

No Billag - Chance für die Erneuerung des Service public der SRG ?

Rainer Keller

21. Dezember 2017

Ausgangspunkt meiner Ueberlegungen ist das Scheitern von No Billag am 4. März 2018. Die Mehrheit der Stimmbürgerinnen und Stimmbürger wird sich (hoffentlich) von den alternativen Fakten der No Billag-Initianten (u.a. Finanzierung der SRG durch die Kantone!) nicht für dumm verkaufen lassen. Sollte ich mich irren, bleibt immer noch das Ständemehr; an dieser Hürde wird No Billag auf jeden Fall scheitern. Allerdings muss wie bereits bei der Abstimmung über die Haushaltabgabe 2015 (?) der voraussichtlich hohe Anteil an JA-Stimmen, gerade bei den Jungen, zu denken geben.

Immerhin: Die SRG wird am 4. März 2018 nicht abgeschafft. Darüber sollten wir uns aber nicht zu früh freuen; der politische Druck auf die SRG wird auf jeden Fall hoch bleiben. Das hat auch mit der zuweilen eigenmächtigen und zu offensiven Interpretation des gesetzlichen Service public-Auftrags durch die SRG selbst zu tun. Im Prinzip ist (war?) Service public für die SRG immer das, was sie in Radio, TV und Online gerade veranstaltete. Dies hat mit gütiger Mithilfe des Bundesrates über die Jahre zu einer massiven „Sortimentsausweitung“ geführt, die nicht nur mit der Viersprachigkeit des Landes resp. der „idée suisse“ begründet werden kann. Unter den aktuellen Gegebenheiten ist schwer zu vermitteln, wieso der Auftrag nur mit 27 Programmen erfüllt werden kann.

Auf jeden Fall sollten die Absage an No Billag und das kürzliche Zufallsmehr zur Umstellung des gesetzlichen Finanzierungsmodells zum Anlass genommen werden, den **konkreten Leistungsauftrag der SRG gründlich und ohne ideologische Scheuklappen zu überdenken**. Schliesslich kann der Service public nicht gleich wie vor 20 Jahren definiert und legitimiert werden.

Selbst der Bundesrat hat in seinem Bericht über den Service public im Medienbereich vom 17. Juni 2016 einschlägigen Handlungsbedarf erkannt:

- Generell ist der Service public im Medienbereich an die veränderten technologischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen anzupassen.
- Der Leistungsauftrag der SRG ist in der Konzession 2019 zu schärfen,

- Das Service public-Profil muss deutlicher hervortreten. Konkret bedeutet das für den Bundesrat:
 - Bessere Erreichbarkeit der Jungen
 - Sicherung der bestehenden Informations- und Kulturleistungen,
 - Erhöhte Anforderungen an die Integrationsleistungen,
 - Bessere Unterscheidbarkeit der SRG,
 - Zusätzliche Anstrengungen im Bereich der Unterhaltung.

Im Entwurf der neuen SRG-Konzession 2019 schlägt das UVEK zudem vor, dass mindestens die Hälfte der Gebührengelder in den Bereich Information fließen sollen.

Selbst der notorisch SRG-freundliche Bundesrat ist also der Meinung, dass der Service public, insbesondere seine Umsetzung in einem konkreten Programm-Portfolio der SRG nicht in Stein gemeißelt, sondern ein dynamischer Prozess sind, der mit der gesellschaftlichen und technologischen Entwicklung Schritt halten muss.

Ist der dynamische Charakter des Service public weitgehend unbestritten; gilt dies nicht für die konkrete quantitative und qualitative Umsetzung im Programm-Portfolio. Hier passiert häufig ein Denkfehler, indem die erforderliche periodische Anpassung des Programmangebots i.d.R. als Ausbau, als Einbahnstrasse verstanden wird. Die Frage lautet einzig: "Was brauchen wir zusätzlich, um die Marktstellung zu halten oder gar auszubauen"? Diese Fragestellung ist keineswegs deplatziert, sondern unternehmerisch logisch; die Führung der SRG muss sie periodisch bei der Ueberprüfung der Unternehmensstrategie diskutieren, aber eben nicht nur.

Genauso intensiv und ernsthaft ist die Option Redimensionierung des Angebots zu prüfen. Es kann ja nicht à priori ausgeschlossen werden, dass im digitalen Zeitalter einerseits die Gewichtung der einzelnen Programmsparten zwecks Schärfung des Service public-Profiles, andererseits die schiere Menge der angebotenen Programme überprüft werden kann und muss. Wenn das Netz fast grenzenlose Möglichkeiten der Entspannung unter Unterhaltung bereitstellt, jede noch so kuriose Vorliebe bedient, muss doch geprüft werden, was dies zum Beispiel für den Unterhaltungs-Teilauftrag der SRG in Zukunft bedeutet.

Eine analytische und ergebnisoffene Grundhaltung führt weiter zur Frage, ob das Angebot nicht stärker auf jene Bereiche fokussieren sollte, die weder im Netz noch von kommerziellen in- und ausländischen Sendern in der von

der Konzession geforderten Qualität und Relevanz für die Schweizer Bevölkerung angeboten werden.

Im Endeffekt könnte sich die SRG von der Illusion verabschieden, für alle gesellschaftlichen Gruppen ein Angebot bereitzuhalten, was ohnehin ein Ding der Unmöglichkeit ist. Die Idee einer Sortimentsbereinigung und Schärfung des Service public-Profiles, das über Retouchen bei der Mittelzuteilung hinausgeht, ist medienrechtlich durchaus machbar. Der Leistungsauftrag des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) richtet sich nämlich an das Gesamtsystem der elektronischen Medien in der Schweiz und wird mittels Konzessionen an die einzelnen Veranstalter übertragen. Die SRG als dominierender Veranstalter trägt die Hauptlast des Auftrags und bekommt dafür auch den Löwenanteil der Gebühren. Es steht dem Bundesrat allerdings frei, den Auftrag der SRG den veränderten Verhältnissen anzupassen. Genau das will er angeblich in der Konzession 2019 tun!

Es geht also nicht mehr um die ganze Bandbreite des ursprünglichen Auftrags, von der umfassenden Information über komplexe Zusammenhänge bis zur leichtgewichtigen Unterhaltung, es geht heute mehr denn je um den Kern des Service public, um Information, Meinungsbildung, Kultur und Bildung, um jene publizistischen Leistungen also, die das Funktionieren der Demokratie im Zeitalter von fake news und social Media erst möglich machen (premium content mit exklusivem Schweizbezug resp. Schweizrelevanz).

In diesem Sinn stellen sich beispielsweise folgende Fragen (primär SRF betreffend):

- Benötigt die SRG für die Erfüllung des gesetzlichen Leistungsauftrags auch in Zukunft 27 Radio und TV-Programme plus diverse Online-Portale?
- Braucht es z.B. mit SRF Info einen TV-Wiederholungskanal (Marktanteil 2%) , wo doch alle Radio-und TV-Sendungen auf srf.ch bequem abgerufen werden können?
- SRF4 News: Publizistischer Mehrwert im Sinne des Service public gegenüber den ersten 3 Programmen?
- SRF2: ausländische Serien und Filme, die auch bei der ausländischen Konkurrenz laufen, als Füllmaterial?

- Unterhaltungsformate, die auch auf ausländischen Sendern laufen?
- SRF2: grossflächige Uebertragungen von ausländischen Sportereignissen ohne Schweizer Beteiligung, die auch auf ausländischen Sendern gezeigt werden.
- Etc.

Je nach Antwort auf solche und ähnliche Fragen, wären „Nebenwirkungen“ beim Marktanteil und den Werbeeinnahmen in Rechnung zu stellen. Diese wären wohl zu verschmerzen, weil das geschärfte Service public-Profil der SRG die Gebührenfinanzierung umso stärker legitimieren würde. Eine SRG, die nicht mehr auf beiden Hochzeiten tanzt (Kommerz und Service public) würde weniger Angriffsflächen bieten und die Akzeptanz auch bei politischen SRG-Skeptikern erhöhen.