

Schlussbericht der Arbeitsgruppe Medien

zur Umsetzung der UNESCO-Konvention über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen in der Schweiz

Beteiligte:

Bruno Bucher, Biel
Neue Medien

Josefa Haas, Zürich
Leiterin des Medieninstituts des (Verleger-)Verbands Schweizer Presse

Jürg Isler, Zürich
Kulturredaktor SF

Wolf Ludwig, Neuenburg
Medienjournalist

Tiziana Mona, Ambri/Zürich (Leitung)
SRG SSR idée suisse

Rosalie Roggen, Bern (Redaktion)
Freischaffende Journalistin

Bern, 9. Juli 2009

Inhalt

Einführung «Kulturelle Vielfalt / Medien»	3
Exposition Querschnittsthemen	3
Interdisziplinäre Forderungen	3 - 5
Exposition Medienwirklichkeit	6
Medienspezifische Forderungen	6- 9
Auswahl Quellen	Anhang 1
SRG-Konzession	Anhang 2

*«Journalismus und Kunst dienen nicht
der Verschönerung des Lebens, sondern seiner Erkenntnis»*

Ludwig Börne, dt. Publizist, 1786 - 1837

Die kulturelle Vielfalt - mehr als nur ein Slogan?

Die Arbeitsgruppe Medien erachtet den Schutz und die Förderung der kulturellen Vielfalt gerade in der so kleinräumigen wie vielgestaltigen «Willensnation» Schweiz als öffentliche Aufgabe von grosser Tragweite. Die Medien sind per se Teil besagter Vielfalt, Mitspieler, gleichzeitig erfüllen sie im Dienste des Ganzen ihre genuine Aufgabe als Multiplikatoren. Die rasenden Veränderungen der Medien und der Medienlandschaft gebieten antizipierende Herangehensweise und parallel dazu pragmatisches Handeln, verbunden mit einem hohen Mass an Flexibilität, geistig, zeitlich, örtlich - und mehr und mehr (negativ) finanziell. Weil mehrere der für die Medienschaffenden relevanten Themen auch andere Kreative in gleicher oder ähnlicher Weise betreffen, teilt die Arbeitsgruppe Medien ihre Vorschläge und Forderungen auf in einen interdisziplinären und einen medienspezifischen Bereich.

1. Interdisziplinäres

- 1.1 Büro für kulturelle Vielfalt**
- 1.2 Kulturstatistik**
- 1.3 Urheberrecht**
- 1.4 Fachhochschulen**

1.1 Die kulturelle Vielfalt braucht eine Lobby

Alle sind stolz auf die Vielfalt der Schweiz, aber was das inhaltlich bedeutet, wird kaum thematisiert. In der Regel beschränkt sich das Bewusstsein in Sachen Vielfalt auf das Rätoromanische. Ansonsten fristet die kulturelle Vielfalt ein Sprechblasendasein als rhetorische Girlande in Sonntagsreden politischer Grössen. Im Alltag überlassen Politik und Behörden aller Stufen die kulturelle Vielfalt und damit einen beachtlichen Aspekt der schweizerischen Identität mehr oder weniger dem Zufall, sprich: Interessengruppen einzelner Kulturgattungen, NGO wie Umweltverbänden, sonstiger Privatinitiative.

Die Mediengruppe fordert die Schaffung einer Bundesstelle, die sich des Querschnittsthemas «Kulturelle Vielfalt» annimmt, eine Stelle, die unabhängig von einem Bundesamt agiert und als Anlauf-, Beratungs-, Dokumentationsstelle für alles dient, was im weitesten Sinne mit besagter Vielfalt zu tun hat. Dieses

Eidg. Büro für die kulturelle Vielfalt EBKV
Office fédérale pour la diversité culturelle OFDC
Ufficio federale per la diversità culturale UFDC

ist eine Stelle ohne Exekutivfunktion, sein Auftrag ist, als Anwältin für die kulturelle Vielfalt zu agieren, unabhängig, sachlich, beharrlich, unbeirrbar. Das EBKV ist KEIN bürokratisches Monster, das wortreich passiv verwaltet, statt an- und aufzuregen, und es konkurrenziert die privaten Organisationen nicht, es ergänzt und unterstützt sie.

Das EBKV

- ist als Beratungsorgan zwingend beizuziehen bei kommunalen, kantonalen, eidgenössischen Vorhaben, die sich

- auf die Sprachenvielfalt auswirken;

- auf die musischen Fächer in den Schulen unter dem Druck von Pisa- und sonst kopfgesteuerten Studien;

- auf die soziale Vielfalt,
beispielsweise im steuergünstigen Zug, wo wenig integrationsfreudige Hors-sol-Ausländer sich für begrenzte Zeit niederlassen und mit ihrer finanziellen Potenz die Mieten in die Höhe treiben, weswegen angestammte ZugerInnen/StimmbürgerInnen notgedrungen wegzügel, weil sie die Preise nicht mehr zahlen können.

Oder in Andermatt, wo Bauern wegen des Verkaufs des Landes durch die Eigentümer ans Sawiris-Konsortium kein Auskommen mehr haben und teils bis in den Jura auswandern müssen.

- arbeitet eng mit den Kantonen zusammen,
wo es um Anregungen und Programme für Schulen geht, betreffe dies nun die Integration von Kindern/Familien aus andern Kulturkreisen oder das, was früher «Heimatkunde» hiess, usw.

- versteht sich als Anwältin der kulturellen Vielfalt, wenn z.b.
das Raumplanungsgesetz ausgehebelt zu werden und der Umbau ganzer Kulturlandschaften in Industrierüsten, Sonderzonen für Superreiche oder Spekulanten-«Resorts» droht, Berglandschaften vor Vergandung oder Uebernutzung zu schützen sind, kommerzielle Kurzsichtigkeitkei einem (weiteren) Erholungsgebiet den Garaus machen will oder der Energiegewinnung schützenswerte Landschaften geopfert werden sollen.

1.2 Spar-Einfalt bodigt Statistik-Vielfalt

Der Finanzplatz Schweiz hat eine Affinität zu Zahlen. Das Statistikland Schweiz auch, aber anders: Die Kulturstatistik wurde aus Spargründen abgeschafft, wer genaue Angaben über quantifizierbare Aspekte der vielgepriesenen kulturellen Vielfalt sucht, lernt die Kultur des Verzichts kennen. Die Mediengruppe verlangt die Wiederaufnahme der Kulturstatistik in die Palette des Bundesamts für Statistik und fordert die politischen Behörden auf, umgehend die entsprechenden Gelder zu sprechen.

1.3 Erosion des UrheberInnenrechts: Gefahr auch für Vielfalt

Seit Beginn der Internet-Revolution stehen die UrheberInnenrechte de facto querbeet zur Disposition. Die Arbeitsgruppe Medien hat sich aus nachvollziehbaren Gründen mit den Auswirkungen dieser quasi natürlich gewachsenen, für die Betroffenen sehr unheilvollen Entwicklung auf die Medienbranche befasst. Sie ist sich aber wohlbewusst, dass diese Thematik für ALLE Kreativen von existentieller Bedeutung ist. Sie regt darum an, sich z.B. in der *coalition culturelle* schnell und gründlich mit der akuten Gefährdung des geistigen Eigentums auseinanderzusetzen und allenfalls zuhanden der politischen Behörden klare Forderungen für den nationalen Bereich zu formulieren. Zweitens müssen Vorschläge erarbeitet werden, wie die Schweiz in internationalen Gremien zu agieren hat. Und drittens sind Modelle notwendig, nach denen die UrheberInnenrechte ausserhalb der Werbung finanziert werden könn(t)en.

Die Sicherung der UrheberInnenrechte aller betroffenen Sparten ist von höchster Dringlichkeit: Inhalte müssen bezahlt werden, Kreativität hat ihren Wert! Für die Arbeitsgruppe Medien steht fest: Wenn UrheberInnenrechte kein Thema mehr sind, ist die kulturelle Vielfalt unmittelbar gefährdet. Auf die Medienbranche bezogen: Der den neuen und sich ständig wandelnden Umständen angepasste Schutz des geistigen Eigentums ist *conditio sine qua non* für ein Medienangebot, das die gesellschaftliche Realität widerspiegelt und der kulturellen Vielfalt Rechnung trägt.

1.4 KTI? Kultur - Technologie - Innovation!

Jährlich sponsert das Bundesamt für Berufsbildung und Technologie BBT die Fachhochschulen mit Millionen aus dem Innovationsförderungstopf des Bundes. Dieser KTI-Geldfluss, nach der früheren «Kommission für Technologie und Innovation KTI» benannt, macht um die (kulturelle) Kreativbranche einen grossen Bogen. Die Arbeitsgruppe Medien verlangt, sich bei der Vergabe der Fördergelder nicht auf technische Innovationen oder naturwissenschaftliche Projekte zu beschränken, sondern auch die Erfordernisse der kulturellen Vielfalt zu berücksichtigen. Denn: Geld für Technologie ohne Inhalt, für Innovation um ihrer selbst willen, ist schlecht investiertes Geld. Es ist Zeit, die Formel KTI den neuen Gegebenheiten anzupassen: Kultur - Technologie - Innovation.

Medien heute: Hie Ruinen - da Blütezeit und Chaos

Die rückblickend als wohlgeordnet und überblickbar anmutende Welt der Medien des vergangenen Jahrhunderts ist seit Beginn der Internet-Revolution mit einem Rösslispiel vergleichbar, das immer schneller dreht und dreht und dreht und dreht. Ab und zu spickt es einen der Reiter vom Ross, gelegentlich fliegen Ross und Reiter gemeinsam in die verdutzte Zuschauermenge. Wer auf dem Karussell zurückbleibt, rückt in den Kutschen eng zusammen, Motto: Gemeinsam sind wir stark. Derweil springen verwegene Gestalten auf, setzen sich auf die freien Rosse, halten sich an den Stangen fest, klammern sich aussen an die Kutschen, verdecken denen drin erst die Aussicht, nehmen ihnen dann, weil sie immer mehr werden, den Schnauf. Das Publikum auf dem Chilbiplatz beklagt zwar die Folgen des Kutschersterbens, applaudiert aber den Eindringlingen und wird selbst Teil von ihnen - ohne Billet, der Kassier hat sein Kabäuschen längst verlassen und sein Scherflein ins Trockene gebracht.

2. Medienspezifische Forderungen

- 2.1 **Qualitätsjournalismus verdient (Presse-)Förderung**
- 2.2 **Kulturauftrag ist Pflicht, nicht Kür**
- 2.3 **Zugang zu Medienangebot für ALLE**
- 2.4 **WEKO / ComCom fördern die kulturelle Vielfalt**

2.1 Qualität und Vielfalt haben ihren Preis

Die am 1. Juli dieses Jahres publizierte Studie des ZeitungsverlegerInnen-Verbands Schweizer Presse über die Mediennutzung zeigt, wie sich die Medienbudgets der einzelnen Haushalte kontinuierlich weg von den Printmedien, hin zum Telecom-/IT-Bereich verschieben; für (gedruckte) Inhalte wird immer weniger Geld ausgegeben, für den Zugang zu den neuen Medien und deren Nutzung dagegen immer mehr.

Die Folgen des Bedeutungsverlusts sind auf seiten der privaten Verlage dramatische Einbrüche bei den Werbeeinnahmen, Fusionen, Einstellen von Titeln sowie in beunruhigendem Ausmass und rasendem Tempo: Abbau journalistisch-redaktioneller Eigenleistung. Dies wiederum bedeutet zwangsläufig massive Qualitätseinbussen und weniger publizistische und damit auch kulturelle Vielfalt.

Auf seiten der Redaktionen und der technischen Zeitungsbetriebe stehen nicht mehr oder weniger schwarze oder rote Zahlen im Fokus, sondern die Schicksale -zig Gekündigter und Zwangsfrühpensionierter und deren Familien. Nicht in allen Fällen sichern anständige Sozialpläne einen würdigen Abgang, die volkswirtschaftlichen Kosten sind hoch, Arbeitslosenversicherung und Gesundheitswesen spüren die Auswirkungen der Veränderungen auf dem Medienmarkt und die Folgen von Managerfehlern, die den Niedergang noch beschleunigen.

Dennoch: Viel tun gegen diese Krise kann der Staat nicht, eine direkte Unterstützung privater Printmedien kennt die Schweiz nicht; die Erhaltung allenfalls fragwürdiger Strukturen und die finanzielle Absicherung renommierter Titel sind allein Sache der privaten Eigentümer. Allerdings könnte die öffentliche Hand mittels *indirekter* Presseförderung sehr wohl einen gewichtigen Beitrag leisten und Printmedien effizient und effektiv stützen, z.B. mit zweckgebundener Subventionierung der für den Transport fälligen Postporti. Diese machen teils bis zu 70 Prozent der Fremdkosten aus, für kleine und mittlere Medienunternehmen oder beispielsweise Verbandszeitungen existenzgefährdend. So beeindruckend die Zahlen, so wenig beeindruckt das Parlament: Vor drei Jahren haben die eidgenössischen Räte in ihrem temporären Sparwahn die indirekte Presseförderung via Subventionierung der Infrastruktur auf kleinliche 20 Millionen Franken heruntergefahren. Ein klassischer Fall von Sparen am falschen Ort: Bis Ende 2007 bezahlte der Bund allein der Post 80 Mio. p.a. für die Löcher, welche die Vorzugspreise zugunsten abonniertes Blätter in die Portokasse rissen.

Ein weiterer Aspekt der indirekten Presseförderung via Infrastrukturausgaben sind Angebot und Preise im Telecom-Bereich. So müssten Nonprofit-Publikationen, für die Erhaltung der kulturellen Vielfalt wichtig, zwingend von günstigen Preisen z.B. für die Nutzung der «Datenautobahn» profitieren können.

2.2 Gebührengelder schützen Kulturauftrag

Wie bereits in den früheren Konzessionen verankert, schreibt der Bund der SRG auch in der heute gültigen Konzession vor, dass sie mit den ihr zur Verfügung gestellten Gebührengeldern einen Kulturauftrag zu erfüllen habe. Diese Auflage gilt auch für jene privaten Anbieter, welche neu aus dem Gebührentopf schöpfen dürfen. Die Verpflichtung zum kulturellen Angebot ist unbestritten, zu Diskussionen Anlass geben seit jeher das Wie und vor allem das Wann.

Dass das Schweizer Fernsehen Kulturinteressierten zumutet, regelmässig bis am späten Abend auf «ihre» Sendung zu warten, hält die Arbeitsgruppe Medien für diskriminierend. Sendetermine um Mitternacht herum halten ausserdem ZuschauerInnen fern, die sich nicht zu den Kultur«freaks» zählen, sich aber allenfalls für eines der behandelten Themen erwärmen könnten. Das drückt die Quote. Weil aber Quoten auch im Service public zunehmend an Bedeutung gewinnen, beisst sich die Katze in den eigenen Schwanz.

Andererseits hält sich hartnäckig das Gerücht, Kultur sei ein Quotenkiller und könne darum auf keinen Fall für die «Prime Time» programmiert werden. Das trifft aber z.B. auf die «Kulturzeit» in 3sat nicht zu: Das Programm, regelmässig auch mit Schweizer Beiträgen, wird um 19.20h ausgestrahlt und ist gut frequentiert. Dass das Angebot die Nachfrage stimuliert, gilt für Strasse, Bahn, verkaufpsychologisch geschickt angeordnete teure Produkte im Laden. Es ist zu vermuten, dass mit einem Vorziehen attraktiver Kultursendungen in den früheren Abend die regelmässigen ZuschauerInnen nicht vertrieben würden, sich aber weitere gewinnen liessen.

Seit dem vergangenen Jahr steht die Erfüllung des Kulturauftrags unter verschärfter Beobachtung: Die SRG - und andere Anbieter, die von Gebührgeldern profitieren -, hat neu von Amtes wegen ausser dem bekannten Leistungsauftrag, welcher Information, Unterhaltung, Bildung und Kultur umfasst, auch noch vier Qualitätskriterien zu genügen. Es sind dies: Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Relevanz, journalistische Professionalität. Sie ist gehalten, eigene inhaltliche und formale Standards zu schaffen, die dem Kriterienkatalog gerecht werden, und verpflichtet, die Vorgaben zu veröffentlichen und ihre Einhaltung regelmässig zu überprüfen. Im Sommer 2009 hat die SRG eine Broschüre herausgegeben, die auf einem Weiterbildungsseminar fusst, welches im Herbst 2008 stattfand und JournalistInnen aller SRG-Fernsehstudios für das Thema Qualität sensibilisierte; die Broschüre stellt u.a. das eigens geschaffene SF-Qualitätsmanagement vor und geht auch auf ausländische Beispiele ein.

Das Radio- und Fernsehgesetz RTVG und die darauf basierende gültige Konzession weisen der SRG überdies eine besondere Verantwortung zu für die Integration der ausländischen Wohnbevölkerung. Nach intensiver Vorbereitung führte die SRG im April 08 zum erstenmal in ihrer Geschichte eine sogenannte Themenwoche durch, die «Woche der Integration». Beteiligt waren sämtliche SRG-Programme der ganzen Schweiz, alle auf ihre individuelle Art, der jeweiligen Kultur und Sprache gemäss; die kulturelle Vielfalt wurde gelebt, auf nationale Produktionen bewusst verzichtet. Das Echo auf diese Integrationswoche war mehrheitlich positiv, die konkreten Folgen zeigen sich zwangsläufig erst mittel- und langfristig.

2.3 Medienangebote: Gleich lange Spiesse für ALLE

Der Ausbau und der Zugang zu den Uebertragungsnetzen für das Angebot an elektronischen Medien sind Dauerbrenner. Obzwar von der Notwendigkeit eines starken Service public überzeugt, kann die Mediengruppe dem - auf Kosten der NutzerInnen sehr profitablen - Monopolistengehabe der Swisscom nicht viel abgewinnen. Die Grundversorgung sicherzustellen, berechtigt nicht automatisch dazu, sich zulasten der Versorgten nach eigenem Gutdünken zu bedienen.

Nur: Mag das Angebot an elektronischen Medien auch noch so gut sein, die Preispolitik in Ordnung, der Zugang gewährleistet, so fallen doch mehr und mehr zahlenmässig starke Gruppen zwischen Stuhl und Bank, weil althergebrachte Angebote wie Zeitungen verschwinden, sie mit den neuen Medien aber nichts anzufangen wissen. Das gilt zum einen für Männer und Frauen, die in ihrem Berufsleben nie mit einem Computer, geschweige denn mit dem Internet in Berührung kommen oder bis zur Pensionierung gekommen sind, zum andern spezifisch für Frauen: Das Selektionieren und das Starren auf Computerbildschirm oder «Handy»-Display kosten viel Zeit, den meisten Frauen aber fehlen Zeit und Lust für derartiges Zeittotschlagen, weil sie neben dem Beruf den Haushalt schmeissen, die Familie zusammenhalten, soziale Kontakte pflegen. Ausserdem steht vielen von ihnen am Arbeitsplatz ohnehin kein Computer zur Verfügung, und da Frauen eher Bücher lesen als Männer, haben sie auch einen anderen Zugang zum haptischen Erlebnis, das eine Zeitung in der Hand vermittelt - und keine Computermaus kompensieren kann.

Ein besonders stossendes Beispiel für die Diskriminierung besagter Gruppen datiert vom 15. Juni dieses Jahres: Im «Rendez-vous am Mittag» auf Radio DRS-1 berichtete der Westschweizer Korrespondent über die Diskussion, wer als «richtige/r» Romand/e gelte, wer nicht, das Thema, das wegen des Rücktritts Bundesrat Pascal Couchepins gerade heftig über den Stammtischen waberte. Mitten im Beitrag aus Freiburg trat Stille ein, Stille. Dann kündigte die Moderatorin an, die Reportage könne nicht zu Ende gesendet werden, sie sei demnächst auf dem Internet abrufbar. Für ZuhörerInnen, die kein Internet haben, ist eine solche Gedankenlosigkeit schlicht ein Affront. Ob das radiointern jemand gemerkt hat oder die Redaktion von «Echo der Zeit» das Thema ohnehin geplant hatte, sei dahingestellt, jedenfalls lieferte die Abendsendung zwar nicht die identische, aber eine ähnliche Reportage desselben Korrespondenten.

Der Zugang zu den elektronischen Medienangeboten muss gewährleistet sein und dies zu anständigen Preisen. Trotz der vor allem für Jüngere attraktiven neuen Angebote sind die «klassischen» elektronischen Medien Radio und Fernsehen noch lange nicht aus der Pflicht entlassen, vollständige, qualitativ wertvolle und vielfältige Programme anzubieten. Dies um ihrer selbst willen, aber auch wegen des zuweilen allzu naiven Umgangs mancher NutzerInnen mit den neuen Medien, deren Geburtsgebrechen offensichtlich sind: «Wir haben noch viel zu tun, bis die neuen Medien dieselben messbaren ethischen und rechtlichen Anforderungen erfüllen und als so zuverlässig gelten wie die traditionellen», bleute der polnische Medienwissenschaftler Karol Jacubowicz Ende Mai den versammelten europäischen Medienministern ein.

2.4 WEKO, ComCom und die kulturelle Vielfalt

Als die Wettbewerbskommission WEKO die Expansion der Zürcher Tamedia vom Zürich- bis an den Genfersee prüfte, für die die Lausanner Edipresse den roten Teppich ausrollte und gleichzeitig unter die Räder geriet, gab die WEKO schon nach kurzer Zeit grünes Licht: Juristisch stand dem Deal nach ihrem Dafürhalten nichts entgegen. Eine politische Wertung dieser und anderer Fusionen ist der Kommission verwehrt, aber bei diesem medienpolitisch sehr heiklen Geschäft verzichtete die WEKO sogar freiwillig auf ihr Recht, Auflagen inhaltlicher Natur zu machen, beispielsweise darauf zu drängen, dass die kulturellen Unterschiede zwischen Deutsch- und Welschschweiz respektiert werden müssen.

Die Arbeitsgruppe Medien verlangt, dass die WEKO künftig bei allen Entscheiden auch deren Auswirkungen auf die kulturelle Vielfalt zu beachten hat.

Dasselbe gilt für die ComCom: Sie wird verpflichtet, sich bei ihren Infrastrukturentscheiden nicht nur technischen Gegebenheiten zu widmen, sondern auch die Bedürfnisse der kulturellen Vielfalt zu berücksichtigen.

Kurz gesagt: Strukturpolitik ist immer auch Kreativitäts-/Kulturpolitik, günstigstenfalls im positiven Sinne.

Quellen: Eine Auswahl

http://www.schweizerpresse.ch/fileadmin/schweizerpresse/brancheninfos/medienbudget/2009_Praesentation_Medienbudget.pdf

http://www.ministerialconference.is/media/images/ConfMin_Speech_KJakubowicz_en.pdf

http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/thompson_changing.shtml

http://www.obs.coe.int/oea_publ/iris/iris_plus/iplus6_2009.pdf.de

<http://www.freitag.de/positionen/0918-krise-zeitungssterben-entwicklungspolitik>

<http://wissen.spiegel.de/wissen/redirect/redirect.html?c=kultur&r=gesellschaft&a=628864&s=sprox&qcrubrik=kultur>

http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d25_LudwigWolf.html

<http://wissen.spiegel.de/wissen/redirect/redirect.html?c=netzwelt&r=web&a=623478&s=sprox&qcrubrik=technik>

<http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/irisplus0609.html>

<http://wissen.spiegel.de/wissen/redirect/redirect.html?c=netzwelt&r=tech&a=622712&s=sprox&qcrubrik=artikel>

Konzession SRG SSR idée suisse vom 28.11.2007

Qualitätspolitik und -messung

Art. 3 Programmqualität

1) Das Programmschaffen der SRG hat hohen qualitativen und ethischen Anforderungen zu genügen. Die einzelnen Programmbereiche orientieren sich am Programmauftrag und zeichnen sich durch Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Relevanz und journalistische Professionalität aus. Die SRG stellt die Unverwechselbarkeit ihrer Programme sicher und unterscheidet sich damit von kommerziell ausgerichteten Veranstaltern.

2) Die SRG strebt eine hohe Akzeptanz bei den verschiedenen Zielpublika an. Sie bemisst die Akzeptanz nicht in erster Linie in Marktanteilen.

3) Sie definiert zur Umsetzung der Vorgaben nach den Absätzen 1 und 2 inhaltliche und formale Qualitätsstandards. Sie veröffentlicht diese Standards, führt regelmässige interne Qualitätskontrollen durch und informiert die Oeffentlichkeit über deren Ergebnisse.

Art. 2, 4 a) (= Art. 24, 4 a RTVG)

4) Die SRG trägt bei zur:

a) freien Meinungsbildung des Publikums durch umfassende, vielfältige und sachgerechte Information insbesondere über politische, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge;

(...)

4. Abschnitt: Uebrigtes publizistisches Angebot

Art. 12 Grundsatz

1) Das übrige publizistischen Angebot im Sinne von Artikel 25 Absatz 3 Buchstabe b RTVG umfasst die Online-Angebote nach Artikel 13, den Teletext, programm-assoziierte Informationen, das publizistische Angebot für das Ausland im Sinne von Artikel 28 Absatz 1 RTVG und Begleitmaterialien zu einzelnen Sendungen.

2) Für das übrige publizistische Angebot gelten die inhaltlichen Grundsätze nach den Artikeln 4–6 RTVG und die Qualitätsbestimmung in Artikel 3 dieser Konzession sinngemäss

Erläuterungen à propos Konzessionsvorgaben

Art. 3 Absatz 1 und 3:

Die Qualitätsbestimmung in Artikel 3 ist ein neues Element in der Konzession. Es werden vier Qualitätskriterien vorgegeben, welche das Programmschaffen zu prägen haben und in den einzelnen Programmbereichen (Information, Unterhaltung, Bildung und Kultur) umzusetzen sind:

- **Glaubwürdigkeit**
- **Verantwortungsbewusstsein**
- **Relevanz**
- **journalistische Professionalität**

Diese Kriterien sollen garantieren, dass die SRG-Programme hohen qualitativen und ethischen Anforderungen genügen und sich von kommerziellen Angeboten unterscheiden (Abs. 1). Es versteht sich von selbst, dass den Kriterien nicht bei allen Radio- und Fernsehbeiträgen dieselbe Bedeutung zukommt und sie nur dort zur Beurteilung beigezogen werden, wo sie von Bedeutung sind.

Die Kontrolle der Programmqualität erfolgt auf zwei Wegen. Einerseits wird die SRG verpflichtet, auf der Basis der vier Qualitätskriterien eigene inhaltliche und formale Standards zu schaffen. Sie soll diese veröffentlichen, die Einhaltung regelmässig selber überprüfen oder Dritte mit der Überprüfung beauftragen und über das Ergebnis Bericht erstatten (Abs. 3; vgl. auch Art. 21 Abs. 1 Konzession SRG 08).

Dieser Innensicht wird eine Aussensicht gegenübergestellt:

Die Aufsichtsbehörde wird zur Überprüfung der Einhaltung der erwähnten Qualitätsvorschriften eine externe, wissenschaftliche Programmbeobachtung in Auftrag geben. Dies erlaubt eine Gegenüberstellung der SRG-Selbstkontrolle mit den unabhängigen wissenschaftlichen Beobachtungen.

Das Ziel dieses System ist die Förderung des öffentlichen Diskurses über die Qualität in den Programmen der SRG. Vor allem der öffentliche Druck und die entsprechende Diskussion sollen die SRG dazu einhalten, die Vorgaben betreffend die Qualität einzuhalten. Die Qualitätsvorschriften sind vor allem auch eingedenk der verfassungsrechtlich garantierten Unabhängigkeit der SRG nur beschränkt justiziabel, so dass die Durchsetzung derselben im Rahmen der ordentlichen Rechtsaufsicht nur als ultima ratio bei offensichtlichen und schweren Verstössen denkbar ist.

(Quelle: Medienreferent GD SRG SSR idée suisse)