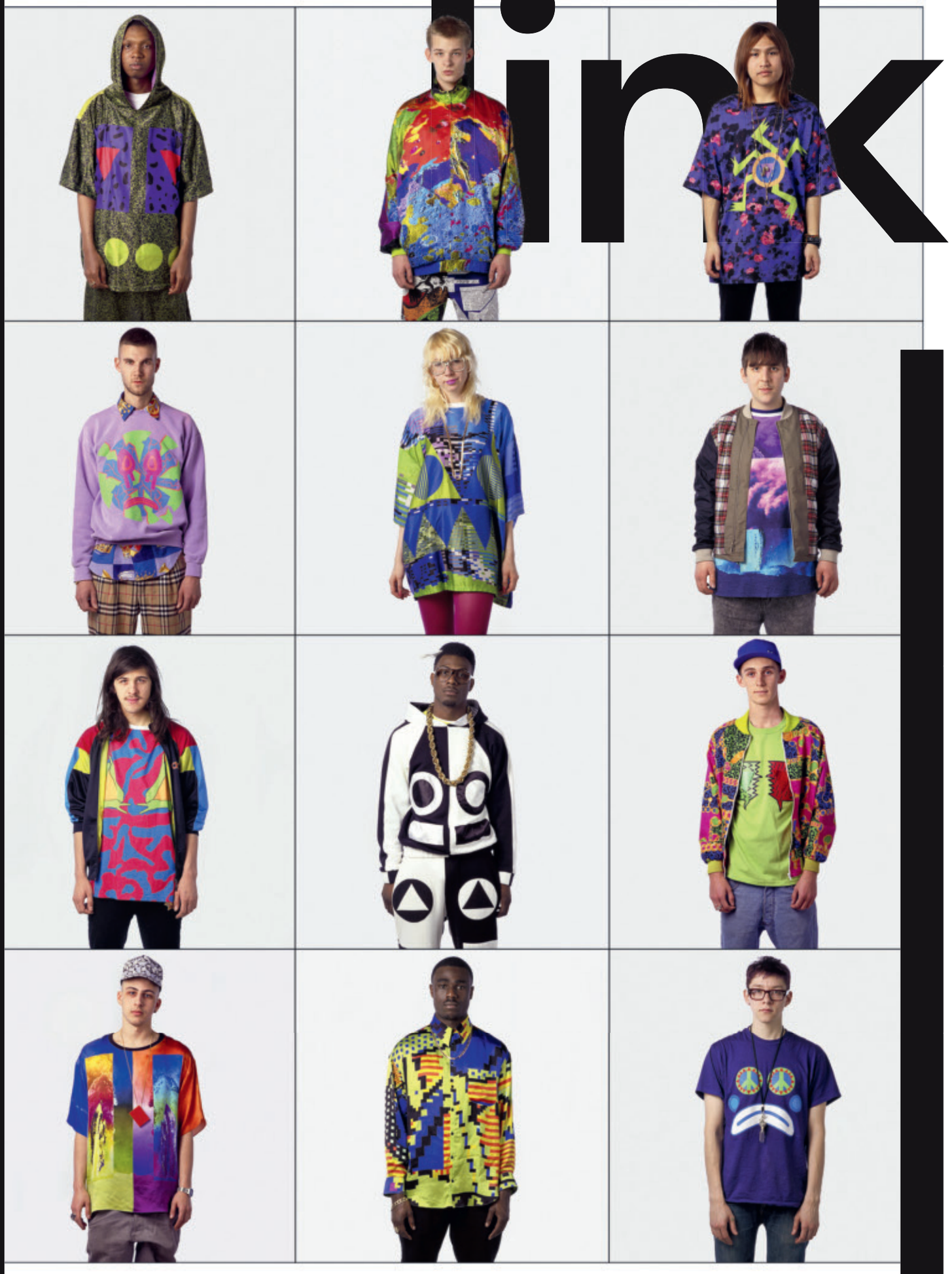
link



96. Cassettes Gang – London 2008

SRG Mitgliedermagazin
SRG Deutschschweiz

Ein neues Kapitel beginnt

Neuausrichtung des Publikumsrats der SRG.D

S. 10

«Es gilt, Gemeinschaft zu schaffen»

Interview mit Regula Hänggli Fricker

S. 5

Calum MacKenzie erzählt

Seine Arbeit als Russland-korrespondent

S. 20

Impressum: Erscheint 2025 fünf Mal • Verantwortlich: SRG Deutschschweiz, Lea Rindlisbacher, Pernille Budtz • Redaktion: Pernille Budtz, Pascal Zeder • Autorinnen und Autoren dieser Ausgabe: Emilie Demaurex, Philipp Cueni, Henriette Engbersen, Eva Hirschi, Nicole Krättli, Céline Stäuble • 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)

MIX Fördert gute Waldnutzung FSC® C018623

Druckprodukt mit finanziellem Klimabeitrag
ClimatePartner.com/53229-2501-1010

Bilder Cover und S. 2 links: Ari Versluis and Ellie Uyttenbroek: «Exactitudes»; Bild S. 2 rechts: Calum MacKenzie

«Wir fühlen es, wenn wissende Augen uns anschauen.»

Therese Keiter, deutsche Schriftstellerin

Susanne Brunner ist Journalistin des Jahres

Das Branchenmagazin «Schweizer Journalist:in» ermittelt jedes Jahr, welche Journalistinnen und Journalisten aussergewöhnliche Arbeit geleistet haben. Bei der Wahl 2024 haben 1126 Teilnehmerinnen und Teilnehmer abgestimmt.

Susanne Brunner, Auslandredaktorin und Leiterin der Auslandredaktion von Radio SRF, ist von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zur Journalistin des Jahres 2024 gewählt worden. Susanne Brunner: «Eine sehr schöne Anerkennung nach einem äusserst turbulenten Jahr im Nahen Osten und in anderen Weltregionen – nicht nur für meine Arbeit, sondern für die Auslandberichterstattung von SRF.»

Neben Brunner werden vier weitere SRF-Medienschaffende ausgezeichnet. Wirtschaftsjournalist und Moderator Reto Lipp gewinnt in der Kategorie «Wirtschaft», in der Kategorie «Gesellschaft» wird Moderatorin und Journalistin Mona Vetsch geehrt. Russlandkorrespondent David Nauer ist Reporter des Jahres. In der Kategorie «Radio/Audio» wird Salvador Atasoy, Radiomoderator und Journalist, ausgezeichnet.

Die Preisverleihung findet am 24. März 2025 im Museum für Gestaltung in Zürich statt.

Basel sucht rund 700 Volunteers für den ESC

Ab sofort können sich Freiwillige für den Eurovision Song Contest 2025 in Basel registrieren. Ihre Aufgaben sind vielseitig: von der Betreuung internationaler Delegationen über die Begrüssung von Fans und Presse bis hin zum Lenken der Besucherströme, der Unterstützung an Info- und Checkpoints oder logistischen Tätigkeiten. Der ESC bietet den Freiwilligen nicht nur einen exklusiven Blick hinter die Kulissen, sondern auch die Chance, Teil eines einzigartigen Gemeinschaftserlebnisses zu werden. Bewerben können sich alle ab 18 Jahren – Ortskenntnisse sind von Vorteil. Die Organisation läuft über Swiss Volunteers: swissvolunteers.ch

SRF zieht positive Jahresbilanz 2024

Gemäss Meldung von SRF Mitte Januar erzielten die TV-Sender im vergangenen Jahr 32,7 Prozent Marktanteil, bei den Radiosendern betrug der Marktanteil 51,3 Prozent. Die eigenen digitalen Plattformen verzeichneten im Durchschnitt pro Tag rund 3 Millionen Visits.

Zwischen 19.00 und 22.30 Uhr, der publikumsstärksten Sendezeit am Abend, behaupteten die TV-Sender von SRF mit einem Marktanteil von 41,1 Prozent ihre führende Position. Auch bei der Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen war SRF mit einem Marktanteil von 31,1 Prozent (ganztags) respektive 38,7 Prozent (Hauptabend) marktführend. Insgesamt erreichte SRF mit dem TV-Programm pro Woche durchschnittlich 3,7 Mio. Personen respektive zwei Drittel der Deutschschweizer Bevölkerung.

Die publikumsstärkste Sendung des Jahres war der Viertelfinal des Schweizer Fussball-Nationalteams der Männer an der UEFA EURO 2024 gegen England, der am 6. Juli im Schnitt über 1,5 Mio. Zuschauende vor die Bildschirme zog. Dies entspricht einem Marktanteil von 73,6 Prozent. Die SRF-Onlineplattformen verzeichneten während des Turniers täglich im Schnitt rund 4,9 Mio. Visits. Die Web-Livestreams der EM-Spiele wurden 18,5 Mio. Mal gestartet.

Am meisten Publikum ausserhalb von Sportsendungen sowie von «Tagesschau» und «Meteo» erreichte die erste Folge von «SRF bi de Lüt – Hüttengeschichten». Im Schnitt 655 000 Personen sahen die Auftaktsendung der 13. Staffel am 22. November 2024.

51,3 Prozent betrug der Marktanteil von Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 3, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle und Radio SRF Virus im Jahr 2024. Radio SRF 1 bleibt mit 26,1 Prozent Marktanteil Marktführer in der Deutschschweiz. Nach wie vor schalteten rund 70 Prozent der Radiohörenden wöchentlich einen SRF-Radiosender ein. Die «Rendezvous»-Ausgabe um 12.30 Uhr erreichte wochentags im Schnitt 454 000, das «Echo der Zeit» um 18.00 Uhr 283 000 Hörende. Dies entspricht einem Marktanteil von 45,9 respektive 29,8 Prozent. Die Informationsflaggschiffe sind gemäss dem «Jahrbuch Qualität der Medien» des Forschungszentrums Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (fög) weiterhin die führenden Schweizer Nachrichtenformate in puncto Qualität. Die ganze Jahresbilanz: bit.ly/SRFJahresbilanz2024

Bild: SRF/Thilo Remini

Es gilt, Gemeinschaft zu schaffen

Interview mit Regula Hänggli Fricker
Von Eva Hirschi

129. Donna Decaffeinata – Milano 2010

Für Politprofessorin Regula Hänggli Fricker muss der Service public das Publikum nicht nur informieren, sondern auch für Zusammenhalt und Gemeinschaft sorgen. Im Interview spricht sie über die Entwicklung des Publikums im digitalen Zeitalter, über Dialog und Macht.

Regula Hänggli Fricker, früher gab es eine Art imaginärer Zuschauer, den sich Programmmachende vor Augen hielten, heute gilt das Publikum als viel heterogener. Was heisst das für die Medien?

Ich würde nach wie vor am Begriff Publikum festhalten. Dies jedoch ohne sich den imaginären Zuschauer vorzustellen, sondern viel eher mit dem Gedanken einer imaginären Gemeinschaft. Ich habe da das Publikum der öffentlichen Diskussion, beispielsweise über das nächste Abstimmungsthema, vor Augen. Was macht uns zu Schweizerinnen und Schweizern, was macht uns zur Gemeinschaft? Die Institutionen. Institutionen wie die direkte Demokratie halten uns zusammen, auch über verschiedene Identitäten hinweg. Diese Gemeinschaft muss nicht immer politisch institutionalisiert stattfinden, sie wird auch spürbar während einer Fussball-WM oder durch eine TV-Serie wie «Tschugger». Wenn es gelingt, dass viele vom Gleichen sprechen, kommt es zu diesem Gemeinschaftsgefühl. Das ist das Publikum.

Gleichzeitig gibt es immer mehr Angebote, sei es in den Nachrichten, im Sport oder in der Unterhaltung. Das Publikum ist viel stärker fragmentiert. Muss man als SRG den Begriff «Publikum» hinterfragen?

Nein. Natürlich wird der Fokus durch die Digitalisierung diverser und globaler, eine Gemeinschaft ist längst nicht mehr nur national. Dennoch ist die Schweiz eine Willensnation, und daran wollen wir festhalten. Es gilt also, die Gemeinschaft zu schaffen. Gerade der Service public hat ja den Anspruch, die Schweiz zu informieren, sie zusammenzuhalten. Nimmt man die Schweiz als politische Einheit, sollte man somit weiterhin von Publikum sprechen.

Ist dies in einem Land mit verschiedenen Sprachregionen überhaupt möglich?

Ja. Bei den Abstimmungen zeigt sich, dass in der ganzen Schweiz – mit wenigen Nuancen – die gleichen Argumente verwendet werden. Grundsätzlich transzendiert das. Die Berichterstattung über andere Sprachregionen spielt ebenfalls eine grosse Rolle: Wenn in Genf etwas stattfindet, was eine Wichtigkeit hat, dann wird darüber auch in der Deutschschweiz berichtet – und umgekehrt. Diese Dynamik braucht es, um Hürden abzubauen und Vielfalt zu fördern. Die Institutionen halten uns somit selbst über die Sprachgrenzen hinweg zusammen.

Das Publikum ist auch deshalb relevant, weil es die Wahl der Themen oder die Berichterstattung beeinflussen kann. Wie stark sollten sich Medien an den Interessen des Publikums orientieren?

Man sollte bei der politischen Information nicht abhängig sein von den Konsumentinnen und Konsumenten respektive den Klicks. Die Medien sollten unabhängig darüber berichten, was für uns als Gesellschaft relevant ist – insbesondere bei einem öffentlichen Sender. Bei den Privatmedien, die finanziell unter Druck stehen, herrscht aber oft eine ökonomische Logik: Etwas hat Wert, wenn es konsumiert wird. Auf ihren Tools sehen die Medienschaffenden, welche Anzahl Klicks sie für welche Beiträge erhalten. Dieser Druck, für das eigene Publikum zu schreiben, hat stark zugenommen. Durch schrumpfende Budgets und schrumpfende Teams ist es aber auch schwieriger geworden, Alltagsgeschichten zu machen – die Redaktion erwartet grosse, aussergewöhnliche Geschichten. Das betrifft unter anderem auch Freischaffende. Somit ist in Privatmedien eine deutlichere Orientierung an den – vermeintlichen! – Publikumsinteressen feststellbar.

Was bedeutet das für den Service public, der ein breites Publikum bedienen muss?

Bei den öffentlich finanzierten Medien sollte es darum gehen, was einen Wert für die Allgemeinheit hat. Gerade die SRG muss einen öffentlichen Auftrag erfüllen. Sie hat einen Meinungsbildungsauftrag, und sie soll auch für ein Nischenpublikum Angebote offerieren.

Es lässt sich allerdings eine gewisse Abwendung von sogenannten Mainstream-Medien feststellen, die Rezeptionsräume werden kleiner. Was heisst das für den gesellschaftlichen Dialog?

Ich finde, das muss man relativieren. Es sind verhältnismässig wenige, die sich komplett abkoppeln. Dennoch muss man dafür sorgen, dass sie und der Rest der Bevölkerung nicht abgehängt werden. Auf nationaler Ebene funktioniert dies im Grossen und Ganzen nach wie vor, das sieht man bei Abstimmungen. Was im Parlament besprochen wird, wird von den Parteien weitergetragen, es gibt Abstimmungskämpfe. Der Dialog zwischen den verschiedenen Seiten besteht also immer noch. Wo es allerdings problematisch wird, ist im Lokaljournalismus. Es gibt Hinweise, dass Alltagsgeschäfte weniger Resonanz haben, weil sie etwas «langweiliger» sind. Auch die Chronistenaufgabe wird vernachlässigt. Viele wohnen nicht am selben Ort, wo sie arbeiten. Hier stellt sich die Frage, wie der Zusammenhalt und die Verwurzelung stattfinden können. Dem muss man Sorge tragen und auch im Lokaljournalismus Lösungen finden, damit nicht nur skandalträchtige Storys publiziert werden, sondern es eine gewisse Verlässlichkeit und Kontinuität in der Berichterstattung gibt.

Traditionelle Informationssendungen werden weniger beachtet als früher, die Menschen sind auf zahlreichen Plattformen unterwegs. Ist es an den Medien, ihr Publikum zu suchen?

Das wird bereits gemacht. Die Möglichkeiten, sich zu informieren, sind vorhanden, und ich bin zuversichtlich, dass da auch neue Möglichkeiten ausprobiert und genutzt werden.

18. Mohawks – Rotterdam 1998

55. Flygirls – Rotterdam 2002

Was Medien noch mehr leisten können, ist eine kritische Beobachtung der Wirtschaft. Es braucht eine öffentliche Debatte über den globalen Handel, die Finanzmärkte und den Zusammenhang mit der Gesellschaft, unter Teilnahme auch der Exponentinnen und Exponenten der Wirtschaft. Dient die globale Wirtschaft der Gesellschaft oder ausschliesslich dem Shareholder? Da gibt es Fragezeichen. Auch braucht es eine öffentliche Debatte über soziale Medien. Entsprechen diese intermediären Kanäle unseren Werten und Vorstellungen oder nur den wirtschaftlichen Interessen der dahinterstehenden Unternehmen? Warum haben wir soziale Medien, die den Jugendlichen nicht guttun? Warum sind wir digital nicht anders unterwegs? Es gibt ein grosses politisches Potenzial, und meiner Meinung nach wäre es die Aufgabe des Service public, diese Debatten zu lancieren.

Der Dialog mit dem Publikum ist in den letzten Jahrzehnten markant gewachsen, unter anderem wegen Social Media. Ist das Fluch oder Segen für die Medien?

Es geht um die Frage: Welche Meinungen sind am Schluss wichtig? Wird lediglich die Emotionalität bewirtschaftet, hat das für uns als Gesellschaft keinen Nutzen. Das Wutbürgertum zu fördern, ist sicher nicht der richtige Weg. Dennoch finde ich die Kommentarmöglichkeit per se nicht schlecht. Vielleicht müsste man dies aber anders gestalten. Zum Beispiel, indem Kommentare nach zwei Minuten wieder verschwinden, sodass man sich Luft machen kann, dies aber nicht für alle sichtbar bleibt. Oder dass nur konstruktive Kommentare online bleiben. Eine andere Option wäre, das Publikum positives Feedback schriftlich verfassen zu lassen und negatives Feedback mündlich. Es gäbe viele Möglichkeiten. Man muss es ausprobieren. Der Dialog mit dem Publikum soll ja auch Spass machen oder konstruktiv sein.

Gleichzeitig hat die Digitalisierung dazu geführt, dass das Machtgefälle zwischen Medien und Publikum kleiner geworden ist.

Natürlich wäre es ideal, wenn die Digitalisierung es ermöglichen würde, dass alle gehört werden. Doch leider ist dem nicht so. Eine Studie über Facebook etwa zeigt, dass nur ganz wenige Nachrichten wirklich verbreitet werden. Die Algorithmen bestimmen, was Aufmerksamkeit erzeugt. Dies ist jedoch nicht repräsentativ und verzerrt die Wahrnehmung, die Algorithmen bilden unsere Realität nicht ab. Es gibt eine Verschiebung zugunsten von Nachrichten, die Aufmerksamkeit generieren und damit der Ökonomie dienen, sprich der Werbewirtschaft. Das entspricht nicht unserer Konsensdemokratie. Auch generell würde ich nicht sagen, dass das Machtgefälle kleiner geworden ist. Berühmte Personen etwa kommen immer noch überproportional oft in den Medien vor. Aber sie haben eine Rolle, eine Aufgabe. Somit ist dies legitim und bringt auch eine gewisse Stabilität.

Wie wichtig ist der Dialog zwischen Medien und Bevölkerung?

Medien haben trotz Social Media weiterhin eine wichtige Rolle inne, gerade was Abstimmungskämpfe angeht. Medien garantieren den Austausch von Argumenten, indem sie verschiedene Sichtweisen und unterschiedliche Ansichten aufzeigen. Dieser Prozess ist allen Beteiligten bekannt: Nähern sich Abstimmungen, bilden Parteien Parolen, werden Argumente formuliert – und dank dem vorhandenen Erfahrungsschatz weiss man, welche Argumente beim Publikum funktionieren und welche nicht. Die Argumente werden entsprechend vorbereitet und durchgezogen bis zur Abstimmung, was dem Publikum Zeit gibt, die entsprechende Vorlage zu verstehen. Die Medien übernehmen dabei auch eine Qualitätskontrolle, indem sie die Argumente überprüfen und Parteien oder Einzelakteurinnen und -akteure mit anderen Meinungen anhören und, wenn es relevant ist, darüber berichten. Eine Abstimmung aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten, ist eine gewaltige Leistung der Medien. So stellen sie gewisse Debatten her, setzen Standards für die Debattenqualität. Und sie machen das gut. Ich finde, das ist weltweit das Beste, was man erreichen kann, mehr liegt in puncto öffentlichen Dialogs nicht drin.

Wo sehen Sie sonst Verbesserungspotenzial?

Eine andere Aufgabe des Service public könnte sein, selber einen innovativen Beitrag zu den Informationsflüssen zu leisten. Wie können sich Bürgerinnen und Bürger untereinander, aber auch mit dem Staat, mit der Wirtschaft oder mit den Medien austauschen, ohne dass dies durch eine Marktlogik definiert wird? In Taiwan gibt es die Plattform «Pol.is» mit Beiträgen, die eine Lösung bringt. Statt dass der Austausch von Meinungen auf Plattformen grosser US-Unternehmen geschieht, könnte die SRG mit einer Open-Source-Software mit dezentralem Design, wo die Bürgerinnen und Bürger tatsächliche Kontrolle über die Verwendung ihrer persönlichen Daten haben, hierfür die Infrastruktur entwickeln und zur Verfügung stellen. Sie könnte inhouse dafür das Wissen aufbauen. Die öffentlichen Gelder würden somit nicht den Besitzern der Software zugutekommen, sondern der Allgemeinheit. Das wäre ein Weg, den man gehen könnte und der eine Investition wäre für das Land, von der das ganze Publikum profitieren würde.

Die Bilderreihe zu diesem Interview und auf dem Titelblatt entstammt der Publikation «Exactitudes» des holländischen Fotografie-Duos Ari Versluis und Ellie Uyttenbroek. In diesem Fotoband untersuchen die beiden die Konstruktion des Selbst in einem sozial immer komplexeren Umfeld, in dem die unterschiedlichsten Einflüsse auf uns einwirken. Hier trifft der Wunsch nach Individualität auf das Bedürfnis nach Zugehörigkeit. Mit Blick auf den Begriff des Publikums kann man darin eine Fragmentierung der Gesellschaft sehen, die sich aber trotz ihrer Versplitterung immer auch nach Gemeinschaft sehnt. Obwohl in Subkulturen und Echoräume unterteilt, bilden sie doch nur gemeinsam die Gesellschaft ab.

Prof. Dr. Regula Hänggli Fricker ist Professorin für politische Kommunikation an der Universität Fribourg. In ihrer Forschung beschäftigt sie sich unter anderem mit (digitaler) Demokratie, öffentlichen Debatten, Meinungsbildung sowie der Bedeutung des Strukturwandels der Medien für deren staats- und demokratiepolitische Funktionen. 2020 erschien ihr Buch «The Origin of Dialogue in the News Media» (Der Ursprung des Dialogs in den Nachrichtenmedien). Zudem war sie Mitglied einer temporären Expertengruppe des Bundes, die sich mit der digitalen Transformation der Gesellschaft befasste.

Publikumsrat

Ein neues Kapitel beginnt

Seit dem 1. Januar ist das Leitungsteam des neu ausgerichteten Publikumsrats der SRG Deutschschweiz im Amt. Das vierköpfige Team hat den Auftrag, die Programmbegleitung noch stärker in der Bevölkerung zu verankern.
Als Gefäss dafür dient der neu geschaffene Resonanzraum. Ziel ist, darin Stimmen aus unterschiedlichen sozialen und beruflichen Milieus einzuholen und Diskussionen zu fördern.
Dafür gibt es künftig sogenannte Dialogfenster, Veranstaltungsreihen, die das Leitungsteam des Publikumsrats konzipiert und organisiert.
Arbela Statovci, Eveline Hipeli, Nicolas Solenthaler und Christof Thurnherr wurden im September 2024 vom Regionalrat der SRG Deutschschweiz ins Leitungsteam des Publikumsrats gewählt. Zum Antritt äussern sie einige Gedanken zur neuen Ausrichtung, ihren Zielen und Visionen.

Aufzeichnung: Pascal Zeder
Fotos: Mirco Rederlechner

«Im Leitungsteam gibt es unterschiedliche Perspektiven»

«Im Leitungsteam sind wir meines Erachtens vielfältig aufgestellt. Alle von uns bringen eine unterschiedliche Perspektive ein: Sei es aufgrund der persönlichen Geschichte, der Ausbildung, unserer Rollenbilder oder auch der beruflichen und privaten Netzwerke – wir ergänzen uns sehr gut. Diese Diversität kommt uns bei der Erfüllung unseres Auftrags entgegen, denn wir möchten ja gerade Brücken schlagen zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen. Wir haben den Anspruch, unterschiedlichste Communitys anzusprechen und möglichst die ganze Gesellschaft in unsere Diskussionen einzubeziehen. Ein grosses Ziel ist, dass wir auch Menschen erreichen, die bisher wenig mit der SRG zu tun haben. Das migrantische Milieu beispielsweise, aus dem ich auch selbst stamme: Ich kenne die grossen Herausforderungen, die Menschen meistern müssen, um in der Schweiz anzukommen und am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben. Obwohl die SRG auch dieser Bevölkerungsgruppe gegenüber einen Informationsauftrag hat, weiss man, dass die Angebote des medialen Service public von diesen Personen wenig genutzt werden. Mit gezielten Massnahmen sollen auch solche Stimmen eingefangen werden und in unsere Rückmeldungen an die Programmschaffenden einfliessen.»

Arbela Statovci,
selbstständige Kommunikations- und Finanzexpertin KMU

«Wir bauen die Community nach dem Schneeballprinzip auf»

«Um die unterschiedlichen Meinungen, Ansprüche und Erwartungen aus der Gesellschaft einholen zu können, schaffen wir den Resonanzraum. Das ist ein Kontaktnetzwerk, das wir mit unterschiedlichen Fragestellungen bespielen können. Die Eintrittsbarriere in dieses Partizipationsgefäss ist gering. Ziel ist, dass mit der Zeit eine immer grössere Zahl von Menschen in Austausch mit der SRG und speziell mit SRF tritt. Dies stärkt das Vertrauen in und das Verständnis für das Medienhaus.

Im Gegenzug erhalten die Programmschaffenden einen Einblick in die Ansichten sowohl ihres bestehenden als auch des potenziellen Publikums. Der Resonanzraum ist aber kein direktes Feedback-Organ für einzelne Sendungen, im Gegensatz zum bisherigen Publikumsrat der SRG Deutschschweiz.
Um den Resonanzraum möglichst divers zu besetzen, müssen wir zuerst interessierte Personen ausfindig machen. Das passiert nach dem Schneeballprinzip: Wir fragen Organisationen und Interessengemeinschaften an und erfahren über diese wiederum von weiteren möglichen Stellen. Wir suchen immer Gruppen auf dem gesamten Meinungsspektrum. Das ist eine zeitaufwendige Arbeit, eine Anfrage nach der anderen. So wächst der Resonanzraum hoffentlich mittelfristig zu einer stattlichen Community an.»

Nicolas Solenthaler,
Politikwissenschaftler und
Projektleiter im Bereich
Klima und Energie

«Was uns interessiert, sind Meinungen»

«Wir haben uns viele Gedanken über die Diskussionskultur im Resonanzraum gemacht. Was uns interessiert, sind Meinungen. Wir sind kein Marktforschungsinstitut, welches das Konsumverhalten studiert, sondern wir möchten Haltungen, Erwartungen und Ansprüche der Bevölkerung gegenüber der SRG und SRF abholen. Dafür arbeiten wir mit sogenannten Dialogfenstern. Das sind Veranstaltungsreihen zu gesellschaftsrelevanten und aktuellen Themen, zum Beispiel zum Eurovision Song Contest oder zu Frauenfussball. Sowohl der ESC als auch ein grosses internationales Frauen-Fussballturnier – die Europameisterschaft – finden im Jahr 2025 in der Schweiz statt.
Für unsere Umfragen identifizieren wir Gruppen und Personen, die zu diesen Themen relevante Haltungen und Meinungen formulieren können. Es geht dabei nicht um einzelne Sendungen, sondern um übergeordnete Fragen: Wie soll über Frauenfussball berichtet werden? Welche Perspektiven sind spannend, welche fehlen bisher? Und was braucht es, damit noch mehr Menschen die Angebote nutzen? Hier zahlt sich dann unsere Arbeit zur breiten Zusammenstellung des Resonanzraums aus, und wir erhalten ein möglichst breites Meinungsbild aus der Gesellschaft.»

Christof Thurnherr,
Ombudsmann und Friedensrichter

Eveline Hipeli,
Kommunikationswissenschaftlerin und Medienpädagogin

«Wir wollen zeigen, dass die Stimmen bei SRF ankommen»

«Um am Ende aussagekräftige Erkenntnisse zu erhalten, möchten wir die Menschen im Resonanzraum in einen Dialog bringen. Dadurch möchten wir sie besser verstehen. Wir wollen ein offenes Ohr bieten, zeigen, dass wir zuhören und die Wortmeldungen auch ernst nehmen. Als Leitungsteam erarbeiten wir ein Gesamtbild, das wir auch mit den Sendungsmachenden spiegeln. Am Ende soll bei den Menschen im Resonanzraum das Gefühl entstehen, dass nicht nur etwas durch die Mattscheibe zu ihnen gesendet wird, sondern dass sie auch ihre Rückmeldung anbringen können. Und unbedingt auch, dass diese Stimmen dort gehört werden. Diese Reziprozität wollen wir ermöglichen.

Auch wichtig ist, was wir nicht tun: Wir beeinflussen nicht direkt das Programm. Die Wirkung unserer Arbeit ist auf einer anderen Ebene verortet. Wir wollen den Redaktionen die Rückmeldungen unterbreiten und so Diskussionen um die zukünftige Gestaltung der SRF-Inhalte mitprägen – als einer von verschiedenen Faktoren.

Zu unseren Aufgaben gehört zudem, den partizipierenden Menschen im Resonanzraum in regelmässigen Abständen zu kommunizieren, zu welchen Schlüssen wir gelangt sind. Wir freuen uns auf alle, die mit uns den Resonanzraum mitgestalten werden.»

Facts & Figures

«Das Publikum» gibt es heute nicht mehr, zu divers sind die Gewohnheiten, Vorlieben und Erwartungen der einzelnen Zuschauerinnen und Zuhörer. Nur mithilfe eines breiten Angebots schaffen es dadurch Medien von heute, die ganze Gesellschaft zu erreichen. Das spiegelt sich auch in der Statistik wider – unter anderem auch in jener der SRG.

«publicus»

«Omnibus»

29 Prozent

SWI

Sport

Fernsehen und Internet

3,43 Millionen

«Publicus» ist lateinisch und bedeutet übersetzt «öffentlich, dem Volk gehörig, staatseigen». Der Begriff, aus dem das Wort «Publikum» im 18. Jahrhundert entlehnt wurde, zeigt dessen wichtigsten Charakteristiken an: Öffentlichkeit, Freiwilligkeit und Meinungsfreiheit. Damit eine Veranstaltung (oder später eine Fernsehsendung) über ein Publikum verfügt, muss sie allen offenstehen. Zuhörerinnen oder Zuschauer dürfen nicht zur Teilnahme gezwungen werden, und ein Publikum muss die Möglichkeit haben, sich kritisch mit dem Gezeigten auseinanderzusetzen.

29 Prozent beträgt der Marktanteil der SRG-Fernsehsender in der Deutschschweiz. Den grössten Anteil mit 60 Prozent machen ausländische Fernsehstationen aus.

«Ombudsman» stammt aus dem skandinavischen Sprachraum und bedeutet in etwa «Vermittler». Die Ombudsstelle der SRG Deutschschweiz ist genau dies: eine Schlichtungsstelle zwischen dem Publikum und den Programmschaffenden bei SRF.

Sport ist regelmässig Publikumsmotor: So verfolgten im vergangenen Jahr 1,5 Millionen Menschen das EM-Gruppenspiel der Schweizer Fussballnationalmannschaft der Männer gegen Deutschland bei SRF. Aber auch der Eishockey-WM-Final mit Schweizer Beteiligung erreichte fast eine Million, Marco Odermatts Lauberhorn-Sieg 2025 sogar bis zu 1,17 Millionen, der Olympiaviertelfinal des Schweizer Beachvolley-Duos Böbner/Vergé-Dépré erreichte durchschnittlich 538 000 Personen.

3,43 Millionen Hörerinnen und Hörer pro Tag erreichen die 17 Radioprogramme der SRG, 3 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer verzeichnen die SRG-TV-Stationen täglich. 83 Prozent der Schweizer Bevölkerung nutzt die SRG-Angebote mindestens einmal pro Woche.

Fernsehen und Internet sind die am häufigsten genutzten Medien Europas. Laut Statista schauen 74 Prozent der EU-Bürgerinnen und -Bürger täglich oder fast täglich fern. Der Anteil der täglichen Radionutzerinnen und -nutzer in Europa beträgt rund 41 Prozent.

SWI swissinfo.ch erreichte im Jahr 2024 40 Millionen Menschen. Die zehnsprachige Nachrichtenplattform der SRG richtet sich an die rund 813 000 im Ausland lebenden Schweizerinnen und Schweizer.

Das Publikum ist das Herz-stück seiner Arbeit

Text: Nicole Krättli

Als Moderator der «Arena» ist Sandro Brotz den Reaktionen des Publikums so nah wie kaum ein anderer. Ob analog oder digital: Er stellt sich Lob und Kritik – und meistert gleichzeitig den Spagat zwischen Dialog und Abgrenzung.

«Haben Sie auch eine eigene Meinung?» und «Müssen Sie die Leute so häufig unterbrechen?» – das sind Fragen, die Sandro Brotz fast täglich gestellt bekommt. Ob im Zug, im Restaurant oder während Führungen durch das SRF-Studio: Der «Arena»-Moderator wird regelmässig auf seine Arbeit angesprochen. Dieser direkte Kontakt prägt seinen Alltag und zeigt, wie eng er mit seinem Publikum verbunden ist. «Die meisten Zuschauerinnen und Zuschauer sind positiv eingestellt und einfach neugierig», sagt Brotz.

Doch die Nähe hat auch ihre Schattenseiten. Vor allem in der anonymen Welt der sozialen Medien wird der Ton zunehmend rau, die Hemmschwellen sinken. Und so steht Brotz, der seit 2019 das politische Flaggschiff der SRF-Informationssendungen moderiert, immer wieder im Zentrum hitziger Debatten. Für ihn ist der Job deshalb zum Balanceakt zwischen professionellem Dialog und persönlicher Abgrenzung geworden.

Als die «Arena» vor über drei Jahrzehnten zum ersten Mal ausgestrahlt wurde, erreichten Rückmeldungen die Redaktion auf klassischen Wegen: per Telefon oder Post. Briefe von Zuschauerinnen und Zuschauern gibt es auch heute noch – die grosse Mehrheit der Zuschriften machen aber E-Mails, Direktnachrichten und Kommentare auf Instagram, LinkedIn oder X (ehemals Twitter) aus. «Wir haben dadurch einen aktiveren, direkteren Austausch, der viel schneller und vielfältiger ist», erklärt Brotz.

Mit der zunehmenden Geschwindigkeit und der Anonymität hat sich allerdings auch der Ton verschärft. Besonders seit der Pandemie beobachtet Brotz eine Verrohung der Kommunikation: «Die Hemmschwellen sind klar gesunken. Viele sehen Journalistinnen und Journalisten als Handlanger des Staates. Manche Nachrichten sind deshalb wirklich unter der Gürtellinie.» Heikle Themen wie Migration, das Gesundheits- oder das Rentensystem lösen beim Publikum besonders viele Reaktionen aus. Dabei vergessen manche, dass Brotz als «Arena»-Moderator nicht sich selbst vertritt: «Ich sehe mich als Anwalt des Publikums, der kritisch zurückfragt, wenn meine Gäste auszuweichen versuchen.»

Nicht jede Kritik sei fundiert. Immer wieder wird Brotz pauschal als «links» abgestempelt. «Kürzlich schrieb mir jemand, dass ich parteiisch moderiert hätte. Als ich ihn aufforderte, mir konkrete Beispiele zu schicken, konnte er kein einziges nennen. Es sei einfach ein Gefühl gewesen, schrieb er mir dann zurück. Damit kann ich natürlich wenig anfangen.»

Brotz hat gelernt, sich abzugrenzen. «Ich bin mittlerweile sehr gut darin, Feedback auf seinen tatsächlichen Gehalt zu scannen. Wenn ich merke, dass es nirgendwo hinführt, landet die Nachricht im Papierkorb», erklärt er. Auch auf Social Media wägt er immer stärker ab, auf welche Diskussionen er eingeht und welche er an sich vorbeiziehen lässt. Denn nicht jeder Kommentar führt zu einem konstruktiven Austausch. Im Gegenteil: Manche Diskussionen werden durch die Meinungsäusserung des prominenten Moderators unnötig aufgeheizt. Besonders die Plattform X, auf der Brotz immer häufiger aggressive Auseinandersetzungen beobachtet, meidet er mittlerweile zunehmend. «Ich bin nur noch vor und nach Sendetagen kurz online. Die gehässige Stimmung dort tut mir nicht gut.» Diese bewusste Distanz hilft ihm, den Fokus auf das Wesentliche zu lenken – nämlich die Inhalte seiner Sendung.

Trotz dieser Herausforderungen bleibt der Austausch mit dem Publikum für Brotz die DNA der «Arena». Und zwar auch analog. Woche für Woche kommen 100 Menschen ins Studio, verfolgen die Diskussion live und werden selbst Teil der Debatte. «Vor der Sendung gibt es eine Führung durch das Haus, danach einen Apéro mit allen Gästen, während dem ich mir viel Zeit für Gespräche nehme», erzählt Brotz. «Das ist fordernd, aber auch extrem bereichernd.»

Für Brotz ist klar: Das Publikum ist das Herzstück seiner Arbeit. «Ohne die Zuschauerinnen und Zuschauer wären wir nichts. Ihr Interesse, ihre Kritik, ihr Lob – all das zeigt, dass wir relevant sind.» Die «Arena» und sich selbst versteht er als Dienstleister, die relevante Themen für Staatsbürgerinnen und -bürger zugänglich und verständlich machen – auch oder gerade dann, wenn sie nicht einfach sind. «Die Welt wird immer komplexer. Wir leisten Übersetzungsarbeit und versuchen, Themen auf so vielschichtige Art zu beleuchten, dass das Publikum sich eine eigene Meinung bilden kann. Das ist unser Beitrag zur Demokratie.»

Und während der überwiegende Teil des Feedbacks positiv ist, schätzt der erfahrene Moderator auch fundierte Kritik und sieht sie als Chance, daran zu wachsen. Erst kürzlich hat er nach einer Sendung die Rückmeldung erhalten, eine Politikerin mehrfach und zu scharf unterbrochen zu haben. «Der Zuschauer meinte, ich sei zu schulmeisterlich und rechthaberisch aufgetreten. Diese Kritik habe ich sehr ernst genommen.» Solche Momente der Reflexion sind für Brotz zentral, um seine Aussenwirkung immer wieder aufs Neue zu überprüfen.

Manchmal erreichen Brotz auch Nachrichten aus unerwarteten Quellen: «Ich bekomme regelmässig Post aus Gefängnissen und psychiatrischen Kliniken. Es zeigt, dass der Journalismus immer noch eine wichtige Rolle spielt und manche Menschen uns als ihre letzte Anlaufstelle sehen.» Das freut Brotz, auch wenn das Debattenformat «Arena» nicht wirklich Raum bietet, um solche Einzelschicksale aufzugreifen: «Ich bin eben so etwas wie der Briefkasten der Nation.»

Sandro Brotz ist seit über 30 Jahren als Journalist tätig. Seit 2019 moderiert er die «Arena» bei SRF, davor war er Moderator bei der «Rundschau». Bevor er zu SRF kam, hatte er unter anderem bei Radio 1, Ringier und den AZ Medien gearbeitet.

Bild: SRF

Rückblick

1953

wurde erstmals eine Sendung des Schweizer Fernsehens in die Schweizer Stuben übertragen. Zunächst sendete es nur an fünf Abenden in der Woche. Das Fernsehen wurde rasch zum «Lagerfeuer der Schweiz», wie dies zuvor keinem Medium gelungen war. Am Abend versammelten sich die Familien vor den Geräten und sahen sich das Programm gemeinsam an. Später wurde in der Schule oder in der Nachbarschaft das Gesehene besprochen.

Bild: SRF – historisches Archiv. «Familie vor TV», 1953. Copyright: unbekannt

1973

wurde das Fernsehstudio im Leutschenbach eröffnet. Nach 20 Jahren in einem Provisorium im Studio Bellerive hatte das Schweizer Fernsehen nun endlich einen festen Standort. Im neuen Studiotheater waren auch Publikumssendungen möglich, deren Aufzeichnung bis zu 300 Personen beiwohnen konnten.

Bild: SRF

2001

erhielt Hazy Osterwald einen Ehren-Prix-Walo. Der Musiker war schon vorher mit dem wichtigsten Schweizer Show-Preis ausgezeichnet worden: 1974 als erster Gewinner des Prix Walo für den Schweizer Publikumsliebling. Neben Bühnenkünstlerinnen und Musikern werden auch regelmässig Moderierende der SRG mit diesem Preis geehrt. 2024 etwa gewann Mona Vetsch die renommierte Auszeichnung.

Bild: SRF

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

Gut aufwärmen, bitte!

Bei vielen Fernsehaufzeichnungen gibt es ein Publikum für die Aufzeichnung. Und diese Menschen sind Teil der Produktion: Lauter Applaus und spontane Lacher sind wichtig für das gewünschte Ambiente einer Sendung. Das heisst aber auch, dass jede und jeder an die Abläufe der Aufzeichnung gebunden ist. Dafür gibt es zu Beginn genaue Instruktionen: Wann wird applaudiert, wann gibt es Unterbrüche, wo sind die Notausgänge – und ist das Handy ausgeschaltet?

Damit das Publikum geistig und physisch bereit ist, sobald die Kameras laufen, werden sie bei grossen TV-Produktionen von sogenannten Warm-Uppern instruiert. Diese eigens dafür angestellten Stimmungsmacherinnen und -macher bereiten die Zuschauerinnen und Zuschauer auf das Kommende vor. Sie erklären die Signale – etwa das Zeichen für «Jetzt klatschen!» – und lockern die Stimmung bei allen Anwesenden auf. In Ländern wie Deutschland, wo viele Sendungen mit Publikum produziert werden, gibt es einen Markt für freischaffende Warm-Upper, die ihr Geld ausschliesslich mit dieser Aufgabe verdienen.

Bei SRF fällt das Warm-up in der Regel der Aufnahmeleitung zu, die diese Aufgabe neben ihren anderen Pflichten wahrnimmt. Als verlängerter Arm der Regie ist sie verantwortlich für den reibungslosen Ablauf der Sendung. Ausserdem bringen auch die Moderatorinnen und Moderatoren selbst das Publikum vor der Aufzeichnung etwas in Stimmung.

Tatsächlich aufwärmen müssen sich übrigens die Gäste der SRF-Show «1 gegen 100». Obwohl sie jeweils mitraten, übernehmen die 100 Menschen in der Wand auch die Rolle des Show-Publikums und beklatschen die neuen Kandidatinnen und Kandidaten und deren richtigen Antworten. Damit beim Start der Aufnahme auch alle bereit sind, unterziehen sie sich davor einem richtiggehenden Aufwärmprogramm: Aufstehen, Bewegen, Aktivieren. Schliesslich müssen die Rätselnden in der Show mit Angélique Beldner ja von Frage eins an bei der Sache sein.

Von Pascal Zeder

Kolumne

Bild: zVg

Kohäsion
Zusammenhalt ist wichtiger denn je

Gemäss Konzessionsauftrag fördert die SRG die Verständigung, den Zusammenhalt und den Austausch zwischen den Landesteilen. Wo sich diese Kohäsionsaufgabe im audiovisuellen Programm niederschlägt, zeigen Vertreterinnen und Vertreter der verschiedenen sprachregionalen Einheiten der SRG in dieser Kolumne auf. Den Anfang machen Henriette Engbersen und Emilie Demaurex, Public Value SRG.

Mehr dazu hier: publicvalue.srgssr.ch

«Warum sehen die anderen nicht, was wir sehen?!», fragte eine Brexit-Befürworterin 2018 mit wütender Stimme ins SRF-Mikrofon. Mit «die anderen» meinte sie die Brexit-Gegnerinnen und -Gegner, für die sie kein Verständnis mehr hatte. Im «Rundschau»-Beitrag von damals ging es um die Spaltung Grossbritanniens nach der Brexit-Abstimmung.

Die Frage der Engländerin könnte aber ebenso aus einer aktuellen Reportage stammen. Das gegenseitige Verständnis für das andere politische Lager hat in vielen Ländern abgenommen. Das Stichwort heisst «Polarisierung». Diese ist gemäss WEF aktuell eines der grössten globalen Risiken, denn Polarisierung ist eng verknüpft mit Desinformation. Beides zusammen kann ein gefährlicher Nährboden für Gewalttaten sein.

Zurück zu den Britinnen und Briten. Bemerkenswert ist, wie die öffentlichen Medienhäuser auf den Brexit und die Spaltung in der Bevölkerung reagiert haben: Sie haben grosse Transformationsprozesse gestartet und ihre Programme stärker auf das Regionale ausgerichtet.

Hätten sie sich doch schon früher bei der SRG eine Scheibe abgeschnitten – aber die Historie in der Schweiz ist natürlich eine andere. Die SRG hat die Förderung des Verständnisses für die anderen, insbesondere für die anderen Sprachregionen, in ihrer Konzession verankert. Laut Art. 4 der Konzession «[…] fördert sie mit der Gesamtheit ihres publizistischen Angebots das Verständnis, den Zusammenhalt und den Austausch unter den Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kulturen, Religionen und gesellschaftlichen Gruppierungen.» Das Stichwort ist «Zusammenhalt».

Wie verbindend die SRG sein kann, bewiesen neulich die «Tagesschau» von SRF und «19.30» von RTS. Zur Primetime tauschten die beiden Nachrichten-Flaggschiffe Moderator resp. Moderatorin aus. Auch Unterhaltungsformate stärken den Zusammenhalt. Dank Play Suisse kann das Publikum in der Deutschschweiz zum Beispiel die RTS-Serie «Winter Palace» schauen und somit Geschichten aus der anderen Region miterleben. Ähnliches gilt für den Fussball: Befragungen zeigen, dass die Spiele der Nati den Zusammenhalt fördern.

Doch inwiefern muss sich das Engagement der SRG für den Zusammenhalt weiterentwickeln, um auf gesellschaftliche Veränderungen zu reagieren? Dieser Frage widmet sich dieses Jahr die Trägerschaft zusammen mit der SRG im Rahmen des Public-Value-Dialogs mit der Bevölkerung.

Dieser Fokus für 2025 ist nicht zufällig. Denn die Rolle der öffentlichen Medien für den Zusammenhalt ist angesichts der Polarisierung bedeutender denn je. So zeigt ein aktueller Bericht der europäischen Dachorganisation der öffentlich-rechtlichen Medien EBU, dass in Ländern, in denen die öffentlichen Medien robust finanziert sind, die Polarisierung geringer ist.

Unser Engagement für den Zusammenhalt ist also wichtig – und zwar vor allem für eine stabile und funktionierende Demokratie, in der wir verstehen: «Ich bin nicht deiner Meinung, aber ich sehe, warum du es nicht so siehst wie ich.»

Emilie Demaurex ist Projektmanagerin Public Value, Henriette Engbersen Bereichsleiterin Public Value.

«Die Frau rannte davon und rief: ‹Ich spüre nichts, in Russland ist alles gut!›»

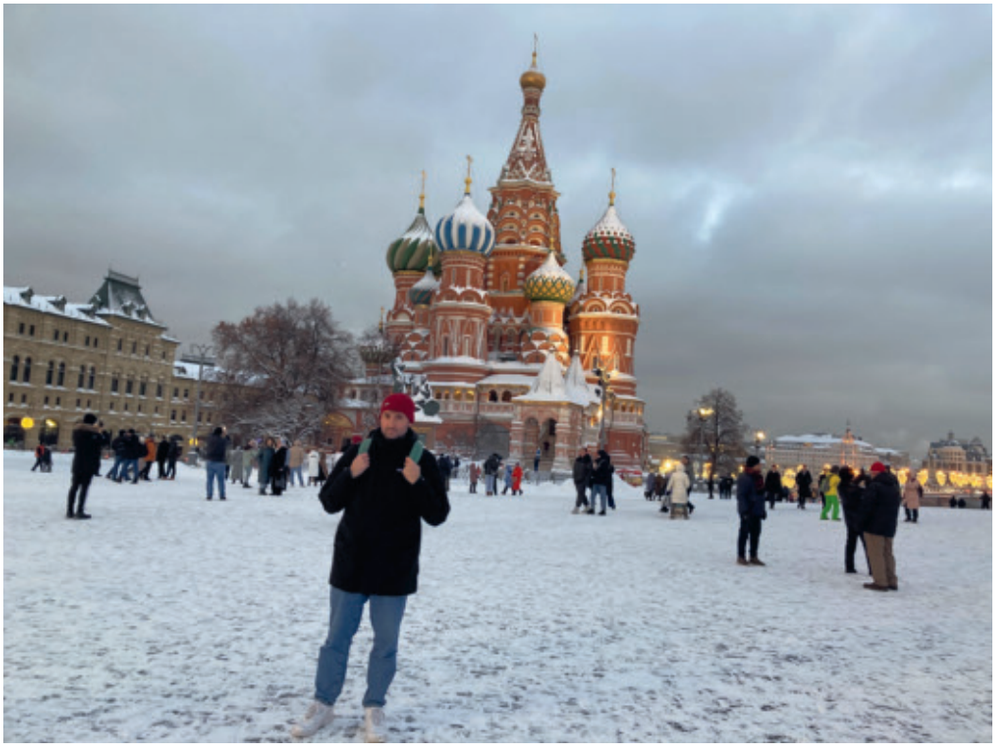
Calum MacKenzie ist seit 2023 SRF-Korrespondent in Russland und blickte am 10. Januar 2025 an einer Veranstaltung der SRG Zürich Schaffhausen auf die letzten zwei Jahre zurück. In verschiedenen Episoden erzählt er hier von seiner Arbeit und seinem Leben zwischen Moskau, Tiflis und der Schweiz.

Aufzeichnung: Pascal Zeder

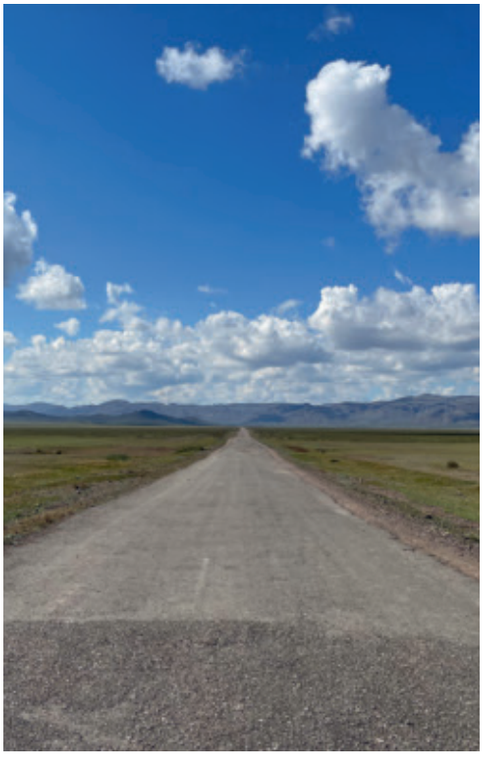
«Gespräche mit Menschen auf der Strasse sind in Russland möglich, aber nur noch über eher unverfängliche Themen. Über den Krieg kann man in der Öffentlichkeit kaum sprechen, da gibt niemand Auskunft. Die Leute wissen, dass sie sich durch ihre Aussagen selbst in Gefahr bringen könnten. Es gab bereits Verhaftungen von Personen, die sich bei Strassenumfragen von Medien zu den Kampfhandlungen in der Ukraine äusserten.

Bei anderem schafft man es bis jetzt noch, Meinungen und Stimmen einzuholen. Doch auch bei kriegsfernen Themen erfahre ich inzwischen mehr Zurückhaltung. Ich befragte einmal Leute in einem Einkaufszentrum zur Inflation und ob die höheren Preise für sie eine Belastung darstellten. Da rannte eine Frau quasi vor mir davon. Sie rief mir nur noch zu: ‹Ich spüre nichts, in Russland ist alles gut!›

Es ist paradox: Regierungskritikerinnen und -kritiker, die sich – zwar anonym, aber dennoch – öffentlich mit ihrer Meinung äussern möchten, sind einfacher vor das Mikrofon zu kriegen als regimetreue Personen. Ich will immer wieder Geschichten machen mit Menschen, die das jetzige System und den Krieg unterstützen. Ich erhalte viele Absagen. Wahrscheinlich haben sie einerseits wenig Vertrauen zu mir als westlichem Journalisten, andererseits ist da die Angst vor der eigenen Regierung. Und das, obwohl sie eigentlich deren Kurs vertreten. Sie denken wohl, allein der Kontakt zu einem westlichen Journalisten bringe sie in Schwierigkeiten.»



«In Russland fühlt man sich stets etwas unwohl. Man muss als Journalist immer damit rechnen, dass man beschattet oder abgehört wird. Dieses Gefühl ist immer im Hinterkopf präsent, da verhält man sich automatisch anders. Ich erlebte bisher glücklicherweise keine groben Eingriffe in meine Arbeit. Es waren eher niederschwellige Dinge, kleinere Schikanen. Ich wurde schon am Flughafen während rund zwei Stunden grundlos aufgehalten und befragt. Das ist dann einfach mühsam. Ich kenne aber Kolleginnen und Kollegen, denen mysteriöse Männer im Hotel einen Besuch abstatteten oder die auf der Strasse belästigt wurden. Damit muss man inzwischen leider rechnen. In dieser Atmosphäre fühlt sich die Luft immer etwas dünn an.»



«Mein Alltag besteht aus viel Büroarbeit. Es gibt immer Dinge, die erledigt werden müssen, insbesondere wenn ich nach Russland reise. Seit dem russischen Grossangriff auf die Ukraine gibt es nur noch kurze Arbeitsvisa für westliche Journalistinnen und Journalisten. Ich muss alle drei Monate mein Visum und meine Akkreditierung verlängern lassen. Der Prozess ist zeitraubend und bürokratisch. Während dieses Verlängerungsprozesses muss ich über längere Zeit in Russland sein, was die ganze Sache zusätzlich verkompliziert. Vor dem Krieg galten die Akkreditierungen von westlichen Medienschaffenden jeweils für ein Jahr. Mir wurde erklärt, die Massnahme sei eine Antwort an die ‹unfreundlichen Länder›, die russische Medien in Europa eingeschränkt hätten. Obwohl es in der Schweiz solche Einschränkungen nie gab, gelten die Bestimmungen auch für mich.»

«Überraschende Begegnungen erlebe ich in meiner Tätigkeit als Korrespondent unzählige. In einer Bar in St. Petersburg lernte ich beispielsweise jemanden kennen, der früher für das Medienimperium des ehemaligen Wagner-Chefs Jewgeni Prigoschin gearbeitet hatte. Mit ihm führte ich ein sehr interessantes Gespräch. Oder ein Fahrer, den ich mir in Georgien einst für eine Reportage organisiert hatte, erzählte mir, dass er in den 90er-Jahren als Soldat im georgisch-abchasischen Krieg und 2008 gegen Russland gekämpft hatte. Und in Kasachstan sprach ich mit einer Professorin über die Auswirkungen der von sowjetischen Atombombentests verursachten Strahlung auf die Gesundheit der lokalen Bevölkerung. Im Gespräch offenbarte sie mir, dass sie nicht nur zum Thema forscht, sondern ihre Familie aus einer betroffenen Region stammt. Ihre eigenen Kinder leiden unter genetischen Krankheiten. Das war schon eindrücklich.»

«Die Beziehung zwischen Georgierinnen und Russen ist momentan angespannt. Seit dem Ukrainekrieg sind sehr viele Menschen aus Russland eingereist. Eine georgische Freundin hat sich kürzlich darüber beschwert, dass inzwischen überall Russisch gesprochen werde. Man muss sich bewusst machen: Russland hat vor nicht allzu langer Zeit noch Krieg gegen Georgien geführt, da gibt es also noch immer bestimmte Ressentiments in der Gesellschaft. Speziell an der Unterhaltung mit meiner Bekannten war, was kurz darauf passierte: Wir gingen durch die Stadt und entdeckten einen Mann, der über das Geländer einer Brücke kletterte, die über den Fluss Kura in Tiflis führt. Es stellte sich heraus, dass der Mann Russe war. Sie lief zu ihm hin und sprach mit ihm auf Russisch – in Georgien lernte man die Sprache lange in der Schule. Am Ende nahm das Ganze aber eine Wendung ins Absurde, denn der Mann war offenbar nicht lebensmüde, sondern Turmspringer – er wollte jemanden beeindrucken, indem er ins trübe Wasser des Flusses sprang. Wir hielten ihn dann aber auch davon ab. Die Episode zeigt trotzdem das Spannungsfeld auf zwischen Sorgen über die politischen Entwicklungen und der Empathie auf der zwischenmenschlichen Ebene, in dem sich viele Georgierinnen und Georgier aktuell befinden.»

«Als Korrespondent muss ich Augen und Ohren immer offen halten – auch in meiner Freizeit. Ein Beispiel: In Georgien starteten Ende November 2024 intensive Proteste. An dem Abend bereitete ich mich auf eine neue Reise nach Russland vor, am nächsten Tag musste ich fliegen. Im Stadtzentrum von Tiflis sah ich, wie die Leute spontan auf die Strasse strömten und sich vor dem Parlament versammelten. Später, in meiner Wohnung, hörte ich die Demonstrierenden während der ganzen Nacht. Ich merkte: Hier entsteht etwas Grosses. Am Ende war ich die ganze Nacht wach und aktualisierte meine Nachrichten-App, um mich auf dem Laufenden zu halten. Die Situation änderte sich ständig, und ich wollte wissen, was vor sich ging. Am nächsten Tag war ich ziemlich erschöpft und stieg etwas widerwillig in den Flieger nach Russland.»

«Als Korrespondent hat man vor Ort oft sogenannte Fixerinnen oder Fixer. Das sind Medienschaffende, die sich gut auskennen und bei der Vermittlung von interessanten Kontakten helfen. Aber in Russland geht das nicht mehr so gut. Diese Leute bewegen sich inzwischen juristisch auf sehr dünnem Eis. Erhalten sie Geld von ausländischen Unternehmen, insbesondere von ausländischen Medien, könnten sie als ausländische Agentinnen oder Agenten gelten und dafür juristisch belangt werden.»

«Georgien ist für mich zum Arbeiten ganz anders als Russland – noch! Die Regierung festigt ihre autokratische Macht und wendet sich nach Jahren der EU-Annäherung nun zu Russland hin. Ein grosser Teil der Bevölkerung wehrt sich und demonstriert gerade lautstark und zahlreich. Die Menschen hier sind inzwischen an einen demokratischen Zustand gewöhnt. Es gibt eine sehr aktive Zivilgesellschaft. Als Journalist kann ich uneingeschränkt im Land umherreisen und mit Leuten sprechen. Meine Arbeit in Georgien ist deshalb eher vergleichbar mit der in der Schweiz als mit jener in Russland. Die russische Gesellschaft dagegen ist nach 20 Jahren starker Untjaperdrückung darauf konditioniert, dass man sich am besten einfach aus der Politik heraushält. Deshalb sind die Menschen verschlossen, sie möchten sich nicht äussern.»

Die Bilder zu diesem Artikel wurden von Calum MacKenzie zur Verfügung gestellt. Über die einzelnen Bilder:
S. 20: Die Kriegspropaganda – wie hier der Buchstabe «Z», ein Symbol der «Spezialoperation» – ist im Stadtbild Moskaus allgegenwärtig.
S. 21 oben: Calum MacKenzie auf dem Roten Platz in Moskau im Dezember 2023.
S. 21 unten: Die Steppe im Nordosten Kasachstans, wo die Sowjetunion rund 40 Jahre lang Atombomben testete.
S. 22 oben: Seit Monaten protestieren Georgierinnen und Georgier gegen den rasanten Abbau der Demokratie in ihrem Land. Die Regierung setzt maskierte Sicherheitskräfte gegen die Demonstrierenden ein.
S. 22 unten: Im «Park Patriot» nahe Moskau zeigen die russischen Behörden Militärfahrzeuge, die angeblich in der Ukraine erbeutet wurden. Unter das Rad eines Fahrzeugs wurde ein Teddybär gelegt, um die Propagandaerzählung von bösen ukrainischen Nazis zu unterstreichen.
S. 23: Die Anwohner des ehemaligen Bombentestgeländes in Kasachstan legen Wert darauf, einen Besucher aus der Schweiz gebührend zu verpflegen.

Wer die Veranstaltung mit Calum MacKenzie verpasst hat, findet hier Impressionen des Anlasses:

Bildung

Fake News mit Wissen bekämpfen

SRF lancierte 2024 die Videoserie «Wissen für alle». Das Projektteam produziert gemeinsam mit der Wissenschaftsredaktion animierte Erklärvideos mit einer sogenannten Creative-Commons-Lizenz. Diese Videos stehen allen zur freien Verwendung offen: Schulen, privaten Medien und seit Neuem Wikipedia. Wir haben von SRF Antworten auf die wichtigsten Fragen zum Projekt erhalten.

Text: Pascal Zeder

Was ist das Projekt «Wissen für alle»?

Unter dem Projekttitel «Wissen für alle» produziert SRF animierte Erklärvideos zu verschiedenen Themen, die vom Projektteam gemeinsam mit der Wissenschaftsredaktion erstellt werden. Die Erklärvideos haben eine Creative-Commons-Lizenz und sind deshalb für alle frei verfügbar.

Was bedeutet Creative Commons?

Creative Commons (englisch für «schöpferisches Gemeingut») ist eine Non-Profit-Organisation. Seit ihrer Gründung 2001 ermöglicht sie, dass Autorinnen und Autoren ihre Inhalte der Öffentlichkeit zur Verfügung stellen. Diese Videos können von allen nach Belieben gespeichert, bearbeitet, in eigene Filme und Websites eingefügt und öffentlich präsentiert werden – ohne dass das etwas kostet.

Warum produziert SRF Wissensvideos für alle?

Desinformation nimmt zu. 51 Prozent der Bevölkerung sind heute Fake News ausgesetzt. Das Phänomen bedroht den demokratischen Diskurs. Künstliche Intelligenz (KI) leistet dieser Entwicklung (bisher) Vorschub, da sie einerseits Fake News einfach erstellen kann, zum anderen bei der Beantwortung von Fragen schlecht unterscheiden kann zwischen vertrauenswürdigen und dubiosen Quellen. So erhält man auf Suchanfragen zwar eine Antwort, die einen korrekten Eindruck macht – aber nicht unbedingt stimmt. SRF leistet mit den Creative-Commons-Videoclips einen Beitrag gegen das Voranschreiten der Desinformation. Die Erklärvideos sind nach journalistischen Grundsätzen recherchiert und produziert. So ist sichergestellt, dass keine Fehlinformationen verbreitet werden. Ausserdem passt SRF die Erklärvideos jeweils an, sobald es neue Erkenntnisse zu einem Thema gibt. SRF kommt so dem konzessionellen Auftrag der SRG nach, einen Beitrag zu Bildung und Wissen zu leisten. Im ersten Jahr publizierte SRF 30 Kurzclips. Ziel ist, dass in den kommenden Jahren im gleichen Umfang weitere dazukommen.

Was sind die Bedingungen für die Benutzung der Erklärvideos?

Die SRF-Wissensclips sind frei nutzbar, sofern bestimmte Regeln befolgt werden. Diese sind in der jeweiligen Creative-Commons-Lizenz der Videos festgehalten. SRF beispielsweise publiziert alle Clips unter der Lizenz CC BY-SA 4.0. Diese besagt, dass, solange Herkunft und Urheber der so gekennzeichneten Videos (beziehungsweise auch Fotos) genannt und Änderungen angegeben werden sowie das ursprüngliche Werk durch die Bearbeitung nicht entstellt wird, die Clips frei verwendet, geändert und verbreitet werden dürfen. Verantwortlich dafür, dass diese Bedingungen eingehalten werden, sind die Nutzerinnen und Nutzer der Creative-Common-Videos.

Wo werden die SRF-Clips eingesetzt?

Die Creative-Commons-Videos von SRF können unter gewissen Voraussetzungen (siehe oben) von allen verwendet werden. So können sie etwa zu Lehrzwecken eingesetzt werden, das heisst, Lehrpersonen können sie beispielsweise für Referate oder Unterrichtseinheiten verwenden. Die Clips sind auf der Website von SRF Wissen unter der Rubrik «Erklärvideos» frei einsehbar und können zur freien Verwendung heruntergeladen werden. SRF ist ausserdem für die Verbreitung ihrer Creative-Commons-Videos eine Partnerschaft mit Wikimedia CH eingegangen.

Weshalb kooperiert SRF mit Wikimedia?

Wikimedia ist die Non-Profit-Organisation, welche die Web-Enzyklopädie Wikipedia betreibt. Diese erreicht mit ihren Inhalten die breite Bevölkerung. Die SRF-Videos werden also künftig die Einträge zu spezifischen Themen ergänzen und leisten so einen Beitrag zur faktenbasierten und unabhängigen Wissensvermittlung. Speziell jüngere Menschen informieren sich häufig über das Online-Lexikon. Sind die Videos einmal in den Artikeln eingebaut, bleiben sie langfristig gut auffindbar, während sie beispielsweise auf Social Media nach einmaligem Anschauen wieder verschwinden und nur noch angezeigt werden, wenn Nutzerinnen und Nutzer sie speichern.

Hier gehts zu den Clips:

SRF stellt sämtliche CC-Erklärvideos im Web unter der Kategorie «Wissen» zur Verfügung.

So werden die Erklärvideos auf Wikipedia eingesetzt:

Der Beitrag zum Thema «Kopfschmerz» enthält bereits heute ein SRF-Video zur Veranschaulichung.

Bilder: SRF

Kolumne

Die Bauern als Vorbild für die Verlage

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.

«Machen Sie es wie der Bauernverband, fordern Sie Unterstützung», appellierte Bundesrat Beat Jans Anfang Jahr an die Verleger und die Journalistinnen. Auch der Bundesrat konstatiert, dass der Journalismus ein Finanzierungsproblem hat, dass Leistungen abgebaut werden. Und sich die Frage nach öffentlicher Förderung stellt. Die Parallele von Jans zum meist erfolgreichen Lobbying der Bauern: Landwirtschaft ist für die Landesversorgung wichtig. Die Bundesverfassung gibt dem Bund die Möglichkeit, die Landwirtschaft zu fördern. Ein Verfassungsartikel zu den Medien existiert allerdings nicht. Einzig der Rundfunk ist per Verfassung geregelt. Versuche, einen generellen Medienartikel in die Bundesverfassung aufzunehmen, scheitern regelmässig. Das letzte Mal war das in den Eidgenössischen Räten im Sommer 2024, zuvor im Winter 2019.

Das heisst: Solange diese Basis in der Verfassung fehlt, können nicht elektronische Medien lediglich indirekt gefördert werden. Aber auch das ist schwierig. 2022 hatte das Volk ein Massnahmenpaket zur indirekten Medienförderung abgelehnt. Dennoch unternehmen die Eidgenössischen Räte einen neuen Anlauf. Denn die Krise bei den Verlagsmedien hat sich weiter verstärkt: So haben die grossen Verlage massive Abbaumassnahmen vorgenommen. Und damit hat die politische Sorge zugenommen, dass die Versorgung der Bevölkerung mit den für den demokratischen Diskurs nötigen Informationen gefährdet sei. Journalismus müsse mehr sein als ein Mittel, um Gewinne zu erzielen, gibt Bundesrat Jans den Verlegern zu bedenken. Auch etwa die beiden freisinnigen Regierungspräsidentinnen von Genf und der Waadt fordern Massnahmen zugunsten der Medien. Zur Erinnerung: Noch 2022 bekämpften die bürgerlichen Parteien das Massnahmenpaket mehrheitlich.

Bei der aktuellen Vorlage hat das Parlament jene Elemente aus dem Paket herausgenommen, die bei der Volksabstimmung besonders kritisiert worden waren. Die Fördermassnahme beschränkt sich – indirekt über das Postgesetz – auf den Vertrieb von gedruckten Zeitungen. Gestützt werden soll die Lokal- und Regionalpresse bis zu einer Auflageobergrenze von 40 000. Der Förderbetrag insgesamt ist deutlich geringer.

Zu weiteren indirekten Massnahmen sind parlamentarische Initiativen hängig: zur Unterstützung von Agenturen, der journalistischen Ausbildung, des Presserats. Und der Bundesrat arbeitet an einer Vorlage zum Leistungsschutzrecht, also der Abgeltung bei Nutzung von fremden journalistischen Leistungen durch grosse Online-Dienste wie Google, X und Meta.

Eine ganzheitliche Journalismusförderung ist das noch nicht. Die Förderung der Zeitungszustellung ist angesichts der abnehmenden Print-Auflagen eine kurzfristig ausgerichtete Massnahme. Zur Stützung von journalistischen Inhalten im Online-Bereich sind aktuell keine politischen Initiativen sichtbar. Und unbeantwortet ist auch die Frage, wie die grosse Macht der internationalen Plattformen für die Schweiz reguliert werden könnte. Immerhin: Die Bundespolitik reagiert auf die sich akzentuierende Krise im Mediensystem.

Schwer verständlich bleibt, warum sich ein Teil der Politikerinnen und Politiker (endlich!) für eine Presseförderung einsetzt, gleichzeitig aber einen Abbau bei der SRG befürwortet.

Philipp Cueni

Bild: zVg

Neu im Programm

25 Jahre Gölä

1998 erschien Gölä mit «Uf u dervo» aus dem Nichts, verkaufte von seinem Debüt-Album mehr als 250 000 Exemplare und schnellte auf Platz eins der Schweizer Album-Hitparade. Letzteres gelang ihm danach mit jedem weiteren Mundart-Album erneut.

Zu seinem 25-Jahre-Bühnenjubiläum spielte Gölä im Januar 2025 zwei Shows im Zürcher Hallenstadion. SRF 1 strahlt die Highlights in einem zweistündigen Konzertmitschnitt aus. Dabei spielt sich der «Büezer der Nation» quer durch seine Alben, Hits und die beispiellose Karriere. Seit dem 1. Februar ist das Konzert auf Play SRF verfügbar.

«Unsere kleine Botschaft»

Zum ersten Mal seit 20 Jahren dreht SRF wieder eine Sitcom: «Unsere kleine Botschaft» spielt in einem nicht näher benannten südamerikanischen Land. Eine familiäre Bürogemeinschaft bewältigt den Alltag in der Schweizer Botschaft, navigiert durch die Wirren von Politik und Diplomatie und jongliert dabei private Herausforderungen und Beziehungen.

In der Hauptrolle der Botschafterin zu sehen ist Susanne Kunz, neben ihr sind Jonas Gygax und die schweizerisch-kolumbianische Schauspielerin Sandra Zellweger in zentralen Rollen besetzt. Auch Comedy-Talent Anaïs Decasper und die berühmte Schweizer Parodistin Birgit Steinegger sind Teil des Ensembles. In weiteren Nebenrollen sind Matthias Schoch und Danny Exnar zu sehen. Darüber hinaus darf sich das Publikum auf Gastauftritte von Andrea Zogg und Samuel Streiff (bekannt als Reto Doerig in «Der Bestatter») freuen.

Die Ausstrahlung der Ensemble-Komödie ist für Herbst 2025 geplant.

Undercover als Security

Im Januar erschien die neue Podcast-Serie von «News Plus Hintergründe». Sie beleuchtet die Schattenseiten der wachsenden privaten Sicherheitsbranche und wirft die Frage auf, was das mit unser aller Sicherheit macht. Die Recherche von SRF Investigativ, bei der sich die SRF-Journalistin Karin Wenger verdeckt als Wachfrau bewirbt, erzählt von unsorgfältiger Rekrutierung und Preisdumping. Wenger erlebt selbst, wie sie als Mitarbeiterin mehrfach unvorbereitet und ohne Überprüfung zu Einsätzen geschickt wird. Die Beiträge sind verfügbar auf SRF Audio.

«Beschatter 2»

Die Krimiserie rund um Leo Brand und das Team aus Detektivinnen und Detektiven geht in die zweite Staffel. Neben Roeland Wiesnekker, Meryl Marty, Esther Gemsch, Martin Rapold und Dardan Sadik ist neu auch Joel Basman Teil des Ensembles, in Nebenrollen treten bekannte Namen wie Gilles Tschudi und Sven Schelker auf.

Auch in der zweiten Staffel stellt sich das Detektivteam vielen unterschiedlichen Fällen. Von gefälschten Gemälden in Mafiavillen über Geiselnahmen bis hin zu einem Mordfall im Altersheim: Auch in den neuen Folgen ist viel Spannung garantiert. Ausgestrahlt werden sie ab dem 23. Februar 2025.

«Te Berberi – Wächst ja wieder»

«Te Berberi – Wächst ja wieder» ist die erste schweizerisch-albanische Comedy-Serie. Sie thematisiert auf humorvolle Weise die unterschiedlichen Mentalitäten des Balkans und der Schweiz.

Daut (Florim Brajshori) investiert seine ganzen Ersparnisse, um einen Coiffeursalon zu eröffnen. Er engagiert dafür seine Ex-Frau Melanie (Monika Varga) als Geschäftsführerin. Dadurch hofft er, eine Verbindung zu ihr und seinem Sohn Xoni (Jonathan Baranowski) aufzubauen, um die Familie so wieder zu vereinen. Doch Dauts liebenswerte, aber eigensinnige Persönlichkeit und die kontraproduktive Hilfe seines chaotischen Freundes Rocki (Comedian Vedat Bajrami) verwandeln seine romantische Mission in ein permanentes Chaos.

Dazu gibt es prominente Gastauftritte, etwa von Schwingerkönig Christian Stucki, Musiker Marc Sway, Fussballspieler Edon Zhegrova, den Esteriore Brothers, Rapper Lyrical Son sowie Boxer Arnold «The Cobra» Gjergjaj.

Die ersten vier Folgen sind seit dem 19. Dezember 2024 auf YouTube und Play SRF verfügbar.

Wir haben die Macher von «Te Berberi» am Set besucht. Hier gehts zu unserem Videobeitrag:

Bilder: SRF/Pascal Mora, SRF

33. Berner Medientag: «Erfolgsgeschichten»

Drei Medien mit unterschiedlichen Konzepten und Finanzierungsmodellen präsentierten sich am 30. November 2024 am Berner Medientag im Hotel Bern. Unter dem Titel «Erfolgsgeschichten» setzte der Branchentreff ein positives Zeichen gegen die Hiobsbotschaften von Abbau bei den Verlagshäusern und sinkenden Werbeeinnahmen. Einige trotzen der Malaise und expandieren sogar.

Urs Gossweiler, Verleger in vierter Generation, hat radikal umgebaut. Von der «Jungfrauzeitung» ist nur der Buchstabe «J» übriggeblieben. Der Erbe einer Druckerei hat die Printausgabe eingestellt und setzt nun mit «Plattform J» voll auf digitale Vertriebsformen. Dies spart Druck- und Zustellkosten. Das Angebot ist gratis und wird durch Werbung finanziert. Die rund dreissigköpfige Redaktion unter Matthias Mast hat ihren Sitz in der Altstadt von Bern und fokussiert auf wirtschafts- und gewerbenahen Journalismus, ähnlich wie die ehemalige «Züri-Woche» und der «Berner Bär».

Pomona Media, die hinter dem «Walliser Boten» und dem Lokalsender Radio Rottu steht, setzt primär auf Abonnemente. Modeunternehmer Fredy Bayard kaufte 2018 die angeschlagene Zeitung und das Radio und baute sie zu einem florierenden Medienunternehmen um. Die Zeitung wird nun in der Druckerei der TX Group Bern gedruckt. Im Gebäude der ehemaligen Walliser Druckerei wurde ein moderner Newsroom eingerichtet. Vor zwei Jahren verkaufte Bayard das Unternehmen an die Mitarbeitenden. «Wir wollen schnell und nah bei den Leuten sein», sagte Online-Chefin Rebecca Schüpfer. Dank einer strengen Paywall konnten die Abozahlen um über 10 Prozent gesteigert werden.

Redaktionsleiter Christian Liechti vom gebührenfinanzierten «SRF Regionaljournal BE FR VS» erläuterte, wie ein kleines Team täglich 50 Minuten Sendezeit gestaltet. Durch Sendeplätze rund um die Primetime erreicht das Regionaljournal täglich 142 000 Hörerinnen und Hörer.

Abnehmende Lokalberichterstattung stellt viele Gemeinden vor Probleme. Dies hat Johanna Burger von der Fachhochschule Graubünden untersucht. Befunde: Viele Lokalmedien sind von einer einzigen Schlüsselperson abhängig. Und Gemeinden bauen ihre Kommunikationsabteilungen aus, was dazu führt, dass kritische Distanz fehlt und die Kommunikation zur Hofberichterstattung verkommt.

Christof Berger

Der Zukunft voraus

Während zweier Abende führte die SRG AG SO Workshops für ihre Mitglieder und interessierte Personen zur Umstellung der Radiotechnologie auf DAB+ durch. Die Teilnehmenden waren nun bestens informiert und konnten entspannt in die Zukunft und auf die Umschaltung blicken.

«Gut Ding will Weile haben»: Bereits 2009 hat die SRG das Digitalradio DAB+ eingeführt. Zur Erinnerung: Eveline Widmer-Schlumpf wurde damals zur Schweizerin des Jahres gewählt. «Minarettverbot» hiess das Wort des Jahres, und die Schweizer Grossbanken sowie das Bankgeheimnis gerieten im Zusammenhang mit der Finanzkrise ins Wanken. 16 Jahre später war es jedoch tatsächlich so weit. Die SRG hat UKW abgeschaltet und sendet nur noch auf DAB+.

Das Gute an der Geschichte sei, dass «alles nachgerüstet werden kann», betont Dominique Gall, Workshopleiter und Projektmanager Digitalradio bei der SRG. Er muss es wissen. Denn seit zwei Jahren leitet er Workshops in allen Regionen der Deutschschweiz, so auch die beiden Workshops der SRG AG SO in Baden und Aarau. Über 30 Personen wollten von ihm erfahren, ob ihr Autoradio, der Radiowecker oder ihre Hi-Fi-Anlage ab 2025 noch ihre Lieblingsmusik spielen. Viele brachten ihre Geräte mit, und obwohl einige schon lange vor 2009 zuverlässig ihren Dienst verrichteten, gibt es für nahezu jedes Gerät eine Lösung. Dank der Teilnahme am Workshop waren die Teilnehmenden nun quasi der Zukunft voraus und wussten, was sie benötigen, damit auch am 1. Januar 2025 weiterhin die Musik spielte.

Übrigens hat der «Kassensturz» in der Sendung vom 3. Dezember 2024 die zwölf meistverkauften DAB+-Adapter für das Autoradio und für zu Hause getestet.

Markus Schenk, Vorstand SRG AG SO

Wo die Medienfreiheit bedroht ist

Kurz vor Jahresende besuchte Pascal Nufer die SRG Ostschweiz. Der Journalismusdozent und langjährige SRF-Asienkorrespondent war eingeladen, über die Themen der freien Meinungsäusserung und die damit verbundenen Entwicklungen in der heutigen Medienlandschaft zu referieren.

Nufer begann seine Ausführungen mit einer persönlichen Anekdote. Ein naher Verwandter von ihm drifte

zunehmend in einen Echoraum alternativer Medien ab. Am Ende einer hitzigen Diskussion über die Arbeit von Medienschaffenden kam es zum kompletten Kontaktabbruch – auch, wie der Ostschweizer sagt, weil er seinem Verwandten am Ende dafür dankte, dass er die Unterhaltung als Anschauungsbeispiel für den heutigen Vortrag nutzen könne. Obwohl viele im Publikum schmunzelten, zum Lachen sind Nufers Ausführungen nicht. Sie zeigen, wie schnell sich Menschen in den sozialen Medien, beispielsweise auf YouTube, durch einen Algorithmus gesteuert aus einer faktenbasierten und journalistisch begleiteten Debatte entfernen können. Denn, so zeigt Nufer auf: Umso mehr Videos jemand zu einem Thema auf diesen Plattformen konsumiert, desto mehr ähnliche Beiträge folgen. Der Grund dafür sei, dass diese Plattformen nicht Informationen vermitteln, sondern Profitinteressen anstreben. Sie setzten alles daran, dass Nutzerinnen und Nutzer möglichst lange auf der Plattform verweilen. Das funktioniere nicht über einen fundierten Austausch von Meinungen und der Vermittlung von Fakten, sondern über das Transportieren von Emotionen.

Nufer zeigt anhand dieser neueren Entwicklungen im Mediennutzungs- und Informationsverhalten, wie sich dies auf die Medien- und Meinungsfreiheit auswirkt. Denn die Mechanismen, die auf diesen Plattformen wirken, können zur Manipulation der Meinungsbildung missbraucht werden. Diese Entwicklung bedroht mittelfristig auch die Meinungsfreiheit bei uns. Als ehemaliger Asienkorrespondent kennt er die Verhältnisse in Ländern, in denen weder freie Presse noch freie Meinungsbildung existieren. Anekdoten aus seiner Zeit in China zeigen, wie der Staat mit Menschen umgeht, die offen mit ausländischen Journalisten sprechen. Selbst wenn sich die Personen positiv über das System und die Regierung äusserten, müssten sie mit teils starken Repressionen rechnen.

Obwohl die Schweiz nach wie vor eine freie Presse habe, wolle er auf die problematischen Tendenzen aufmerksam machen, so Nufer weiter: Sinkende Werbeeinnahmen und Aboverkäufe gefährdeten das Mediensystem, die Vielfalt nehme aufgrund der immer stärkeren Konzentration in Zentralredaktionen ab, und auch die SRG stehe unter Druck. Dies äussere sich bisher im Regionaljournalismus, so Nufer. Er verweist auf ein Phänomen, das man heute etwa aus den USA kennt. Die sogenannten Nachrichtenwüsten, also grosse Gebiete, in denen es keine journalistisch arbeitende Redaktion mehr gibt, würden zu einem Gefühl des Abgehängt-Seins führen. Diese Wahrnehmung leiste populistischen Tendenzen sowie Korruption und Betrug Vorschub. In der Schweiz sei es noch nicht so weit. Aber vor allem ländliche Regionen würden sich in diese Richtung entwickeln. Dies eröffne wiederum Politik und Interessengruppen die Möglichkeit, ihre Botschaften unkommentiert an die Bevölkerung zu richten, ohne unabhängige journalistische Einordnung.

Am Ende zeigt Nufer auf, wie er sich im Auftrag der SRG gegen diese Entwicklung einsetzt und für die Medienkompetenzförderung engagiert. Er verweist zum einen auf den Newstest, den die SRG gemeinsam mit anderen Institutionen entwickelt hat. Zum anderen geht er auf das Engagement von verschiedenen Journalistinnen und Journalisten an Schulen ein, die in speziellen Formaten den Lernenden die Arbeit von Medienschaffenden näherbringen und aufzeigen, weshalb Influencerinnen keine Journalistinnen sind.

Zum Schluss rundet Nufer seine Beobachtungen ab und beantwortet geduldig verschiedene Fragen aus dem Publikum. Denn ob global oder regional: Die Entwicklungen im Journalismus bewegen.

Pascal Zeder, Redaktor SRG.D

Bilder: Lukas Vogelsang, interwerk gmbh, Pascal Zeder

Woher stammt das Zitat?

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

Der folgende Ausspruch ist unvollständig. Wählen Sie die passende Lösung aus, die den Satz komplettiert:

«Uf nüt vorbereitet, aber uf alles gfasst …»

a. «… das isch ‹Mona mittendrin›!»
b. «… das isch ‹SRF bi de Lüt›!»
c. «… das isch de ‹Podcast am Pistenrand›!»

Zu gewinnen:

1×2 Tickets für Philipp Fankhauser im Theater National Bern am 7. März 2025.

Schicken Sie uns die richtige Antwort auf oben stehende Frage bis zum 18. Februar und gewinnen Sie mit etwas Glück 1×2 Tickets für Philipp Fankhauser im Theater National Bern am 7. März 2025 .
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. 5/24: Generalversammlung
Im Mai 2024 trafen sich die Genossenschafterinnen und Genossenschafter der SRG Zürich Schaffhausen zum 100. Mal, um wie jedes Jahr über die wichtigsten Geschäfte der ältesten Mitgliedsgesellschaft der SRG Deutschschweiz (SRG.D) mitzubestimmen. Gemäss den Statuten der SRG.D verankern die Mitgliedsgesellschaften über die Mitgliedschaft von natürlichen und juristischen Personen die SRG in der Bevölkerung und vertreten die Interessen ihrer Mitglieder und der verschiedenen Bevölkerungsgruppen in ihrer Region. Die Generalversammlung ist für die Mitglieder das wohl direkteste Instrument, um auf das Geschehen in der SRG Einfluss zu nehmen, denn hier entscheiden sie unter anderem über ihre regionale Vertretung in den Gremien der SRG.D. So zum Beispiel im Regionalvorstand, dem Führungsgremium der SRG.D, das über die Unternehmenspolitik und die Besetzung von Führungspositionen bei SRF mitentscheidet.
Regina Bosshart und Jakob Salzmann haben die Antwort gewusst und je ein neues DAB+-Radio gewonnen.

Die Gewinnerin und der Gewinner werden schriftlich benachrichtigt.

Carte blanche

Die SRG als Faktenanker

Als ich Mitte der 2000er-Jahre mein MySpace-Profil mit glitzernden GIFs und bunten Zitaten in geschwungener Unicode-Schrift «dekorierte», ahnte ich nicht, dass ich Teil einer der grössten gesellschaftlichen Veränderungen unserer Zeit sein würde. Soziale Medien waren damals eine Spielerei; ein Ort, um Freundinnen und Freunde zu finden und sich zu vernetzen. Heute sind sie aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken.

Täglich werden von Millionen Menschen Inhalte erstellt und auf globalen Plattformen mit Milliarden Userinnen und Usern geteilt. Wie wir Informationen konsumieren, teilen und interpretieren, hat sich radikal gewandelt: Die sozialen Medien haben die Berichterstattung demokratisiert. Wo früher die Medienhäuser und ihre Journalistinnen und Journalisten die Informationshoheit hatten, kann heute jede und jeder als Reporterin oder Reporter auftreten. Aktivistinnen berichten live von Demonstrationen, News werden in Windeseile erstellt und verbreitet.

Diese Entwicklung bietet Chancen. Wir können uns vernetzen und erfahren von wichtigen Ereignissen in Echtzeit. Doch je schneller grosse Mengen an Inhalten entstehen und geteilt werden, desto schwerer fällt es, den Überblick zu behalten und Wahrheit von Falschinformation zu unterscheiden. Umso mehr, wenn mithilfe von künstlicher Intelligenz im Handumdrehen täuschend echt wirkende, aber falsche Inhalte generiert werden können.

Wir brauchen eine Instanz, der wir vertrauen können. Die SRG spielt dabei in der Schweiz eine zentrale Rolle. Sie verpflichtet sich zu journalistischer Sorgfalt, Unabhängigkeit und Transparenz. Sie prüft Informationen, bevor sie veröffentlicht werden, und hält sich an publizistische Leitlinien. Die Demokratisierung der Medienlandschaft ist eine wertvolle Errungenschaft, doch sie braucht ein Gegengewicht. Die SRG ist dieses Gegengewicht – eine Institution, die uns im Zweifel eine verlässliche Quelle bietet.

Céline Stäuble leitet die Geschäftsstelle der SRG Zentralschweiz.

Kommentare zur Carte blanche:
link@srgd.ch

In den sozialen Medien gingen Kommentare zum Porträt von Marcus Signer ein, der in der neuen SRF-Krimiserie «Maloney» die Hauptrolle spielt:

«Brillante Umsetzung, ich freu mich schon mega auf Folge 4 ff.»

Das Thema der UKW-Abschaltung bewegte über den Jahreswechsel unsere Community besonders. Vor allem auf Facebook gingen zahlreiche Kommentare ein. Auf den Beitrag zu den wichtigsten Aspekten, die man über die Umstellung auf DAB+ wissen muss, gab es viel Kritik, aber auch Verständnis:

«Das Gute wird abgeschafft, und dafür kommt neuer Kram auf den Markt, der nichts taugt.»

«Finde es echt mühsam, wie sich so viele aufregen. Dass DAB+ kommt und wann, ist schon seit Jahren bekannt. Also genug Zeit, sich vorzubereiten!»

«Freie Frequenzen sind immer ein Risiko. Im benachbarten Ausland gibt es keine Abschaltpläne. Somit wächst die Konkurrenz. Das schadet der SRG. Es droht Hörerschwund.»

Und schliesslich gab es Gratulationen an Susanne Brunner für ihre Wahl zur Journalistin des Jahres:

«Eine wunderbare, analytisch denkende, kritische Frau. Ihre Berichterstattungen sind nahe bei den Menschen in diesen Gegenden. Danke, Frau Brunner!»

Diskutieren Sie mit auf srgd.ch: Die Beiträge aus dem «LINK» werden in den kommenden Wochen im Web aufgeschaltet. Dort haben Sie die Möglichkeit, einen Beitrag oder Kommentar zu verfassen. Wir freuen uns auf Ihre Wortmeldung!

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:

Bild: zVg

Agenda

AE Anmeldung erforderlich

Zürich Schaffhausen

24 FEB **Promitalk 2025 – «Abgelegen und begehrt: Die Arktis im Brennpunkt der Weltpolitik»**
SRF Campus Leutschenbach
19h30 AE

11 MÄR **«KI bei SRF – Bericht aus der Werkstatt» mit Gregor Sonderegger und Severin Mayerhofer**
Kurs der Bildungskommission
SRF Campus Leutschenbach
18h00 AE

Sektionsversammlungen 2025:
Sektion 1: Mittwoch, 2. April 2025, 18h30, Zürich
Sektion 2: Montag, 31. März 2025, 18h00, Wädenswil
Sektion 3: Mittwoch, 2. April 2025, 18h30, Wetzikon
Sektion 4: Donnerstag, 3. April 2025, 18h00, Schaffhausen
Mitglieder erhalten eine Einladung. AE

27 MAI **101. Generalversammlung 2025 der SRG Zürich Schaffhausen**
Kulturhalle Glärnisch in Wädenswil
Mitglieder erhalten eine Einladung.
18h00 AE

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

Ostschweiz

17 FEB **Workshop zur Künstlichen Intelligenz im Alltag**
Evangelisches Zentrum Rapperswil
18h00 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 aktuell in der Planung der Veranstaltungen für das Jahr 2025. Das Halbjahresprogramm wird den Mitgliedern Mitte März per Post zugestellt. Ein regelmässiger Blick in die Agenda lohnt sich: srgzentralschweiz.ch/agenda.

srgzentralschweiz.ch

Region Basel

20 FEB **«Medien im Dialog: Journalismus in Zeiten von KI»**
SRF Studio Basel, Auditorium
18h30 AE

MÄR **Führungen für (Neu-)Mitglieder SRF Studio Basel**
Der Termin wird zu gegebener Zeit in der Web-Agenda und im Newsletter veröffentlicht. AE

29 APR **99. Generalversammlung 2025**
St. Jakob-Park (Joggeli) in Basel
Mitglieder erhalten eine Einladung.
18h30 AE

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

Aargau Solothurn

MÄR **Führungen für (Neu-)Mitglieder SRF Studio Basel**
Der Termin wird zu gegebener Zeit in der Web-Agenda und im Newsletter veröffentlicht. AE

5 MAI **45. Generalversammlung der SRG Aargau Solothurn**
Montag, 5. Mai 2025, 18h30,
im Salzhaus in Brugg
Mitglieder erhalten eine Einladung.
18h30 AE

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

Bern Freiburg Wallis

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

21 MÄR Save the Date:
Museumsnacht Bern
18h00 bis 02h00

10 MAI **Jubiläums-GV im Kursaal Bern**
10h00

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

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

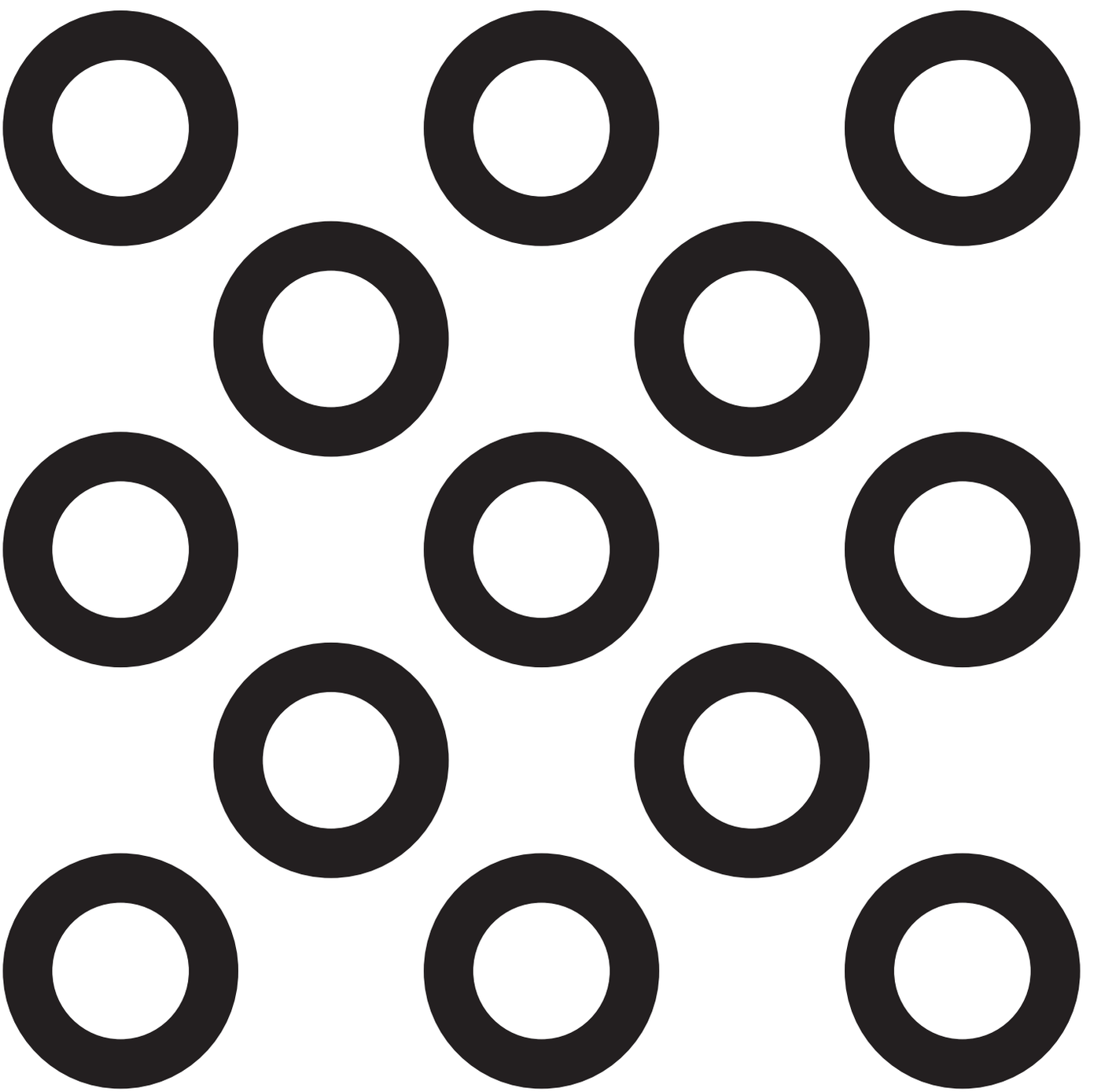



Bild Umschlag-Rückseite: Raffinerie