

Einigkeit statt Quotenjagd

Autor(en): **Marchand, Gilles**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **97 (2017)**

Heft 1052

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-736629>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

8 Einigkeit statt Quotenjagd

Das Programm ist die Legitimation der SRG. Mit Privaten wollen wir zusammenarbeiten.

von Gilles Marchand

Ich bin davon überzeugt, dass neben anderen Institutionen, die die Schweiz einen und das Schweizer Gemeinschaftsgefühl stärken, auch der audiovisuelle Service public für unser Land von grossem Nutzen ist. Dieser Service public muss auf Ausgewogenheit, Vielfalt und Professionalität abzielen. Zwar hält die SRG weder auf Qualität noch auf Kohäsion ein Monopol, aber sie spielt in diesen Bereichen eine Schlüsselrolle.

Unsere Service-public-Haltung sollte sich daher auch klar von der Haltung kommerzieller Akteure unterscheiden. Rentabilität und Effizienz können nicht die einzigen Treiber sein, die uns lenken. Es zählen auch andere, wesentliche Aspekte, wie zum Beispiel der Beitrag, den wir mit unserer Arbeit für die Gesellschaft leisten. Vergleiche braucht die SRG nicht zu scheuen, ganz im Gegenteil. Und es wäre auch falsch, Schweizer Medien heute nur im nationalen Kontext zu sehen: Benchmarking – also das Vergleichen von Massstäben – ist sinnvoll, denn die Konkurrenz ist längst auch international.

Und so simpel es klingen mag: vorrangigste Priorität der SRG ist es, dem Schweizer Publikum in seiner ganzen Vielfalt ein interessantes Vollprogramm in allen Landessprachen bereitzustellen. Auf diese Aufgabe müssen wir uns fokussieren und sie so gut wie möglich erfüllen. Wir sollten auch nicht versuchen, den Wirkungskreis der SRG zu vergrössern. Das Programm ist die Legitimation der SRG – entsprechend habe ich für mich und meine Amtszeit die Prioritäten definiert:

1. Wir wollen die Menschen in unserem Land einen mit unseren Programmen. Auch wenn Nutzungszahlen ein wichtiger Indikator für unsere Daseinsberechtigung sind, ist es nicht an uns, Quotenjagd zu betreiben.
2. Wir müssen die Unabhängigkeit unserer Redaktionen und die Qualität unserer Informationen sicherstellen. Die SRG ist nicht die einzige, die qualitativ hochwertigen Nachrichtenjournalismus bietet. Doch die Integrität unserer journalistischen Arbeit muss ein ganz entscheidender Wert unseres Service public bleiben.
3. Wir müssen den digitalen Wandel innerhalb der SRG vorantreiben. Und zwar in der Produktion und der Distribution der Inhalte, um alle Zielgruppen – insbesondere auch die Jungen – anzusprechen.

«Wir wollen die Menschen in unserem Land einen mit unseren Programmen.»

Gilles Marchand

4. Wir müssen dafür sorgen, dass die uns anvertrauten Mittel weiterhin auch in die Kultur fließen. Den Bereich Spielfilm beispielsweise müssen wir weiterentwickeln, auch gemeinsam mit neuen Partnern.

Die ganze SRG wird sich anhand dieser Prioritäten ausrichten. Daher werden wir in der Generaldirektion eine Direktion für Entwicklung und Angebot schaffen, die eng mit den regionalen Unternehmenseinheiten zusammenarbeiten wird. Die SRG muss zudem vermehrt den Dialog mit der Gesellschaft suchen. Wir müssen noch besser erklären, was wir für die Gesellschaft leisten und welche kulturelle, soziale und wirtschaftliche Prägung wir geben wollen. Um das zu erreichen, werden wir 2018 eine Initiative lancieren. Denn wir möchten professionell und unaufgeregt über die Umsetzung unseres Service-public-Auftrags debattieren können. Konstruktive Kritik bringt auch uns weiter.

Die Situation für private Akteure ist mit der Digitalisierung schwieriger geworden – das ist eine Tatsache. Eine Schwächung der SRG würde den Privaten in der Schweiz aber auch nicht helfen, im Gegenteil. Was ist also zu tun? Wir müssen zusammenarbeiten. Die SRG hat deshalb mehrere Kooperationsprojekte mit verschiedenen Angeboten lanciert: Wir bieten direkten und kostenlosen Zugang zu freien Informationsvideos der SRG. Eine unkomplizierte Übernahme der stündlichen SRG-Radios durch interessierte Privatradios. Einen White-Label-Player, also eine neutrale, technische Plattform zur Verbreitung journalistischer Inhalte für alle interessierten Schweizer Medienakteure. Kooperationen im Bereich Medieninnovation mit interessierten Hochschulen, Universitäten und privaten Medienhäusern. Und nicht zuletzt ein starkes Engagement bei der Entwicklung einer Messgrösse für Online-Inhalte.

Die SRG wird sich also auf ihr Programmangebot konzentrieren, die digitale Kultur der Gruppe weiterentwickeln, ihre Reinvestition in die Kultur verstärken, alle nützlichen Kooperationen mit privaten Medienhäusern fördern und den Dialog mit der Gesellschaft, mit der Öffentlichkeit, weiter vorantreiben. ◀

Gilles Marchand

ist Generaldirektor der SRG.