

Jahresbericht des Publikumsrats SRG.D für das Jahr 2015

Von Flaggschiffen und versteckten Perlen

Der 26-köpfige Publikumsrat befasste sich im Berichtsjahr an seinen monatlichen Plenarsitzungen mit 24 Programmbeobachtungen. Dabei tauschte er sich mit den Verantwortlichen von SRF intensiv und konstruktiv-kritisch aus. Das Gremium konzentriert sich bei seiner Arbeit neben neu konzipierten Programmen und Sendungen auch auf Online-Angebote, die es bereits beobachtet hat. Im Jahr 2015 beschäftigte sich der Rat unter anderem mit einer besonders aufwändigen und umfangreichen Art der Qualitätsüberprüfung: Der gesamte Rat beurteilte – zusammen mit allen anderen Publikumsräten der SRG SSR – die Leistungen des Unternehmens im Rahmen der Vorwahlberichterstattung zu den eidgenössischen Parlamentswahlen. Zudem vertiefte das Gremium seine internationalen Kontakte. So lud es sowohl den gesamten ARD-Programmbeirat als auch die Präsidentin des ORF-Publikumsrats zu sich nach Zürich an je eine Plenar- und Vorstandssitzung ein. Die ausländischen Gäste zeigten sich von der ruhigen, differenzierten und sachlichen Diskussionskultur des Publikumsrats beeindruckt.

Politik und junge Menschen im Fokus

Der Publikumsrat stellte nach der mehrwöchigen Beobachtungsphase im Vorfeld der Berichterstattung zu den eidgenössischen Wahlen fest, dass SRF über alle Vektoren hinweg vielfältige Informationen zu Parteien sowie Kandidierenden lieferte. Das Engagement für sachliche und ausgewogene Informationsvermittlung in der Vorwahlphase war bei SRF deutlich erkennbar, das Angebot an Sendungen enorm. Um auch ein jüngeres Publikum zu erreichen, wurden neue, innovative Sendeformate wie beispielsweise «Wahlfahrt» entworfen und die von der SRG SSR entwickelte fünfsprachige «Politbox» lanciert. Als wertvoll taxierte der Publikumsrat die TV-Berichterstattung namentlich dann, wenn die Positionen der Parteien generell aufgezeigt wurden – und nicht nur diejenigen einzelner Parteivertreterinnen und -vertreter. Bei Radio SRF 1 gefielen vor allem die Thementage unter dem Titel «Wahl-Lokal» in vier Schweizer Städten. Hier gab es ergänzend jeweils auch auf Fernsehen SRF 1 eine ausgezeichnete «Wahl-Arena». Die «Regionaljournale» bei Radio SRF 1 erfüllten durch wertvolle Wahl-Informationen eine wichtige Aufgabe, da bei nationalen Wahlen vor allem auch die Regionen wichtig sind. Kaum wahrgenommen wurde allerdings sowohl bei Fernsehen wie auch bei Radio SRF der Brückenschlag über die Sprachgrenzen hinweg. Beide Medien stiessen wohl bei der ausserordentlichen Menge an Informationen, die es allein schon in der Deutschschweiz zu bewältigen

gab, an Grenzen. Das Online-Angebot wurde in seiner Gesamtheit als grosses Sammelbecken von Inhalten gelobt. Mit «Wahlanleitung», «Parteienporträts», «Politikkompass» und «Datenbank» bot SRF eine Glanzleistung. Der Publikumsrat wünschte sich aber mehr Orientierungshilfe auf der Übersichtsseite sowie eine gendergerechte Sprache im Online-Angebot von SRF.

Information: SRF-Flaggschiffe auf dem Prüfstand

SRF hat die «Arena» im grossen Stil erneuert. Der Publikumsrat findet den Relaunch mehrheitlich geglückt. Es gibt mehr Diskussion und weniger Schlagabtausch. Die Sendung leistet damit einen wichtigen Beitrag zur politischen Meinungsbildung. Einige neu geschaffene Elemente überzeugen aber noch nicht ganz. So wird angeregt, dass die neu geschaffene Interview-Situation «Prüfstand» noch besser überdacht wird. Auch ist die Rolle der Expertinnen und Experten noch unklar – und den «Buzzer», mit dem die Fachleute Einspruch verlangen können, empfindet das Gremium als oberflächliches Show-Element.

«Schweiz aktuell» informiert verständlich, abwechslungsreich und publikumsnah über die verschiedenen Regionen der Schweiz, urteilt der Publikumsrat. Es gelingt dem Vorabend-Magazin, regionale Besonderheiten und anhand regionaler Beispiele exemplarisch Themen aufzuzeigen, die auch für andere Regionen relevant sind. Die Sendung liefert dadurch einen wertvollen Beitrag für den schweizerischen Zusammenhalt. Am Konzept der Live-Schaltungen, bei denen Fernsehen SRF vor Ort in den Regionen zu Besuch ist, kann noch optimiert werden.

Der «Kassensturz» berichtet seit 41 Jahren über üble Gewinnversprechen, nutzlose Rheumadecken, dubiose Geschäftemacher oder verpfuschte Brust-Operationen. Dem Publikumsrat gefällt, dass sich die Sendung am Bedürfnis von Konsumentinnen und Konsumenten orientiert und dass sie wertvolle Tipps und Hinweise gibt. Insbesondere freut sich das Gremium, wenn der «Kassensturz» vergleicht und aufklärt, dies aber nicht in skandalisierender Tonalität tut. Einiges wirkt inzwischen etwas abgenutzt, manchmal gibt es mehr Breite als Tiefe und in einigen Beiträgen werden die Rollen zu rasch in „good guys“ und „bad guys“ verteilt. Dank der Zusammenarbeit mit dem Konsumentenmagazin «Espresso» auf Radio SRF 1 ist die Sendung nach wie vor attraktiv. Die Konvergenz wird durch die hervorragende Onlineplattform zum Thema Konsum erweitert. Damit ist der «Kassensturz» ein gelungenes Beispiel für Trimedialität.

Seit knapp zehn Jahren gibt es die «SRF Börse». Nach Meinung des Publikumsrats greift die Sendung aktuelle, relevante Themen auf und bringt in äusserst knapper Form einen Überblick zur Finanz- und Wirtschaftslage. Obwohl zwei Minuten Sendezeit eigentlich zu wenig sind, vermittelt «SRF Börse» viel Information und Einschätzung. «SRF Börse» könnte den einseitigen Shareholder-Blick aber öffnen und vermehrt die Auswirkungen der Börse auf die Gesellschaft aufzeigen. Ausserdem wünscht sich der Publikumsrat mehr Hintergrundinformationen im Internet.

Radio: Versteckte Perlen

Die Sendung «BuchZeichen» stellt Autorinnen und Büchermenschen vor, erzählt Geschichten aus Büchern – und über Bücher. Vom Bestseller über die Sportlerbiografie, vom Reisebericht bis zum Klassiker: Alles hat Platz. Diese Definition von «BuchZeichen» stammt zwar von der Literaturredaktion selber, der Publikumsrat aber teilt sie. Das Gerüst der Sendung ist ein vorbereitetes Gespräch zwischen der Nachmittags-Moderatorin bzw. dem -Moderator mit einer Fachperson der SRF Literaturredaktion. Dieses Gespräch wirkt trotz Absprache spontan. Zudem sind die einzelnen Magazin-Elemente auch für ein weniger bewandertes Radiopublikum verständlich, attraktiv und machen Lust aufs Lesen. Der Publikumsrat schätzt die Sendung als wichtigen Service-public Beitrag, bedauert aber, dass sie so wenig beworben wird. Die Qualität stimmt, aber wie eine kleine Insel im Meer muss man «BuchZeichen» zuerst einmal entdecken.

Die neue «WochenRundShow», die «Uri, Schwyz und Untergang» abgelöst hat, ist eine lockere, unterhaltsame und witzige Samstagabend-Sendung mit erfahrenen Moderatorinnen und Moderatoren. Für ein Quizformat ist sie mit vier Stunden unüblich lang. Aber das Radiopublikum versteht die Sendung auch, wenn es nur ausschnittsweise mithört. Die Fragen der sieben Spielrunden laden zum Mitraten ein und das Konzept mit einem prominenten – fürs SRF-3-Publikum passenden – Studiogast funktioniert gut. Die einzelne Sendung steht und fällt jedoch mit dem entsprechenden Gast. Bei der Berücksichtigung von SRF-interner Prominenz dürfte mehr Zurückhaltung geübt werden. Demgegenüber wäre ein noch höherer Frauenanteil bei den Gästen willkommen. Im Internet wünscht sich der Publikumsrat mehr Hintergrundinformationen zum jeweiligen Gast.

Radio SRF 1 deckt ein grosses Angebot an Sendungen zum Thema Humor ab. Die Ratsmitglieder machten sich auf die Suche und beobachteten Sendungen wie «Spaspartout», «PET», Kleinkunst-Live-Übertragungen am Mittwochabend und die satirischen Kurzbeiträge, die SRF 1 am Samstagmittag ausstrahlt. Die Samstag-

sendungen sind prädestiniert für Satire, finden die Ratsmitglieder. Am Mittwochabend hingegen fühlen sie sich etwas orientierungslos. Manchmal fehlt es an bissigem Humor – sprich Satire. Das Gremium wünscht sich mehr Sprachwitz und Zuspitzung, wobei es sich bewusst ist, dass Radio SRF die entsprechenden Ressourcen haben müsste, um die Redaktion Satire & Kleinkunst auszubauen.

«Musik+» auf Radio SRF Virus, bringt Reportagen, Interviews und Features aus Musik, Wissenschaft und Popkultur. Dem Publikumsrat gefällt das Grundkonzept der Sendung. Originaltöne, Interviews, Moderation kommen lustvoll, frisch, attraktiv, intelligent daher. Die Themenauswahl empfinden die Ratsmitglieder als bestens gelungen. Die Sendung setzt kein spezielles Vorwissen voraus, vermittelt aber viel Neues und Interessantes. Sie bedient sich bei allen Möglichkeiten des Mediums Radio. Die Ratsmitglieder bezeichnen «Musik+» als versteckte Perle, die es wert ist, weit über das SRF-Virus-Publikum hinaus bekannt zu werden, so etwa auf SRF 3 und/oder SRF 2 Kultur. Die einzige grosse Kritik an der Sendung ist denn auch, dass sie zu wenig bekannt ist.

Sport: Gewohnte Spitzenleistungen

Das «sportpanorama» bildet bei vielen Ratsmitgliedern ein Fixpunkt im sonntäglichen Fernsehvorabend. Die Sendung fasst das Sport-Wochenende aus Schweizer Sicht überzeugend und abwechslungsreich zusammen. Insbesondere schätzt der Publikumsrat die Hintergrundinformationen, Analysen, sowie Gespräche mit Sportlerinnen und Sportlern. Mit überraschenderen Elementen, weniger reiner Resultatvermittlung und einer stärkeren Berücksichtigung nicht so bekannter Sportarten könnte das Unterhaltungspotenzial weiter gesteigert werden. Die Moderation beurteilt der Publikumsrat als professionell, souverän und mit einer positiven Grundstimmung. Er sieht jedoch Nachholbedarf beim Nachziehen von neuen Moderatorinnen und Moderatoren und wünscht sich mindestens eine Frau für die Moderation.

Die Sendungen von der Nordischen Ski-WM haben den Publikumsrat beeindruckt. Zudem freuen sich die Ratsmitglieder, dass auch die Biathlon-WM übertragen wurde. Die Übertragungen waren professionell und gewohnt qualitativ hochwertig. Bei Ski Nordisch sorgten die Kommentatoren und Fachexperten für Emotionen und Spannung. Die Fokussierung auf lediglich zwei Schweizer Athleten zeigte aber deutlich, wie sehr die Begeisterung vom Erfolg oder Misserfolg der Schweizer Beteiligten abhängt.

Lobende Worte gibt es für die umfangreiche Berichterstattung über die Fussball-WM der Frauen in Kanada. SRF hat für die Fussball-WM der Frauen in Kanada einen grossen Aufwand betrieben. Die Übertragungen überzeugten durch die hohe Qualität der Bilder und der Kommentare. Auch die Berichte in den übrigen Sportgefässen von SRF waren hochklassig und umfangreich. Positiv wird zudem das vielfältige Internet-Angebot erwähnt. Insgesamt sind die Ratsmitglieder beeindruckt von der Sorgfalt, mit der SRF dem Publikum die Eigenheiten des Frauenfussballs näher brachte – ohne ihn unnötigerweise mit dem Männerfussball zu vergleichen. Einmal mehr äussert der Publikumsrat den Wunsch, dass die Abteilung Sport mehr Frauen fördert, so dass künftig einmal eine Sportreporterin Fussballspiele der Frauen kommentieren wird – genauso selbstverständlich aber auch solche der Männer.

Unterhaltung: Nahe bei den Menschen

Die Grundidee von «Cervelat trifft Baklava» gefällt dem Publikumsrat: Pro Sendung helfen jeweils zwei Schweizerinnen oder Schweizer mit bei den Vorbereitungen eines Festes von Menschen, die in der Schweiz leben und einen anderen Kulturhintergrund besitzen. Fremdes und Exotisches wird in eindrücklichen Bildern gezeigt. Im Zusammentreffen der Kulturen hat die Sendung Potenzial, auf beiden Seiten Vorurteile ab- und gegenseitiges Verständnis aufzubauen. Die Umsetzung überzeugt den Publikumsrat aber nicht ganz. Er wünscht sich mehr Zusatzinformationen und Einordnung – beides könnte durchaus auch unterhaltend vermittelt werden. Leider ist zudem der Webauftritt zur Sendung sehr bescheiden ausgefallen. Hintergründe zu den Festen und den Menschen könnten genau dort einen wünschenswerten Mehrwert geben.

Ein ehemaliger Fussballtrainer begleitet als «Problemlöser» Menschen auf ihrem Weg der Krisen- und Problembewältigung. Der Publikumsrat findet, die Geschichten wirken authentisch und lebensnah. Sie bieten Identifikationspotenzial und lösen verschiedenste Emotionen aus. SRF begleitet die Protagonisten auf zurückhaltende, respektvolle Art. Wichtig ist es dem Gremium, dass nachvollziehbare Einblicke ins Leben der beteiligten Menschen gegeben werden, dass aber die Grenze zum allzu Intimen und damit zum Voyeurismus klar eingehalten wird.

Dem Publikumsrat gefällt die «Männerküche». Die Sendung ist nicht in erster Linie eine Kochsendung, sondern im Zentrum stehen Menschen und ihre unterschiedlichen Lebenswelten. Damit bildet die Sendung schweizerische Wirklichkeit ab. Die Ratsmitglieder begrüssen, dass anders als bei der «Landküche» nicht ein ländliches Idyll gezeigt wird, sondern ein urbanes oder zumindest bürgerliches Umfeld. Kritisch

diskutierte der Publikumsrat aber die Themen „Darstellung von Geschlechterklischees“ und „Konkurrenzkampf“.

Kultur: Qualität hochgehalten

Der Publikumsrat schätzt die Sendung «Kontext» für ihren hervorragenden und vertieften Inhalt und empfindet sie als grossen Mehrwert im SRF-Radioprogramm. Der Kultur-Begriff wird erfreulicherweise sehr weit gefasst und beinhaltet neben Fragen zu Kunst und Kultur auch solche zu Gesellschaft, Wissenschaft, Religion und Politik. Es ist eine Sendung für genaues Hinhören, die keine Ablenkung zulässt. Umso mehr schätzt das Gremium, dass sie als Podcast zur Verfügung steht und im Internet die einzelnen Teile auch separat abrufbar sind. Vermisst werden allerdings eine klare Themenstruktur und hin und wieder die passende Flughöhe in der Sprache.

Die «DOK»-Sendungen beeindruckten den Rat mit ihrer Qualität und Vielfalt. Sie bieten ein Fenster in spannende Welten mit Relevanz und Vielfalt. Die Redaktion produziert und kauft Dokumentationen von hoher Qualität, die manchmal überraschend und immer wieder attraktiv sind. Besonders schätzt das Gremium die journalistische Leistung. «DOK» greift Themen entweder topaktuell oder latent aktuell auf und beleuchtet sie hintergründig. Die Redaktion macht das mit Sorgfalt und Respekt. Lobend erwähnt der Publikumsrat die Eigenproduktionen, auch weil diese thematisch und stilistisch unterschiedlich daherkommen. Die Ratsmitglieder sind überzeugt, dass es sich lohnt, die «DOK»-Qualität hochzuhalten und nicht der Versuchung zu Gefälligkeit und Emotionalisierung zu erliegen.

Die Sendung «Klangfenster» wurde vom bisherigen Sendeplatz nach dem «Echo der Zeit» ins Nachmittagsprogramm um 15 Uhr verschoben. Die Beobachtung im Publikumsrat polarisierte. Begeisterte Ratsmitglieder finden, das «Klangfenster» habe Festival-Charakter und eröffne ein Fenster zu zeitgenössischer Musik verschiedenster Sparten. Andere bemängeln, der Sendung fehlten ein klarer Rahmen und der Spannungsbogen. Zudem seien die Informationen zur Musik zu knapp. Der neue Sendeplatz wird als deutliche Verschlechterung bewertet.

Filmproduktionen gehören unbedingt ins Programm von SRF – da ist sich der Publikumsrat einig. Der Rat charakterisiert den «Schweizer Film» unter anderem mit „Vertrautheit“, „eigene Lebenswirklichkeit“, „Swissness pur“. Die thematische Ausrichtung nimmt er im Allgemeinen als zeitgemäss, vielfältig und relevant wahr. Zum Teil vermisst er spannende Drehbücher, glaubwürdige Dialekte und Dialoge, manchmal auch überzeugende Schauspielerinnen und Schauspieler. Im Zentrum der Beobach-

tung der neuen SRF-Produktionen standen «Verdacht» und «Upload». Beide Filme haben mehrheitlich gefallen, die Thematik wird als aktuell und brisant bezeichnet. Das Gremium wünscht sich, dass SRF bei den jährlichen vier Eigenproduktionen den eingeschlagenen Weg weitergeht, auf Klischees verzichtet und spannende Geschichten erzählt.

Spezialwochen: Vielfältigkeit pur

Mit «Märchenhaft – Wir küssen Sie wach» hat SRF Kultur trimedial einen Märchen-Schwerpunkt für die ganze Familie ausgestrahlt. Das Gesamtkonzept war umfassend und ebenso eine tadellose Koordinationsarbeit. Dem Publikum wurde Märchenkultur vom Feinsten geboten mit vielen Märchenlesungen und hervorragenden analysierenden Sendungen. Die Gremienmitglieder freuten sich an den attraktiv und vielschichtig aufgebauten Sendungen, wobei die Programmfülle hin und wieder für Verwirrung und Überforderung im Märchenwald sorgten. Grundsätzlich vermochte die umfassende und auch experimentelle Themenwoche auf allen SRF-Vektoren den Publikumsrat sehr zu beeindrucken.

Die Spezialwoche «SRF bewegt» hat erreicht, dass via eine eigens für SRF entwickelte Mess-App über eine Million Bewegungs-Kilometer registriert wurden – das hat den Publikumsrat beeindruckt. Mehrere Ratsmitglieder haben die App, das Herzstück der Kampagne, selber auch genutzt und geschätzt. Leider war sie aber noch fehleranfällig. Lobend äussert sich der Publikumsrat zu den vielfältigen Sendungen rund ums Thema Bewegung in der Spezialwoche und auch zum Webauftritt, der interessante Informationen und Unterhaltung vom Kilometer-Ticker bis zu Hintergründigem bietet. Insgesamt war die Menge, vor allem die eher oberflächlichen Bestandteile im Radioalltag, aber doch zu viel.

«Hallo SRF!»: Experiment gelungen, aber...

«Experiment gelungen – jetzt aber raus aus dem Labor und regelmässig rein in den Radio- und TV-Alltag» lautete der Tenor im Publikumsrat. Die Zeit war reif für ein Format, in dem sich SRF mit seinem Publikum austauscht, befanden die Mitglieder. Aber es dürfe nicht bei der einen Sendung bleiben, sondern diese Form der Partizipation müsse institutionalisiert werden. Das Bedürfnis der Zuschauerinnen und Zuhörer, mit ihren Anliegen ernst genommen zu werden, sei offensichtlich sehr gross, wie die 6000 Anfragen gezeigt hatten. Zudem stellen sowohl das politische wie auch das gesellschaftliche Umfeld für die Zukunft der SRG und des Service-public noch viele Fragen, die diskutiert werden müssen. Die Erstsending «Hallo SRF!» war eine gute

Basis, die Fortsetzung verlangt nun nach Konsolidierung, themenbezogenen Diskussionen sowie weniger Hektik. Weniger aufs Mal, aber regelmässig mehr für die Zukunft, fand die grosse Mehrheit des Publikumsrates.

Informationen, ausländische Gremien und Fortbildung

Der Publikumsrat lässt sich an seinen Plenarsitzungen von den SRF-Verantwortlichen regelmässig durch Informationen über Neuerungen und Hintergründe im Mediensektor auf den aktuellsten Wissensstand bringen. Damit kann er seinen eigenen Qualitätsanforderungen gerecht werden und sich weiterbilden. Im Berichtsjahr intensivierte der Publikumsrat den Austausch mit ausländischen Gremien. So waren nicht nur der gesamte ARD-Programmbeirat sondern auch die Präsidentin des ORF Publikumsrats im Leitenden Ausschuss und in der Publikumsratssitzung zu Gast. Sowohl der ARD-Programmbeiratsvorsitzende, Paul Siebertz, als auch Ilse Brandner-Radinger waren von der ruhigen, differenzierten und sachlichen Diskussionskultur des Gremiums beeindruckt. Ausserdem stattete der Präsident des Publikumsrats SRG.D dem Qualitätsausschuss des ORF Publikumsrats einen Gegenbesuch ab. Dabei referierte er über die Arbeitsweise des Gremiums und debattierte über Qualität. Auch 2015 bildete sich der Rat an einem zweitägigen Seminar, diesmal zum Thema «Moderation», fort. Nebst anderem konnten die Ratsmitglieder unter kompetenter Leitung von Sprechausbilderinnen bei SRF erfahren, wie es sich anfühlt, live ins Radiomikrofon zu sprechen oder sich vor der Fernsehkamera an einen bestimmten Sendeablauf zu halten.

... und zum Schluss ein grosses Dankeschön

Dem Publikumsrat liegt es sehr am Herzen, den Verantwortlichen von SRF für die konstruktiven Diskussionen, die Zusammenarbeit und Informationen zu danken. Der intensive und beständige Austausch war auch in diesem Jahr von Vertrauen und Offenheit geprägt. Das Gremium wünscht den vielen engagierten Mitarbeitenden von SRF weiterhin viel Schwung und Freude für den kommenden Herausforderungen.

Manfred Pfiffner, Präsident Publikumsrat