

Jahresbericht 2016 des Publikumsrats

Manfred Pfiffner, Februar 2016

Im Berichtsjahr befasste sich der Publikumsrat an seinen zehn regulären Plenarsitzungen mit 26 Programmebeobachtungen. Er besprach sich dabei mit den Verantwortlichen von SRF und beurteilte deren Leistungen konstruktiv-kritisch. Neben neu konzipierten Programmen und Sendungen, die er bereits beobachtet hat, beurteilte der Rat auch die jeweiligen Online-Angebote. Im Jahr 2016 beschäftigte sich das Gremium erneut mit mehreren aufwändigen Beobachtungen zur Qualitätsüberprüfung: So beurteilte der Rat – zusammen mit den anderen Publikumsräten der SRG SSR – die Leistungen des Unternehmens SRG im Rahmen der Vorwahlberichterstattung zu den US-amerikanischen Präsidentschaftswahlen, diskutierte mit SRF den Kulturschwerpunkt «100 Jahre Dada» auf SRF Kultur ebenso wie «Querfeldeins» auf Radio SRF 1 und beurteilte sowohl die «UEFA EURO 2016» als auch die Olympischen Spiele in Rio auf SRF zwei.

Das Ausland im Brennpunkt

Der Publikumsrat stellte nach einer mehrmonatigen Beobachtung der US-amerikanischen Vorwahlen fest, dass SRF viele interessante TV-Beiträge ausgestrahlt hat. Da diese aber oft der Aktualität folgten, konnte der Eindruck von Zufälligkeit entstehen – auch wenn die verschiedenen Puzzleteile zusammen durchaus ein ganzes Bild ergaben. Obwohl die Position der Kandidierenden differenziert und kritisch hinterfragt wurde, kamen die relevanten Themen im Vorwahlkampf manchmal zu kurz. Der Rat hielt fest, dass SRF angesichts des polarisierten Umfelds sachlich und ausgewogen berichtete. Als sehr wertvoll stufte der Rat die Einschätzungen der Auslandskorrespondenten ein. Er hätte sich aber noch mehr Vertiefung, Hintergrundberichterstattung und Selbstreflexion gewünscht. Zudem kritisierte er einmal mehr die Suchfunktion im Internet.

Seit Jahren äussert der Publikumsrat den Wunsch nach einem Auslandsmagazin. Mit dem neuen Format «#SRFglobal» berichtet Fernsehen SRF 1 monatlich über das aktuelle Weltgeschehen. Der Rat findet Gefallen am interessanten Konzept und erachtet die Sendung als wichtiges Service-public-Angebot. Gut findet der Rat auch, dass die Sendungen monothematisch daherkommen und die Korrespondentinnen und Korrespondenten fundierte Hintergrundinformationen liefern. Besonders attraktiv ist «#SRFglobal» dann, wenn es gelingt, die globalen Vernetzungen und Abhängigkeiten zu beleuchten. Insgesamt wünscht sich das Gremium aber mehr Sendezeit, einen früheren Sendeplatz, eine häufigere Ausstrahlung sowie eine aktivere Bewirtschaftung der Social Media, insbesondere von Twitter.

Information: Glanzleistung im Berg und Altbewährtes

SRF hat im Sommer im Zusammenhang mit der Eröffnung des Gotthard-Basistunnels den Gotthard aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchtet. Der Publikumsrat verfolgte die Sendungen auf Fernsehen SRF und ist beeindruckt von der Leistung der Verantwortlichen. Die Bedeutung des Gotthards für die Schweiz und Europa rechtfertigt den grossen Einsatz von Personal und Technik. Die Livesendung zur offiziellen Eröffnung des Basistunnels am 1. Juni und vor allem den Publikumstag am 4. Juni kamen gut an, allerdings empfanden mehrere Beobachtende die Sendungen als zu lang. Positiv äusserten sich die Ratsmitglieder zur enorm umfangreichen Gotthard-Subsite von www.srf.ch.

Die «Rundschau» ist seit 1968 ein Markenzeichen des Schweizer Fernsehens. Das Politmagazin setzt sich von anderen SRF-Informationssendungen durch die Themensetzung, die häufigen Eigenrecherchen und den betont investigativen Charakter ab. Es gelingt der Sendung meistens, Themen hintergründig zu beleuchten und zu vertiefen. Der Publikumsrat regt an, dass die Redaktion künftig noch vermehrt darauf

achtet, nicht zu dramatisieren oder skandalisieren, nicht nur Pro-Kontra zu betonen, sondern verstärkt auch Einordnungen vorzunehmen und Lösungsansätze für Missstände aufzuzeigen.

«Puls» informiert seit 1990 zu Gesundheitsthemen. Die Sendung weckt Verständnis für kranke Menschen und kann motivieren, mit der eigenen Gesundheit achtsamer umzugehen. Das Magazin ist abwechslungsreich gestaltet und hat einen angenehm ruhigen Rhythmus. Der Publikumsrat betont, wie wichtig es ihm ist, dass «Puls» ethische Fragen im Zusammenhang mit der Würde von Patientinnen und Patienten sorgfältig prüft und inhaltlich sowie formal Reisserisches vermeidet.

An «Reporter» gefällt dem Gremium, dass die Sendung aussergewöhnliche Menschen mit ihren eigenwilligen Geschichten und überraschenden Entwicklungen ins Zentrum rückt. «Reporter» beleuchtet dabei über das Persönliche hinaus gesellschaftlich relevante Themen. Das ist der Anker, die Wiedererkennbarkeit von «Reporter». Die Autorinnen und Autoren pflegen einen respektvollen Umgang mit den porträtierten Personen und die Reportagen sind mehrheitlich informativ und feinfühlig. Die Sendung steht und fällt mit den Menschen und dem thematischen Inhalt. Sie lebt aber auch von der Verschiedenheit der Autorinnen und Autoren, deren Handschrift erkennbar sein darf. Die Ratsmitglieder wünschen sich einerseits noch mehr Vertiefung, andererseits dürfe das Format dadurch aber nicht in einen moralisierenden Betroffenheits-Journalismus abdriften.

«Glanz & Gloria» kommt locker daher und lädt mit Infotainment zum Entspannen ein. Die Sendung pflegt einen persönlichen Themenzugang, indem sie Prominente zu aktuellen Ereignissen zu Wort kommen lässt. Damit unterscheidet sie sich von andern SRF News-Gefässen. Der Publikumsrat stellt fest, dass sich «Glanz & Gloria» seit den letzten Sendebeobachtungen weiterentwickelt hat. Das People-Magazin bildet nicht mehr einfach Veranstaltungen ab, sondern stellt den Prominenten immer wieder auch relevante Fragen und bietet damit Informationsgehalt. Besonders in der Wochenendausgabe schafft «G&G Weekend» Nähe und Vertiefung. Die Moderation wirkt sympathisch und souverän, das neue Studio ruhig, edel. Nicht zur Sendung passt nach Meinung des Rates hingegen das Signet, weil es Nachtclubstimmung suggeriert und ein antiquiertes Frau-Mann-Schema zementiert.

Radio: Klassiker und mutige Neuentwicklungen

Das «Echo der Zeit» wurde am 17. September 1945 erstmals ausgestrahlt, aber noch heute ist es das Flaggschiff unter den Informationssendungen von Radio SRF. So sieht es jedenfalls der Publikumsrat. Beim «Echo der Zeit» findet man einen Überblick über die wichtigen Themen des Tages und vor allem auch Analyse, Einordnung und Hintergrund. Diesen Anspruch erfüllt das «Echo der Zeit» beinahe immer, findet der Rat. Die Sendung ist eine Stütze der Schweizer Publizistik. Sie ist glaubwürdig und professionell recherchiert. Die Moderatorinnen und Moderatoren, aber auch das hochkarätige Korrespondentennetz, schaffen Vertrauen und überzeugen durch Kompetenz und Ruhe. Der Rat regt an, die formale Struktur der Sendung mit der Vielzahl der Stimmen, der Häufigkeit sowie Länge der Inhaltsangaben und der Trennsignete zu überdenken.

Der Morgen auf Radio SRF 1 zwischen 5 und 9 Uhr gehört für viele Mitglieder des Publikumsrates zum Tagesbeginn – ob über eine kurze oder lange Verweildauer. In letzter Zeit wurde die Sendestrecke sanft angepasst. Der Rat nimmt die Veränderungen positiv wahr: Der Morgen ist ruhiger geworden, gleichzeitig aber auch aktueller und dynamischer. Allerdings würde in der morgendlichen Prime Time mit einem grossen Informations-Anteil die Musik mehr Platz verdienen. Die Moderation gefällt und die verschiedenen Dialekte sorgen für Abwechslung. Neue Impulse wünscht sich der Publikumsrat zur Ausstrahlungsstrategie der Verkehrsmeldungen, die von vielen als störend empfunden werden. Der Publikumsrat beurteilt «Querfeldeins» als volksnahes Infotainment und freute sich an den Begegnungen mit Menschen in den sechs Innerschweizer Kantonen, aber auch mit den Verantwortlichen

von SRF. Gelobt wurden zudem die vorproduzierten Beiträge, die auch Nichtwanderern teilweise Mehrwissen brachten. Die neuen Rubriken «Speed-Dating» und «Kantons-Battle» empfanden die Ratsmitglieder dagegen kaum als Bereicherung. Diskutiert wurde im Gremium insbesondere, wie solche Spezialwochen auf die Zuhörerschaft wirken. Dass viele SRF-Leute mitwanderten und mit den Menschen Kontakt pflegten, kam im Publikumsrat gut an.

Rund ein Viertel aller Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz besitzen einen ausländischen Pass. Diesen Menschen widmete SRF 3 anfangs April eine Spezialwoche. Dabei wurde nicht über diese Menschen berichtet, sondern man bot ihnen eine Plattform, sich selbst zu äussern. Frauen und Männer, Kinder und Alte aus 165 Ländern erzählten offen von sich. Mit den drei Porträts in der Sendung «Input» bekam «SRF 3 zeigt Flagge» zudem den gewünschten Tiefgang. Mehr Tiefe hätte sich der Publikumsrat teilweise beim Internetauftritt gewünscht. Insgesamt fällt das Fazit aber positiv aus. SRF 3 ist bei diesem Projekt behutsam und respektvoll vorgegangen und hat Weltoffenheit bewiesen.

Radio SRF 3 porträtierte on air und online in einer dreitägigen Mini-Serie Startup-Pioniere aus unterschiedlichen Bereichen. «Besser Macher» ist ein informatives, unterhaltsames Format mit persönlichen Geschichten – eine Wirtschaftssendung in jungem, frischem Format, das zu SRF 3 passt. Der Publikumsrat begrüsst ausserordentlich, dass sich SRF 3 mit innovativen Persönlichkeiten mit Unternehmergeist auseinandersetzt. Das Potenzial von «Besser Macher» ist aber noch lange nicht ausgeschöpft. Die Kurzbeiträge entsprechen dem Hörverhalten. Um mehr Tiefgang zu ermöglichen, regt der Publikumsrat an, auch ein kompakteres Ausstrahlungskonzept zu prüfen. Zwingend sind bei einer Neuauflage die verbesserte Auffindung der Beiträge auf der Website sowie die Berücksichtigung von Unternehmerinnen.

Seit Jahren kommen SRF Musikkwelle und Radio SRF 1 bei ihrem Publikum auf «Visite». Der Publikumsrat hörte sich das dreistündige Wunschkonzert mit Musikwünschen von Gesunden an Kranke und von Kranken an Gesunde auf der SRF Musikkwelle an. Die Ratsmitglieder empfinden die «Visite» als wertvollen Service-public-Beitrag mit aufmunternder Wirkung. Die Musik passt gut zum Musikkwelle-Profil und die Moderation wird als einfühlsam und empathisch empfunden. Die Ratsmitglieder betonen, wie wichtig vertraute Stimmen sind.

Das crossmediale Format «Virus Kompass» behandelt auf ein junges Zielpublikum zugeschnittene Fragen aus den Bereichen Bildung, Arbeit und Lebensentwürfe. Der Publikumsrat begrüsst, dass die Sendung leicht verständlich und lebensnah über diese Themen informiert. «Virus Kompass» hat eine klare Struktur, aber die Elemente Erfahrungsberichte – Serviceteil – Umfragen/Meinungen/Hinweise werden je nach Thema flexibel gewichtet. Radio und Internet sind sinnvoll miteinander verknüpft. Wünschenswert ist eine gegenseitige Verlinkung zu themenverwandten Sendungen auf anderen SRF-Sendern. Einmal mehr hat sich der Publikumsrat von Radio SRF Virus positiv überraschen lassen und ist der Meinung, dass «Virus Kompass» einen deutlich höheren Bekanntheitsgrad verdient.

Kultur: Ein bestechendes 100-Jahr-Jubiläum

SRF setzte sowohl im Fernsehen wie auch im Radio einen markanten Schwerpunkt zum Thema «Dada». Mit den aktuellen Sendungen anlässlich des 100-Jahr-Jubiläums wurde beim Publikum Vorwissen aktiviert, vertieft und erweitert. Das Programm bestach durch eine faszinierende und mutige Bandbreite an Sendungen und Beiträgen. Es überzeugte durch Engagement, Vielfältigkeit, Kompetenz, Information und Unterhaltungswert. Wobei letzterer manchmal etwas zu kurz kam; hin und wieder störten auch Redundanzen. Dada ist bei SRF vor allem auch ein spannender Web-Schwerpunkt mit zwei Internetseiten: <http://www.srf.ch/kultur/kunst/big-dada> ist eher konventionell und sehr gut geeignet, um

Sendungen nachzuschauen. <http://www.dada-data.net/de/> hingegen ist eine experimentelle Insel, auf der Innovationen erprobt werden und die einladend sowie passend für ein dadaaffines Publikum daherkommt.

In der «Diskothek» vergleichen musikversierte Gäste seit 25 Jahren verschiedene Aufnahmen eines klassischen Werks im Blindtest. Der Publikumsrat beurteilt die Sendung als klug und anspruchsvoll. Sie ist dank kompetenter Moderation und sorgfältiger Gästerauswahl eine einzigartige Hörschulung und bietet besten Service public. Die «Diskothek» hat zudem Unterhaltungswert. Einschränkend wird festgehalten, dass eher ein klassikaffines Publikum angesprochen wird, das bereit ist, sich auf zwei Stunden Hochkultur einzulassen. Die «Diskothek» ist wie «Ohren spitzen für Fortgeschrittene» konstatiert das Gremium. Die Ratsmitglieder wünschen sich einzig, dass allenfalls der Musikanteil erhöht und darauf geachtet wird, dass die Fachsprache nicht abhebt.

«Musik unserer Zeit» bringt gemäss Sendeporträt «die Gegenwart und Zukunft ins Haus mit zeitgenössischer klassischer Musik». Es ist ein anspruchsvolles und mutiges Sendungsformat, das die Musik von Komponistinnen und von Musikern ins Zentrum stellt. «Musik unserer Zeit» schult das Gehör und ermöglicht Entdeckungen. Durch das Experimentelle und Herausfordernde bekommt die Sendung einen leicht elitären Anstrich, der sie zu einem Nischenprodukt werden lässt. Der Publikumsrat anerkennt jedoch deren Wichtigkeit für ein besonders interessiertes Publikum und die Vermittlungsleistung von Radio SRF 2 Kultur, den Zugang zu moderner klassischer Musik auch neuen Zuhörerinnen und Zuhörern zu erleichtern.

Radio und Fernsehen SRF thematisierten in mehreren Sendegefässen den Begriff «Menschmaschine». Der Publikumsrat beobachtete in erster Linie den «Cyathlon» mit Wettkämpfen, ergänzenden Filmbeiträgen, Live-Reportagen und Gesprächen. Die Innovationen aus der Forschung und die Wettkämpfe von Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen, die dank neuester Technik zu erstaunlichen Leistungen fähig sind, faszinierten den Publikumsrat. Überzeugt haben auch die einfühlsamen Porträts über die Pilotinnen und Piloten.

Unterhaltung: Öfter mal was Neues

Das Experiment von Fernsehen SRF, drei neue Comedy-Formate zu lancieren, hat sich aus Sicht des Publikumsrats gelohnt. Die drei Formate sind sehr unterschiedlich und sprechen daher auch verschiedene Unterhaltungsbedürfnisse und Zielpublika an, wobei besonders «Müslüm Television» und «Deville» ein jüngeres und urbanes Publikum finden dürften. Auch die «Web first»-Ausstrahlung und die Nutzung von YouTube als Verbreitungskanal orientiert sich an den Bedürfnissen einer jüngeren Zielgruppe. Die Auseinandersetzung mit Aktualität und Gesellschaft in Form von junger, frecher Comedy hat durchaus Unterhaltungspotenzial. «Headhunter» konnte den Publikumsrat indes nicht überzeugen, eine Weiterentwicklung von «Deville» und «Müslüm Television» ist hingegen wünschenswert. Wichtig und richtig finden die Ratsmitglieder, dass SRF der Schweizer Comedy-Szene eine Plattform bietet und gezielt neue Comedians aufbaut.

Mit dem neuen Format «Durch dick und dünn: DivertiMento bei den Schotten» hat SRF eine Sendung produziert, die von der Machart her gut zum Label «SRF bi de Lüt» passt und doch innovativ und anders ist, findet der Publikumsrat. Wunderschöne Landschaftsbilder, für einmal aus Schottland und nicht aus der Schweiz, untermalt mit ausgesprochen passender Musik laden zum Entspannen ein. Die Ratsmitglieder begrüßen, dass das Label «SRF bi de Lüt» in der Kombination von Wander-Dokumentation mit Beteiligung zweier prominenter Komiker weiterentwickelt wurde. Das Duo DivertiMento bekommt in der Sendung eine grosse Plattform und sorgt mit witzigen Einlagen und

Sprüchen immer wieder für Unterhaltung. Erfreulich ist, dass es SRF damit gelungen ist, auch ein jüngeres Publikum anzusprechen.

Seit dem Ende September läuft auf SRF 1 jeweils am Montagabend das neue Quizformat «Wir mal vier». Die Sendung ist zwar keine Quiz-Revolution, das Konzept in der Form aber bisher einzigartig in Europa. Neu ist, dass für einmal um Sachpreise und nicht um Geld gespielt wird. Für die Ratsmitglieder hat die Quiz-Show durchaus Potenzial, ihr Publikum zu finden. Besonders positiv wird der Aspekt gewertet, dass es sich um eine Sendung handelt, in der Familien im Studio mitspielen und zu Hause mitraten können. Diese Tatsache erfordert, dass Fragen von unterschiedlichem Schwierigkeitsgrad gestellt werden. Man ist sich im Rat einig, dass die Fragen dennoch vielfach zu einfach sind und dass deren Qualität noch verbessert werden muss. Als mögliche Lösung schlagen die Ratsmitglieder vor, jeder Familie Fragen zu einem persönlichen Spezialthema zu stellen. Beim Online-Angebot könnte allenfalls noch ein Mehrwert geschaffen werden, indem die Fragen und Antwortmöglichkeiten nach der Sendung aufgeschaltet werden, damit Familien das Quiz zu Hause online nachspielen können.

Sport: SRF Sport liefert bei Grossanlässen erneut Bestleistungen

Die Berichterstattung zur «UEFA EURO 2016» hatte die gewohnt hohe Qualität, wie sie der Publikumsrat in den letzten Jahren auch bei anderen Sportgrossanlässen feststellen konnte. Mengenmässig erreichte SRF eine Obergrenze – sowohl über den gesamten Euro-Sendezeitraum gesehen als auch an den einzelnen Spielabenden. Für Lob sorgt die SRF Sport-App, die sich wohl in kurzer Zeit zum Standardprogramm für alle Sportfans entwickeln wird.

SRF bot zum Thema «Olympische Spiele 2016 in Rio» ein 24-Stunden-Programm mit rund 400 Stunden Sport. Der Publikumsrat fokussierte bei seiner Beobachtung auf Fernsehen SRF und auf die Sport-App. Seine Erwartungen waren klar: Wer SRF konsumierte, suchte sich Überblick und Orientierungshilfe und wollte trotz der Zeitverschiebung zwischen Brasilien und der Schweiz die wichtigsten Resultate, die schönsten Emotionen und die spannendsten Facts and Figures mitbekommen. Noch selten waren sich die Ratsmitglieder derart einig, dass SRF an einem Grossanlass durchs Band eine ausgezeichnete Leistung bot. Das Resultat der Beobachtung lässt sich deshalb in einen Satz fassen: SRF holt in Rio Olympiagold.

3sat: Vielschichtiges Crossover

In der zweiten Staffel von «Rock the Classic» setzen Moderator Wigald Boning und Solo-Fagottist Beat Blättler fünf Pop-/Rock-/Metal-Bands ein bekanntes klassisches Musikstück vor, das die Band interpretieren soll. Konzept und Umsetzung gefallen dem Publikumsrat grösstenteils sehr. Die Sendungen sind anregend, witzig und vielschichtig. Die Freude an der Musik wird zelebriert durch das Aufeinandertreffen von Musikstilen und Persönlichkeiten. Die Experimentierfreudigkeit und das musikalische Niveau der Rock-Bands sind überzeugend. Das neugierige und professionelle Duo mit Wigald Boning und Beat Blättler geht respektvoll sowohl miteinander wie auch mit den Rockmusikern um. Wobei Wigald Boning – in Deutschland ein bekannter Komiker – mit seiner schrillen Art auch polarisiert. Der Publikumsrat wünscht sich vermehrt vertiefte Einsichten in den Entstehungsprozess der Musikstücke und vor allem mehr Frauenpower.

Und zum Schluss ein transmediales Experiment

Das kinderlose, biedere Ehepaar Schneuwly beziehungsweise das «Experiment Schneuwly» polarisiert. Das Fazit des Publikumsrates, der die zweite Staffel der transmedialen Sendereihe beobachtete, fällt jedoch mehrheitlich positiv aus. Das Highlight bilden die beiden Hauptfiguren, die irritierend echt wirken. Margrit mit dem Brillen-Tic, die sich nach mehr Liebe sehnt, und Hansjörg, der als muffiges und

zugeknöpftes Ekel durchs Leben geht. Die Charaktere sind zwar amüsan überzeichnet, aber die Interaktionen des Ehepaars und die Sprache wirken sehr authentisch. Das Publikum wird unterhalten, denn das Vorhalten des Spiegels tut manchmal weh. Im Vergleich mit der ersten Staffel empfanden die Ratsmitglieder die neuen Episoden als zu lang. Für eine allfällige nächste Staffel wünscht sich der Rat zudem, dass sich die Experimente auf möglichst alltagsnahe Situationen konzentrieren. Dadurch kann die Stärke der Serie – die Authentizität – dem Publikum noch besser vermittelt werden.

Abschied: Time to say goodbye

Nach 16 Jahren im Publikumsrat und 8 Jahren als Präsident gibt der Berichtschreibende per Ende 2016 sein Amt an seine Nachfolgerin, Susi Hasler, weiter. Ich bedanke mich an dieser Stelle für die unzähligen, bereichernden Begegnungen, für die konstruktive Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen und wünsche SRF und seinen engagierten Mitarbeitenden in der medienpolitisch stürmischen Zeit die nötige Voraussicht, Mut, aber auch Behutsamkeit.