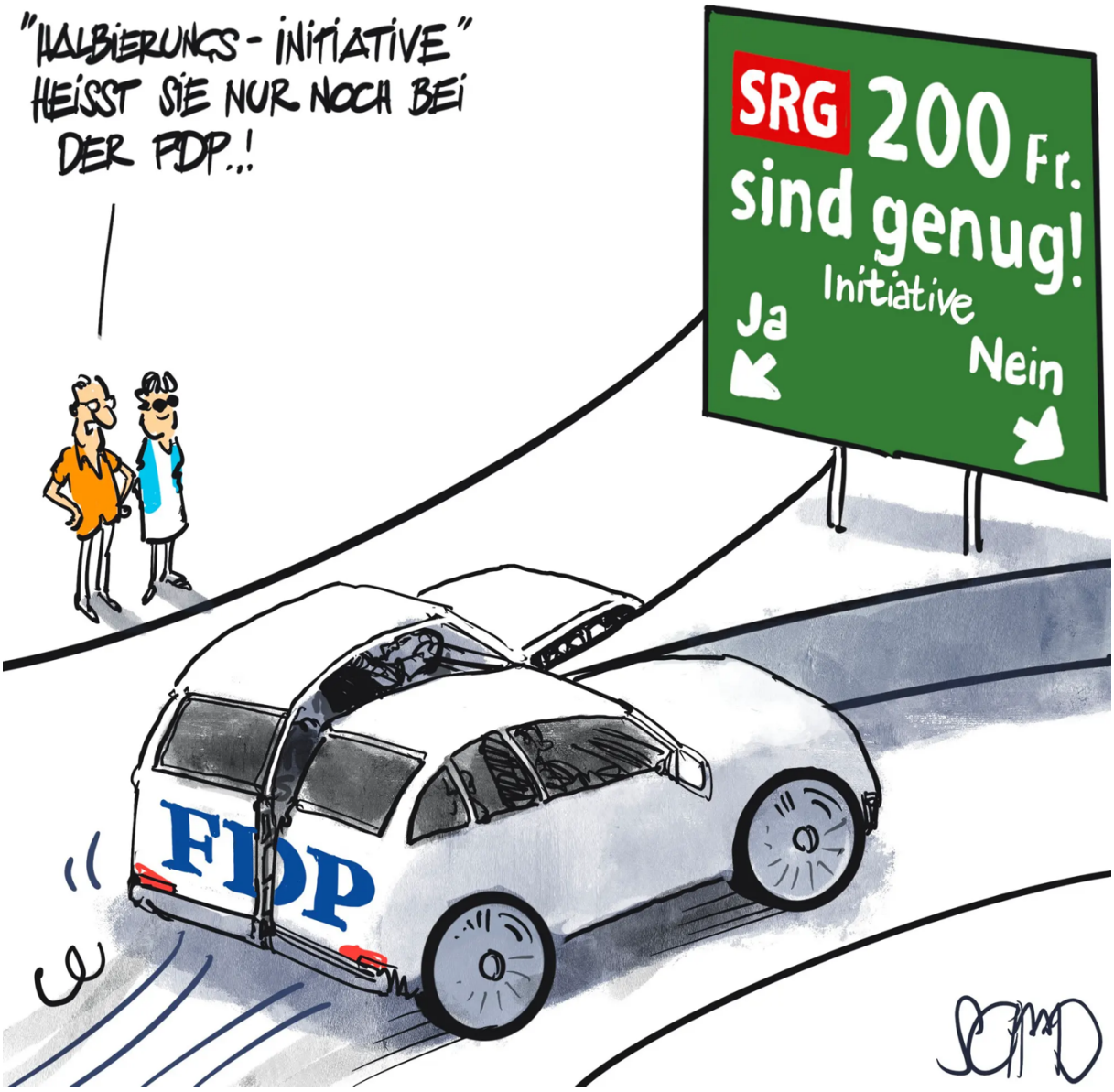


Debatte um Service public: Die SRG-Initiative ist noch nicht eingereicht, schon gehen die Emotionen hoch

Die SVP will der SRG die Gebühren stark kürzen. Schon wieder? Was anders ist als bei No Billag, wer dagegen kämpft – und worauf sich die Stimmbevölkerung gefasst machen muss.

Jacqueline Büchi

Es gibt einfachere Jobs als der von Henriette Engbersen. Seit Februar leitet die ehemalige Grossbritannien-Korrespondentin bei der SRG den Bereich Public Value. Übersetzt heisst das: Sie ist mit ihrem Team dafür verantwortlich, den Austausch mit der Bevölkerung zu pflegen und aufzuzeigen, welchen Mehrwert die SRG für die Gesellschaft bringt.

Das wird nötig sein, wenn das öffentliche Medienhaus weiter im heutigen Umfang bestehen soll. Denn die sogenannte Halbierungsinitiative ist nach Angaben der Initianten zustande gekommen. Sie verlangt, dass private Haushalte nur noch 200 Franken für den Service public von Radio und Fernsehen bezahlen müssen. Unternehmen sollen ganz von der Abgabe befreit werden. Eine Annahme würde für die SRG schmerzhafte Einschnitte bedeuten.

Engbersen betont im Gespräch, sie und ihr Team seien nicht da, um diese Initiative zu bekämpfen. Sie beschäftige sich ganz allgemein mit der Frage, wie sich die Aufgabe der SRG verändert, wenn die Gesellschaft fragmentierter wird, die sozialen Medien an Macht gewinnen und die Kritik an Qualitätsmedien zunimmt.

Klar ist jedoch: Mit der Halbierungsinitiative kommt die nächste Service-public-Debatte auf die Schweiz zu. Das Anliegen dürfte zwar erst nach den Sommerferien eingereicht werden, bereits jetzt hat es aber eine erstaunliche Dynamik ausgelöst.

So etwa im Bundesrat, der im Frühjahr beschlossen hat, nicht weiter an einer neuen SRG-Konzession zu arbeiten – und stattdessen eine «Gesamtschau» vorzunehmen. Man wolle sich verschiedene Handlungsoptionen offenhalten, teilte das Departement des neuen SVP-Medienministers Albert Rösti mit und nahm dabei explizit auch Bezug auf die Initiative. (Rösti war vor seiner Wahl in den Bundesrat Mitglied des Initiativkomitees – und ist es formell immer noch.)

Auch die Gegnerinnen und Gegner der Initiative sind längst aktiv. Sie bündeln unter dem Dach der Allianz Pro Medienvielfalt seit über einem Jahr ihre Kräfte, um bereit zu sein, wenn es darum geht, die Initiative zu bekämpfen, die sie «No Billag 2» nennen.

Und dann sind da noch die Vorschläge, wie man den Service public beleben könnte, ohne der SRG die Mittel zu streichen. Mitte-Präsident Gerhard Pfister etwa schwebt eine nationale Konkurrenz zur SRG vor, die für mehr Wettbewerb sorgen soll.

Mit wem man auch spricht: Für chancenlos hält die Initiative kaum jemand.

Mediennutzung wandelt sich

Zwar ist die No-Billag-Initiative, die die Radio- und TV-Gebühren komplett abschaffen wollte, 2018 mit über 71 Prozent Nein-Stimmen deutlich gescheitert. Doch die neue Vorlage kommt inhaltlich moderater daher: Unter anderem stellt sie in Aussicht, dass die Sprachminderheiten weiterhin «hochwertige Programme» erhalten sollen.

Dazu kommt, dass sich das Mediennutzungsverhalten der Schweizer Bevölkerung weiter wandelt. Die Zeiten, in denen Radio und TV die Hauptinformationsquellen der Bevölkerung waren, sind vorbei. Sämtliche Altersgruppen unter 55 Jahren informieren sich inzwischen am häufigsten online. Das zeigt der Digital News Report von Reuters für die Schweiz, der im Juni veröffentlicht wurde. Bei den jüngsten Befragten im Alter von 18 bis 25 Jahren stehen soziale Medien wie Youtube, Instagram und Twitter an erster Stelle.

Die SRG hat zwar auf die Entwicklung reagiert und zahlreiche Projekte gestartet, um die junge Zielgruppe besser zu erreichen. Aber selbst wenn sie damit erfolgreich ist, wird sie sich der Frage stellen müssen, ob es die Aufgabe eines öffentlichen Medienhauses ist, Onlinenachrichten zu verbreiten oder Kanäle wie Tiktok zu bespielen.

Nein, meint Initiant Gregor Rutz (SVP): «Es gibt im Radio- und TV-Bereich Angebote, die die Privaten schlicht nicht stemmen können oder wollen. Dort braucht es weiterhin einen Service public.» Online-News oder Youtube-Videos gehörten nicht dazu. Eine Diskussion darüber, wo es die SRG noch brauche, sei überfällig.

Gebühren bereits gesunken

Gerade umgekehrt argumentiert Mark Balsiger. Er ist der Öffentlichkeit bekannt als Politanalyst – in dieser Frage tritt er aber als Geschäftsführer der Bewegung Courage Civil auf, die hinter der Allianz Pro Medienvielfalt steht.

In seiner Logik wäre es töricht, die SRG auf gewisse Kernbereiche reduzieren zu wollen: «Wer ihr die Mittel kürzt, wer sie inhaltlich einschränken will oder sie von den Onlineplattformen fernhält, wo sich die Jungen bewegen – der arbeitet auf ihre Abschaffung hin.» Es sei offensichtlich, dass die Initianten das öffentliche Medienhaus in zwei Etappen zerstören wollen. «Sind die Programme erst einmal stark reduziert, bleibt das breite Publikum weg. Dann treten die Libertären wieder auf den Plan und fordern die Abschaffung der Medienabgabe.»

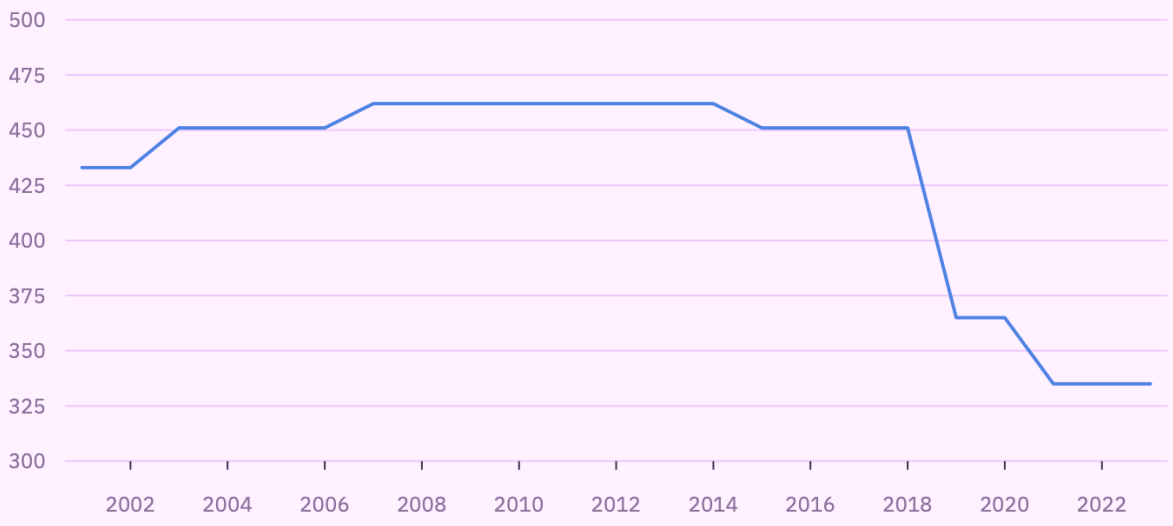
Wenn man Henriette Engbersen fragt, warum sie die Public-Value-Stelle bei der SRG gereizt habe, erzählt sie von einem Aha-Moment, den sie noch als Korrespondentin in England hatte. Im ersten Corona-Lockdown habe sie darüber berichtet, wie im Vereinigten Königreich innerhalb eines Monats Dutzende 5G-Masten attackiert wurden, weil ein angeblicher Experte auf Youtube behauptete, das Virus werde über die Mobilfunktechnologie

verbreitet. «Da entsteht Schaden an der Infrastruktur. Das führt einem vor Augen, wie unverzichtbar verlässliche Informationen für unsere Demokratie und für ein funktionierendes Land sind.»

Hinter der Halbierungsinitiative stehen Exponenten von SVP und Jungfreisinnigen. Offiziell heisst das Volksbegehren, über das schon seit Jahren gesprochen wird, «200 Franken sind genug». Tatsächlich wäre die Reduktion aus heutiger Sicht keine Halbierung. Betrug die Billag-Gebühr für private Haushalte bis 2018 noch jährlich 451 Franken, liegen die Kosten heute – ein Systemwechsel und eine Reduktion später – bei 335 Franken.

Radio- und Fernsehgebühren sind gesunken

Betrag für Radio und TV, in Franken. Ab 2019 Umstellung auf eine geräteunabhängige Haushaltsabgabe



Grafik: jbu; Quelle: Bakom; Daten herunterladen

Mark Balsiger sagt: «Eine gut informierte Gesellschaft sollte uns das wert sein.» Er kenne keine andere Dienstleistung, die in den letzten sechs Jahren 25 Prozent günstiger geworden sei.

Gregor Rutz hingegen verweist darauf, dass das Budget gerade bei jungen Menschen oder Familien oft knapp ist. Unbestritten sei ein Grundservice im Informationsbereich nötig. «Daneben sollen die Menschen aber selber auswählen können, ob sie Serien auf SRF schauen oder einen Teil ihres Medienbudgets doch lieber für ein Netflix-Abo oder eine Onlinezeitung ausgeben wollen.»

FDP ist gespalten

Tatsache ist: Wenn es um Medien geht, sitzt der Bevölkerung das Portemonnaie nicht gerade locker – in der Schweiz ebenso wenig wie anderswo. Lediglich 17 Prozent geben hierzulande an, für Onlinemedien Geld zu bezahlen. Dass die SRG mit ihren kostenlosen

News die privaten Anbieter im Netz konkurrenziert, dürfte mit ein Grund dafür sein, dass einige Verleger bereits mit der Initiative geflirtet haben.

Politisch scheinen die Fronten weniger klar als noch 2018, als es hiess: (Fast) alle gegen die SVP. So ertönte jüngst selbst aus linken Kreisen vermehrt Kritik an der SRG. Gespalten sind die Freisinnigen: Sowohl im Initiativkomitee als auch in der gegnerischen Allianz Pro Medienvielfalt engagieren sich mehrere FDP-Nationalrätinnen und -Nationalräte.

Darauf angesprochen, sagt Parteipräsident Thierry Burkart, die Halbierungsinitiative greife «eine Unzufriedenheit mit der SRG, gewissen linkslastigen Programmen und der Gebührenpolitik auf». Insbesondere störe sich die FDP an der bestehenden Abgabe für Unternehmen. «Einem Gegenvorschlag, der diesen Punkt aufnimmt, würde ich offen gegenüberstehen.» Allerdings sei hier der Bundesrat am Zug.

Linards Udris ist Mediensoziologe am Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (FÖG) an der Universität Zürich. Er sagt, derzeit werde in vielen Ländern diskutiert, was der Wandel des Mediennutzungsverhaltens für den Service public bedeute.

Von den traditionellen Medien nutzen junge Befragte kaum einen Kanal so regelmässig wie SRF – ob analog oder online.

Während Länder wie Österreich das Korsett für die öffentlich-rechtlichen Medien enger schnüren und die maximale Anzahl der Onlineartikel reglementieren wollen, werden die Vorgaben anderswo gelockert. In Deutschland etwa sollen ARD und ZDF im Netz künftig mehr Freiheiten geniessen.

Ein Patentrezept liefere auch die Forschung nicht, so Udris. Allerdings zeigten Erfahrungen aus dem Ausland, dass sich eine Beschneidung der öffentlichen Medien tendenziell negativ auf die Informiertheit der Bevölkerung auswirke. Zudem gelte es zu relativieren: Nur weil TV und Radio für die meisten Jungen nicht mehr das Hauptmedium seien, heisse das nicht, dass sie die Angebote von SRF nicht nutzten.

Daten des Reuters-News-Reports, zu deren Autoren Udris gehört, zeigen nämlich auch: Von den traditionellen Medien nutzen selbst junge Befragte in der Schweiz kaum einen Kanal so regelmässig wie SRF – ob analog oder online. Lediglich «20 Minuten» spielt in einer ähnlichen Liga, kostenpflichtige Print- und Onlinemedien landen weit abgeschlagen dahinter. 61 Prozent der Befragten vertreten zudem den Standpunkt, dass öffentlich finanzierte Nachrichtenmedien wichtig für die Gesellschaft seien.

Henriette Engbersen sieht denn auch keinen Grund, pessimistisch zu sein. Vielleicht müsse die SRG noch besser zuhören, noch besser erklären, was sie macht. «Aber wenn man sich vor Augen hält, wie viel ein Fake-News-Video auf Youtube anrichten kann, dann wird einem die Bedeutung von Qualitätsmedien, zu der auch die SRG gehört, klar.» Und dies sei wichtig für eine gute Diskussion.