



*Nach der RTVG Abstimmung am 14. Juni 2015*

## **Die SP beantwortet die 10 wichtigsten Fragen zur SRG und zum Service public**

### **1. Braucht es eine starke SRG?**

Ja, die mehrsprachige und direktdemokratische Schweiz braucht eine starke SRG. Der mediale Service public trägt bei zum gesellschaftlichen Zusammenhalt unseres Landes. Die SRG muss in allen Sprachregionen aktiv sein und mit ihren Programmen die politische Debatte und Meinungsbildung zu relevanten nationalen und internationalen Themen anregen.

### **2. Soll die SRG auch im Internet aktiv sein?**

Die Zukunft der Medien wird sich im Internet abspielen. Es ist anachronistisch und geradezu absurd, der SRG diesen Vermittlungskanal zu verbieten. Um die Ziele des Service public zu erreichen, müssen die Menschen erreicht werden. Im 21. Jahrhundert muss Service public deshalb auch im Internet stattfinden, sofern er einen journalistischen Mehrwert bietet. Wer die SRG jetzt im Internet beschneiden will, hat zum Ziel, sie abzuschaffen.

### **3. Soll die SRG weiterhin Werbung schalten dürfen?**

Ja, so wie es jetzt ist (Werbung im TV, keine Werbung im Radio und im Internet), kann es vorläufig bleiben. Die Digitalisierung stellt auch die SRG vor grosse Herausforderungen. Mitten in diesem Wandlungsprozess ist es nicht der richtige Zeitpunkt, um ohne Not zusätzliche Unsicherheiten zu schaffen.

### **4. Sind die Champions League, Formel 1, Glanz und Gloria, Hollywood-Kino (Liste beliebig kombinier- und verlängerbar) Service public?**

Die Programmautonomie obliegt der SRG – und das soll so bleiben. Grundsätzlich gilt: Es braucht ein breites Verständnis von Service public, das auch Unterhaltung und Sport umfasst. Ansonsten wird Service public elitär und verpasst es, die gesellschaftliche Integrationsfunktion zu erfüllen. Vieles dürfen, aber anders als kommerzielle Anbieter ist das passende Motto für die SRG. Im Unterschied zu kommerziellen Anbietern, garantiert die SRG zudem einen Schweiz-Bezug. In den Programmen, aber auch in der Produktion.

### **5. Ist die SRG zu gross?**

Die SRG hat in den letzten rund 15 Jahren zu stark auf Expansion gesetzt und sich zu oft wie ein x-beliebiger privater Konzern verhalten. Das Abstimmungsergebnis ist auch ein wenig eine Quittung für diesen Kurs. Die Verantwortlichen müssen nun über die Bücher, sich stärker auf ihre Raison d'Être als gebührenfinanzierter Service-public-Anbieter besinnen und im gesellschaftlichen Dialog eine zugehörige Identität entwickeln.

### **6. Soll die SRG besser kontrolliert werden?**

Eine bessere Einbettung der SRG in die Gesellschaft stärkt nicht nur die demokratische Kontrolle, sondern auch die Legitimation der SRG in der Bevölkerung. Die SRG nutzt das riesige Potenzial ihrer zivilgesellschaftlichen Institutionalisierung als Verein nicht genügend aus. Wenn es um strategische Fragen geht, dominiert das professionelle Management, die Trägerschaft kann höchstens abnicken. Es braucht z.B. Instrumente, die auch vor der Lancierung neuer Programme und Produkte der SRG wirksam werden können. Eine breit zusam-

mengesetzte Kommission, die über ein Vetorecht verfügt und in der insbesondere auch die Trägerschaft und die Gebührenzahlenden repräsentiert sind, wäre ein möglicher Weg.

### **7. Muss die SRG transparenter sein?**

Ja, die Geldflüsse der SRG müssen für alle ersichtlich und nachvollziehbar sein. Wer mit öffentlichen Geldern arbeitet muss transparent sein, das gilt auch für Medien, die beispielsweise im Rahmen des Gebührensplittings gefördert werden. Eine jährliche Präsentation eines Rechenschaftsberichts, der neben finanziellen auch journalistische Fragen beinhaltet, kann auch dazu beitragen, die demokratiepolitisch wichtige Debatte zur Rolle der Medien in einer demokratischen Gesellschaft zu stärken.

### **8. Ist die SRG an den Problemen der Privaten Schuld?**

Nein, ist sie nicht. Für kleinere Medien, die über sehr beschränkte Ressourcen verfügen, ist der digitale Wandel eine riesige Herausforderung. Die grossen Medienkonzerne schreiben seit mehreren Jahren wieder Millionengewinne. Ihre „Probleme“ sind v.a. auch hausgemacht. Sie haben zu spät auf die Digitalisierung reagiert. Und vor allem sind die dazu übergegangen, ihre Redaktionen als Profit-Center zu missbrauchen, die, egal ob „Gratiszeitung“ oder „Qualitätsblatt“, Renditen bolzen müssen.

### **9. Sollen Gebührengelder vermehrt auch anderen Medien als der SRG zukommen?**

Ja, das sollen sie – und mit dem Gebührensplitting verfügen wir bereits über entsprechende Erfahrungen. Eine demokratiegerechte Medienlandschaft braucht nicht nur eine starke SRG, sondern eine Vielfalt an unabhängigen journalistischen Medien auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene. Es braucht eine direkte Medienförderung, um den Monopolisierungstendenzen und den Qualitätsproblemen im Pressebereich und bei den Onlinemedien zu begegnen und neue journalistische Projekte zu ermöglichen. Es soll nicht nach dem Prinzip Giesskanne Geld verteilt werden. Vielmehr braucht es klar festgelegte Kriterien (Struktur, Arbeitsbedingungen, Qualität) zur Verteilung der Fördergelder. Die SP fokussiert aktuell auf die Förderung journalistischer Onlinemedien, die innerhalb der bestehenden Verfassung machbar wäre.

### **10. Muss die Politik der SRG die Strategie vorlegen?**

Das ist nicht Aufgabe der Politik, sondern der SRG. Mit Blick auf die Neukonzessionierung 2019 ist von der SRG aber eine umfassende Auslegeordnung gefordert, aufgrund derer das Parlament Leitplanken für die weitere Entwicklung der SRG und des gesamten schweizerischen Mediensystems festlegen kann.