

Raison d'être der SRG SSR¹

1 Unabhängig und föderalistisch

In allen Landesteilen präsent

- Die SRG umfasst **fünf Unternehmenseinheiten**: SRF (Deutschschweiz), RTS (französische Schweiz), RSI (italienische Schweiz), RTR (rätoromanische Schweiz) und SWI (Auslandschweiz und Ausland).
- Sie ist das einzige Medienunternehmen, das in allen vier Sprachräumen der Schweiz audiovisuelle Inhalte **vor Ort** herstellt – von Scuol bis Delémont und von Schaffhausen bis Sion (7 Hauptstudios in Zürich, Bern, Basel, Chur, Lugano, Lausanne und Genf sowie 17 Regionalstudios).

Unabhängig von Politik und Geldgebern

Die Bundesverfassung garantiert die Unabhängigkeit der SRG. Wirtschaft und Politik können keinen Einfluss auf die publizistischen Inhalte der SRG-Programme nehmen:

- Die SRG wird zu **75 Prozent mit Gebührengeldern** finanziert. Dadurch kann sie ihre Angebote unabhängig von Wirtschaft und Politik gestalten.
- Die SRG ist ein **unabhängiger Verein** und gehört nicht dem Staat. Dem demokratischen und föderalistischen Trägerverein der SRG mit über 23 000 Mitgliedern können alle, die möchten, beitreten.
- Das Parlament legt mit dem Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) die Rahmenbedingungen für die SRG fest. Die Erteilung der **SRG-Konzession erfolgt durch den Bundesrat**.

2 Solidarisch und verbindend

Für alle vier Sprachregionen der Schweiz

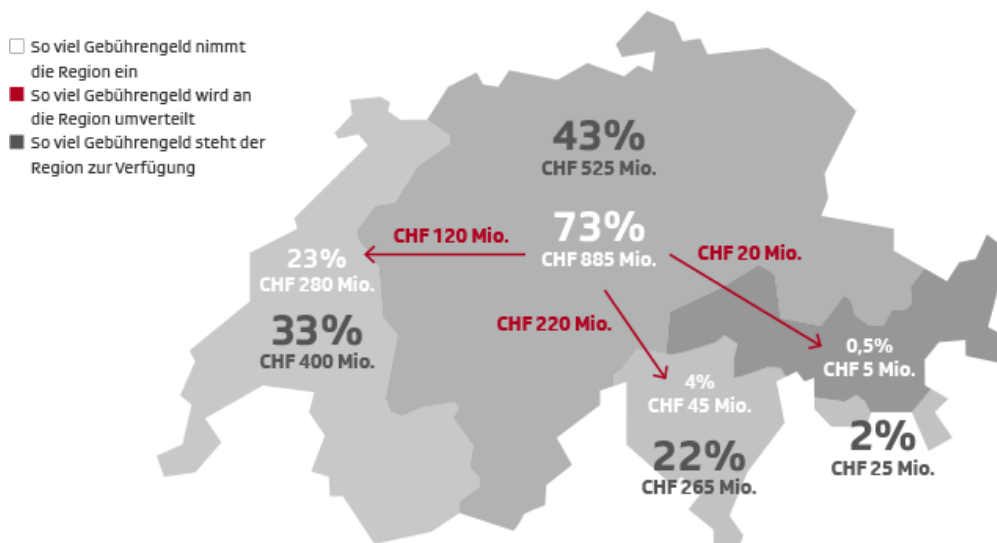


Abbildung 1: Regionaler Finanzausgleich der **Gebühreinnahmen** (1,2 Milliarden Franken). Ein grosser Teil der Gebühreinnahmen aus der Deutschschweiz wird den anderen Sprachregionen zugewiesen (Umlagerung der **zentralen Leistungen eingeschlossen**; rundungsbedingte Differenz möglich).

¹ Das vorliegende Dokument ergänzt das Dokument «Abbild der Schweiz» sowie die Publikation «Für alle» und enthält zentrale Argumente inklusive Beispiele für die Service-public-Debatte.

Die SRG versorgt sie die gesamte Bevölkerung inhaltlich umfassend mit gleichwertigen Radio- und Fernsehprogrammen in den drei Amtssprachen (RTVG, Art. 24a). Als **öffentliches Medienhaus** bürgt die SRG für eidgenössische Solidarität: 73 Prozent der Gebühreneinnahmen stammen aus der Deutschschweiz, die davon nur 43 Prozent erhält. Die französische Schweiz erhält 33 Prozent, die italienische Schweiz 22 Prozent und die rätoromanische Schweiz 2 Prozent. Müsste die Bevölkerung der italienischsprachigen Schweiz das Programmangebot von **RSI** alleine finanzieren, betrügen die Empfangsgebühren dort **nicht 451 Franken, sondern mehr als 2300 Franken**.

Integration von Menschen mit Migrationshintergrund

Es gehört zum **Auftrag der SRG**, die Lebenswelten von in der Schweiz lebenden Ausländerinnen und Ausländern abzubilden. Dieser Auftrag widerspiegelt sich in ihrem Angebot. Drei Beispiele:

- **Integrations-App «together»:** Mit der siebensprachigen Quiz-App können Nutzerinnen und Nutzer spielerisch das Leben in der Schweiz entdecken.
- **«SRF 3 zeigt Flagge»:** Radio SRF 3 porträtierte 2016 rund 200 Ausländerinnen und Ausländer verschiedener Nationalitäten und erzählte von ihrem Leben in der Schweiz.
- **«Bonjour la Suisse»:** In der aktuellen Serie «Bonjour la Suisse» begleitet RTS Ausländerinnen und Ausländer, die in die Schweiz gekommen sind, um hier zu leben.

SRG-Angebote über die Grenzen hinaus

Seit über zehn Jahren erfüllt die SRG den vom Bund erteilten Informationsauftrag für das Ausland. Dieser beinhaltet:

- die Informationsplattform **SWI swissinfo.ch** mit einem zehnsprachigen Angebot für rund 760 000 Auslandschweizerinnen und Auslandschweizer und ein an der Schweiz interessiertes internationales Publikum;
- das italienischsprachige Angebot auf **tvsvizzera.it** mit RSI-Programmen und Swissinfo-Inhalten für Italien sowie für Grenzgängerinnen und Grenzgänger;
- die Teilnahme an den internationalen Fernsehsendern **TV5Monde** (RTS-Sendungen, Schweizer Filme) und **3sat** (SRF-Sendungen mit kulturellem Fokus).

Für das junge Publikum

Die SRG verfolgt das Ziel, die Gruppe der **Jungen** mit spezifischen Angeboten zu bedienen:

- **«Nouvo»:** Für die jungen Nutzerinnen und Nutzer produzieren die Unternehmenseinheiten der SRG seit März 2016 kurze Videos in fünf Sprachen zu aktuellen Themen, die speziell für **Social Media** (Facebook, Twitter und Instagram) konzipiert sind.
- **Webserien:** Das junge Publikum konsumiert Medieninhalte zunehmend **online**. Um dieser Entwicklung Rechnung zu tragen, produzierten SRF, RTS und RSI 2016 verschiedene Webserien wie beispielsweise «Inked» (SRF), «Carac Attack» (RTS) oder «Arthur» (RSI).
- **Live-Übertragungen:** Schweizer Sporthighlights wie das Australian Open Final 2017 zwischen Roger Federer und Rafael Nadal sind Publikumsmagnete – **die Marktanteile bei den 15- bis 29-Jährigen** lagen in der Deutschschweiz bei knapp **73 Prozent**, in der Westschweiz bei **67 Prozent** und in der italienischen Schweiz bei **79 Prozent**.

Leistungen für sinnesbehinderte Menschen – barrierefreies Fernsehen

- **Untertitelung:** Mehr als 50 Prozent des TV-Programms zeigt die SRG mit Untertitelungen – in der besten Sendezeit (Primetime) und in allen Sprachregionen.
- **Gebärdensprache:** Die SRG übersetzt täglich eine Nachrichtensendung pro Sprachregion (ohne RTR) sowie weitere Sendungen in Gebärdensprache.
- **Audiodeskription:** Im Jahr 2016 strahlte die SRG 412 Hörfilme aus. Eine neue Vereinbarung, die ab 2018 in Kraft treten wird, ist derzeit in Erarbeitung.

Humanitäre Unterstützung bei Katastrophen im In- oder Ausland

- Die SRG pflegt eine enge Partnerschaft mit der **Glückskette**. Bei Katastrophen im In- oder Ausland unterstützt sie diese mit Spendenaufrufen.
- 2016 engagierte sich die Glückskette mit einem Gesamtbetrag von 104 Millionen Franken in 167 laufenden Projekten in 42 Ländern.

3 Vielfältig und identitätsstiftend

Vielfältiges Programm

- Die SRG versorgt die gesamte Bevölkerung mit einem attraktiven Radio-, TV- und Online-Angebot² in den Sparten **Information, Kultur, Bildung, Unterhaltung und Sport**.
- Im Jahr 2016 wendete die SRG 39 Prozent ihrer Ausgaben für Information, 23 Prozent für Unterhaltung und Film, 18 Prozent für Kultur, Gesellschaft und Bildung, 13 Prozent für Sport sowie 7 Prozent für Musik und Jugend auf.

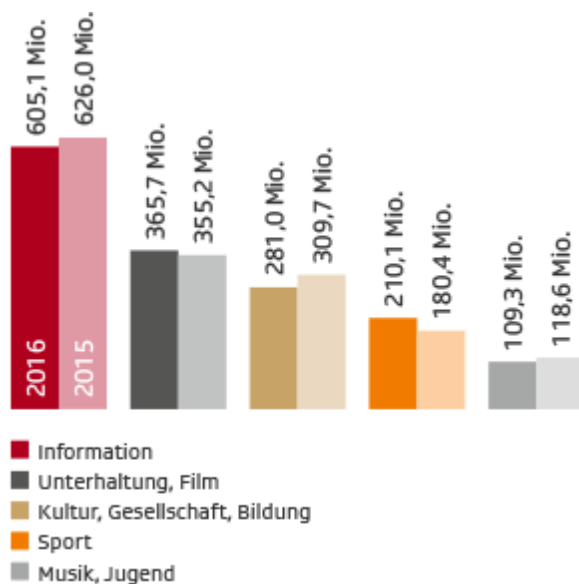


Abbildung 2: Ausgaben nach Programminhalt 2015/2016 in Mio. Franken³

Förderung Schweizer Kultur

- **Filmförderung:** Im Rahmen des «Pacte de l'audiovisuel» stellt die SRG jährlich 27,5 Millionen Franken für die Herstellung von Schweizer Filmen bereit. Rechnet man alle weiteren Ko- und Auftragsproduktionen dazu, sind es insgesamt 40 Millionen, die der Schweizer Filmbranche pro Jahr zu Gute kommen. Als Medienpartnerin unterstützt die SRG zudem diverse Schweizer Filmfestivals wie beispielsweise die Solothurner Filmtage, das Locarno Festival oder auch das Geneva International Film Festival.
- **Musikförderung:** Die SRG hat sich mit der Charta der Schweizer Musik dazu verpflichtet, Schweizer Musik und neue Schweizer Talente zu fördern. Die Swiss Satellite Radios (Pop, Classic, Jazz) strahlen seit Sommer 2017 über 50 Prozent Schweizer Musik aus – bei Radio SRF Virus und Radio Rumantsch liegt der Musikanteil schon länger über 50 Prozent. Zum

² Das Online-Angebot beschränkt sich auf Inhalte mit Sendungsbezug. Inhalte ohne Sendungsbezug (erlaubt in den Sparten News, Sport und Regionales/Lokales) dürfen maximal 1000 Zeichen beinhalten.

³ Ausgaben ohne Kosten des nicht konzessionierten Drittgeschäfts und ohne Sondereffekte 2016 (Minderkosten Sparprogramm, Minderkosten Senkung technischer Zinssatz Pensionskasse sowie Sondereffekte Immobilien).

Vergleich: Deutschschweizer Lokalradios strahlen rund 10 Prozent Schweizer Musik aus; Lokalradios in der französischen und italienischen Schweiz gut 4 Prozent beziehungsweise rund 2 Prozent.⁴

- **Literaturförderung:** Neben Film und Musik fördert die SRG auch die Literatur in ihren Radio- und Fernsehprogrammen und unterstützt im Rahmen von Medienpartnerschaften verschiedene Literaturveranstaltungen wie beispielsweise die Solothurner Literaturtage – das wichtigste Forum für Schweizer Literatur.

4 Kompetent und erfolgreich

Qualität und Glaubwürdigkeit der SRG-Angebote

- **Grosse Reichweite:** Die Radio- und Fernsehprogramme der SRG erreichen wöchentlich 94 Prozent der Schweizer Bevölkerung. Beim Radio liegt der Marktanteil der SRG-Programme bei rund 66 Prozent, beim Fernsehen bei rund 30 Prozent.⁵
- **Hohe Berichterstattungsqualität und Glaubwürdigkeit:** SRF, RTS, RSI, RTR und SWI betreiben einen sorgfältigen und kritischen Journalismus, der Sachverhalte einordnet und Hintergründe aufdeckt. Im Vergleich zu Abonnementszeitungen, Privatsendern und anderen Medientypen schneidet das öffentliche Radio und Fernsehen betreffend Glaubwürdigkeit und Berichterstattungsqualität am besten ab.⁶
- **Umfassende Qualitätskontrolle:** Die SRG hat Instrumente entwickelt, um die Qualität im Programm zu messen, zu steuern und zu überwachen:
 - **Interne Qualitätskontrolle:** Austausch innerhalb der Unternehmenseinheiten sowie mit Kolleginnen und Kollegen aus dem Ausland; Einbezug von Rückmeldungen seitens Publikums- und Marktforschung.
 - **Meinung des Publikums:** Beurteilung der publizistischen Leistungen durch die fünf Publikumsräte (bestehend aus Publikumsvertreterinnen und -vertretern); Austausch über Dialogplattformen wie «Hallo SRF» (SRF), «Senza filtri» (RSI) oder «In café cun la directura» (RTR); direkter Kontakt mit dem Publikum im Rahmen von Sendungen (RTS).
 - **Externe Kontrollorgane:** Prüfung durch das Bundesamt für Kommunikation (Bakom) und das Eidgenössische Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (Uvek) (Kontrolle der gesetzlichen Grundlagen), den Schweizer Presserat (Überwachung journalistischer Qualität), die fünf Ombudsstellen und die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) bei Beanstandungen gegen das publizistische Angebot).

Technisches Know-how und Innovation

Die SRG hat das technologische Know-how, um die Digitalisierung, welche die Gesellschaft in noch kaum greifbarem Ausmass verändert, innovativ mitzuprägen. Zum Beispiel:

- **Neue Möglichkeiten im Bereich Fernsehen:** HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) verknüpft digitales Fernsehen mit dem Internet – und bietet so die Möglichkeit, Fernsehen interaktiv zu gestalten. Alle SRG-Sender verfügen über ein entsprechendes Angebot.
- **Digitalisierung des Radios:** 2016 hat die SRG von DAB (Digital Audio Broadcasting) auf DAB+ umgestellt. Bis 2024 soll auch die analoge UKW-Verbreitung in der Schweiz vollständig durch DAB+ abgelöst werden.
- **Förderung innovativer Projekte:** Seit 2015 betreibt die SRG ein professionelles Screening der medialen Start-up-Szene und initiiert gemeinsam mit Jungunternehmen innovative Projekte.

⁴ Vgl. [Service-public-Bericht](#) des Bundesrates vom 17. Juni 2016, S. 65. Anmerkung: Zu den Lokalradios zählen alle privaten Radioveranstalter mit Konzession.

⁵ Vgl. Mediapulse 2016 (Zahlenbasis: 2015).

⁶ Vgl. FÖG: «Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz», 2016, S. 42-43.

5 Wirtschaftlich relevant und wettbewerbsfähig

Die SRG als Wirtschaftsfaktor

- Die SRG ist mit rund 6000 Mitarbeitenden respektive 4900 Vollzeitstellen das grösste elektronische Medienunternehmen der Schweiz und damit eine **wichtige Arbeitgeberin**.
- Mit jedem Arbeitsplatz bei der SRG und den 34 privaten Radio- und Fernsehveranstaltern mit Gebührenanteil ist indirekt **ein weiterer Arbeitsplatz** in der Schweiz verbunden. Dadurch werden in der Schweiz direkt und indirekt rund **13 500 Arbeitsplätze** geschaffen.⁷

Die SRG als Werbeträgerin

- Die SRG ist wichtig für die Werbewirtschaft, da ihre Programme eine grosse Reichweite haben.
- Die SRG generiert Werbe- und Sponsoringeinnahmen in der Höhe von rund 283 Millionen Franken.⁸

Die SRG als Partnerin

- **Content und Technologie:** Verschiedene Schweizer Medienunternehmen (zum Beispiel NZZ, Ringier Axel Springer Schweiz und SDA) nutzen tagesaktuelle Videos der SRG und werten dadurch ihr Online-Angebot auf. Weitere Kooperationen sind geplant.
- **Ausbildung:** Die SRG unterstützt journalistische Lehrgänge (MAZ, AJM) und kooperiert mit verschiedenen Schweizer Universitäten. Ausserdem beteiligt sie sich als Förderpartnerin an der Medientechnologie-Initiative der ETH Zürich und am Medientechnologie-Projekt «Swiss Media Initiative» mit der EPFL in Lausanne.

6 Transparent und fair

Die SRG gehört zu den transparentesten Medienhäusern Europas. In ihrem Geschäftsbericht nimmt die SRG offen Stellung zu ihren Zahlen und Aktivitäten:

- Neben den **Kosten ihrer TV-Sendungen und Radiosender** weist die SRG auch die **Gesamtkosten für Sportrechte** und für nationale Koproduktionen aus.
- Die SRG verfügt über ein **zeitgemässes** und **fares** Lohnsystem: Das Verhältnis vom höchsten zum tiefsten Lohn beträgt 1:10.

Kontakt:

SRG Unternehmenskommunikation

Nicolas Maingot (operative und stv. Leitung UK), nicolas.maingot@srgssr.ch, +41 31 350 92 10

August 2017

⁷ Vgl. BAK-Basel-Studie 2016: Volkswirtschaftliche Effekte des gebührenfinanzierten medialen Service public.

⁸ Der SRG ist Fernsehwerbung erlaubt, nicht aber Radio- oder Online-Werbung.