

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

Band: 95 (2015)

Heft: 1028

Artikel: Schimpfen bringt nichts

Autor: Grob, Ronnie

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-736156>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 22.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

1 Schimpfen bringt nichts

Die SRG kann nur per Verfassung und Konzession gebändigt werden.

von Ronnie Grob

An der Vernissage des Buchs «Weniger Staat, mehr Fernsehen»¹ stiessen am 23. April 2015 im Zürcher Hotel «Savoy Baur en Ville» zwei Welten aufeinander. Der Saal war voller kämpferischer und reformwilliger Liberaler, die – zusehends emotionaler werdend – begehrten, die zum Ungetüm ausgewachsene SRG endlich zu bändigen. Doch ihr Vertreter auf dem Podium, SRG-Generaldirektor Roger de Weck, blieb so stoisch wie ein alter Beamter, der schon viele junge Reformwillige hat anrennen lassen. Er wiederholte jene Sätze, die er immer sagt: Die SRG ist dazu verpflichtet, ihren Leistungsauftrag zu erfüllen. Mehr tut die SRG nicht. Wo genau liegt das Problem?

De Wecks Trick ist so einfach wie genial. Er definiert den «Service public», wie es ihm gefällt – und unterstellt, dabei würde er bloss dem Leistungsauftrag folgen. Und was für ein «Service public» gefällt dem mit Vorliebe elitär auftretenden Bankierssohn? Einer, der so mächtig ist, dass eine private Konkurrenz daneben entweder gar nicht erst aufkommen kann oder bedeutungslos bleiben muss. Ein «Service public», der auch noch in den hintersten und kleinsten Bereich des Lebens eingreift. Ein «Service public», der von oben bestimmt, was unten ankommt. Nicht nur jede Sprache und jede Region soll doppelt und dreifach abgebildet werden, die Inhalte sollen auch jedes Medium, das existiert und neu aufkommt, besetzen und dominieren. Und weshalb? Weil es ihm in seiner Funktion ins Konzept passt. In den 1990er Jahren, als er noch Chefredaktor von «Zeit» und «Tages-Anzeiger» war und gerne zum Chefredaktor von «RTL Schweiz» geworden wäre², hätte de Weck vermutlich anders argumentiert. Aber als SRG-Generaldirektor baut er seine Machtgebiete aus. «Es ist nicht das Bewusstsein der Menschen, das ihr Sein, sondern umgekehrt ihr gesellschaftliches Sein, das ihr Bewusstsein bestimmt», hat Karl Marx mal dazu geschrieben.³

Definition des Auftrags

Irgendwann wird es einigen im Saal gedämmert haben, dass das Fluchen über die SRG nichts bringt. Wer diese jährlich 1,2 Milliarden Franken Gebührentgelder verbrennende Medienmaschine drosseln will, muss ihr schon die politischen Grundlagen entziehen. Also ihre Aufgaben beschneiden und enger fassen. Was es braucht, ist eine glasklare Definition des Leistungsauftrags der SRG.

Ronnie Grob

(*1975) ist freier Journalist und wohnt in Berlin. Er ist Mitarbeiter von Medienwoche.ch, einem digitalen Medienmagazin, von Bildblog.de, einem Medien-Watchblog, und von Presseverein.ch, der Website des Zürcher Pressevereins.

Ein solch eng gefasster Auftrag entspräche idealerweise etwa dem, was das Deutschlandradio innerhalb der Medienlandschaft Deutschlands macht. Auf drei Radiosendern senden Deutschlandfunk (Schwerpunkt Information) und DRadio Wissen (Schwerpunkt Bildung) aus Köln, Deutschlandradio Kultur (Schwerpunkt Kultur) aus Berlin, jeweils ergänzt mit Textbeiträgen im Internet. Das Programm dreht sich vornehmlich um Politik, Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft. Aber auch wenn es um Sport, Religion, gesellschaftliche Themen oder Konsumfragen geht, bleibt die Berichterstattung seriös und die Qualität hoch. Werbung gibt es keine, das Programm wird lediglich von Nachrichten unterbrochen. Wer in Deutschland kompetent informiert werden möchte, braucht den Fernseher nicht einzuschalten, denn die von Deutschlandradio gelieferten Leistungen reichen problemlos aus. Internetzugriff haben heute fast alle und auch ein Radiogerät ist erschwinglich. Der Clou: 2013 verbrauchte das Deutschlandradio gerade mal 197 der 7681 Millionen Euro, die insgesamt im Namen des Öffentlich-Rechtlichen ausgegeben wurden, also lediglich 2,5 Prozent.⁴ Der öffentlich-rechtliche Auftrag in Deutschland lässt sich also für ein Vierzigstel der aktuellen Gesamtkosten bereits mehr als ausreichend erfüllen.

Zwar ist die Situation in der viersprachigen Schweiz etwas komplizierter. Doch der eigentliche Auftrag der öffentlich-rechtlichen Sender, eine ernsthafte und umfassende Information zu relevanten Themen, die Private nicht mit voller Sicherheit auch liefern würden, lässt sich, grosszügig ausgelegt, mit wenigen Prozent der heutigen Gebühreneinnahmen problemlos erfüllen, und zwar in allen Landessprachen und ohne Werbeeinnahmen.

Streichungsvorschläge

Wie liesse sich die SRG auf einen enger gefassten Auftrag verpflichten? Mit einer radikalen Zusammenstreichung des in Artikel 2 der SRG-Konzession definierten Programmauftrags. Punkt 1



Ronnie Grob, photographie de Julien Barrat

Testen Sie kostenlos 2 Ausgaben.

E-Mail an probeabo@punktmagazin.ch

DU BIST WIRTSCHAFT.

Wir schreiben darüber.



punktmagazin.ch

PUNKTmagazin hetzt nicht dem Tagesgeschehen hinterher, sondern liefert Antworten und Hintergründe zu aktuellen Zeitfragen. Wir setzen Zeichen; alle zwei Monate am Kiosk oder im Abonnement.

PUNKT
Das Wirtschaftsmagazin



Besuchen Sie uns auf Facebook: www.facebook.com/PUNKTmagazin



Folgen Sie uns auf Twitter: twitter.com/punktmagazin

kann auf die Verbreitung in den Amtssprachen begrenzt werden. Die Punkte 2 und 3 können ersatzlos gestrichen werden. In Punkt 4 kann der Auftrag auf das, was derzeit in Abschnitt a) definiert wird, beschränkt werden. Ein Satz wie «Die SRG trägt bei zur [...] freien Meinungsbildung des Publikums durch sachgerechte und akkurate Informationen insbesondere über politische, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge» reicht völlig aus. Wer findet, dass auch Bildung und Kultur zum öffentlich-rechtlichen Auftrag gehören, sollte sich für eine (gestraffte) Beibehaltung der Abschnitte b) und c) stark machen. Die unter d) formulierte Unterhaltung gehört gestrichen, denn niemand muss den Bürgern unter Zwang Geld wegnehmen, um sie dann damit zu unterhalten. Es ist auch der in Verfassung und Konzession verankerte Unterhaltungsartikel, der Roger de Weck dazu verführt, den US-Serien- und Filmanbieter Netflix als direkten SRG-Konkurrenten wahrzunehmen, ganz so, als wäre der Generaldirektor ein Medienunternehmer.

Eine Reduktion des Auftrags macht viele Artikel der Konzession entbehrlich. Deshalb muss die Konzession auch abseits von Artikel 2 radikal gekürzt werden. Manche Artikel sind allerdings heute schon überflüssig. So fordert Artikel 3, Punkt 2 zur Programmqualität gleichzeitig Quote und Qualität: «Die SRG strebt eine hohe Akzeptanz bei den verschiedenen Zielpublika an», heisst es da, unmittelbar gefolgt von: «Sie bemisst die Akzeptanz nicht in erster Linie in Marktanteilen.» Der Versuch, zwei divergierende Ziele zu erreichen, ist nicht nur unmöglich, sondern führt auch dazu, dass Roger de Weck so ziemlich alles als Erfolg verkaufen kann. «Beim Service public bemisst sich der Erfolg an der Qualität wie an der Quote», sagte er letztes Jahr der «NZZ am Sonntag».⁵ Aktuell ist die SRG also tatsächlich konzessioniert, stets auf der Gewinnerseite zu stehen.

Um diese Streichungen in der bis zum 31. Dezember 2017 gültigen Konzession durchführen zu können, müsste jedoch zuerst

die Bundesverfassung, Art. 93, Abschnitt 2 geändert werden. Eine schlanke Lösung könnte so lauten: «Mit einer sachgerechten und akkuren Darstellung der Ereignisse tragen die öffentlich-rechtlichen Medien zur freien Meinungsbildung bei. Sie bringen die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck und berücksichtigen dabei die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone.»

Freiräume und Möglichkeiten

Bindet man die Öffentlich-Rechtlichen auf einen eng umrissenen Auftrag zurück, so eröffnen sich privaten Medienunternehmern in allen Mediengattungen neue Möglichkeiten. Umgekehrt muss dann allerdings auch gelten: Öffentlich-rechtliche Inhalte sollten nicht von der Art des Mediums abhängig sein müssen. Wenn die Bürger auf demokratischem Weg zum Ausdruck bringen, dass sie die Inhalte einer öffentlich-rechtlichen Anstalt finanzieren möchten, wäre es unsinnig, die Verbreitung ihrer Programme auf Radio und Fernsehen zu beschränken. Dadurch entstünde nicht nur ein Freiraum, um mit dem neusten technischen Fortschritt einherzugehen. Wenn sie alle Medienformen bespielt und damit alle Bevölkerungsschichten erreicht, bewahrt das auch die Legitimation der SRG. Den klassisch-journalistisch arbeitenden Medien würde ein reduzierter SRG-Leistungsauftrag mehr Spielraum bieten. Medienangebote im Bereich Unterhaltung und Sport und je nachdem auch in den Bereichen Bildung und Kultur wären sogar vom unfairen Wettbewerbsdruck des gebührenfinanzierten Monopolisten vollständig befreit.

Mit Abstrichen im Angebot ist natürlich zu rechnen: Wenn sich keine hiesigen Medienunternehmen finden, welche die Übertragungsrechte für Olympische Spiele, den European Song Contest oder die Fussball-Weltmeisterschaft sichern oder Schwingfeste und Skirennen übertragen, so wird das Publikum gezwungen

«Aktuell ist die SRG konzessioniert, stets auf der Gewinnerseite zu stehen.»

Ronnie Grob

sein, auf die Angebote von Verbänden oder anderen Anbietern aus den Nachbarländern zuzugreifen, gegebenenfalls kostenpflichtig. Auch eine Reihe von im freien Markt nicht konkurrenzfähigen Lokalsendern müsste wohl schliessen. Es sei denn, sie kämen zu neuen Geldquellen oder fänden dank des Wegfalls von SRF-Unterhaltungskanälen wie Radio SRF 3 zu neuen Hörern.

Doppelmoral und Verlogenheit

Öffentlich-rechtliche Angebote könnten also nicht nur auf klassischen Kanälen wie Radio und Fernsehen verbreitet werden, sondern auch über Websites, per Newsletter oder App, via Facebook, Twitter, YouTube und WhatsApp, oder gar als gedruckte Zeitung. Die etablierten Marktteilnehmer, insbesondere die Zeitungsverleger, würden sich zwar gegen jegliche in ihren Verkaufsgebieten aufkommende Konkurrenz stemmen. Das ist nachvollziehbar, aber unwichtig. Denn der Journalismus ist zwar für die Gesellschaft unverzichtbar, Gleicher lässt sich aber nicht unbedingt von der Druckwirtschaft und den Medienkonzernen sagen. Die Doppelmoral und Verlogenheit, mit der die Zeitungsverleger einerseits bei jeder Gelegenheit verbal gegen die SRG austeuern und andererseits selbst Gebührentgelder kassieren, muss scharf verurteilt werden. Jährlich fließen 16,5 Millionen Franken an 12 kommerzielle Radiostationen, 2,9 Millionen Franken an 9 komplementäre Radiostationen und 34,6 Millionen Franken an 13 Regional-TV-Stationen.⁶ Vorzeigemann für das pseudomarktwirtschaftliche Gebaren dieser Kreise ist Hanspeter Lebrument, langjähriger Präsident des Verbands Schweizer Medien und gebührenfinanzierter Regionalmonopolist. Die von ihm geleitete Somedia AG, 2014 mit einem ausgewiesenen Gewinn von 3,2 Millionen Franken,⁷ hat jährlich ein Anrecht auf TV- und Radio-Gebührentgelder in der Höhe von 5 818 813 Franken.⁸

Die jammernde, reformscheue, gebührenkassierende Privatwirtschaft, die ihre Einnahmen am liebsten ebenfalls per Steuer einziehen würde, bietet bis jetzt keine Lösung, sondern ist vielmehr selbst Teil des Problems. Dass die SRG heute so stark ist wie noch nie, geht auch auf ihre Kappe. Denn ihre als Lobbying verkauft, endlose Schimpftirade ist beeindruckend wirkungslos geblieben. Wenn Verlage wie Tamedia und Ringier den klassischen Journalismus zugunsten des Digitalgeschäfts mehr und mehr vernachlässigen, ist das zwar bedauernswert. Aber es wird nur dann zum Problem, wenn keine anderen Journalismusanbieter nachrücken. Hier muss niemand geschützt werden. Gestrichen werden kann folglich auch Artikel 93, Absatz 4: «Auf die Stellung und die Aufgabe anderer Medien, vor allem der Presse, ist Rücksicht zu nehmen.» Die Voraussetzung, um das zu tun, ist die Übergabe der aktuell vom Bundesrat ausgeübten Budgethoheit über das öffentlich-rechtliche Angebot an das Volk beziehungsweise an seine direkten Vertreter. So bliebe es in aller Regel beim Parlament zu entscheiden, in welchem finanziellen Umfang sich öffentlich-rechtliche Inhalte in der Schweiz verbreiten dürfen. Die Verteilung des gesprochenen Gelds auf die Kanäle kann gemäss einem

Status quo von Verfassung und Konzession

Bundesverfassung, Art. 93 Radio und Fernsehen¹

- 1 Die Gesetzgebung über Radio und Fernsehen sowie über andere Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitung von Darbietungen und Informationen ist Sache des Bundes.
- 2 Radio und Fernsehen tragen zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung bei. Sie berücksichtigen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone. Sie stellen die Ereignisse sachgerecht dar und bringen die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck.
- 3 Die Unabhängigkeit von Radio und Fernsehen sowie die Autonomie in der Programmgestaltung sind gewährleistet.
- 4 Auf die Stellung und die Aufgabe anderer Medien, vor allem der Presse, ist Rücksicht zu nehmen.
- 5 Programmbeschwerden können einer unabhängigen Beschwerdeinstanz vorgelegt werden.

Konzession SRG SSR (Stand 1. Juni 2013), Art. 2 Programmauftrag²

- 1 Die SRG erfüllt ihren Programmauftrag in erster Linie durch die Gesamtheit ihrer Radio- und Fernsehprogramme; die Programmleistungen werden gleichwertig in allen Amtssprachen erbracht.
- 2 In ihren Programmen fördert sie das Verständnis, den Zusammenhalt und den Austausch unter den Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kulturen, Religionen und den gesellschaftlichen Gruppierungen. Sie fördert die Integration der Ausländerinnen und Ausländer in der Schweiz, den Kontakt der Auslandschweizerinnen und -schweizer zur Heimat sowie im Ausland die Präsenz der Schweiz und das Verständnis für deren Anliegen. Sie berücksichtigt die Eigenheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone.
- 3 Innerhalb des vorgegebenen programmlichen und finanziellen Rahmens berücksichtigt die SRG die unterschiedlichen Anliegen und Interessen des Publikums.
- 4 Die SRG trägt bei zur:
 - a) freien Meinungsbildung des Publikums durch umfassende, vielfältige und sachgerechte Information insbesondere über politische, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge;
 - b) Entfaltung und zur Stärkung der kulturellen Werte des Landes sowie zur Förderung der schweizerischen Kultur unter besonderer Berücksichtigung der Schweizer Literatur sowie des Schweizer Musik- und Filmschaffens, namentlich durch die Ausstrahlung von veranstalterunabhängigen Schweizer Produktionen und eigenproduzierten Sendungen;
 - c) Bildung des Publikums, namentlich durch die regelmässige Ausstrahlung von Sendungen mit bildenden Inhalten;
 - d) Unterhaltung.

¹ Vgl. <https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19995395/index.html#a93>.

² Vgl. http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/marktuebersicht/ssr_srg/04634/index.html?lang=de bzw. http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/marktuebersicht/ssr_srg/04634/index.html?lang=de&download=NHzlpZeg7t,lnp6l0NTU042l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpjCDfHt2gWym162epYbg2c_JkKbNoKSn6A

Schlüssel vorgenommen werden, der sich auf neuste Daten aus wissenschaftlichen Mediennutzungsstudien stützt und die Aufmerksamkeitsbudgets entsprechend verteilt.

Fazit

Die SRG soll also alle Mediengattungen bespielen dürfen, und das in einer Höhe, die lediglich vom Parlament bestimmt wird? Korrekt. Die Inhalte müssen ja nur einmal hergestellt werden, worauf sie – gegebenenfalls geringfügig dem Medium angepasst – kostengünstig auf alle bisherigen und zukünftigen Kanäle verteilt werden können. Bei SRF-Radiosendungen läuft schon jetzt eine Kamera mit, man findet sie auf YouTube. Werden diese Inhalte verschriftlicht, lassen sie sich als Texte ausspielen. Als Texte vorliegende Recherchen wiederum lassen sich audiovisuell verarbeiten.

Einsparungsmöglichkeiten gibt es bei den Redaktionen: Je eine Zentralredaktion pro Sprachregion mit freien Mitarbeitern in den Regionen genügt. Lugano, Genf und Zürich können sich dabei gegenseitig einige Arbeiten übersetzen. In welcher Form das geschieht (und vor allem nicht geschieht), dafür bürgt die Konzession. Deren Erteilung und Einhaltung wird aktuell vom Bundesamt für Kommunikation verantwortet – auch das sollte von einer unabhängigeren und staatsferneren Instanz übernommen werden. Geschlossen werden könnten die vor allem Sport und Unterhaltung ausstrahlenden zweiten Fernsehkanäle, es sei denn, das Parlament bewilligt ein Budget, das es erlaubt, sie konzessionsrecht zu füllen.

Verantwortung der Privaten

Eine SRG an der Kandare erzwingt ein grösseres Engagement der Privaten. Kommt es so weit, müssen sie mit Inserateschaltungen oder über Stiftungen dafür sorgen, dass auch von privater Seite weiterhin Nachrichten, Recherchen, Debattenbeiträge, Hintergrundinformationen erstellt und verbreitet werden, und zwar von unabhängigen Journalisten und ohne politische Einflussnahme. Denn jede freie Gesellschaft braucht den sachlichen Dis-

kurs, und eine direkte Demokratie besonders. Diskutieren muss man aber auch über fehlgeleitete Subventionen in den Bereichen Kultur und Wissen.

Rembrandt van Rijn, Vincent van Gogh und Paul Gauguin starben in Armut. Wolfgang Amadeus Mozart und Honoré de Balzac arbeiteten wie besessen und kämpften dennoch zeitlebens gegen Schulden. Franz Kafka hat sein Werk in der Freizeit verfasst, die ihm blieb als Mitarbeiter einer Versicherung. Robert Walser versuchte sich im Feuilleton und endete in einer Heilanstalt. Doch erreichen die heutigen Kultursubventionen geniale Künstler besser? Im Gegenteil: Das System von Preisen und Jurys unterstützt gute Netzwerker. Erfolgreich ist weiter, wer bereit ist, mit ausgefeilten Anträgen in die Bürokratie einzusteigen. Kann man sich Balzac, van Gogh oder Walser vorstellen, wie sie bürokratiekonforme Anträge ausknobeln, um an Förderbeiträge zu gelangen? Auch wenn nur wenige von ihnen als grosse Künstler in die Geschichte eingehen werden: Die guten Journalisten machen so was auch nicht mit. Sie bleiben im Journalismus, solange der ihnen anständige Arbeitsbedingungen bietet. Ist das nicht mehr der Fall, machen sie etwas anderes. ↙

¹ René Scheu (Hrsg.): Weniger Staat, mehr Fernsehen. Service sans public? – Die neue Debatte um die SRG. Zürich: Neue Zürcher Zeitung, NZZ Libro, 2015.

² Lorenz Honegger: Als de Weck noch gegen die SRG antrat. In: Aargauer Zeitung, 17.4.2015, S. 5.

³ Vorwort zu «Zur Kritik der Politischen Ökonomie» von Karl Marx, einsehbar unter http://www.mlwerke.de/me/me13/me13_007.htm.

⁴ Geschäftsbericht 2013 des ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice, S. 37, einsehbar unter www.rundfunkbeitrag.de/e175/e814/Geschaeftsbericht_2013.pdf

⁵ «Ohne Gebühren gibt es keine konkurrenzfähige Produktion», Interview mit Roger de Weck. In: NZZ am Sonntag, 9.11.2014, S. 13.

⁶ «Herleitung der Gebührenanteile 2012» vom 21. Juni 2012, einsehbar unter http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/marktuebersicht/o0519/index.html?lang=de sowie Auskünfte per E-Mail der Somedia AG (Silvio Lebrument) und der Bakom-Medienstelle (Deborah Murith).

⁷ Jahresabschluss der Somedia 2014, einsehbar unter <http://www.somedia.ch/newsmeldung/jahresabschluss-der-somedia-2014/>

⁸ «Herleitung der Gebührenanteile 2012» vom 21. Juni 2012, einsehbar unter http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/marktuebersicht/o0519/index.html?lang=de sowie Auskünfte per E-Mail der Somedia AG (Silvio Lebrument) und der Bakom-Medienstelle (Deborah Murith).

Anzeige



socialdesign
Kompetenz für Ihr Unternehmen.

Wo Menschen zusammenarbeiten und gemeinsame Ziele verfolgen – als Team funktionieren –, da müssen sie sich untereinander organisieren. Hier unterstützt Sie socialdesign.

www.socialdesign.ch