

# Unternehmens- und Angebotsstrategie 2023–2025

In einer globalen und digitalen medialen Welt im Umbruch will die SRG ihre Beziehung zur Gesellschaft in der Schweiz sicherstellen. Die SRG führt auch die Menschen untereinander zusammen. Daher stützt sich ihre Strategie auf drei Säulen:

Angebot	Beziehung	Ressourcen
 <p><b>Differenzierter</b>                      Qualität, Relevanz und Unabhängigkeit in unserem ganzen Angebot.                      Service public gegen Fake-News</p>	 <p><b>Zusammenhalt</b>                      Gemeinsame Erlebnisse, die die Bevölkerung zusammenbringen</p>	 <p><b>Unternehmenskultur</b>                      Diversität, Inklusion und Schutz der persönlichen Integrität</p>
 <p><b>Stärkung der digitalen Nutzung</b>                      Transmediales Service public. Unternehmen mit hoher Relevanz und gesellschaftlichem Mehrwert im Digitalen Angebot</p>	 <p><b>Offenheit</b>                      Offene und transparente Haltung, im Dialog mit der Schweizer Gesellschaft</p>	 <p><b>Effizientere Organisation</b>                      Business Agilität, Effizienz und sorgsamer Umgang mit Mitteln</p>
 <p><b>Die Schweiz im Fokus</b>                      Verstärkte interregionale Kooperationen und Schweizer Originalproduktionen</p>	 <p><b>Partnerschaft</b>                      Partnerschaften im Sinne des Schweizer Medien-Ökosystems</p>	 <p><b>Nachhaltigkeit</b>                      Ökologische, soziale und ökonomische Verantwortung</p>

**Die SRG, eine «idée suisse»**

Vom Verwaltungsrat SRG am 27. Juni 2023 beschlossen.

## Angebot

---

### 1. Differenzierter:

Wir stellen unseren Mehrwert in den Vordergrund und fördern eine offene und vielfältige Gesellschaft in der Schweiz.



Unser mehrsprachiger Service public stellt das Publikum ins Zentrum. Wir überzeugen durch Qualität, Relevanz und Unabhängigkeit, sowohl in der Information als auch in der Kultur, im Sport und in der Unterhaltung. Die Inhalte in unserem Angebot erreichen punkto Originalität und Storytelling hohe Standards. Wir ermöglichen damit auch die Debatte in der Gesellschaft in der Schweiz.

Wir investieren in faktenbasierten, starken, kritischen und unabhängigen Journalismus und berichten sachgerecht. Durch die Trennung von Sachinformationen und Meinungen sowie durch vertiefende und einordnende Themendossiers sind wir die wichtigste Partnerin der Schweizer Bevölkerung im Kampf gegen «Fake News». Damit unterstützen wir die politische Partizipation der Bevölkerung und tragen zu einem erkennbaren Mehrwert für die Schweizer Demokratie bei.

Wir stellen auch in Krisensituationen eine adäquate Information der Bevölkerung sicher.

### 2. Stärkung der digitalen Nutzung:

Wir erreichen die verschiedenen Gruppen des Publikums in ihren Alltagssituationen durch vielfältige Verbreitungswege und Inhaltsformate, wobei die Nutzerinnen und Nutzer stets im Zentrum stehen.



Wir verstehen uns als transmediales Service-public-Unternehmen, das die gesamte Bevölkerung versorgt. Durch digitale Angebote erreichen wir mehr Menschen, insbesondere jene, die zunehmend weniger oder gar kein lineares Radio und TV konsumieren. Unsere digitalen Angebote haben einen Fokus auf Audio und Video, sind leicht auffindbar und auf den relevanten Plattformen verfügbar, wobei unsere eigenen Plattformen priorisiert werden. Unsere Inhalte weisen für die verschiedenen Interessen und Nutzungsformen eine hohe subjektive Relevanz (Personal Value) auf. Ihr gesellschaftlicher Mehrwert ist erkennbar und wird unseren Unternehmensmarken zugeordnet. Die Nutzungserfahrung (UX) unserer eigenen Plattformprodukte wird kontinuierlich verbessert, einschliesslich der Personalisierung.

Wir entwickeln uns zu einer datengetriebenen Organisation und treffen datenorientierte Entscheidungen, während wir gleichzeitig verantwortungsvoll mit den Daten der Nutzerinnen und Nutzer umgehen.

### 3. Die Schweiz im Fokus: Wir legen in unserem Angebot Wert auf regionale Verankerung, unter anderem durch Investitionen in regionale und nationale Schweizer Produktionen.



Als Schweizer Service-public-Unternehmen haben wir einen Schweizer Blick auf regionale, nationale als auch internationale Themen.

Dank unserer regionalen Verankerung bieten wir Einblick in Gemeinsamkeiten und regionale Besonderheiten und fördern so die Wahrnehmung einer schweizerischen Identität und eine regionale Verbundenheit. Dabei achten wir darauf, dass wir mit unseren Angeboten alle Menschen in der Schweiz mit ihren vielfältigen Lebenswelten ansprechen und zusammenbringen.

Wir investieren mehr in Schweizer Eigenproduktionen, insbesondere im Bereich Fiktion und DOK-Filme. Wir fördern den interregionalen Austausch auf allen Vektoren und in allen Genres.

## Beziehung

---

### 4. Zusammenhalt: Unser Programmangebot bringt die Schweizer Bevölkerung zusammen.



Wir schaffen gemeinsame Erlebnisse für die verschiedenen Teile der Gesellschaft in der Schweiz – bei landesweiten Grossereignissen, in den Bereichen Kultur, Sport, Information und Unterhaltung. So tragen wir aktiv zur Kohäsion bei.

Gebührenzahlende, die unser Angebot nicht nutzen, anerkennen die Legitimität unseres Angebots.

Wir steigern die Angebotsmenge und senken die Hürden für Menschen mit Sinnesbehinderung.

Wir tragen zur Schaffung und Bewahrung des audiovisuellen Gedächtnisses des Landes bei.

### 5. Offenheit: Wir fördern den Dialog mit und in der Gesellschaft.



Wir engagieren uns gemeinsam mit der Trägerschaft für den gesellschaftlichen Mehrwert des medialen Service public. Im Dialog mit dem Publikum und den relevanten gesellschaftlichen Gruppen klären und diskutieren wir gemeinsam Erwartungen und Bedürfnisse eines medialen Service Public im digitalen Zeitalter. Gemeinsam mit der Trägerschaft tauschen wir uns regelmässig mit Menschen diverser Lebensrealitäten aus. So schaffen wir eine grössere Nähe zur Gesellschaft in der Schweiz und steigern ihr Verständnis für und das Vertrauen in das öffentliche Medienhaus SRG.

### 6. Partnerschaft: Wir leisten einen starken Beitrag zum Schweizer Ökosysteme: in Medien, Bildung und Kultur.



Wir suchen und pflegen die Zusammenarbeit mit Akteurinnen und Akteuren in der nationalen und internationalen Medienlandschaft, sowie mit anderen Service-public-Unternehmen und -Institutionen. So erreichen wir für die Nutzerinnen und Nutzer zusätzlichen Mehrwert. Wann immer eine Partnerschaft mit beidseitigem Nutzen möglich ist, versuchen wir sie im Bereich der Inhalte sowie im Bereich der Distribution einzugehen.

Wir pflegen die Zusammenarbeit mit unabhängigen Autorinnen und Autoren, Produzentinnen und Produzenten sowie mit der audiovisuellen Industrie.

Wir intensivieren unsere Zusammenarbeit mit Start-Ups, Universitäten und Hochschulen im Bereich der Medien-, Technologie- und Kommunikationsforschung und -innovation.

## Ressourcen

---

7. **Unternehmenskultur:**  
Wir fördern als Arbeitgeberin die Diversität sowie Inklusion und sichern aktiv den Schutz der persönlichen Integrität aller Mitarbeitenden.



Die Mitarbeitenden sind unsere wichtigste Ressource. Wir nutzen ihr Potenzial und Wissen und entwickeln dieses gemeinsam weiter. Wir fördern mit attraktiven, zielgerichteten Weiterbildungsangeboten eine Lernkultur und unterstützen die berufliche Mobilität. Allgemein steigern wir unsere Attraktivität für Talente und Fachkräfte.

Wir sind eine attraktive Arbeitgeberin für alle Menschen, unabhängig ihrer Lebensrealitäten. Respekt, gegenseitige Wertschätzung und Vertrauen erachten wir als Grundpfeiler unserer Zusammenarbeit. Wir fördern aktiv den internen Austausch, die Transparenz und das gegenseitige Verständnis der Mitarbeitenden über alle Hierarchiestufen hinweg.

Wir sorgen für Diversität, Inklusion und Chancengerechtigkeit. Wir legen Wert auf ausgewogene Vertretung aller Geschlechter in den verschiedenen Positionen. Wir sind kreativ und offen für neue Arbeitsmodelle und unterstützen die Vereinbarkeit von Beruf und privaten Verpflichtungen nach Möglichkeit durch flexible Arbeitszeiten.

8. **Effiziente Organisation:**  
Wir steigern unsere Business-Agilität, erhöhen unsere Effizienz und gehen sorgsam mit unseren Mitteln um.



Wir arbeiten interregional zusammen, um Synergien zu schaffen, die aus Sicht des Gesamtunternehmens sinnvoll sind. Während publizistische Inhalte regional produziert werden, investieren wir gemeinsam in neue Technologien und Prozesse – und steuern diese wo sinnvoll national.

Wir schaffen gemeinsam die technologischen und organisatorischen Voraussetzungen, um für das Publikum den grösstmöglichen Nutzen aus bereits vorhandenen und neu entstehenden Daten ziehen zu können.

Wir entwickeln gemeinsam neue Produktionsmethoden, überprüfen die Standards unserer Anlagen und Investitionen im Infrastrukturbereich und setzen auf zeitgemässe Arbeitsmodelle. Wir gestalten unsere Arbeitsprozesse einfach, flexibel und ergebnisorientiert.

Wir bewahren uns eine finanzielle Flexibilität. Unser Cashflow ermöglicht die Finanzierung unserer Investitionen. Dank unseres Eigenkapitals sind wir für mögliche Risiken gerüstet.



## 9. Nachhaltigkeit: Wir nehmen unsere ökologische, soziale und ökonomische Verantwortung wahr.

In unserer Rolle als Arbeitgeberin, Produzentin von Medieninhalten und als Beschafferin von Gütern / Dienstleistungen richten wir uns nach den Prinzipien der verantwortungsvollen Geschäftsführung («Corporate Social Responsibility»). Die ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit stehen dabei gleichermassen im Zentrum. Wir wägen Nachhaltigkeitsrisiken sorgfältig ab und minimieren negative Auswirkungen auf die Umwelt sowie auf gesellschaftliche Stakeholder.