien oder Internetforen geschehen und dann wiederum in die Radiosendung einfliessen. «Leider hat es die SRG bisher verpasst, darin systematisch zu investieren. Dabei muss der Kontakt zum Publikum immer wieder neu wachsen – wenn das nicht passiert, geht die Marke kaputt.»

Einer der kritischen Punkte, die Hörerin Jela Gerber anspricht, ist die Frage nach der politischen Färbung der Sendung. «Ich frage mich: Bin ich selbst zu links, um zu erkennen, dass das ‹Echo› es auch ist? Oder verstehe ich bloss die andere Seite zu wenig?» Ganz grundsätzlich wünsche sie sich mehr Dialog zwischen verschiedenen Standpunkten. «In der direkten Demokratie, wie wir sie leben, hat das eine grosse Wichtigkeit», sagt sie. «Anders können wir uns keine Meinung bilden.»

Der ehemalige Redaktionsleiter Casper Selg hält die Aussage, das «Echo der Zeit» sei zu links gefärbt, für absurd: «Es ist allenfalls die Themenwahl, die immer wieder zu diesem Vorwurf geführt hat», sagt er. «Gewisse Leute wollten nie, dass wir zum Beispiel über den Klimawandel und dessen mögliche Ursachen reden. Wann immer über ein solches Thema berichtet wurde und wird, egal, wie ausgewogen, heisst es sofort, das sei linkes Radio.» Überhaupt sei falsch, immer eine ausgewogene oder neutrale Berichterstattung zu fordern: «Extremes Beispiel zur Veranschaulichung: Wenn wir zwei Gäste in einer Diskussionsrunde haben, die davon ausgehen, die Erde sei rund, dann bräuchten wir für die Ausgewogenheit auch zwei Leute, die sagen, sie sei flach. Diese Leute gibt es. Das ist aber nicht sachgerecht. Berichterstattung muss sachgerecht und fair sein.» Der aktuelle Redaktionsleiter, Matthias Kündig, pflichtet ihm bei: «Die Kritik, das ‹Echo› sei zu links, wird von Gegnern der SRG seit den 1970er-Jahren immer wieder erhoben. Dabei zeigen wissenschaftliche Untersuchungen, dass SRF zum Beispiel über innenpolitische Themen generell politisch neutral berichtet.»

Veränderungen holen das «Echo der Zeit» nur langsam ein. Das kann zuweilen auch frustrierend sein für Mitglieder der Redaktion, die gern mal an der Struktur rütteln würden. Dennoch ist Matthias Kündig sicher, dass das «Echo» zukunftsfähig ist: «Dass man sich auf Informationen verlassen kann, wird zunehmend ein knappes Gut», sagt er. «Das ‹Echo› setzt dem etwas entgegen.» Und auch Edzard Schade räumt ein: «Das ‹Echo der Zeit› war immer nah an den Bedürfnissen der Menschen dran.» Das sehe man gut am Beispiel des Kirschenernte-Beitrags: Aus heutiger Sicht mag es albern erscheinen, ein Rezept in einer Politsendung zu bringen – aber damals herrschte Mangelwirtschaft. Günstige Rezepte waren für die Bevölkerung äusserst relevant.

Mittlerweile ist es 18.45 Uhr, die Sendung ist vorbei. Moderatorin Christina Scheidegger packt ihre Trinkflasche ein, schultert ihren Rucksack und winkt ihrer Kollegin Zita Affentranger beim Hinausgehen zu. Während im Radiostudio in Bern die Lichter ausgehen, dreht sich die Erde weiter. Das «Echo der Zeit» wird am nächsten Abend darüber berichten. Jela Gerber wird es sich am Morgen danach anhören. Und so tut das «Echo» genau, was sein Name verspricht: Es hallt nach. Und dies noch lange, nachdem das aktuelle Weltgeschehen bereits weitergerast ist.

Bilder: SRF Archiv

Kolumne

Keine Zukunft für Geschichten aus der Schweiz?

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 ab und zu seine persönliche Meinung.

Diplomatinnen und Diplomaten aus dem Iran und den USA, Verhandlungen, Eklats, Intrigen, eine Liebesaffäre: das alles in Genf. Eine wichtige Rolle spielt die Protokollführung einer Schweizer Diplomatin. Genauer gesagt spielt die Story auf der grossen Leinwand auf der Piazza am Locarno Filmfestival. Gezeigt wird dort die Premiere zur neuen Serie «The Deal». Eine fiktionale Story, basierend auf einem realen Hintergrund, den Verhandlungen über das Atomprogramm des Iran 2013 bis 2015 in Genf. Globaler Stoff mit Bezug zur Schweiz, internationale Besetzung, packende Bilder für ein grosses Publikum, Polit-Thriller. Und das als Schweizer Produktion! Aber was hat das alles in einer medienpolitischen Kolumne zu suchen?

Zurück auf der Piazza in Locarno: Der Schweizer Produzent der Serie, Lionel Baier, spricht anlässlich dieser Premiere zum grossen Publikum. Er holt dabei aus zu einem Loblied auf den öffentlichen Rundfunk. Applaus. Der Grund für Baiers Intervention: Die SRG, genauer RTS, hat die Entwicklung von «The Deal» eng begleitet, ihre finanzielle Beteiligung war ausschlaggebend dafür, dass auch die Finanzierung in Frankreich gesichert werden konnte. Aber Lionel Baier, eine Grösse unter den Schweizer Produzentinnen und Produzenten, hat Angst. Warum?

Das wiederum wird durch eine Rede von SRG-Generaldirektorin Susanne Wille am Locarno Filmfestival klar: Die SRG beteiligt sich seit Jahren stark an der Schweizer Filmproduktion. Die SRG steht unter einem enormen Spardruck – aktuell vor allem durch die Beschlüsse des Bundesrats. So wird die SRG ihr aktuelles finanzielles Engagement im Film kaum halten können. Würde zudem die Halbierungsinitiative angenommen, dann muss man einen vollständigen Rückzug der SRG aus dem Filmbereich befürchten.

Damit würden mehr als 40 Prozent der gesamten öffentlichen Filmförderung in der Schweiz wegfallen. Angesichts des im internationalen Vergleich eher bescheidenen Volumens der Schweizer Filmproduktion würde dies faktisch das Aus für den Schweizer Film bedeuten.

Konkreter: Die SRG war in diesem Jahr im Programm des Locarno Filmfestivals an 23 Produktionen beteiligt. Im Jahr 2024 steuerte die SRG bei 220 Filmen einen Teil der Finanzierung bei. In den letzten gut 25 Jahren sind mit Unterstützung der SRG mehr als 4000 Kino-, Fernseh-, Dokumentar-, Kurz- und Trickfilme und über 50 Serien entstanden.

Die Zukunft und die Finanzierung des Schweizer Films ist eng verknüpft mit der Zukunft der SRG. Sollen mit dem Film Themen aus der Schweiz, für die Schweiz und auch für ein internationales Publikum erzählt werden, braucht es einen starken medialen Service public. Gewinnt die Halbierungsinitiative aus dem Hause SVP, dann werden in der Schweiz fast nur noch Produktionen aus dem Filmmarkt Europas und Hollywoods zu sehen sein. Kein «The Deal» mehr zur Schweizer Diplomatie, keine «Heldin» über das Schweizer Pflegewesen (mit aktuell über 200 000 Kinoeintritten in der Schweiz und weiteren 450 000 in Deutschland und Österreich) und auch kein «Drii Winter» mehr, die Geschichte eines Schweizer Bauern, uraufgeführt an der Berlinale. Lionel Baier und die Schweizer Filmschaffenden haben zu Recht Angst.

Philipp Cueni

Bild: zVg

Neu im Programm

«Mental Health bei Jugendlichen»

Unter der Marke SRF Wissen zeigt SRF school im Herbst eine neue Videoreihe zum Thema «Mental Health bei Jugendlichen». In fünf Folgen erzählen junge Menschen, wie es ihnen geht – was sie bewegt, was ihnen hilft und wo sie anstehen. Zusätzlich erklären kurze animierte Clips, was im Körper und im Gehirn passiert, wenn zum Beispiel Stress oder Angst auftritt oder wie Suchtverhalten entsteht.

Die Serie lädt die Zuschauenden zur aktiven Selbstreflexion ein: Was bedeutet mentale Gesundheit für mich? So wird sichtbar, dass das Thema alle betrifft – und darüber sprechen wichtig ist.

Die fünf Folgen sind Mitte Oktober auf Play SRF und unter srf.ch/school abrufbar.

SRF Wissen: «Puls Check»

Die beiden SRF-Hosts und jungen Ärzte Afreed Ashraf (Bild oben) und Willi Balandies tauschen den Klinikalltag gegen Erfahrungen vor Ort. In drei neuen Episoden von «Puls Check» kann das Publikum miterleben, wie die beiden Hosts im Einsatz einen Menschen reanimieren, im Rega-Jet einen Patienten zurück in die Schweiz holen sowie den berühmten Hodengriff im Rekrutierungszentrum des Militärs vornehmen müssen. Die neuen, rund 20-minütigen Folgen sind auf Play SRF zu sehen.

Die vier Hosts (v. l.): Felix Münger, Barbara B. Peter, Rahel Giger, Florian Hauser.

«Kulturplatz Talk»

Kulturinhalte zur besten Radio-Sendezeit: SRF bietet immer von Montag bis Freitag im neuen «Kulturplatz Talk» fünf Livesendungen zu zentralen Kulturthemen. Ein Team von vier erfahrenen Hosts leitet abwechslungsweise die Gespräche, die täglich auf Radio SRF 2 Kultur und online unter srf.ch/audio zu hören sind. Und künftig wird es noch mehr «Kulturplatz» geben: SRF plant eine «Kulturplatz Serie» ab November 2025 sowie die Überarbeitung der TV-Sendung «Kulturplatz» am Mittwochabend auf SRF 1.

«SRF Kids Inside»

Zahnspangen, Trennung der Eltern, neue Haustiere. Was beschäftigt Kinder in der Schweiz? Wer sind diese Kinder? Wie gehen sie mit Herausforderungen um? Das neue wöchentliche Videoformat gibt Einblick in ihre Wünsche, Probleme und Freundschaften – authentisch, nah und ohne jemanden blosszustellen. Alle porträtierten Kinder sind im selben Verein aktiv – sei es Karate, Fussball, Orchester oder Pfadi. Der Verein verbindet sie, ihre Geschichten sind jedoch individuell. Alle Folgen der ersten Staffel sind ab Mittwoch, 5. November, auf srfkids.ch und YouTube SRF Kids zu sehen. Ab Donnerstag, 6. November auch bei «SRF Kids» im TV um 17 Uhr auf SRF 1.

«Inside Gstaad Palace»

Tournedos mit Keniabohnen und Reis für 85 Franken für einen Hund? Kein Problem – die Küche des «Gstaad Palace» macht gern auch Vierbeiner glücklich. «Der Hund hat in zehn Tagen fast 1000 Franken verfressen», erzählt Culinary Director Franz Faeh in der neuen DOK-Serie aus dem Fünf-Sterne-Haus. Wünsche erfüllen, so verrückt sie auch sein mögen, das ist die Devise der Hotelcrew unter der Leitung des Besitzers Andrea Scherz. Dazu gehört nicht nur auserlesenes Hundefutter, sondern auch das Organisieren einer Spontanhochzeit mit Harfenist auf dem Gletscher.

Bilder: SRF

Susanna Fanzun gewinnt den Radio- und Fernsehpreis der Ostschweiz

Die SRG Ostschweiz verleiht den Radio- und Fernsehpreis der Ostschweiz 2025 an die Dokumentarfilmerin Susanna Fanzun (Bild oben), geboren 1963 in Scuol. Nach ihrer Ausbildung zur Primarlehrerin wandte sich Fanzun dem Journalismus und dem Film zu und arbeitete von 1986 bis 2013 als Journalistin, Produzentin und Dokumentarfilmerin bei Radiotelevisiun Svizra Rumantscha (RTS). 2012 gründete sie ihre Produktionsfirma Pisoc Pictures und arbeitet seither als freischaffende Filmemacherin. Ihr Dokumentarfilm «I Giacometti – Eine aussergewöhnliche Künstlerfamilie aus dem Bergell» wurde sowohl an den Solothurner Filmtagen als auch am Locarno Film Festival begeistert aufgenommen. Der Film war 2023 der erfolgreichste Schweizer Dokumentarfilm und wurde am Filmfestival Radstadt mit dem Publikumspreis ausgezeichnet. 2025 erschien ihr nächstes Werk, «Nos Chastè – Das Schloss Tarasp und seine märchenhafte Geschichte». Darin bringt Fanzun dem Publikum nicht nur Tarasp und das Schloss näher, sondern gewährt auch persönliche Einblicke in die Geschichte ihrer Familie. Mit ihren Filmen gelingt es ihr, den Alpenraum ins Zentrum des Interesses zu stellen. Sie erschliesst Themen wie Architektur, Ingenieurbau, Landwirtschaft und Kunst und macht sie einem breiten Publikum zugänglich.

Der mit 10 000 Franken dotierte Radio- und Fernsehpreis der Ostschweiz wird von den sechs Ostschweizer Kantonen gestiftet. Die öffentliche Preisverleihung findet am 6. November um 19 Uhr im Pfalzkeller St. Gallen statt.

Die Ombudsstelle, Büssi und der Wolf

Um es gleich vorwegzunehmen: Wie Stefan «Büssi» Büsser zum Thema «Wolf» steht, ging aus der Veranstaltung «Die Ombudsstelle in Zeiten der Polarisierung» nicht hervor. Dafür gab es aufschlussreiche Informationen zur Bedeutung der SRG-Ombudsstelle, zu Medienrecht und Medienethik sowie die Möglichkeit, selbst in die Rolle der Ombudsfrau bzw. des Ombudsmanns zu schlüpfen. Nach einer Einführung von Corinne Stöckli, Juristin bei SRF und Mitglied der Bildungskommission der SRG Zürich Schaffhausen, berichtete Esther Girsberger (kleines Bild, rechts) mit viel Engagement von ihrer abwechslungsreichen und herausfordernden Arbeit als Ombudsfrau der SRG.

Medien faszinieren und polarisieren. Was den einen gefällt, bringt andere in Rage. Gestützt auf Gesetze und journalistische Leitlinien, ist es in der Schweiz möglich,

nicht nur im Freundeskreis, am Stammtisch oder in den sozialen Medien seinem Unmut Luft zu machen, sondern sich mittels Beanstandungen auch an die Ombudsstelle der SRG zu wenden. In der Deutschschweiz gehen rund 1000 solche Fälle pro Jahr ein, bis vor fünf Jahren waren es noch knapp die Hälfte davon. Als eigentliche «Dauerbrenner» im Posteingang der Ombudsstelle gelten die Themen Wolf, SVP, Landwirtschaft und erneuerbare Energien, im Moment ist es die Berichterstattung zu politischen Konflikten, welche die Ombudsstelle stark beansprucht. Die «Late Night Switzerland» von Stefan Büsser gilt mit 514 Eingaben (zu einer einzelnen Sendung) aktuell als Spitzenreiter.

Die Zuständigkeit der Ombudsstelle betrifft ausgestrahlte redaktionelle Beiträge sowie das erweiterte Angebot von SRF (etwa in Social Media und auf YouTube). Ebenso befasst sie sich mit Fällen von Verweigerung zum Zugang des publizistischen Angebots. Die Krawattenfarbe des «Tagesschau»-Moderators, die Absetzung von Sendungen sowie die UKW-Abschaltung sind Beispiele, die gemäss Radio- und Fernsehgesetz nicht in das Ressort der Ombudsstelle fallen. Die Ombudsstelle ist kein Gericht, sondern eine Vermittlungsstelle. Folglich fällt sie keine Urteile, sondern schreibt – gestützt auf Gesetzesgrundlagen und genaue Recherchen – einen Schlussbericht mit einer Begründung zuhanden der beanstandenden Person. 80 Prozent aller Beanstandungen beziehen sich auf die Sachgerechtigkeit bei Informationssendungen. Im Fernsehen betrifft dies etwa Beiträge der «Tagesschau» oder von «10vor10», im Radio sind es das «Echo der Zeit» und das «Rendez-vous am Mittag». Wie hoch die Qualität der Schlussberichte ist, zeigt sich auch an der Tatsache, dass von den rund 1000 Eingaben pro Jahr nur gerade 25 an die Unabhängige Beschwerdeinstanz (UBI) weitergezogen werden.

Im zweiten Teil der Veranstaltung gab es einen regen Austausch zwischen Esther Girsberger und den interessierten Teilnehmenden. Die Ombudsfrau brachte sieben konkrete Beispiele aus ihrem Arbeitsalltag mit. Nach dem Einspielen des Beitrags galt es, herauszufinden, was davon beanstandet wurde und wie die Ombudsstelle entschieden hatte. Im Publikum wurde intensiv diskutiert, und Esther Girsberger verstand es hervorragend, auf bedeutsame Elemente wie Wortwahl, Kontext und rechtliche Grundlagen aufmerksam zu machen.

Die Veranstaltung zeigte eindrücklich auf, wie die Ombudsstelle als «Service public» zur gelebten Demokratie beiträgt.

Neue Veranstaltungsreihe der SRG.D

Ab Herbst 2025 bringen die regionalen Mitgliedgesellschaften der SRG Deutschschweiz mit «SRG.Diskutiert» eine neue Talkreihe in die deutschsprachigen Landesteile der Schweiz. Im Zentrum der Talks stehen aktuelle Themen rund um die Rolle der Medien in der Gesellschaft; mit Stimmen aus Politik, Wirtschaft und Kultur, im Austausch mit dem Publikum. Die Veranstaltungen sind öffentlich zugänglich und kostenlos.
Alle Infos finden Sie unter
srgd.ch/srgdiskutiert.

SRG.D iskutiert

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?

«Freedom and sunshine for Giorgio Bellini»

a. Telefonjasser im «Samschtig-Jass» (1987)
b. Transparent von Demonstranten während «Tagesschau» (1981)
c. Schweizer Sommerhit (1983)

Zu gewinnen:

1×2 Tickets für Jamiroquai
am 11. November 2025
im Hallenstadion Zürich

Schicken Sie uns die richtige Antwort auf oben stehende Frage bis zum 12. Oktober 2025 zu und gewinnen Sie mit etwas Glück 1×2 Tickets für Jamiroquai am 11. November 2025 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. 3/25: «Söll emol cho!», rief ein mit versteckter Kamera gefilmter Mann in einer legendären «Teleboy»-Sendung aus dem Jahr 1977. Passantinnen und Passanten wurden dabei von einem Mann gebeten, die Steuerung eines Modellflugzeugs während des Flugs zu übernehmen – daraufhin wurden sie mit der Fernsteuerung in der Hand sich selbst überlassen. Natürlich lag die Kontrolle über das Modellflugzeug bei einer versteckten Drittperson, die den Flieger akrobatische Manöver ausführen liess. Die waghalsige Flugshow brachte ein verzweifeltes Opfer des Streichs dazu, nach dem Besitzer der Fernsteuerung zu rufen – und so einen ikonischen TV-Moment zu schaffen.

Die Gewinnerinnen und Gewinner werden schriftlich benachrichtigt.

Fragen an und zu KI

KI-Methoden gab es bereits vor ChatGPT, dessen Live-Gehen hat aber das Interesse an diesen Methoden enorm gesteigert. Was oft im Zuge dessen genannt wird, ist der Datenschutz: Was passiert denn mit meinen Fragen, die ich einem KI-Tool stelle? Wie viel kann man anhand meiner Inputs über mich erfahren?

Was auch, aber meiner Meinung nach zu selten diskutiert wird, ist die Antwort. Das, was ich auf meine beispielsweise in ChatGPT gestellte Frage bekomme. Halluzinationen sind verbreitet – die Antwort klingt plausibel, ist aber nicht richtig. Zudem ist die Frage, woher all die Informationen für Antwortentwicklungen genommen werden: Haben die KI-Tool-Betreibenden alle Zugänge zu Informationsinhalten legal erhalten – oder werden Paywalls von Onlinezeitungen beispielsweise allenfalls illegeal überwunden, also ohne für den Inhalt und die Informationen zu bezahlen? Und die Informationen, die im Internet zugänglich sind, haben die einen Bias (eine Verzerrung), der in Antworten wiedergegeben und damit repetiert und verstärkt wird?

Eine wichtige Frage dabei wird künftig sein, wie Medienhäuser mit KI-Tools und deren möglichem Zugriff auf ihre Informationsinhalte umgehen. Was ist wichtiger, gut recherchierte Inhalte einfach zugänglich zu machen – oder die Verknüpfung mit dem Markennamen? Keine einfache Frage, da es einerseits wichtig ist, dass gut Recherchiertes auch ein möglichst breites Publikum erreicht, gerade von öffentlich-rechtlichen und öffentlich finanzierten Sendern. Aber: Wenn immer noch weniger Personen bewusst ist, woher die Informationen kommen, die ihnen ein KI-Tool ausspuckt, was macht das dann mit der Bereitschaft, für das öffentliche Medienangebot zu zahlen?

Johanna Burger ist wissenschaftliche Projektleiterin und Weiterbildungsleiterin am Institut für Multimedia Production an der Fachhochschule Graubünden und Programmkommissionspräsidentin der SRG Ostschweiz

Kommentare zur Carte blanche:
link@srgd.ch

Am Event des Publikumsrats SRG.D im SRF-Sportstudio zur medialen Begleitung der Women's EURO kamen verschiedene Vertreterinnen und Vertreter des Publikums und der Programmschaffenden zu Wort. Hier eine Auswahl der Wortmeldungen:

☺ «Das Interesse an Werbezeit war bei kaum einem Sportereignis so gross wie bei der Women's EURO. Das zeigt das grosse Interesse in der Schweizer Gesellschaft.»

Balint Kalotay, Produzent SRF Sport

☺ «Die Schweizer Spiele waren absolute Top-Events. Die Frauen-Nati erreichte vergleichbare Quoten wie ein Wimbledon-Finale mit Roger Federer oder Marco Odermatts Sieg bei der Lauberhorn-Abfahrt.»

Reto Gafner, Co-Lead Gattungsstrategie Sport

☹ «Es braucht jetzt Massnahmen für die Nachhaltigkeit. Jetzt ist der Frauenfussball auf einem Hoch – dieses wird aber schnell wieder in sich zusammenfallen nach der EM.»

Teilnehmer im Resonanzraum SRG.D

☹ «Das Kommentatorenduo Stettler/Rinast schweift zu oft ab in privates Geplauder.»

Teilnehmer im Resonanzraum SRG.D

☺ «Ich finde das System des Co-Kommentars sehr gut. Die Expertin kann ganz andere Geschichten erzählen und verfügt über Insiderwissen.»

Teilnehmer im Resonanzraum SRG.D

Sie möchten mitdiskutieren?

Werden Sie Teil des Resonanzraums und erfahren Sie von Debatten und Umfragen des Publikumsrats SRG.D. Gestalten Sie den Dialog zwischen Publikum und Programmschaffenden mit. Am 7. November diskutieren Personen im Alter von 14 bis 35 Jahren mit Urs Leuthard, Leiter SRF-Bundeshausredaktion, über ihr Informationsverhalten. Sie gehören zu dieser Altersgruppe oder kennen jemanden, der oder die interessiert ist teilzunehmen?

Hier gehts zur Anmeldung:

Bild: zVg

Agenda

AE Anmeldung erforderlich

Zürich Schaffhausen

27 OKT **«Zeitreise durch die Schweizer Mediengeschichte: Entdecken und Erleben des SRF-Sendearchivs» mit Manuel Meyer**
Kurs der Bildungskommission
SRF Campus Leutschenbach, Zürich
18h15 AE

03 NOV **«KI, Games, TikTok & Co. – Themen der Digitalredaktion» mit Guido Berger**
Kurs der Bildungskommission
SRF Campus Leutschenbach, Zürich
18h15 AE

02 DEZ **«Medien im Fokus» – mit SRF Wissen und «Einstein» im Innovation Park Zurich**
Führung und anschliessender Talk zu «Einstein»
Organisation: Sektionsvorstand 3
Wangenstrasse 68, 8600 Dübendorf
Nachmittag/Abend AE

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

Region Basel

21 OKT **«Unconference» – Let's talk, Medienwelt! Was wir Jungen wirklich wollen**
Markthalle Basel, Salon
17h00 Öffentlich

04 NOV **Streitpunkt SRG: Wirtschaft im Fokus**
SRF-Studio Basel, Auditorium,
Meret Oppenheim-Platz 1
18h30 AE

05 NOV **«katalysatOHR live» der Stiftung Radio Basel «Bewegung ist alles – 100 Jahre Jean Tinguely» von Marlène Sandrin**
Barakuba, Basel
19h30 AE

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

Aargau Solothurn

29 NOV **«Frieden»-Binge-Watching im VIP-Kinosaal**
Kino Pathé, Spreitenbach
Der Anlass wird rechtzeitig ausgeschrieben.
Nachmittag AE

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

Zentralschweiz

26 OKT **Studiotour und «Sportpanorama» live erleben**
SRF Campus Leutschenbach, Zürich
15h30 AE
Für Mitglieder der SRG Zug: srgzug.ch

06 NOV **Filmpremiere anlässlich der Zuger Filmtage**
Kino Seehof, Zug
18h00 AE srgzug.ch

13 NOV **Teams-Talk mit SRF-Korrespondentin Simona Caminada**
Microsoft Teams (online)
19h00 AE srgzentralschweiz.ch

Weitere Veranstaltungen finden Sie unter:
srgzentralschweiz.ch/agenda

Bern Freiburg Wallis

29 OKT **«Der Medientalk»**
Thema: Fake oder Fakt? Der Umgang von Medien mit KI und Deepfakes
Einladung via Newsletter
Anmeldung via Webformular
Polit-Forum Bern
18h30 AE

17 NOV **«MäntigApéro on Tour»**
Zeughaus Kultur, Brig-Glis
Anmeldung per Mail an: rfo@rhone.ch
18h00 AE

25 NOV **Neumitglieder-Anlass**
SRF Studio Bern
Mitglieder erhalten eine Einladung
16h30 AE

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

Ostschweiz

29 OKT **«USA und die Welt» – Referat von Pascal Weber**
Würth Haus, Carmen-Würth-Saal,
Rorschach
19h30 AE

06 NOV **Radio- und Fernsehpreis der SRG Ostschweiz 2025**
Pfalzkeller, St. Gallen
19h00 AE

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

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

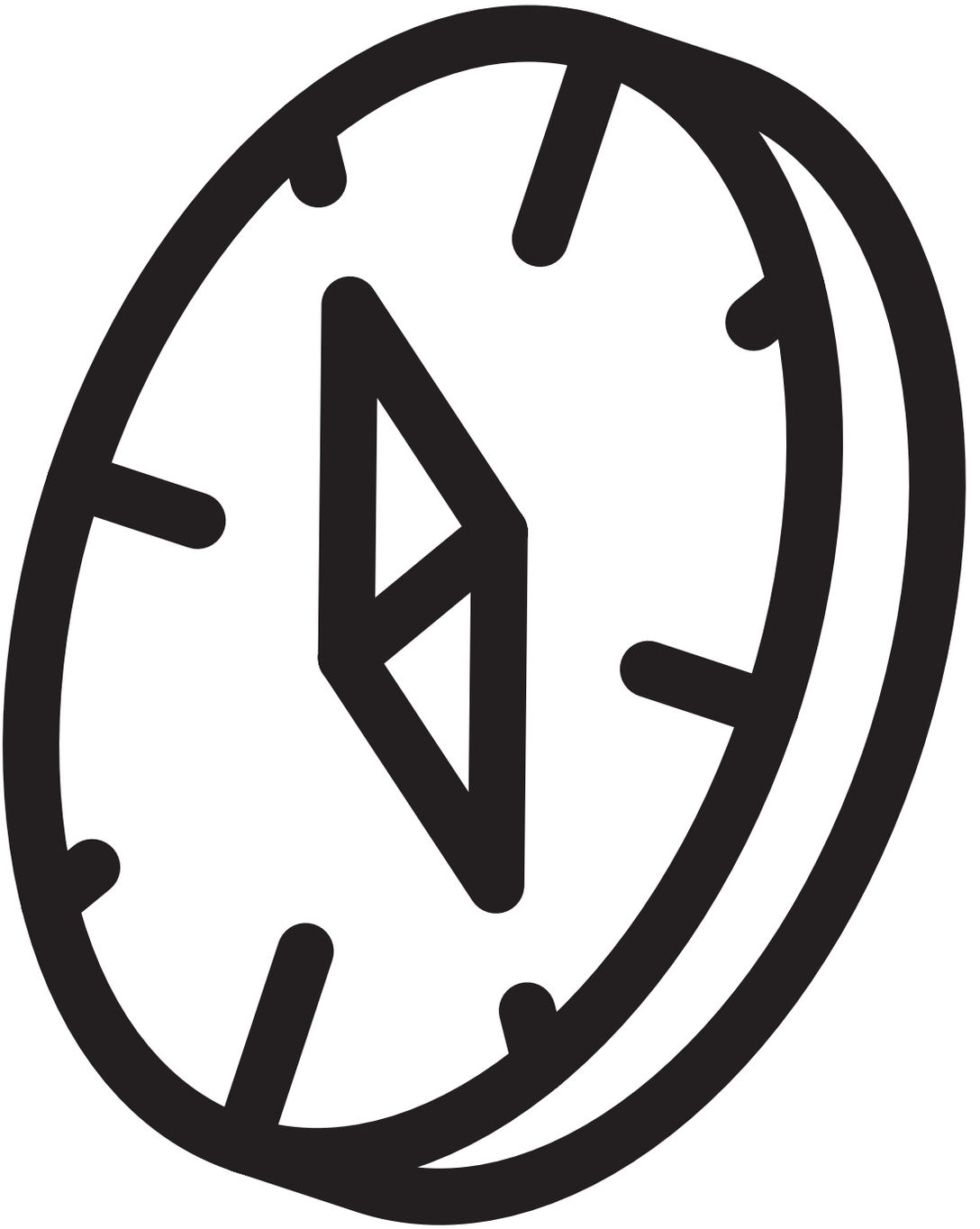



Bild Umschlag-Rückseite: Raffinerie