

TAGBLATT

8. September 2016, 02:40 Uhr

Mehr Luft für private Medien



SRG-Generaldirektor Roger de Weck macht sich in St. Gallen für das nationale Fernsehen und Radio stark. (Bild: Urs Bucher)

Die SRG soll sich zurücknehmen und privaten Medien mehr Luft lassen – dies ist das Fazit eines Medienforums der SRG Ostschweiz in St. Gallen. Im Lokalen leiste die SRG keinen Service public, sondern die privaten Medien.

MARGRITH WIDMER

Die SRG Ostschweiz liess an ihrem dritten Medienforum in St. Gallen den nationalen Chef reden: Roger de Weck äusserte sich zur Rolle der elektronischen Medien, öffentlich-rechtlich und privat. Grundlage war der Bericht des Bundesrats zum medialen Service public, den Bakom-Direktor Philipp Metzger vorstellte. Neben de Weck nahmen der Ombudsmann der SRG Deutschschweiz, Roger Blum, der Leiter Publizistik der NZZ-Regionalmedien, Pascal Hollenstein, und der Leiter Elektronische Medien der Tagblatt-Medien, André Moesch, Stellung zur Situation der Medien. Diskutiert wurde unter Leitung von Susanne Brunner, Gesprächsleiterin in der SRF 1-Sendung «Rendez-vous».

Die privaten Medien dürften in ihrer unternehmerischen Entfaltung nicht durch eine zu dominante SRG behindert werden. Vor allem dürfe die SRG keine Online-Werbung schalten, auch nicht über interaktives Fernsehen und die kommende Konvergenz der Kanäle. Darin waren sich die Vertreter der privaten Medien einig.

Dominante SRG

Werbebeschränktes SRG-Fernsehen müsse beibehalten werden, mehr Kooperation mit Privaten sei nötig, sagte Metzger. Aber: «Die Beschränkung des Service public auf lineares Radio und TV ist nicht mehr zeitgemäss.»

Das Problem sei nicht die Distribution, sondern die Produktion, so de Weck: «Damit lässt sich kein Geld verdienen.» Sportübertragungen seien krasse Verlustgeschäfte. Weniger Geld bedeute auch weniger Schweizer Filme. Ohne einen grossen Anbieter mit kritischer Masse funktioniere es nicht. «Die SRG stellt sich der Debatte», versicherte er. Mit Grabenkämpfen fahre man die Medienpolitik an die Wand. Er wünscht sich in der Deutschschweiz Kooperationen wie in der Romandie.

Der Bericht sei «self fulfilling prophecy» und viel zu pessimistisch, was die privaten Medien betreffe, stellte Pascal Hollenstein fest. Der Bericht unterschätze die wichtigste Quelle, den Journalismus. Den klassischen Verlagen brächen Werbeeinnahmen weg. Bei den NZZ-Regionalmedien seien das rund zwölf Prozent – 2017 würden es weitere sechs Prozent sein. Das sei potenziell existenzgefährdend – es sei denn, die Verlage würden Katzenfutter oder Autos verkaufen, wie das einige schon täten. Die Verlage müssten journalistische Inhalte online verkaufen und an Werbung verdienen können. Und da sei die SRG schon – «gratis».

Service public sei Grundversorgung: Die leiste die SRG nicht – bei gemeindepolitischen Vorlagen reichten rudimentäre SRG-Informationen nicht zur Entscheidungsfindung der Bürger. Beispielsweise deckten im Kanton Thurgau zwanzig Journalisten jeden Tag den Kanton ab: «Das macht die SRG nicht.»

«Es brodeln im Volk»

Die SRG sei eine Ritterburg mit Türmen, Wassergräben und 5300 Rittern. Sie sei zu gross und zu teuer. «Es brodeln im Volk», sagte André Moesch. Die SRG als einzige Möglichkeit des Service public sei existenzbedrohend für private Medien. «Die SRG kann nicht so gross bleiben; es braucht Platz für Vielfalt und mehr Luft für Private.» Die SRG soll sich darauf konzentrieren, was Private nicht können.

Potenziell existenzgefährdend

Die direkte Demokratie benötige Medien, die Service public böten, so Blum. Ein Abbau schade dem politischen System. In der Diskussion forderte Moesch, die SRG müsse sich zurücknehmen; durch den Koloss entstehe Enge. De Weck spreche von neuen Redaktionen, während die Zeitungen Redaktionen schliessen müssten, sagte Hollenstein: «Es ist die letzte Chance, es muss uns gelingen, online Geld zu verdienen.» Wenn man die SRG schwäche, stärke man die Privaten nicht, konterte de Weck. Er votierte für «gegenseitiges Stärken auf Augenhöhe». Hollenstein darauf: «Ich lasse mich nicht politisch einbinden in die SRG.» Die Marke sei wichtig, konstatierte Moesch. Blum bestätigte: «Die Marke ist die Chance für den Journalismus.»

Diesen Artikel finden Sie auf St.Galler Tagblatt Online unter:

<http://www.tagblatt.ch/nachrichten/panorama/panorama/Mehr-Luft-fuer-private-Medien;art253654,4745847>

COPYRIGHT © ST.GALLER TAGBLATT AG

ALLE RECHTE VORBEHALTEN. EINE WEITERVERARBEITUNG,
WIEDERVERÖFFENTLICHUNG ODER DAUERHAFTESPEICHERUNG ZU
GEWERBLICHEN ODER ANDEREN ZWECKEN OHNE VORHERIGE
AUSDRÜCKLICHE ERLAUBNIS VON ST.GALLER TAGBLATT ONLINE IST
NICHT GESTATTET.