

link





«Der Schweizer Film ist diverser geworden»

Interview mit
Marcy Goldberg
S.5

Impressum: Erscheint 2024 fünf Mal • Verantwortlich: SRG Deutschschweiz, Lea Rindlisbacher, Pernille Budtz • Redaktion: Pernille Budtz, Pascal Zeder • Autorinnen und Autoren dieser Ausgabe: Theresa Beyer, Philipp Cueni, Eva Hirschi, Nicole Krättli, Peter Spring
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, Zürich •
Druckvorstufe und Druck: Gremper AG, Basel • Auflage: 17 522 Exemplare
(WEMF-beglaubigt)

Jede Rolle ein Universum Maloney- Darsteller Marcus Signer im Porträt **S.12**



«Aufgeben gilt nicht» Interview mit SRF-Direktorin Nathalie Wappler **S. 20**

«Das Auge
macht das
Gisèle Freund, Fotografin
Bild, nicht die
Kamera.»

Wie gut erfüllt die SRG ihren Kulturauftrag?



Die SRG ist gesetzlich zur Kulturförderung in der Schweiz verpflichtet. Diesen Auftrag nimmt sie vielfältig wahr: Die Radios spielen Schweizer Musik, Festivals werden per Medienpartnerschaft ins Rampenlicht gerückt, Filme und Serien werden koproduziert, Kunst- und Kulturschaffen wird redaktionell besprochen.

Doch gerade weil der Auftrag gesetzlich vorgeschrieben ist, ist die Frage wichtig: Wie gut nimmt man diese Aufgabe wahr und wo gibt es Verbesserungspotenzial? Dem ging der «Public Value Dialog» 2023 nach. Das Forschungsinstitut gfs.bern befragte dafür mehr als 3000 Personen per Online-Umfrage. Zusätzlich wurden 48 Interviews mit Personen aus der Kulturszene, der Kulturpolitik, dem Bildungswesen und dem Kulturjournalismus geführt. Je 10 in der deutschen und italienischen, 11 in der französischen und 6 in der rätoromanischen Schweiz sowie 11 Interviews mit nationaler Perspektive. Aus den Ergebnissen entstand ein Bericht, der Handlungsfelder und Verbesserungsmöglichkeiten skizziert, sowohl für die einzelnen Sprachregionen als auch auf gesamtschweizerischer Ebene. Darauf basierend werden die Ergebnisse in den Sprachregionen besprochen und mögliche Massnahmen festgelegt – etwa neue Projekte oder Änderungen bei bestehenden Angeboten. Der Bericht ist hier einsehbar: bit.ly/BerichtKultur24

SRF, ARD und ORF intensivieren Zusammenarbeit

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD, ORF und SRF haben ihre erfolgreiche Zusammenarbeit weiter ausgebaut und im Rahmen des jüngsten Koproduktionstreffens im September in Zürich eine Reihe neuer Projekte auf den Weg gebracht. Dabei wird sich das jährliche Volumen der gemeinsam vereinbarten Koproduktionen auf rund 150 Millionen Euro belaufen. Künftig wird ein noch stärkerer Fokus gelegt auf Formate, die gezielt für die Mediatheken der Sender und damit insbesondere für jüngere Zielgruppen entwickelt werden. Dabei entstehen zahlreiche neue fiktionale Produktionen, vor allem serielle Formate. Zu den Highlights gehört die zweite Staffel der Erfolgsserie «School of Champions».

Die SRG lanciert eine unternehmensweite Transformation

An ihrem ersten Arbeitstag Anfang November hat SRG-Generaldirektorin Susanne Wille den Mitarbeitenden den Start einer unternehmensweiten Transformation angekündigt. Sie lanciert und verantwortet im Auftrag des Verwaltungsrats und in Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung einen Strategie- und Organisationsentwicklungsprozess. Dieser wird in Bezug auf Vorgehen, Tiefe, Komplexität und Zeitplan neu sein für die SRG.

Priorität für die Generaldirektorin hat die unternehmensweite Transformation, die unter dem Namen «Enavant SRG SSR» geführt wird. «Enavant» bedeutet auf Rätoromanisch «nach vorn», «weiter». Dem Strategie- und Organisationsentwicklungsprozess liegen verschiedene Faktoren zugrunde. Es ist die unternehmerische Pflicht, dass sich die SRG sorgfältig und weitsichtig auf einen veränderten Finanzrahmen ausrichtet. Planungsfaktoren sind die schrittweise Senkung der Medienabgabe gemäss der bundesrätlichen Verordnungsanpassung, deutlich rückläufige Werbeeinnahmen und steigende Preise. Die SRG rechnet damit, dass sie bis 2029 rund 270 Millionen Franken einsparen muss, was einer Budgetreduktion von etwa 17 Prozent entspricht. Kommt hinzu, dass die veränderte Mediennutzung und der internationale Wettbewerb einen Anpassungsprozess des Unternehmens notwendig machen.

Die Fragestellungen lauten, mit welcher Angebotsstrategie sich die SRG den Ansprüchen des medialen Service public der Zukunft ausrichtet und wie dem Publikum weiterhin ein Mehrwert geboten wird. Welche Strukturen und Prozesse die SRG in Zukunft benötigt, wie sie die Zusammenarbeit innerhalb der Unternehmenseinheiten gestaltet, wie sie Technologie nutzt und wie die Transformation innerhalb des vorgegebenen Zeitrahmens gelingt.

Weitere Prioritäten der neuen Generaldirektorin liegen im Programm und im Dialog mit der Öffentlichkeit sowie der Politik. Susanne Wille will sich im angelaufenen politischen Prozess zur Halbierungsinitiative engagieren und dabei den gesellschaftlichen Mehrwert der SRG aufzeigen.



Der Schweizer Film ist diverser geworden

Es müssen nicht immer Berge und Bauern sein: Film- und Kulturwissenschaftlerin Marcy Goldberg stellt interessante Entwicklungen im Schweizer Filmschaffen fest – auch wenn es immer noch blinde Flecken gibt.

Marcy Goldberg, die Schweiz war lange kein Serienland, und jetzt gelang gleich mehreren Schweizer Kreationen der Durchbruch. «Tschugger» läuft sogar im Kino und auf Netflix. Ist «Swissness» plötzlich in?

Serielle Erzählformen sind seit einiger Zeit weltweit ein Trend. Die SRG hat die Zeichen der Zeit erkannt und bei dieser Entwicklung mitgemacht, indem sie vermehrt die Serienproduktion unterstützt. Dies trägt nun Früchte. Gleichzeitig ist in jedem Land ein Bedürfnis vorhanden, Bilder zu sehen, Dialekte zu hören und Geschichten erzählt zu bekommen, die das eigene Land widerspiegeln. Es gibt jedoch eine paradoxe Beziehung zur Schweiz als Drehort für Filme: Die Schweiz schaut gern über ihre Landesgrenzen hinaus und vergleicht sich, steht jedoch unter dem Fluch, von grösseren Ländern umringt zu sein, die zudem zu den wichtigsten Filmländern gehören. Deutschland, Frankreich und Italien haben mit grossen Filmautorinnen und -autoren sowie Stars die Weltfilmgeschichte geprägt. Die kleine Schweiz liegt zwar in der Mitte und bekommt die Einflüsse mit, hat aber weniger Geld und eine kleinere Bevölkerung. Selbst wenn die ganze Schweiz einen Film im Kino schauen würde, hätte man mit dem Ticketverkauf immer noch nicht den gleichen Erfolg, wie es Filme in Deutschland oder Frankreich schaffen. Deshalb war die Schweiz immer schon hin und her gerissen zwischen internationalen Ambitionen, gleichzeitig aber auch dem Anspruch, den eigenen Spezialitäten und Eigenheiten gerecht zu werden.

Dennoch verzeichneten einige Schweizer Filme schon früh Erfolg.

Ja. Das erste goldene Zeitalter für den Schweizer Film war in den 1930er- und 1940er-Jahren, und zwar wegen der Geistigen Landesverteidigung. Die Schweiz suchte nach einem Gegengift gegen die politische Propaganda aus dem Nachbarland. Filme aus Nazi-Deutschland wurden hier verboten, weil man nicht wollte, dass sie den heimischen Markt dominieren und einen ideologischen Einfluss ausüben können. Deshalb wurde damals viel in heimische Produktionen investiert, was zu einer grossen Blüte des Schweizer Films führte. Es entstan-

den mehrere Klassiker, die sich mit Patriotismus und der Schweizer Nationalidentität auseinandersetzten, tendenziell aber einen konservativen Blick auf die Schweiz warfen. Es ging oft um kleine Dörfer, eine ländliche Idylle, kurz: die brave und die wahrhafte Schweiz. Es gab darunter aber durchaus Meisterwerke wie etwa «Die letzte Chance» von Leopold Lindtberg, der die Idee einer freien, humanistischen Schweiz stark geprägt hat.

Wie entwickelte sich der Schweizer Film nach dem Weltkrieg weiter?

Die zweite prägende Zeit für den Schweizer Film war Ende der 1960er- bis Anfang der 1980er-Jahre. Damals entstand der «Neue Schweizer Film» als Bewegung unter jungen Cineasten in der Westschweiz und der Deutschschweiz. Die Generation '68 war von einem grösseren Generationenkonflikt geprägt und auch gegenüber dem alten Schweizer Film kritisch eingestellt. Diese jungen cinephilen Menschen – beeinflusst von der Nouvelle-Vague-Bewegung aus Frankreich und anderswo – hatten Lust, Geschichten mit einem viel kritischeren Blick auf die Schweiz zu erzählen. Und hatten Erfolg damit. Beispiele sind «L'Invitation» von Claude Goretta und «La Salamandre» von Alain Tanner, aber auch «Höhenfeuer» von Fredi Murer und «Die Schweizermacher» von Rolf Lyssy. Letzterer ist nach wie vor der erfolgreichste Schweizer Film aller Zeiten!

Das heisst, es muss nicht immer ein Heimatfilm wie «Heidi» sein?

Im Gegenteil, diese Filme entstanden explizit als Gegenbewegung zum Schweizer Heimatfilm. Sie kritisierten die Schweiz auf allen Ebenen – von ihrer Rolle im Zweiten Weltkrieg über soziale Ungerechtigkeiten bis hin zum Unbehagen mit der Landschaft. «Nieder mit den Alpen» lautete der Slogan in den 1980er-Jahren. Diese Art von Filmen, die einen selbstkritischen Blick auf die Heimat werfen, dies aber auf genüssliche Art und Weise tun, finde ich faszinierend. Solche Filme findet man auch heute noch. Das einheimische Publikum erwartet auch bis zu einem gewissen Grad, dass sich Schweizer Filme kritisch mit der Schweiz auseinandersetzen. Ein jüngerer, erfolgreiches Beispiel ist «Grounding». Dieser Film war auch in seiner Machart interessant, weil er dokumentarisches Material mit fiktionalisierten Szenen mischte. Ganz aktuell ist «Landesverräter», inspiriert durch einen wahren Vorfall, der die Rolle der Schweiz im Zweiten Weltkrieg kritisch beleuchtet.

Was ist typisch für den Schweizer Film?

Es gibt Tendenzen, aber es gibt auch Gegentendenzen. Die Landschaft spielt häufig eine grosse Rolle – meist, weil sie einfach da ist. Filmschaffende müssen eine Lösung finden, wie sie damit umgehen. Wollen sie die Schweizer Landschaft eher kitschig darstellen und feiern oder das Gegenteil. Im Film «Höhenfeuer» zum Beispiel wurde penibel darauf geachtet, dass keine Postkarten-Cadragie entsteht; Gipfel wurden abgeschnitten, es wurde bei schlechtem Wetter gedreht. Die urbane Schweiz ist aber auch ein beliebtes Sujet – im Positiven wie im Negativen. «Traumland» etwa erzählt die tragische Geschichte einer Prostituierten, die in der Weihnachtszeit nur die Kälte und Grausamkeit von Zürich erlebt. Ende der 1970er- und Anfang der 1980er-Jahre gab es mehrere Filme, die sich mit der zubetonierten Schweiz auseinandergesetzt haben, wie etwa «Züri brännt» und «Reisender Krieger».

Welche gesellschaftliche Bedeutung haben Schweizer Filme?

Es gibt Filme, die die Schweiz zelebrieren, die lustig sind und zu Unterhaltungszwecken viele Klischees beinhalten. Und dann gibt es die anderen Filme, die kritisch sind, sich mit





den Klischees auseinandersetzen, Fragen zu Identität und Geschichte stellen. Ich habe den Eindruck, dass die Filme, die ausserhalb der Schweiz auf Interesse stossen, oft eher die kritischen sind. Das ist interessant, kennt man die Schweiz international doch vor allem aus den Klischeebildern, die stets auch in der Werbung verwendet werden. Offenbar will das internationale Publikum jenseits der Klischees mehr über die Schweiz erfahren. In letzter Zeit gab es wieder mehr Filme, die auf einer wahren Gegebenheit beruhen und sich mit der Geschichte der Schweiz beschäftigen. In kleinen Ländern wie der Schweiz spielt das Kino eine wichtige Rolle als Spiegel für die eigenen Befindlichkeiten.

Können Filme zum Zusammenhalt der Schweiz beitragen?

In den 1930er-Jahren hat man das geglaubt, und es hat bis zu einem gewissen Grad auch funktioniert. Heute ist das komplexer. Die Einflüsse kommen von überall, wir konsumieren Medienbilder aus der ganzen Welt. In dieser globalisierten Welt wollen wir Weltbürgerinnen und -bürger sein. Gleichzeitig hat aber auch das Lokale einen grossen Wert, quasi als Gegenpol dazu. Unser Leben ist sehr geprägt von dem, was an unserem Wohnort passiert. Wenn es nur um ökonomische Effizienz ginge, würden alle Filme auf Englisch oder Hindi gedreht, doch dann würden bestimmte Bedürfnisse und Erwartungen des Publikums nicht gedeckt. Wir schauen gern Filme über Leute, die an Orten leben, die nah von uns sind. Darum ist es wichtig, dass in allen Regionen der Schweiz Filme gedreht werden können.

Gleichzeitig sind «Tschugger» oder «Der Bestatter» in der Westschweiz und im Tessin kaum bekannt. Dienen solche Produktionen also nur der Deutschschweizer Kohäsion?

Die Mehrsprachigkeit und die kulturellen Unterschiede bilden tatsächlich eine Herausforderung, auch wenn es möglich ist, Filme zu machen, die in der ganzen Schweiz erfolgreich sind. In den 1960er- und 1970er-Jahren waren die Autorenfilme aus der Romandie in der ganzen Schweiz sehr beliebt. Deutschschweizer Filme hatten es eher schwer, in der Westschweiz ihr Publikum zu finden. Das ist bis heute so, es gibt aber immer wieder Ausnahmen. Die Komödie «Bon Schuur Ticino», die in der ersten Hälfte 2024 in die Kinos kam, ist der erfolgreichste Deutschschweizer Film aller Zeiten in der Romandie und im Tessin. Vielleicht ging die Rechnung aber auch deshalb auf, weil es im Film eben gerade um die Schweizer Mehrsprachigkeit geht und mit Vincent Kucholl zudem ein Star aus der Westschweiz mitspielt.

Braucht es besondere Massnahmen, um die Situation zu verbessern?

Es braucht unter anderem mehr Sichtbarkeit zwischen den Regionen. Beliebte Serien aus der Westschweiz liefen in der Deutschschweiz weniger gut, weil man sie hier schlicht nicht kannte – man denke zum Beispiel an «Quartiers des Banques» oder «Cellule de Crise». Das sehe ich aber nicht grundsätzlich als Problem. Jede Region hat ihre eigenen Befindlichkeiten, und diese Regionalität macht die Schweiz auch aus. Wichtig sind Plattformen, wo das Schweizer Filmschaffen in seiner ganzen Bandbreite zu entdecken ist. Diesbezüglich betrachte ich die Rolle der SRG als sehr wichtig, weil sie für diese Vielfalt und regionale Verankerung mit Qualitätsanspruch verantwortlich ist – und es hoffentlich auch bleibt. Ich bin sehr besorgt über die Entwicklung, dass die Rolle der SRG immer mehr infrage gestellt wird und Budgets noch stärker gekürzt werden sollen. Das ist eine sehr kurzsichtige, fahrlässige Entscheidung. Es braucht Unterstützung, damit es eine lebendige und kreative Filmbranche gibt in der Schweiz.

Wie hat sich der Schweizer Film verändert in den letzten Jahren?

Mir sind zwei Sachen aufgefallen. Einerseits gibt es viel mehr Filme, die mit populären Genres spielen, von Krimis über Western bis hin zu Romantic Comedy. Früher gab es eher Arthouse-Filme oder Autorenfilme mit persönlicher Handschrift. Genrefilme hingegen basieren auf bestimmten Erzählmustern und dienen vor allem Unterhaltungszwecken. Ich glaube, dieser Trend hat damit zu tun, dass jüngere Filmschaffende einen internationalen Blick haben. Die gesamte Filmbranche hat sich globalisiert, die Jungen saugen das auf und wollen diese Einflüsse in ihre Filmsprache integrieren.

Was ist Ihre zweite Feststellung?

Der Schweizer Film ist diverser geworden. Früher gab es wenige Regisseurinnen; sie hatten es sehr schwer, ihre Ausbildung zu machen und ihre Filme zu finanzieren. Das hat sich inzwischen verbessert, und das begrüsse ich sehr. Aber nicht nur in Bezug auf Gender, auch allgemein finde ich, dass der Schweizer Film diverser geworden ist, etwa durch Menschen mit internationalen Wurzeln oder Migrationshintergrund. Der Film «Reinas», der von einer schweizerisch-peruanischen Regisseurin stammt und in Peru spielt, geht bei den Oscars in der Kategorie «Bester internationaler Film» für die Schweiz ins Rennen. Diese Diversität bringt mehr Vielfalt und erweitert den Horizont. Somit wird die Gesellschaft in ihrer ganzen Bandbreite zum potenziellen Stoff für neue Filme.

Gibt es auch blinde Flecken?

Lange war es diese Unterrepräsentation von Frauen. Das hat sich zwar verbessert, doch es gibt nach wie vor Nachholbedarf. Hingegen sind weitere Aspekte der Identität immer noch selten im Film zu sehen, zum Beispiel Filme von queeren Menschen oder von People of Color. 2022 erschien der Dokumentarfilm «Je suis Noires» über Schwarze Frauen, die in der Schweiz leben. Das war augenöffnend – diese Realität und Identitätsperspektive wurde bisher viel zu wenig behandelt. Das lässt sich aber nicht mit einem einzigen Film lösen. Ich würde es begrüssen, gäbe es mehr Sichtbarkeit für Menschen mit solchen Wurzeln. Thematisch gesehen sehe ich einen blinden Fleck in der Auseinandersetzung mit der postkolonialen Schweiz. In der Forschung ist dieses Thema gerade sehr aktuell, doch es wurde bis jetzt kaum filmisch behandelt. Aber ich denke, das wird kommen, denn es sind spannende Geschichten, die die Schweiz mit der Weltgeschichte verknüpfen.

Die Bilderreihe zu diesem Interview und auf dem Titelblatt entstammt der Publikation «Grüezi. Seltsames aus dem Heidiland» des Fotografen Andri Pol. Gemeinsam mit dem Journalisten David Signer beobachtet und beschreibt er darin eine Schweiz, die uns einerseits sehr bekannt vorkommt, andererseits voller Absurditäten steckt. Mit viel Liebe fürs Detail dokumentiert der Fotoband unser Land, wie es uns davor kaum je vor Augen geführt wurde. Eine skurrile und ungewohnte, aber nie abwertende Darstellung von Schweizer Eigentümlichkeiten.



Marcy Goldberg ist 1969 in Montréal, Kanada, geboren. Sie hat Film- und Kulturwissenschaft in Toronto studiert und lebt seit 1996 in Zürich. Die Filmfachfrau befasst sich mit dem Forschungsschwerpunkt Schweizer Filmgeschichte und unterrichtet an mehreren Schweizer Kunsthochschulen. Weiter moderiert sie Gespräche und Podien an diversen Festivals und Kulturveranstaltungen und arbeitet als freie Publizistin, Übersetzerin und Medienberaterin.

Facts & Figures

Clusters entstehen rund um die Schweizer Städte: Da sich Filmunternehmen gegenseitig befruchten und der Austausch wichtig ist, finden sich die meisten Betriebe in den städtischen Gebieten, etwa in den Kantonen Zürich, Genf, Waadt, Tessin und Bern. Dort sind sieben von zehn Unternehmen der Filmbranche ansässig. Hinzu kommt, dass regional stark verankerte Filmfestivals wie etwa in Zürich oder Locarno die Standorte zusätzlich attraktiver machen.

757 Millionen Franken betrug der Umsatz der Schweizer Filmproduktionsbranche im Jahr 2019 laut der BAK-Branchenstudie. Damit verbunden ist eine Beschäftigung von 3694 Vollzeitäquivalenten.

«Wie d'Warret würkt» (Wie die Wahrheit wirkt) gilt als der erste Schweizer Film. In der Komödie aus dem Jahr 1933 wurde Dialekt gesprochen – ein Novum für die damalige Zeit. Die Mundart erhielt während des Zweiten Weltkriegs als Teil der «Geistigen Landesverteidigung» einen besonderen Stellenwert in der Gesellschaft und blieb dem Deutschschweizer Film als Merkmal erhalten.

Seit 1970 hat sich die Zahl der Schweizer Langfilmproduktionen von jährlich 22 (1970) auf 109 (2023) erhöht. Ausserdem veränderte sich auch die Art der Filme: Während in den 1970ern und 1980ern noch mehr Spielfilme produziert wurden, überwiegen seit den 1990er-Jahren die Dokumentarfilme. Diese Entwicklung wurde auch seitens der SRG begleitet: 1997 wurde zum ersten Mal der Pacte de l'audiovisuel gemeinsam mit der Schweizer Filmbranche unterzeichnet.

1 Million registrierte Nutzerinnen und Nutzer verzeichnete der SRG-Streamingdienst Play Suisse im April dieses Jahres. Die Plattform zeigt vor allem Schweizer Filme und Serien aus allen Sprachregionen.

30 719 Minuten lang liefen im Jahr 2023 Filme, die von der SRG-Filmförderung Pacte de l'audiovisuel unterstützt wurden, auf den sechs SRG-Fernsehsendern. Das entspricht durchschnittlich 84 Minuten pro Tag.

Economic Footprint der Schweizer Filmbranche: Mit jedem Arbeitsplatz bei einem Auftragsfilmproduzenten ist indirekt fast eine 80-Prozent-Stelle in einem anderen Teil der Wirtschaft verbunden. Und mit jedem Franken, der in der Auftragsfilmbranche ausgegeben wird, entstehen zusätzlich 94 Rappen Wertschöpfung bei anderen Schweizer Unternehmen.

Cluster

757 Millionen

Economic Footprint

61203

unilim

Seit 1970

«Wie d'Warret würrkt»

Porträt



Jede Figur ein Universum

Marcus Signer, einer der markantesten Schauspieler der Schweizer Film- und Theaterwelt, steht in diesen Tagen vor einer besonderen Herausforderung: Er haucht der traditionsreichen Hörspielfigur Philip Maloney visuelles Leben ein.

Text: Nicole Krättli

In diesen Tagen ist der Berner Schauspieler Marcus Signer schwer zu erreichen – die Verfilmung der aussergewöhnlichen Kultfigur Philip Maloney hat ihn fest im Griff. Seit über drei Jahrzehnten begleiten «Die haarsträubenden Fälle des Philip Maloney» das SRF-Radiopublikum durch den Sonntagvormittag. Geschaffen vom Autor Roger Graf, arbeitet sich der knorrige Detektiv Woche für Woche durch undurchsichtige Fälle und moralische Grauzonen. Nun ist Signer der Mann, der diese ikonische Figur vor der Kamera zum Leben erweckt.

Die Herausforderung ist gross, der Arbeitsplan straff getaktet, der Druck spürbar. 56 Drehtage stehen für Signer an: «Wir drehen meist fünf bis sechs Szenen pro Tag. Gegen Ende spürt man die Müdigkeit, aber die Konzentration muss trotzdem hoch bleiben.» Die kurzen Pausen nutzt Signer, um sich mit den Regisseuren Michael Schaerer und Luca Ribler auszutauschen und sicherzustellen, dass die Krimikomödie im Film-noir-Stil auch wirklich die trockene, fast stoische Welt Maloneys präsentiert.

Eine Welt, die Signer erst einmal für sich entdecken musste. Denn anders als das Publikum war er kein langjähriger «Maloney»-Fan. «Mir war der Name natürlich ein Begriff. Vor vielen Jahren hatte ich auch mal einige Episoden gehört, aber wirklich vertraut war ich mit Philip Maloney nicht.» Das änderte sich während der Vorbereitung auf die Fernsehserie. In dieser Zeit hörte Signer etliche «Maloney»-Episoden und tauschte sich regelmässig mit Regisseur und Headautor Luca Ribler aus, der ihm ein Verständnis für die eigenwillige Figur vermittelte. «Maloney ist ein sehr karger Charakter. Ich muss die Gefühle spüren, darf sie aber nicht zu stark nach aussen tragen.» Diese Zurückhaltung bringt Signer in eine Balance zwischen Ausdruck und subtiler Kontrolle.

Für Signer war die Vorbereitung auf die Dreharbeiten für «Maloney» entscheidend. Ein intensives Coaching half ihm dabei, sich in die trockene Art Maloneys hineinzusetzen. «Ich habe Improvisationen gemacht, um die Grundzüge der Figur kennenzulernen. Das war sehr hilfreich.» Ein Kind hatte ihm zudem eine Zeichnung von Maloney geschenkt – eine berührende Geste, die ihm eine Vorstellung davon gab, wie der Detektiv auf sein junges Publikum wirkt. «Durch das Kostüm entsteht ein zusätzliches Gefühl für die Figur», erklärt Signer. Und doch blieb vieles ein Sprung ins kalte Wasser. «Am Anfang des Drehs bewegte ich mich auf Glatteis», beschreibt er die ersten Drehtage. Ein Blick auf den Rohschnitt zeigte ihm, wie seine Interpretation von Maloney vor der Kamera wirkt.

Maloney ist für Signer weit mehr als nur eine Figur – er sieht in ihm ein Spiegelbild der Schweizer Identität. «Maloney ist eigenwillig, kritisch, aber nie verbittert», beschreibt Signer den Detektiv. «Er betrachtet das Leben aus einer etwas zynischen Perspektive, wie ein Philosoph, dessen scharfe Beobachtungen die Gesellschaft reflektieren.» Diese Haltung erinnert Signer an den Schweizer Pragmatismus, der die rauen Seiten des Lebens anerkennt, ohne daran zu verzweifeln.

Als Schauspieler und Filmemacher sieht Signer es auch als seine Aufgabe, Kulturgüter lebendig zu halten. Seine frühen Erfahrungen in der Theaterwerkstatt 1230 in Bern, wo er sich zum Schauspieler ausbilden liess und schliesslich als Bestandteil des festen Ensembles Klassiker wie Gotthelf-Stücke inszenierte,

prägten sein Verständnis für die Bedeutung solcher Erzählungen für das kulturelle Gedächtnis der Schweiz. Nach seiner Ausbildung in Bern führte ihn ein Stipendium nach New York City, wo er seine Techniken vertiefte, bevor er als freier Schauspieler in die Schweizer Theaterlandschaft zurückkehrte. Über Jahre hinweg prägte er Bühnen in Bern und Chur, bevor er sich auch Film und Fernsehen zuwandte. Mit der Verfilmung von «Maloney» bringt Signer nun eine Kultfigur auf die Leinwand, die nicht nur ein beliebter Detektiv ist, sondern für viele ein langjähriger Wegbegleiter und Teil des kollektiven Wir-Gefühls.

Obwohl das Leben am «Maloney»-Set derzeit hektisch und fordernd ist, hat Marcus Signer durch die Schauspielerei immer wieder Momente tiefster Erfüllung erlebt. Für seine Rolle im Schweizer Erfolgsfilm «Der Goalie bin ig» wurde er 2014 mit dem Schweizer Filmpreis ausgezeichnet und 2018 für die Serie «Wilder» mit dem Fernsehfilmpreis geehrt. Doch eine seiner eindrucksvollsten Erfahrungen machte er viel früher in seiner Karriere im Theaterstück «Dällenbach Kari», als er zum ersten Mal spürte, dass er die Kunst des Schauspiels wirklich «verstanden» hatte. «Nach rund zehn Jahren Bühnenerfahrung und der 30. Vorstellung des Stücks kam dieser Moment, wo ich dachte: Jetzt hab ich es geschafft. Es war ein perfekter Abend», erinnert er sich. Für Signer war dieser Moment eine Art Durchbruch – ein seltener Moment der Leichtigkeit und völliger Hingabe, den er als «Katharsis» beschreibt. Dieses Gefühl, ganz in einer Figur aufzugehen, den Charakter und seine Essenz in voller Tiefe zu begreifen, bleibt für ihn eine treibende Kraft und zieht sich durch seine Karriere.

Es ist genau diese künstlerische Erfahrung, die ihn auch bei der Arbeit an «Maloney» antreibt: das ständige Ringen darum, die Figur authentisch und lebendig zu gestalten, jede Nuance ihrer Persönlichkeit zu erfassen und dem Publikum nahezubringen. Genau dieser unerschöpfliche Reichtum an Möglichkeiten ist es, den Signer an der Schauspielerei besonders schätzt: «Man entdeckt mit jeder Figur ein neues Universum.»

Wir waren am Set der neuen SRF-Serie «Maloney». Hier gehts zum Video:



Träumen erlaubt

Mit 58,4 Prozent sagte die Schweizer Stimmbevölkerung im Sommer 2022 überraschend klar Ja zum neuen Filmförderungsgesetz. Die sogenannte Lex Netflix ist nun seit rund einem Jahr in Kraft und verlangt von internationalen Streaminganbietern und ausländischen TV-Sendern, 4 Prozent ihres in der Schweiz generierten Umsatzes in das hiesige Filmschaffen zu reinvestieren. Das ist viel Geld: Rund 18 Millionen Franken sollen so pro Jahr zusätzlich dem Filmplatz Schweiz zugutekommen.

Anfang November feierte nun die erste Schweizer Koproduktion zwischen einer SRG-Unternehmens-einheit und einem Streamingdienst Premiere. Die ersten beiden Episoden der RSI-Netflix-Serie «Winter Palace» wurden am Geneva International Film Festival (GIFF) ausgestrahlt. Die gemeinsame Förderung durch den Pacte de l'audiovisuel – der SRG-Filmförderung – und einer international agierenden Webplattform ist ein Novum.

Sven Wälti, Leiter des Pacte de l'audiovisuel, schaut positiv auf diese erste Kooperation zurück. Noch sei es aber zu früh für die genaue Analyse. Erst nachdem die Serie im Fernsehen ausgestrahlt worden sowie auf den Plattformen Play RTS und Play Suisse verfügbar gewesen sei und konkrete Nutzungszahlen vorlägen, könne man wirklich ein Fazit ziehen. Bis jetzt aber sei man zufrieden, Wälti beschreibt die Zusammenarbeit zwischen Netflix und RTS als unkompliziert und angenehm.

Kooperation über Landesgrenzen hinweg sei für die SRG denn auch nichts Neues, betont er. Bisher habe man statt mit Streamingdiensten vor allem mit anderen, zumeist öffentlich-rechtlichen Fernsehstationen gearbeitet. Kürzlich erst die Erfolgsserie «Davos 1917», bei der die ARD Degeto Film GmbH mitproduzierte. «Eine solche Serie muss im ganzen deutschsprachigen Raum funktionieren. Das ist ein ähnliches Denken und Arbeiten, wie wir das nun in der Zusammenarbeit mit den Streamingplattformen erleben. Das kann man auch erreichen, indem man nebst Dialekt auch den Anteil an gesprochenem Hochdeutsch erhöht.» Jedoch zeichnet

gerade der Dialekt den (Deutsch)schweizer Film seit dessen Erfindung in den 1930er-Jahren aus. Verliert er also eine seiner zentralen Eigenheiten – und gleicht er sich dadurch zunehmend deutschen Filmen an? Wälti wiegelt ab. «Netflix sucht lokalen Stoff, es will schweizerische Inhalte. Bei «Winter Palace» etwa liess man der Produktionsfirma viele Freiheiten.» Ihn habe positiv überrascht, wie wenig eingegriffen wurde in Figuren, Drehbuch oder Besetzung. «Es ist vielmehr die Erwartung an das anfängliche Konzept, dass es das Potenzial hat, für ein internationales Publikum zu funktionieren. Es wird sich zeigen, wie gross der Anspruch bei künftigen deutschsprachigen Projekten sein wird, dass diese auch in Deutschland ankommen.»

Netflix und andere Plattformen erzielten ihre grössten Reichweiten mit Serien und Filmen, die eben lokale Eigenheiten aufweisen. Deshalb, so Wälti, feierten heute beispielsweise südkoreanische und spanische Serien grosse Erfolge. Und: «Am Ende entscheidet das Publikum in der Schweiz, ob es eine Plattform abonniert. Es ist den Anbietern deshalb wichtig, lokalen Content anzubieten und zu produzieren.»

Netflix spannt erstmals mit der SRG für die Entwicklung einer Fernsehserie zusammen. Wie geht dieses Nebeneinander? Und verändern internationale Plattformen künftig die Filmförderung der SRG – und damit auch den Schweizer Film? Sven Wälti, Leiter der SRG-Filmförderung Pacte de l'audiovisuel, sagt: Gut möglich. Schlecht sei das aber nicht unbedingt.

Text: Pascal Zeder



Aber, das sagt Wälti auch offen, von der Lex Netflix profitierten nicht alle gleich. So sei die anfängliche Euphorie in der Schweizer Filmszene nach der Annahme der Filmgesetzrevision einem gewissen Realitätssinn gewichen. «Man merkt jetzt, dass die Streaminggelder wohl eher in einzelne, grosse Produktionen fliessen, aber kaum in die Breite», so Wälti. Bei den privaten Anbietern seien zudem die Spielregeln weniger klar als bei den Schweizer Film-

förderern wie dem Bund, der SRG oder Filmstiftungen. Das müssen sie auch laut dem neuen Filmfördergesetz nicht sein. Mit der Giesskanne werden die Plattformen kaum je fördern. «Diese Gelder werden künftig wohl ein paar Produktionsfirmen helfen, die bereits jetzt Projekte mit grösserem Umfang umsetzen und über ein internationales Kontaktnetzwerk verfügen», schätzt Wälti ein.



Erschwerend kommt hinzu, dass die Schweiz gerade für international agierende Firmen schwer fassbar ist – auch aufgrund der unterschiedlichen Sprachregionen. So herrsche in der Romandie die leise Befürchtung, dass die Plattformen sich eher auf den deutschsprachigen Raum fokussieren werden, erklärt Wälti. Inwiefern dies eintrifft, wird sich zeigen. Fakt ist, die ersten Beispiele für Streaminginvestitionen dank dem neuen Filmfördergesetz stammen aus der Westschweiz. Nach «Winter Palace» investiert nun der TV-Anbieter TF1, der aufgrund seiner Werbefenster in der Schweiz ebenfalls der Abgabepflicht des neuen Filmfördergesetzes unterstellt ist, in die Serie «Log-out».

Fliesen die neuen Fördergelder tatsächlich nur in einige wenige Projekte, könnte dies aber auch die Förderarbeit des Pacte in Zukunft verändern. Denn, so Wälti: «Vielleicht kostet uns eine Serie von der Grössenordnung «Wilder» künftig nur noch die Hälfte, da sie in einer Koproduktion entsteht. Das ergäbe für uns die Möglichkeit, andere Projekte zu fördern.» Und auch die regionale Umverteilung sei seit je Kernaufgabe des Pacte. «Unser Fördersystem ist typisch schweizerisch. Wir ermöglichen auch aufwendigere Projekte in kleineren Sprachregionen, namentlich dem Tessin oder im rätoromanischen Raum, damit in der ganzen Schweiz hochwertige Filmproduktionen möglich sind.» Aber er sagt auch: «Der Umfang der geförderten Filmprojekte wird in den nächsten Jahren ungefähr gleich bleiben.» 2023 waren das 141 Filme und Serien.

Nicht nur das Geld, sondern auch die frische Perspektive der internationalen Anbieter sei eine Chance für den Filmplatz Schweiz. «Bisher brauchte man für Serien eine Unterstützung vom Pacte. Künftig haben Projekte, die vielleicht bei uns keine Förderung erhalten, die Möglichkeit der Zusammenarbeit mit den Plattformen», so Wälti. Das öffne den Ideenfächer, denn: «Hätte nun eine Serie, die wir ablehnten, Erfolg, müssten auch wir uns kritisch hinterfragen. Das fordert uns heraus.»

Und auch die Filmbranche müsse in dieser Entwicklung einen Schritt machen: «Die Plattformen fordern Qualität. Wir haben die Talente, jetzt müssen wir dank der zusätzlichen Mittel zeigen, dass wir auf der internationalen Bühne mitspielen können.» Doch man müsse auch realistisch sein. Die Gesamtinvestition sei auch mit der Lex Netflix nicht vergleichbar mit den finanziellen Möglichkeiten in anderen Ländern. «In Zukunft wird nicht alles komplett anders», so Wälti. Aber: Eine kleine Chance bestehe dank der neuen internationalen Distribution auch für Schweizer Produktionen, plötzlich zu einem Welterfolg zu werden, fügt er schmunzelnd hinzu. «Träumen darf man ja.»



Sven Wälti arbeitet seit 2012 als Leiter Film der SRG. Er verantwortet in dieser Funktion den Pacte de l'audiovisuel, das Koproduktionsabkommen zwischen der SRG und der unabhängigen Filmbranche. Er ist auch Stiftungsrat der Cinémathèque suisse und des Filmfestivals Visions du Réel in Nyon und vertritt die SRG in der Programmkonferenz von ARTE.

1978

ist das Jahr des bis dato grössten Schweizer Kinoerfolgs: «Die Schweizermacher» verzeichnet fast eine Million Eintritte. Rolf Lyssys Kultkomödie über die Beamten Max Bodmer (Walo Lüönd) und Moritz Fischer (Emil Steinberger) hinterfragt nicht nur in satirischer Weise die damalige Schweizer Einbürgerungspraxis, sondern stellt darüber hinaus Fragen über die Schweizer Identität: Was macht eine Schweizerin, einen Schweizer aus? So ist «Die Schweizermacher» auch heute noch relevant – fast ein halbes Jahrhundert nach der Premiere. Rolf Lyssy, im Bild bei der Arbeit auf dem Filmset, hat neben verschiedenen Spielfilmen auch Theaterstücke inszeniert und Dokumentarfilme gedreht. Er gilt als Mitbegründer des «jungen» Deutschschweizer Spielfilms.

Bild: KEYSTONE/Str



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



1994

Die bis heute erfolgreichste Sitcom, «Fascht e Familie», feiert am 4. November 1994 Premiere. Die Serie, geschrieben von Charles Lewinsky, mit Walter Andreas Müller, Trudi Roth, Hanna Scheuring, Martin Schenkel und Andreas Matti in den Hauptrollen, erreichte Kultstatus. Als Hanna Scheuring aus privaten Gründen aus der Serie austrat, wurde sie durch Sandra Moser ersetzt – der ersten Person of Color im Schweizer Fernsehen.

Sämtliche Folgen von «Fascht e Familie» sind bei Play SRF verfügbar:



Bild: SFR DRS



2010

Die Schweiz in ihren vielen Facetten zu zeigen, ist insbesondere die Aufgabe des Dokumentarfilms. Das gilt auch für Alice Schmidts «Die Kinder vom Napf». Der Film gehört mit über 77 000 Kinobesuchern zu den zehn erfolgreichsten Schweizer Dokumentarfilmen. Er beleuchtet das Leben von rund 50 Bergbauernkindern aus dem Luzerner Napfgebiet. Ein Jahr lang begleitete die Filmemacherin ihre jungen Protagonistinnen und Protagonisten. SRF Kulturplatz war bei der Vorführung des Rohschnitts in der Schulklasse mit dabei.

Bild: SFR «Kulturplatz»





(Erfolgs-)Rezept für das Drehbuch einer Kult-TV-Serie

Von Johannes Bachmann, Headautor und Co-Director «Tschugger»

Portionen: 5 Episoden à 30 min
 Vorbereitung: bis zu 7 Jahre
 Zubereitung: 6–12 Monate

Und so wirds gemacht:

Alles in einen wohltemperierten Writers' Room mit zwei bis sechs Autorinnen und Autoren geben, kräftig umrühren und über einen längeren Zeitraum köcheln lassen. Ausartende Höhenflüge unbedingt zulassen und nach Lust und Laune mit herzhaftem Lachen verquirlen. Falls sich hoffnungslose Tiefpunkte bilden, an bessere (gemeinsame) Zeiten erinnern oder inspirierende Filmszenen anschauen. Spätestens zwei Monate vor der Abgabe mit dem Anrichten der Texte beginnen: Jede Episode nach dem Ausbreiten der Storyline, mit reichlich Humor ausbetten, authentischen Dialekt unterheben und grosszügig mit spannenden Twists verzieren. Nach Belieben mit waghalsiger Action pfeffern. Zuletzt Titelblatt gestalten und Szenennummern hinzufügen. Zurücklehnen und alle 160 Drehbuchseiten in einem Stück geniessen.

Dazu passt: Walliser Weisswein. Raclette. Kafi in den Pausen. Lachen.



SRF-Talentförderung Hier spielt die Musik!

2022 und 2023 hat SRF abteilungsübergreifende Gattungsstrategien fürs Angebot entwickelt. Darin werden die Grundsätze der Unternehmensstrategie «SRF 2024» konkretisiert. In dieser Kolumne erzählen Strategiemacherinnen und -macher bis Ende Jahr, was die Gattungsstrategien verändern. In der vorliegenden Ausgabe erläutert Theresa Beyer, Co-Leiterin des multimedialen Teams Musik bei SRF Kultur, wie SRF Musiktalente genreübergreifend fördert und so für die Schweizer Musikszene ein wichtiges Sprungbrett darstellt. Mit der Gattungsstrategie Musik wird diese tragende Rolle nun abteilungsübergreifend verankert.

Bild: Peter Rigaud

«Mein grösstes Dankeschön geht ans SRF. Wenn sie diesen Job nicht machen würden, wären wir alle nicht da und hätten keine Gelegenheit gehabt, unseren Traum zu verwirklichen.» Diesen Satz sagte der Singer-Songwriter Marius Bear, nachdem er 2019 an den Swiss Music Awards zum «SRF 3 Best Talent»-Jahressieger gekürt worden war. «Alle», das sind nationale Musikgrößen wie Steff la Cheffe, Lo & Leduc oder Nemo. Sie stehen während seiner Dankesrede hinter ihm auf der Bühne und nicken zustimmend. Der Job, den Marius Bear hier meint: die SRF-Talentförderung, ein wichtiger Pfeiler der in der Konzession verankerten Musikförderung.

Auch Nemo gehört in die Reihe der «Best Talent»-Jahressiegenden. Nemos erster Auftritt im SRF-Universum aber war am legendären «SRF Bounce Cypher», dem wichtigsten Schweizer Live-Rap-Event. Das war 2016, Nemo war da 16 Jahre alt. Das Video der Rap-Performance ging viral. Acht Jahre später vertritt Nemo die Schweiz am Eurovision Song Contest (ESC) – und holt die Trophäe.

Auf diese kontinuierliche und nachhaltige Talentförderung zielt auch die Gattungsstrategie Musik ab. Die unterschiedlichen Efforts in den Abteilungen sollen künftig besser gebündelt werden, damit das Publikum auch stärker wahrnimmt, wie aktiv SRF das Schweizer Musikschafter fördert und mitgestaltet. In allen Genres. Auch in der Volksmusik spürt SRF aussergewöhnliche Nachwuchstalente auf. Eine von ihnen ist die Jodlerin Arlette Wismer. 2013 gewann sie den Folklore-Nachwuchswettbewerb in der Samstagabend-Show «Viva Volksmusik». Heute ist die 25-Jährige in der Volksmusikszene etabliert. Und auch SRF ist sie treu geblieben: Sie tritt in Shows wie «Happy Day» auf und fühlt in ihrem eigenen Webformat, «Wismer gfallt», der vielseitigen Schweizer Volksmusik auf den Zahn. In dieser Rolle ist sie gewissermassen selbst zum Talent-Scout geworden.

Für einen Karriere-Push in den Bereichen Klassik und Jazz braucht es andere Hebel. Hier gilt es zum Beispiel, mit Musikhochschulen und Wettbewerben zusammenzuarbeiten und eine Plattform zu bieten, wie das nur SRF kann: Die Musik von Nachwuchstalenten professionell aufnehmen und senden, sie journalistisch begleiten und einem grossen Publikum vorstellen – so geschehen letzten August am Wettbewerb Eurovision Young Musicians, dem kleinen Bruder des ESC für klassische Musik. Dafür hat eine Jury den 20-jährigen Eufonisten Valerian Alfaré ausgewählt und ihn nach Norwegen an die grosse Finalshow geschickt. Nach der Fernsehausstrahlung bekam er Anfragen von Orchestern und Veranstaltern. Und er ist seiner Vision ein Stück näher gekommen: «Ich konnte ein breites Publikum für mein Instrument begeistern, dem in der Klassik eher ungewöhnlichen Eufonium.»

SRF hat Valerian Alfaré auch mit Nemo zusammengebracht, damit er sich vor der Finalshow Tipps abholen kann: «Damit es mit der Bühnenperformance funktioniert, versetze dich in den Moment hinein, in dem der Song entstanden ist», empfiehlt Nemo dem fünf Jahre jüngeren Valerian Alfaré. Er ist nun auch Teil der SRF-Talentfamilie. Und diese wächst und wächst und wird weiterhin Stars von morgen hervorbringen.

Von Theresa Beyer, Co-Leiterin des multimedialen Teams Musik bei SRF Kultur

«Aufgeben gilt nicht»

SRF befindet sich mitten in der Transformation. Gleichzeitig muss das Unternehmen sparen. Direktorin Nathalie Wappler erklärt, wie der Spagat zwischen Abbau und attraktivem Angebot bei SRF gelingen soll. Und sie sagt: «Sparen allein ist keine Strategie.»

Interview: Philipp Cueni

Nathalie Wappler, in diesem Herbst hat SRF eine grössere Sparrunde kommuniziert (siehe Seite 23). Die Auswirkungen der vom Bundesrat angekündigten Gebührensensung sind dabei noch gar nicht berücksichtigt. Ist der Abbau bei SRF eine Dauerperspektive?

Wir transformieren in erster Linie das Unternehmen und machen uns fit für die Zukunft – aufgrund des technischen Wandels und des veränderten Nutzungsverhaltens des Publikums, aber auch aufgrund der rückläufigen kommerziellen Einnahmen und der angekündigten Gebührensensung. Somit werden weitere Verzichte unumgänglich sein. Darauf muss man sich angesichts der abnehmenden Mittel leider einstellen. Und gleichzeitig gibt es neue Kostenfaktoren, zum Beispiel die Cybersecurity. Ich möchte verhindern, dass wir einfach flächendeckend sparen. Vielmehr überlegen wir uns sehr genau und nach strategischen Kriterien, wo und wie wir punktuell sparen können, etwa bei der Struktur oder in der Produktion. Weil wir die meisten Finanzmittel im Programm haben, sind auch Einschnitte im Angebot unvermeidlich.

Abgebaut wurde bereits in den letzten Jahren: In welchen Programmbereichen haben sich die Sparmassnahmen bis vor diesem Sommer am meisten ausgewirkt?

In den letzten Jahren haben wir in erster Linie bei der Unterhaltung und auch in der Kultur sparen müssen. In der «Transformation SRF 2024» haben wir Mittel in die Information investiert und dabei beispielsweise «SRF Impact» und «SRF Investigativ» aufgebaut.

Beim aktuellen Sparpaket trifft es die Information am stärksten.

Nein, am meisten sparen wir in der Produktion. Angesichts der Sparbeträge kann ich die Information jedoch nicht mehr von den Sparvorgaben ausnehmen. In der Information haben wir 480 Vollzeitstellen und davon sparen wir aktuell 16 ein. Wir haben sehr gezielte Massnahmen ausgearbeitet, die ich für vertretbar halte. Wichtig ist: Die Informationsleistung insgesamt schmälern wir nicht. Wir sparen vor allem in der Struktur, die wir vereinfachen wollen. Deshalb auch die Entscheidung, aus zwei – bisher Audio/Digital und Video – eine Chefredaktion zu machen. Heute erzählen wir Geschichten multimedial. Die Zusammenarbeit von Audio und Video hat sich längst etabliert, jetzt passen wir die Struktur an.

Das Zusammenlegen der Chefredaktionen Audio/Digital und Video kann eine Abnahme der Vielfalt bewirken.

Nein, im Gegenteil. Die Vielfalt der Themen, wie diese unterschiedlich ausgespielt werden, wollen wir in jedem Fall gewährleisten. Diese Zusammenlegung ist in erster Linie eine organisatorische. Denn durch die organisatorische Trennung haben wir teils zu wenig koordiniert geplant. So kommt es vor, dass wir ähnliche Aspekte einer Geschichte in mehreren Sendungen beleuchten, teils mit denselben Experten. Mit einer Chefredaktion können wir sagen: Das Thema machen wir im «Echo» so, im «Rendez-vous» anders und in der «Tagesschau» so – dann haben wir sogar noch mehr Vielfalt als heute.

Es würde strukturell also weiter zentralisiert, etwa «Tagesschau» und «10vor10» oder «Rendez-vous» und «Echo der Zeit» in je eine Redaktion zusammengelegt?

Nein. Die Entscheidungen zu den einzelnen Sendungen fallen weiterhin in den Redaktionen unabhängig, aber bei der Planung kann man enger zusammenarbeiten. Wir passen die Organisation an, um die Vielfalt bei den Themen und bei der Herangehensweise zu behalten.



Der Abbau bei der «Tagesschau» hat die Öffentlichkeit aufgeschreckt. Mit dem Sparen bei diesem Flaggschiff sendet man doch ein Zeichen, dass die Information nicht mehr so wichtig sei.

Im Gegenteil: Es ist wichtig, dass unsere Infogeässe wie «Tagesschau» und «10vor10» in der Hauptsendezeit stark bleiben. Aber die «Tagesschau»-Ausgaben am Mittag und um 18 Uhr werden eher schwach genutzt. Einzelne Beiträge auf unserer News-App erreichen jetzt schon höhere Reichweiten als diese «Tagesschau»-Ausgaben. Ja, wir müssen sparen. Aber mir ist wichtig, dass wir nicht in der Informationsleistung an und für sich sparen, sondern bei der Art, wie wir etwas produzieren. Tagsüber ist die News-App unser wichtigster Newskanal. Also entwickeln wir nun am Mittag und am Hauptabend moderierte Newsflashes fürs Fernsehen, die sich auch für die Nutzung in der App eignen.

Zwei weitere Flaggschiffe, «Kassensturz» und «Rundschau», werden in das Newscenter verlagert. Kann man damit Geld sparen?

Beide Sendungen haben bisher je ein eigenes Studio. Die Studiofläche im News- und Sportcenter mit ihren automatisierten Kameras ist heute nicht ausgelastet. Wir müssen die Infrastruktur besser auslasten. Dadurch können wir einfacher und günstiger produzieren. Vielleicht ist technisch nicht mehr alles gleich möglich wie heute, aber das Herzstück der Sendungen, die journalistische Leistung, die bleibt.

In den letzten Monaten wurde in fast allen Verlagshäusern beim journalistischen Angebot abgebaut, zum Teil massiv. Es stellt sich die Frage, wie die gesellschaftlich und demokratiepolitisch notwendigen Informationsleistungen noch erbracht werden sollen. Müssten da nicht gerade im Service public, also bei SRF, speziell die Infoangebote ausgebaut werden?

Es ist unbestritten, wie wichtig die Informationen für die Meinungsbildung und für das demokratische Miteinander sind. Die SRG hat eine Konzession, die zu erfüllen ist. In dieser Konzession sind neben Information jedoch auch Unterhaltung, Bildung, Kultur und Sport klar verankert. Das ist richtig, denn die Frage nach dem demokratischen Miteinander, wie wir zusammenleben in diesem Land, wird auch über die anderen Gattungen vermittelt. Wenn im Sport alle «Hopp Schwiiz!» rufen, ist das ein wichtiges bindendes Element, wie wir uns hier in der Schweiz verständigen. Das gilt auch für den Unterhaltungsbereich: Wer erzählt sonst die Geschichten aus unserer Gesellschaft, fiktional oder in den Dokumentarfilmen? Unsere Unterhaltungsangebote sind unterhaltsam informativ, diese Mischung macht es aus.

Nochmals zum Bereich Information: Die Berichte aus den Regionen und Gemeinden nehmen über alle Medien gesehen insgesamt ab.

Die SRG ist zu Recht verpflichtet, in den Regionen verankert zu sein. Das ist ganz wichtig. Ebenso, dass wir über die anderen Sprachregionen berichten. Ich werde alles daran setzen, dass wir diesen Service public aufrechterhalten können. Aber die regionale Verankerung ist teuer. Ich war kürzlich bei «SRF bi de Lüt» live in Richterswil. Bei solchen Gelegenheiten sehe ich immer wieder, welche Bedeutung es hat, dass wir vor Ort sind, die Menschen auf den Dorfplätzen verbinden und verschiedene Regionen vorstellen. Ja, die Informationsleistungen aus der Region im engeren Sinn sind sehr wichtig, dort investieren wir auch die meisten Gelder. Aber wir dürfen die unterhaltende Information aus der Region nicht unterschätzen. Meine Aufgabe ist, beides zu gewährleisten.

Auffallend beim Sparpaket ist die Abschaffung der Abteilungsleitung Kultur SRF. Sie hatten diese Rolle früher selbst inne. Diese Funktion, auch diese Persönlichkeiten präsentierten bisher SRF als starken Kulturplayer. Nach innen vertrat die Leitung die Interessen der Abteilung. «Kultur und Gesellschaft» wäre künftig die einzige Abteilung ohne eigene Leitung.

Wir werden die Geschäftsleitung insgesamt verkleinern und uns komplett neu aufstellen, nämlich nach Gattungen. Intern denken wir schon lange nicht mehr in Abteilungen, sondern eben in Gattungen. Die Kultur wird also auch in Zukunft in der Geschäftsleitung vertreten sein, die Frage ist nur, in welcher Form. Wie die genauen Hierarchiestufen aussehen werden, schauen wir uns im Moment an. In dieser Situation eine vakante Abteilungsleitung zu besetzen, wäre nicht ideal. Die Gattungsverantwortlichen werden weiterhin wichtige Partnerinnen und Partner für die Kulturbranche sein.

Von der aktuellen Sparrunde zum nächsten Abbau: Durch den Beschluss des Bundesrats, die Gebühren zu senken, werden in den kommenden Jahren weitere Sparauflagen auf SRF zukommen. Sparen und Reduzieren werden zu Dauerbegleitern. Es braucht eine Strategie, wie dieses Unternehmen mit schwindenden Mitteln weitergeführt werden kann.

Selbstverständlich – denn Sparen allein ist keine Strategie. Deshalb haben wir mit «SRF 2024» eine umfassende Unternehmensstrategie geschaffen, um uns erfolgreich auf die Zukunft auszurichten. Auch die aktuellen Massnahmen sind aus dieser Strategie abgeleitet. Sparen gehört zu unserem wirtschaftlichen Denken. Doch wir können nicht bloss nachdenken, ob alles irgendwie noch billiger geht. Wir werden grundsätzlich auch für die kommenden Jahre eine Vision entwickeln müssen, wie ein Angebot, eine Infrastruktur und eine Organisation mit weniger Mitteln aussehen sollen. Entsprechend werden wir eine Vision für die SRG und für SRF bauen.

Wie könnte denn SRF im Jahre 2030 aussehen?

2029 kommt die neue Konzession, wir werden dann wissen, ob sich der Auftrag verändert. Wichtig ist, dass wir eine starke Stimme sind, die regional verankert ist. Und die Nähe von SRF zu den Menschen. Die Mediennutzung verändert sich weiter, wir werden also herausfinden müssen, über welche Geräte und Plattformen Menschen Medien nutzen, wie sie sich informieren, bilden und unterhalten möchten. Diesem veränderten Nutzungsverhalten müssen wir uns anpassen und unser vielfältiges Angebot entsprechend ausspielen – insbesondere über unsere eigenen linearen und digitalen Plattformen.

SRF steht neben der Finanzierungsfrage vor einer zweiten Herausforderung: Die Nutzung von digitalen Kanälen und Plattformen nimmt zu, vor allem beim jüngeren Publikum. Dennoch hält die klassische, lineare Nutzung von Radio und Fernsehen an. Ein strategisches Dilemma. Gibt es 2030 noch Radio und TV?

Radio und TV wird es noch sehr lange geben. Aber ja, es ist ein strategisches Dilemma. Wir haben immer noch starke Radio- und TV-Kanäle, die sind wichtig und gut. In dieser eher traditionellen Welt haben wir Erfahrung, unsere Angebote sind beim Publikum verankert. Die Reichweiten gehen zwar wie überall zurück, und doch erreichen wir mit linearen Angeboten immer noch die breite Bevölkerung. Gleichzeitig entstehen im Digitalen neue Angebote wie beispielsweise «rec.». Diese Gleichzeitigkeit ist eine grosse Herausforderung. Wir müssen uns intensiv damit beschäftigen, um diese Welt besser zu verstehen und zu nutzen. Traditionelle lineare Radio- und TV-Welt

Im Rahmen des Projekts «SRF 4.0» verkleinert SRF das Budget, baut Stellen ab, verschlankt die Struktur, vereinfacht die Produktion und reduziert beim Programm.

Struktur und Produktion

werden schlanker. Die Abteilungsleitung Kultur wird abgeschafft, die beiden Chefredaktionen Audio/Digital und Video zusammengelegt, die technischen Produktionen für externe Dritte eingestellt sowie die Produktion von «Kassensturz» und «Rundschau» wird in zentrale (automatisierte) Studios verlagert.

75

Vollzeitstellen werden im Rahmen von «SRF 4.0» abgebaut. Dies, um ein finanzielles Defizit ab 2025 zu verhindern. 10 Prozent des Abbaus finden beim Kader statt. So werden etwa die Chefredaktionen Video und Audio/Digital künftig zu einer Stelle zusammengelegt.

Sommer sparsam

machen künftig die Magazine «Club» und «Gesichter & Geschichten». Auch wird das Informationsangebot angepasst: Ab Sommer 2025 werden die «Tagesschau»-Ausgaben am Mittag und um 18 Uhr durch moderierte Newsflashes ersetzt, am Wochenende entfällt die Mittagsausgabe. Die Regionalredaktionen von Audio/Digital werden mit den jeweiligen Korrespondentenstellen des TV zusammengelegt. Das Angebot der «Regionaljournale» wird am Wochenende punktuell reduziert.

50

Mio. Franken müssen SRG-weit aufgrund der Halbierung des Teuerungsausgleichs auf die Medienabgabe eingespart werden. Vom Gesamtbetrag entfallen 6,3 Mio. Franken auf SRF.

Gründe

für diese Sparmassnahmen sind die rückläufigen kommerziellen Einnahmen von SRF sowie die Streichung des Teuerungsausgleichs bei der Medienabgabe auf die Hälfte durch den Bundesrat. Mit der vom Bundesrat bereits beschlossenen Senkung der Gebühren ab 2027 haben die aktuellen Sparmassnahmen noch nichts zu tun.

Die ganze Meldung zu den Massnahmen «SRF 4.0» finden Sie hier:



einerseits und digitale Plattformen andererseits – das ist kein «entweder oder», sondern ein «und und».

Die Entwicklung bei Radio und TV geht hin zu einzelnen Angeboten à la carte zum Abholen, zeitunabhängig, zu digitalen Streamingplattformen. Der lineare Konsum wird weiter zurückgehen. Braucht es noch ein Vollprogramm mit einem breiten Spektrum von Angeboten? Braucht es noch das Quiz oder den Krimi, weil vorher oder danach auch die Informationssendung geschaut wird? Orientiert man sich noch an einem durchgehenden Programm raster?

Es wird noch sehr lange Zeit Programme mit festen Angebotsstrukturen geben, auf die man sich verlassen kann – also die «Tagesschau» um halb acht Uhr abends zum Beispiel. Auch die Streamingangebote bieten eine Abendstruktur an, die Menschen suchen das, ebenso eine Programmvorschau und einen Überblick über die anderen Kanäle. Auf unserer Streamingplattform Play SRF bieten wir ebenfalls eine Struktur an und sagen: «Heute Abend haben wir das für dich.» Diese fixe Struktur brechen wir jedoch bei Bedarf auf, auch im TV. Dabei bauen wir beispielsweise bestehende Formate neu zusammen. Zum Beispiel vor einer nationalen Abstimmung die «Arena» gleich nach der «Rundschau» an einem Mittwochabend. Vor zehn Jahren wäre das noch undenkbar gewesen. Und ja, es wird auch noch lange Fernsehquiz geben.

Der Auftrag von SRF besteht darin, ein Programm für ein breites Publikum zu machen. Die Diversität in der Gesellschaft nimmt zu. Das würde heissen, das Spektrum im Angebot sogar zu erweitern. Mit beschränkten Mitteln ist das aber nicht möglich.

Wichtig ist beim Service public das Verbindende. Ich kann unterschiedliche Bubbles in Kontakt bringen. Das machen wir, wir bringen Leute zusammen. Wir müssen immer wieder bestrebt sein, das Verbindende mitzutransportieren. Alle zahlen Gebühren, also haben auch alle einen Anspruch an SRF. Dem müssen wir gerecht werden. Wir wissen, es gibt Leute, die interessieren sich zum Beispiel für Sport, andere dagegen gar nicht. Deshalb ist dieser Auftrag so wichtig, das Verbindende zu suchen und zu transportieren.

Abnehmende Finanzressourcen und vielfältige Publikumsinteressen. Erweitern wir den Blick aufs Strategische: Die Konzession wird auf 2029 neu definiert. Sie sind eine Verfechterin des Ansatzes, alle vier bisherigen Bereiche in einer Konzession zu definieren, Unterhaltung, Sport, Kultur, Information. Es gibt Stimmen, die sich auf letztere zwei konzentrieren wollen, weil das kommerziell nicht realisiert werden könne.

Wenn alle Gebühren zahlen, soll auch für alle etwas dabei sein. Wir Menschen sind mit unseren Interessen vielfältig – einmal bevorzuge ich den Krimi, ein anderes Mal die «Sternstunde» –, der breite Auftrag spiegelt auch die Vielfalt von uns allen wider. Zudem hat die Unterhaltung eine hohe Bindungskraft. Die Verständigung, wie wir in dem Land zusammenleben wollen, wird oft in unterhaltenden Formaten abgebildet. Wie wir Identität stiften, das Verhältnis von Stadt und Land, das wird in einer Serie oder in fiktionalen Filmen verhandelt. Auch im Sport: Dort spielt es keine Rolle, woher du kommst, ob du Migrationshintergrund hast oder nicht. Dort finden Menschen zusammen, die etwas zusammen machen. Das ist wichtig für den Zusammenhalt in einem Land. Deshalb trete ich für diesen vielfältigen Auftrag ein. Alle sollen etwas bekommen, was ihnen ermöglicht, teilzunehmen, sich in der Gesellschaft zu verständigen. Das macht man nicht ausschliesslich über klassische Newssendungen.

Mit Unterhaltung und Sport, die auch kommerzialisierbar sind, nimmt SRF den Privaten Verdienstmöglichkeiten weg, diese Bereiche könnten ohne Service public auch angeboten werden.

Unser Unterhaltungsangebot unterscheidet sich schon heute stark von dem der Privaten, so verzichten wir seit Längerem auf grosse und internationale Shows wie «The Voice of Switzerland». Diese überlassen wir den Privaten. Nur sind solche Sendungen in der kleinen Schweiz kaum refinanzierbar. Das führt dazu, dass es vielleicht eine Staffel gibt, danach verschwinden die Formate wieder aus dem Schweizer Markt. Wenn SRF Unterhaltung macht, dann zahlen wir Schweizer Löhne und drehen in der Schweiz. Das ist auch ein Wirtschaftsfaktor. Und im Sport zeigen wir über 100 Sportarten, von der OL-Weltmeisterschaft in Flims bis zum Klettern. Auch solche Übertragungen sind eben nicht so einfach kommerzialisierbar, wie man sich das vielleicht denkt. Zudem möchte ich festhalten, dass wir gerade im Sport schon seit Jahren mit privaten Medienunternehmen zusammenarbeiten.

Sie mussten ein grösseres Sparpaket bekannt geben. Dennoch strahlen Sie viel Zuversicht aus. Alles doch nicht so schlimm?

Ich möchte nichts schönreden: Unsere Situation ist sehr herausfordernd. Trotzdem: Ich bin zutiefst von der Wichtigkeit unseres Auftrags überzeugt. Ich werde alles daransetzen, ihn unter den Bedingungen, die uns gegeben sind, auszuführen. Es ist ja nicht so, dass alles kaputt wäre, sondern wir müssen uns Gedanken machen, wo wir uns fokussieren, wo die Entwicklungsmöglichkeiten liegen. Meine Eltern waren selbstständig in einem KMU. Aufgeben gilt nicht, never.

Aber SRG, SRF müssten der Politik und der Stimmbevölkerung doch aufzeigen, warum es Gebühren braucht, was bei einer Reduktion verloren geht...

Das tun wir jeden Tag mit einem hervorragenden, qualitativ hochwertigen Angebot auf all unseren Kanälen in Information, Kultur, Unterhaltung und Sport. Und gleichzeitig geht es darum, zu erklären, dass sich reduzierte Mittel auf alle Aspekte unseres Unternehmens auswirken, auch auf das Angebot. Es wird Menschen geben, die auf lieb gewonnene Formate verzichten müssen. Anders wird es leider nicht gehen.

Und wie will SRF dem Publikum vermitteln: «Wir müssen zwar massiv sparen, aber das Angebot ist immer noch attraktiv»?

Durch Transparenz, indem wir sagen: Wir können nicht mehr alles machen. Aber da, wo wir sind, da sind wir stark und legen weiterhin grössten Wert auf Qualität und Vielfalt.

Dieses Interview wurde am 30. September geführt.

Nathalie Wappler (*1968) ist Direktorin von Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) und seit 2020 stellvertretende Generaldirektorin der SRG. Sie arbeitete ab 2005 beim Schweizer Fernsehen, zunächst als Redaktorin beim «Kulturplatz», ab 2008 als Redaktionsleiterin der «Sternstunden» und ab 2011 in der Abteilungsleitung Kultur. 2016 wechselte Nathalie Wappler als Programmdirektorin zum MDR, bevor sie 2019 zu SRF zurückkehrte.

Q & A

Die SRG schaltet Ende Jahr ihre UKW-Sender ab. Was müssen Sie wissen?

Ich will mein UKW-Radio behalten. Welche Optionen habe ich?

Hochwertige Hi-Fi-Anlagen in Haushalt oder Büro können per Adapter umgerüstet werden. Doch die meisten aktiven UKW-Geräte sind heute in Autos eingebaut. Hier gibt es unterschiedliche Lösungen: Genormte DIN-Radios können durch DAB+-Geräte ersetzt werden. Entertainment-Systeme mit AUX-Eingang lassen sich mithilfe eines sogenannten Umrüstkits DAB+-fähig machen. Ein sogenannter FM-Tuner, der sich über eine bestimmte Frequenz mit dem bestehenden UKW-Gerät synchronisiert, stellt eine weitere, unkomplizierte Lösung dar. Oder aber man lässt das Auto von der lizenzierten Fachperson in der Garage per Vollintegration umrüsten.

Was sind die Vorteile von DAB+?

DAB+ bietet eine stabile Verbindung und störungsfreie Übertragungsqualität. Die Technologie ist energiesparender als UKW. Zudem gibt es ein erweitertes Senderangebot. Auch im Vergleich mit Internetradios hat DAB+ einige Vorteile: Da die Antennen im Gegensatz zum mobilen Datennetzwerk (4G und 5G) nicht in den Siedlungsräumen, sondern an entfernten (Höhen-)Standorten stehen, ist die Strahlenbelastung für die Bevölkerung im Vergleich kleiner. Und: DAB+ ist kostenfrei sowie ohne Abo oder Eingabe persönlicher Daten empfangbar.

Werden die UKW-Sender der SRG definitiv abgeschaltet?

Ja, per 31. Dezember 2024 wird die Verbreitung der SRG-Radioprogramme über Ultrakurzwelle (UKW) eingestellt. Sie sind ab Januar nur noch über DAB+ und über das Internet empfangbar. Das DAB+-Netz ist inzwischen sehr gut ausgebaut, gleichzeitig befindet sich die UKW-Nutzung auf konstant tiefem Niveau. Zudem ist die veraltete Technologie ineffizient, unökologisch und ressourcenintensiv – und dadurch teuer.

Ist DAB+ auch im Notfall sicher?

Radio war und ist auch ein Notkommunikationsmittel: DAB+ übernimmt diese Funktion von UKW. Das Netz ist mit Notstrom versorgt, so wird sogar bei einem Stromausfall oder einem Blackout gesendet. Im Krisenfall können zudem innert weniger Stunden die sogenannten Protection Levels angepasst werden. Damit kann auch unter grossen Störungen im Sendegebiet der Empfang gewährleistet werden. Ausserdem ist jedes DAB+-Gerät auch UKW-fähig.

Erstreckt sich das DAB+-Netz auf die ganze Schweiz?

Die Schweiz verfügt über eine der weltweit besten DAB+-Netzabdeckungen. In der Regel ist der Radioempfang sogar besser als über UKW. Vor allem auf den Nationalstrassen ist das Netz heute sehr gut ausgebaut.

Weitere Informationen und Erklärvideos finden Sie auf der Website dabplus.ch des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM):



Die SRG unterstützt Sie ausserdem beim Neukauf eines DAB+-Geräts mit einem Einkaufsberater:





Fenster ins Ausland im Visier des Abbaus

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.

Konferenz der Ministerpräsidenten der deutschen Bundesländer: Auf der Tagesordnung steht eine Reform des öffentlichen Rundfunks in Deutschland. Ein Punkt bewegt auch in Österreich und in der Schweiz: die Zukunft des TV-Senders 3sat. In einem ersten Vorschlag sollte – unter anderem – 3sat abgeschafft, teilweise in ARTE integriert werden. Diese Pläne lösten heftigen Widerspruch vor allem in Kulturkreisen im deutschen Sprachraum aus.

3sat ist seit 1984 ein Gemeinschaftsprogramm von ZDF, ARD, ORF und SRG mit Redaktionen in allen drei Ländern. Die SRG trägt jährlich 7 bis 8 Millionen Franken zum Gesamtbudget bei, an Programmleistungen sind es 10 Prozent. Der Grossteil des Budgets kommt aus den beiden Partnerländern.

Der Schwerpunkt von 3sat liegt auf Kultur, Wissenschaft, Bildung, Dokumentarfilm und Information. Ein Flaggschiff ist das länderübergreifende Kulturmagazin «Kulturzeit», fünfmal die Woche 38 Minuten. Die Einstellung von 3sat wäre ein schwerer Verlust für die Medienlandschaft, denn dieser Sender sei eine unverzichtbare Bühne für Kunst und Kultur, argumentierte der ORF und protestierte gegen den Plan aus Deutschland.

Die Schweiz profitiert in mehrfacher Hinsicht von 3sat: Die SRG kann dem Publikum interessante Sendungen anbieten, die von ARD, ORF oder ZDF produziert und finanziert worden sind. Sie kann umgekehrt Schweizer Kulturthemen über die Grenzen hinaus einem grossen Publikum präsentieren. Und sie kann Schweizer Nachrichten («10vor10») und Schweizer Dokumentarfilme in den Nachbarländern ausstrahlen.

Die Proteste von Kulturschaffenden und des ORF gegen die Pläne aus Deutschland scheinen indes zu wirken. Die deutsche Ministerpräsidentenkonferenz hat im eben verabschiedeten Reformprogramm zum öffentlichen Rundfunk beim Punkt 3sat relativiert: Eine Fusion von 3sat und ARTE stehe nicht an. Was der neue Vorschlag für 3sat bedeutet, wird in deutschen Medien unterschiedlich interpretiert. Die unmittelbare Bedrohung scheint aber vorerst abgewendet. Doch steht eine andere Bedrohung des Senders im Raum – ausgerechnet aus der Schweiz!

Der Bundesrat will den Beitrag von 20 Millionen Franken an das «Auslandmandat» der SRG streichen – im Rahmen des umfassenden Sparpakets des Bundes von total 4 bis 5 Milliarden Franken. Aus diesem Betrag an das «Auslandmandat» finanziert die SRG jeweils die Hälfte der Aufwendungen für Swissinfo, TV5MONDE und 3sat.

Müsste die SRG die Beteiligung an 3sat einstellen, würde sie ein Programmfenster ins Ausland schliessen. Damit würde sich die Schweiz einmal mehr von einer internationalen Kooperation verabschieden.

Definitiv beschlossen ist noch nichts. Das ganze Sparpaket geht erst in die Vernehmlassung – auch die SRG wird sich zum Punkt «Auslandmandat» äussern. Deswegen hat sie bisher nicht zum Aspekt 3sat Stellung bezogen. Möglich, dass die Politik den Sparvorschlag des Bundesrats ganz oder teilweise zurückweisen wird – etwa im Punkt «Auslandmandat SRG» und damit 3sat.

Damit nicht plötzlich aus 3sat ein 2sat wird – ohne die Schweiz.

Philipp Cueni

Neu im Programm

«Champion der Champions»

In der neuen sechsteiligen Show «Champion der Champions» stellen sich sieben ehemalige Sportstars einem harten Wettkampf mit unterschiedlichen Disziplinen. Dabei leben sie während einer Woche gemeinsam in Andalusien und zeigen sich so nahbar und offen wie selten zuvor. Sie standen allesamt an der internationalen Spitze, einige von ihnen triumphierten bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften: Daniel Albrecht (Ski), Stefan Angehrn (Boxen), Selina Gasparin (Biathlon), Beat Hefti (Bob), Donghua Li (Kunstturnen), Franco Marvulli (Velo) und Patty Schnyder (Tennis). Im neuen Format «Champion der Champions» treffen die Schweizer Sportlegenden aufeinander.

Während acht Tagen stellen sie sich verschiedenen Wettkämpfen: Getestet werden Kraft, Konzentration, Leidenfähigkeit, Teamfähigkeit und Koordination.

Seit 22. November 2024, freitags 21.00 Uhr, auf SRF 1. Die ersten fünf Folgen sind auf Play SRF verfügbar. Das Finale wird online und im TV am 27. Dezember 2024 zu sehen sein.



«Genderbuebu – Die Rockstars der Volksmusik»

Was einst als «ein wenig örgel auf der Alp» begann, hat sich zu einer der angesagtesten Volksmusikgruppen des Landes entwickelt: die Genderbuebu. Die Schwyzerörgeler und Bergbauern Kilian Schnydrig, Raban Pfammatter und Marco Gurten sowie Bassist und Veranstalter Simon Schnydrig füllen heute grosse Hallen und lassen sich wie Rockstars feiern. Im Jahr 2024 spielten sie ihre ausverkaufte «Geit de scho»-Tour und luden anschliessend Tausende Volksmusikfans nach Naters ins Wallis zu ihrem eige-

nen Festival ein. SRF begleitete die Genderbuebu ein ganzes Jahr lang mit der Kamera – entstanden ist ein Roadmovie quer durch die Schweiz und ein intimes Porträt der vier Musiker, auch abseits der Bühnen.

Seit 15. November auf Play SRF



«Weihnachten verboten!» – ein Adventskalender zum Hören

Wie doof: Nikbert und Klausbert haben ausgerechnet am 24. Dezember Geburtstag. Da sie echte Herzöge sind, beschliessen sie ganz einfach: Weihnachten verboten! Stattdessen wird jetzt «Herzogschnachten» gefeiert. Auch die Freundschaft zwischen Schweinehirt Amund und Herzogstochter Ottilia ist nicht erlaubt. Die beiden Kinder brechen zu einem gefährlichen Abenteuer auf – und retten dabei nicht nur ihre Freundschaft, sondern vielleicht auch Weihnachten...

Die Hörspielgeschichte auf Schweizerdeutsch begleitet Kinder ab acht Jahren durch die Adventszeit: Seit dem 1. bis zum 24. Dezember 2024 wird jeden Tag eine siebenminütige Folge veröffentlicht.

Auf srfkids.ch/adventskalender, im Podcast «SRF Kids Hörspiele», auf YouTube SRF Kids und jeweils um 19.10 Uhr auf Radio SRF 1

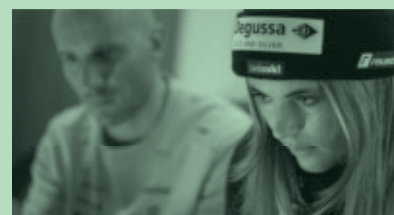
Radio-SRF 1- «Forum» neu auch im Fernsehen

Im «Forum» von Radio SRF 1 diskutieren Protagonisten und Protagonistinnen aktuelle Themen aus Gesellschaft, Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport. Einzigartig in der Schweizer Radiolandschaft können sich Hörerinnen und Hörer per Telefon oder online in die Debatte einbringen.

Neu wird das «Forum», moderiert vom Team Stefan Flury, Yvonne Hafner, Christine Hubacher und Rafael von Matt, auch live auf SRF 1 im Fernsehen übertragen. Auch das TV-Publikum kann nun auf dieser Plattform Meinungen und Anliegen direkt mit Opinion Leaders sowie anderen Hörerinnen und Hörern diskutieren.

Jeden Donnerstag von 10.00 bis 11.00 Uhr

«Der Ski-Zirkus»



Jeden Winter kämpfen Athletinnen und Athleten des Schweizer Ski-Teams im Rahmen des alpinen Ski-Weltcups um Punkte und Podestplätze. DOK schaut hinter die Kulissen des alpinen Ski-Zirkus und zeigt, wie sich die Ski-Stars Camille Rast, Delia Durrer und Loïc Meillard auf die eisigen Pisten vorbereiten, ihre Ängste überwinden und jeden Tag von Neuem die Energie aufbringen, sich den immensen Herausforderungen zu stellen.

Die vier Folgen sind ab dem 22. Dezember 2024 jeweils am Sonntag um 19.00 Uhr auf SRF zwei zu sehen.

Genug von Krieg und Trump

«News Fatigue – kein Bock auf Nachrichten», diesem Thema war das 10. Medienforum der SRG Ostschweiz gewidmet. Rund 80 Personen folgten der Einladung in den Kantonsratssaal in St. Gallen und wirkten aktiv mit in der Diskussion, wie viel Krieg, Terror, Tod, Hass, Leid und Gewalt wir uns beim täglichen Konsum von Nachrichten aus aller Welt antun oder eben nicht.

Eingeleitet wurde der Abend mit der Frage ans Publikum, ob es auch schon von der Nachrichtenschwemme ermüdet oder überfordert war. Satte 62 Prozent gaben an, manchmal ermüdet von diesem Strom zu sein, 24 Prozent gaben gar an, das eine oder andere Mal überfordert zu sein. Diese Stichwörter kamen unter anderem bei der Bitte um ein Fazit: «Ich muss nicht alles wissen», «Filter setzen beim Nachrichtenkonsum», «Das Wichtige erkennen», «Offen bleiben», «Medienkompetenz fördern», ««Good News» konsumieren», «Weniger ist mehr». Dazwischen entspann sich eine engagierte und lebhafte Diskussion zwischen den Podiumsteilnehmerinnen und -teilnehmern, dem Moderatorenteam und dem Publikum. Dabei hielt Iwan Lieberherr, Moderator beim «Echo der Zeit», fest, dass es Konflikte nun einmal gebe und dass das «Echo der Zeit» die Welt abbilde, wie sie sei. Aber auch er stelle eine gewisse Abnützung bei solchen Themen fest. Nadine Sommerhalder, Chefredaktorin von «watson», redete der Emotionalisierung dieser Themen das Wort: «Das entspricht einem Bedürfnis des Publikums.» Zudem sei ein Newsportal wie «watson» «Push-getrieben» und somit darauf angewiesen, viele Nachrichten zu vermitteln. Dem hielt die Psychologin Sereina Venzin entgegen, dass psychohygienische Massnahmen beim Medienkonsum wichtig seien: «Selektieren und limitieren Sie beim Nachrichtenkonsum und klinken Sie sich auch einmal aus.» Als Gegenpol zum nie versiegenden Nachrichtenfluss sieht Reto Peritz die Unterhaltung. Als Abteilungsleiter Unterhaltung bei SRF sagt er: «Die Unterhaltung ermöglicht Momente zum Abschalten, zum Erholen, sie bietet einen Ausgleich zu den News.»

Walter Hofstetter,
Vorstandsmitglied SRG Ostschweiz



Von links: Reto Peritz, Iwan Lieberherr, Nadine Sommerhalder

Radiowanderung: Eine alte Idee lebt im Jubiläumsjahr wieder auf



Das Programm im Jubiläumsjahr der SRG Zürich Schaffhausen erlebte mit der Radiowanderung im Klettgau Mitte September ein grossartiges Highlight. Für die rund 170 Wandernden, Vereinsmitglieder und Begleitpersonen sowie einige regionale Behördenmitglieder, war der Anlass verbunden mit einem Gemeinschaftsgefühl über alle Altersgrenzen hinweg. Das herbstlich kühle, sonnige Wetter liess die Gegend an der Grenze zu Deutschland, die vielen unbekannt war, in mildem Licht erstrahlen. Nicht wenige erwähnten in den angeregten Gesprächen unterwegs ihre Erinnerungen an die Radiowanderungen der 70er- und 80er-Jahre und waren begeistert, dass die Idee im Jubiläumsjahr wieder auflebte. Redaktorinnen und Redaktoren von Radio SRF 1, SRF Musikkwelle und des «Regionaljournals Zürich Schaffhausen» begleiteten die drei Gruppen durch das Blauburgunderland und vertieften sich in Gespräche mit ihrer Hörerschaft. Am Ziel, in der Badi Neunkirch, trafen sich alle zu einem währschaften Mittagessen und unterhaltendem Begleitprogramm. Das 100-Jahre-Jubiläum war auch Thema im Interview des «Regionaljournals» mit der Präsidentin der SRG Zürich Schaffhausen, Cécile Bachmann. Neben den historischen Aspekten wurde auch die Zukunft thematisiert mit der immer wichtigeren Unterstützung für die Regionalberichterstattung durch die Trägerschaft. Nur für einen Sprung ins Schwimmbad war es den Teilnehmenden doch ein paar Grad zu kalt... Alle Fotos sind einsehbar unter: bit.ly/3AbqXvR
Susanne Sorg-Keller, KOA, SRG Zürich Schaffhausen

Fake entlarvt

Delfine schwimmen im Kanal von Venedig, der Papst trägt Balenciaga, und Tom Cruise geht auf TikTok viral – solche Geschichten kursieren massenhaft in den sozialen Medien. Doch während der Pandemie schwammen keine Delfine in Venedigs Kanälen, der Papst trägt nicht Balenciaga, und Tom Cruises Auftritte sind Deepfakes. Fake News verbreiten sich rasant und sind oft selbst für geübte Augen schwer zu erkennen. Besonders auf Social Media ist Vorsicht geboten: Doch wie erkennt man, wann Misstrauen angebracht ist?

Diese Frage diskutierte die SRG Aargau Solothurn am 18. Oktober im Flösserplatz Aarau mit einem jungen Publikum. Rund 25 Besucherinnen und Besucher stellten sich bei einem interaktiven Quiz den Herausforderungen von Fake News. Typische KI-Fehler in Bildern wurden entlarvt,

Plausibilitäts-Checks erklärt und auf wiederkehrende Muster hingewiesen. Fazit: Einen universellen Trick gibt es nicht, die Faustregel bleibt, auf Social Media wachsam zu sein und Inhalte kritisch zu teilen.

Höhepunkt des Abends war die Podiumsdiskussion mit der ehemaligen SRF-Virus-Moderatorin Gabriela Mennel, heute als Musikerin Cachita bekannt. Sie teilte ihre journalistischen Erfahrungen und erklärte, wie bei SRF Virus mit Fake News umgegangen wird. Ihre Botschaft: «Passed uf und wiesed Kolleginne und Kollege nett druf hi, wenn öppis verdächtig würkt.»

Insgesamt war es ein Abend voller Impulse, der hoffentlich Unterhaltung und Lerneffekt verband. Der direkte Austausch bot die Gelegenheit, nachhaltige Eindrücke zu Medienkompetenz und der Bedeutung unabhängigen Journalismus zu hinterlassen. Für uns von der SRG Aargau Solothurn steht fest: Solche Veranstaltungen werden wir wieder organisieren.

Jana Heimgartner,
Junge Zielgruppe, SRG Aargau Solothurn

Publikumsratsseminar 24: Angebot für Junge im Fokus



An seinem jährlich selbst organisierten Seminar, das diesmal an der Pädagogischen Hochschule des Kantons Thurgau (PHTG) in Kreuzlingen stattfand, befasste sich der Publikumsrat SRG.D während zweier Tage eingehend mit dem Kinder- und Jugendangebot von SRF sowie mit der Lernplattform «SRF school». Neben den pädagogischen Grundlagen der Produktion ging es auch um Forschungsergebnisse, die Wahl der passenden Distributionskanäle sowie Zahlen und Antworten aus den verschiedenen Zielgruppen, die alle Einfluss auf die Entwicklung und Ausspielung des Programms haben. Nachdenklich stimmten die Untersuchungen, wenn es um die Bekanntheit des hochwertigen und mittlerweile auch wieder umfangreichen Angebots für Kinder, Schulen und Jugendliche von SRF geht. Da konkurriert das heimische Angebot mit internationalen Plattformen wie YouTube, Spotify, Disney Channel und Netflix oder auch mit den ungleich höher dotierten Formaten aus den deutschsprachigen Nachbarländern. SRF-Programmverantwortliche stellten eindrücklich die Anstrengungen vor, die SRF in den letzten Jahren unternommen hat, um sein Angebot auch jüngeren Zielgruppen zu erschliessen. Der ganze Bericht ist einsehbar unter: bit.ly/3NyhX0i

Nina Scheu, Publikumsrätin SRG.D

Erkennen Sie das Wort?

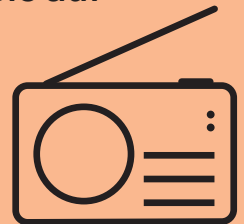
Heute stehen die Medien ganz im Zeichen der Digitalisierung – doch die öffentlichen Schweizer Medien können auf eine lange Geschichte zurückblicken, als es weder Fernsehen, Computer noch Handy gab: 2024 feiert die SRG Zürich Schaffhausen und mit ihr die Deutschschweiz 100 Jahre medialen Service public. Im Fokus des Wettbewerbs: wichtige Begriffe und Namen aus dieser 100-jährigen Geschichte.

Was soll dieses Wort korrekt heissen?
Bringen Sie Ordnung in die Buchstaben!

Glsurmavnnelemearg

Zu gewinnen:

2 × 1 DAB+-Radio (alles rund um die Umstellung können Sie auf Seite 25 lesen)



Schicken Sie uns die richtige Antwort auf oben stehende Frage bis zum 10. Dezember 2024 und gewinnen Sie mit etwas Glück ein DAB+-Radio! 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 sowie Name und Adresse angeben).

Auflösung LINK Nr. 4/24: Wer die Buchstaben in die richtige Reihenfolge bringen konnte, kam auf das Wort «Podcast». Beim Durchblättern – oder besser: Lesen – der Ausgabe 4 war die Lösung schnell gefunden. Konkret ging es um die Podcast-Reihe «100 Jahre Medienqualität und Dialog», welche die SRG Zürich Schaffhausen anlässlich ihres Jubiläums vom Medienhistoriker Edzard Schade recherchieren und von Simon Berginz produzieren liess. Podcasts sind eine attraktive Form, längere Geschichten zu hören, wann und wo immer es passt. Der Jubiläumspodcast kann hier nachgehört werden: bit.ly/4eKxj4e

Beatrix Usuda aus Männedorf ZH hat die Antwort gewusst und zwei Tickets für Dabu Fantastic am 16. November 2024 im Kiff Aarau gewonnen. Keine Barauszahlung der Preise möglich, der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Die Gewinnerin/der Gewinner wird schriftlich benachrichtigt.

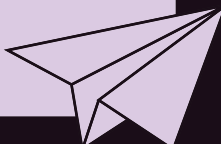


Neuausrichtung des Publikumsrats

Der Publikumsrat begleitet seit 32 Jahren Programm-arbeit und -entwicklung von Schweizer Radio und Fernsehen SRF mit Feststellungen und Vorschlägen. Als wichtiges Glied der Qualitätskontrolle gab er den Programmverantwortlichen und -schaffenden von SRF kritische und konstruktive Anregungen aus Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten. Das Gremium mit 26 diversen, medienaffinen Personen hat über 600 Sendungen und Formate unter die Lupe genommen und über seine Feststellungen jeweils Bericht erstattet. Die wertvollste Tätigkeit des Publikumsrats war aber nicht das erstellte Papier, sondern die Besprechung mit den Macherinnen und Machern von SRF. Als langjähriges Mitglied und zuletzt Präsident dieses Publikumsrats habe ich fast ausnahmslos eine grosse gegenseitige Wertschätzung und einen hohen Respekt voneinander feststellen dürfen. An dieser Stelle danke ich allen Beteiligten für die konstruktive Zusammenarbeit im Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten. Die SRG Deutschschweiz hat entschieden, den Publikumsrat ab 2025 neu auszurichten und das heutige Gremium aufzulösen. Es ist nachvollziehbar, dass durch die Digitalisierung und das veränderte Konsumverhalten auch in der Publikumsbefragung und in der Qualitätskontrolle neue Wege gesucht werden. Ein vierköpfiges Leitungsteam ist daran, einen Resonanzraum einzurichten, in dem die ganze Deutschschweizer Bevölkerung das SRF-Angebot reflektieren kann. Ziel ist, die Lebenswelten der Menschen in der Deutschschweiz möglichst breit abzubilden. Der heutige Publikumsrat sagt Danke und verabschiedet sich von Ihnen – mit der Hoffnung, dass in der immer digitaleren Welt die Identität der Absender erhalten bleibt und der persönliche Dialog mit den Programmschaffenden nicht Opfer der guten Absicht werden wird.

Peter Spring ist bis Ende 2024 amtierender Präsident des Publikumsrats der SRG Deutschschweiz.

Kommentare zur Carte blanche:
link@srgd.ch



In der letzten «LINK»-Ausgabe machte sich Peter Küchler Gedanken zum Begriff der «Staatsmedien». Dazu ging folgender Kommentar auf srgd.ch ein:



«Staatsmedien» oder «Staatssender» sind in der Schweiz Kampfbegriffe von rechts, um öffentlich-rechtliche Medien fälschlicherweise mit zu Recht verhasster Staatspropaganda in Verbindung zu bringen. Die Tatsache, dass der schweizerische Medienminister Albert Rösti jederzeit eine weitere Senkung der Gebühren beschliessen kann und somit die SRG vorseilend gehorsam werden könnte, bringt mich nun aber auf den Gedanken, dass die SRG in dem Masse zum Staatssender zu werden droht, wie Gebührensenkungen oder nur schon deren Androhung Tatsache werden.

Michael Bonanomi

SRG Public Value gab eine Studie in Auftrag, die untersuchte, wie gut die SRG ihrem Kulturauftrag nachkommt. Dazu ging auf srgd.ch ein kritischer Kommentar ein:



Sind Kultursendungen von SRF für kleinste interessierte Minderheiten finanziell zu verantworten? Warum überlässt man das nicht einfach den auf Kultur spezialisierten Medien? Gibt es Umfragen, inwieweit die Volksschule es (nicht) schafft, die Schüler:innen so für Kultur zu interessieren und zu motivieren, dass sie sich auch im Erwachsenenalter noch für «Hochkultur» interessieren?

Alex Schneider

Die SRG Deutschschweiz veranstaltete am Zürich Film Festival einen Mitgliederanlass. Die rund 100 Teilnehmenden durften bei der Weltpremiere des Films «When We Were Sisters» im Kino Frame dabei sein. Im Anschluss gab es verschiedene Ansprachen sowie ein Q & A mit Carlos Leal, Malou Mösli und Paula Rappaport, die alle im gezeigten Film mitspielen. Zu unserer Fotostrecke auf srgd.ch gingen folgende Kommentare ein:



«ein toller Anlass :) grossartig...vielen herzlichen dank!!»

Gabriela Sahli



«Ich habe das ZFF sehr genossen, vielen herzlichen Dank! Die Weltpremiere des Schweizer Films «When We Were Sisters» war super, und das anschliessende Flying Dinner in Anwesenheit der Schauspielerinnen und Schauspieler wunderbar!»

Marianne Aeschbach

Die SRG.D in den sozialen Medien

Sie möchten mehr informative Videos und kurze, spannende Beiträge zum medialen Service public? Folgen Sie uns auf Social Media:



Agenda

AE Anmeldung erforderlich

Zürich Schaffhausen

- 4 DEZ** «Zur Geschichte der SRG Zürich Schaffhausen» mit Edzard Schade
Kurs der Bildungskommission
SRF Campus Leutschenbach
🕒 18h15 **AE**
- 10 JAN** «Journalismus in Kriegszeiten – Zwischen Tiflis und Moskau»
Schaffhauser Vortragsgemeinschaft mit Calum MacKenzie, SRF-Russland-korrespondent
Schaffhausen, Rathauslaube
🕒 18h30 **AE**
- 24 FEB** Promitalk 2025 – «Abgelegen und begehrt: Die Arktis im Brennpunkt der Weltpolitik»
SRF Campus Leutschenbach, Zürich
🕒 19h30 **AE**
- 27 MAI** 101. Generalversammlung 2025 der SRG Zürich Schaffhausen
Mitglieder erhalten eine Einladung
🕒 18h00 **AE**

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

Region Basel

- 20 JAN** SRG-Streitpunkt zum Thema Literatur
SRF-Studio Basel, öffentlicher Anlass
Meret Oppenheim-Platz 1
🕒 19h00 (Anmeldung erwünscht)
- 20 FEB** Medien im Dialog: KI im Journalismus
SRF-Studio Basel,
Meret Oppenheim-Platz 1
🕒 18h30 **AE**
- 29 APR** 99. Generalversammlung 2025 im St. Jakob-Park, Basel

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

Bern Freiburg Wallis

- 10 FEB** Termine «MäntigApéro» 2025
12 MAI Theater National in Bern
08 SEP Einladung und Anmeldung via Newsletter/Webformular
🕒 18h30 **AE**

- 21 MÄR** Save the Date:
10 MAI Museumsnacht Bern
Jubiläums-GV in Bern

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

Ostschweiz

- 10 DEZ** Meinungsfreiheit braucht Medienfreiheit
Fachhochschule Ost, St.Gallen
🕒 18h00 **AE**
- 7 JAN** «Berichte aus Russland»
Referat von Christof Franzen
Rathaus Frauenfeld
🕒 19h30 **AE**
- 3 MAI** 93. Mitgliederversammlung 2025
Buchensaal, Speicher AR
Mitglieder erhalten eine Einladung
🕒 10h30 **AE**

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

Zentralschweiz

Die SRG Zentralschweiz befindet sich gerade in der Planungsphase für das Programm 2025. Die aktuellen Veranstaltungen werden laufend publiziert unter: srgzentralschweiz.ch/agenda

srgzentralschweiz.ch

Aargau Solothurn

Die SRG Aargau Solothurn befindet sich gerade in der Planungsphase für das Programm 2025. Die aktuellen Veranstaltungen werden laufend publiziert unter: srg-aargau-solothurn/agenda

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



SRF Kulturclub kennenlernen

Wir sind davon überzeugt: Kultur bereichert das Leben. Der SRF Kulturclub bringt kulturinteressierte Menschen zusammen und ermöglicht einen persönlichen Austausch zwischen Clubmitgliedern, Kulturschaffenden und SRF-Mitarbeitenden. Der Beitrag pro Kalenderjahr beträgt für eine Einzelmitgliedschaft 45 Franken, für eine Doppelmitgliedschaft 79 Franken.

