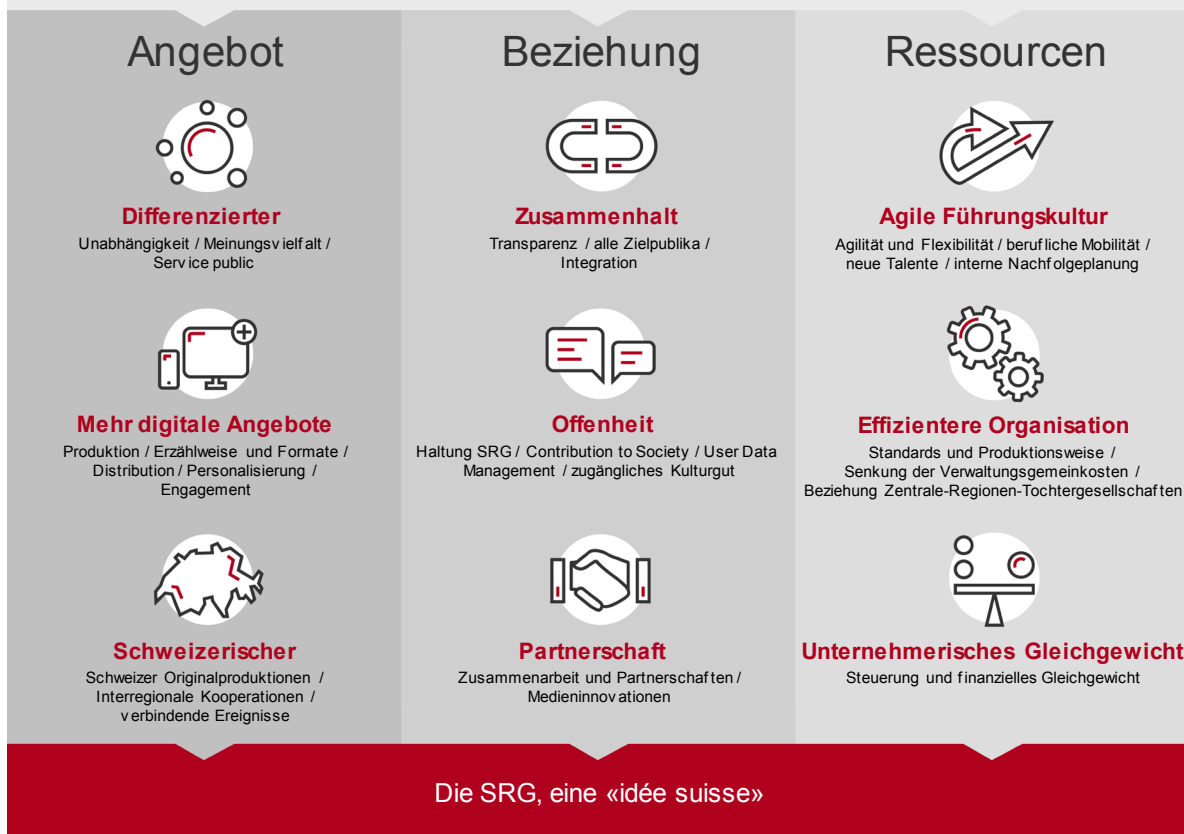


## Ziele der Unternehmens- und Angebotsstrategie 2019–2020

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



Strategische Ziele vom Verwaltungsrat SRG SSR im Juni 2018 beschlossen.

Klassifizierung: intern

## Angebot

---

1. **Differenzierter:**  
Wir stellen unsere Besonderheit, unseren Mehrwert in den Vordergrund.



Wir bieten **hochwertige journalistische Inhalte** in den vier Landessprachen. Der Service public trägt zur informierten und freien Meinungsbildung der Öffentlichkeit bei, bevorzugt mit einem umfassenden, wechselseitigen Blick auf die regionalen Realitäten in der Schweiz. Die **Unabhängigkeit** und die **Meinungsvielfalt** sind zentrale Werte. Zudem zeigen unsere journalistischen Inhalte Perspektiven auf.

Wir entwickeln **Kultur- und Bildungsangebote**, insbesondere auf Digitalplattformen und in Zusammenarbeit mit den relevanten Akteuren. Wir bevorzugen im Bereich Spielfilme und Serien europäische Angebote.

Wir setzen im Online-Nachrichtenangebot vor allem auf **Video und Audio**.

Wir achten weiterhin auf eine internationale Strahlkraft unserer Programme und ein Zugehörigkeitsgefühl.

Unsere Programme führen zu Engagement und Identifikation.

2. **Mehr digitale Angebote:**  
Wir streben in fünf Jahren eine Ausgewogenheit zwischendigitalem Angebot und Broadcast an.



Im Hinblick auf den Ausbau des digitalen Angebots entwickeln wir konstant **neue Erzählformen**, neue Formate und neue Distributionsformen und fördern die Beteiligung des Publikums und die Interaktion.

Wir entwickeln Formate und narrative Codes, die den **Erwartungen der jungen Menschen und der Menschen, die unterwegs Medien online konsumieren**, entsprechen, in den verschiedenen Bereichen des Service public, über geeignete digitale Distributionsformen. Wir entwickeln unsere Angebote zusammen mit jungen Menschen, nicht an deren Stelle.

Die SRG-Identität ist im digitalen Angebot ebenso gegenwärtig wie im linearen.

3. **Schweizerischer:**  
Wir legen in unserem Angebot mehr Wert auf «Swissness».



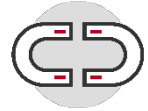
Wir investieren mehr in **schweizerische Eigenproduktionen**, insbesondere im Bereich Spielfilme. Wir halten bei der Musikproduktion das derzeitige Niveau aufrecht, bauen aber den interregionalen Austausch aus, insbesondere bei klassischer Musik und Volksmusik.

Wir setzen möglichst stark auf **«Swissness»**, denn **«Swissness»** bedeutet für uns Verankerung. Zu diesem Zweck entwickeln wir in unserem Angebot eine interregionale Zusammenarbeit.

## Beziehung

---

### 4. Zusammenhalt: Unser Programmangebot erreicht und bewegt alle Zielgruppen



Wir **bringen die Schweizer Gesellschaft zusammen** – bei landesweiten Grossereignissen, in den Bereichen Kultur, Sport, Politik und so oft wie möglich live.

Unsere verschiedenen Programme auf unseren verschiedenen Vektoren finden **auch bei Minderheiten Anklang**. Sie sind insbesondere für Sinnesbehinderte angepasst. In diesem Sinne **fördern unsere Angebote Vielfalt und Integration**.

### 5. Offenheit: Wir stärken das offene und transparente Verhältnis zur Schweizer Gesellschaft.



Unsere **professionelle Haltung** und die von uns vertretenen Service-public-Werte sind klar und kommen in allen Regionen zur Geltung.

Wir schaffen **grössere Nähe zur schweizerischen Gesellschaft**, indem wir uns besser darüber austauschen, was wir erbringen und beitragen. Das tun wir, indem wir die Rückmeldungen der Bevölkerung in Zusammenarbeit mit unserer Trägerschaft in unsere Arbeit einfließen lassen.

Wir entwickeln eine **«Data Policy»**, um die Datenerhebung zu reglementieren, und dadurch unser Publikum besser verstehen und bedienen zu können.

Wir tragen zur Bewahrung des **akustischen und audiovisuellen Gedächtnisses** des Landes bei. Wir digitalisieren unser Erbe, verwenden es in der laufenden Produktion in verschiedenen Formen weiter, stellen es der Öffentlichkeit so weit wie möglich bereit und ermutigen das Publikum, an einem gemeinsamen historischen Narrativ (Co-Creation) mitzuwirken.

### 6. Partnerschaft: Wir leisten unseren Beitrag zum Schweizer Medien-Ökosystem.



Wir entwickeln eine sinnvolle Zusammenarbeit mit allen Akteuren in der privaten Schweizer Medienlandschaft: private Radio- und Fernsehsender, Pressegruppen und unabhängige digitale Plattformen («Pure Player»). Wir stellen bestimmte Inhalte, von denen wir die Rechte besitzen, zur Verfügung.

Wir intensivieren die Zusammenarbeit mit unabhängigen Produzenten. Bei der Entwicklung neuer Angebote berücksichtigen wir private Akteure.

Wir intensivieren unsere Zusammenarbeit mit Universitäten und Hochschulen im Bereich der Medieninnovation.

Wir tragen zur **digitalen Transformation** der Gesellschaft bei.

## Ressourcen

---

### 7. Agile Führungskultur



Wir vereinfachen die Organisation auf allen Ebenen und fördern ein flexibles und agiles Management. Unsere neue Führungskultur treibt die Transformation des Unternehmens voran.

Wir sind eine attraktive Arbeitgeberin, auch für die «digital natives». Wir fördern die Weiterbildung, die interne Nachfolge und die Talentsuche auf allen Ebenen.

Wir unterstützen die Entwicklung und die berufliche Mobilität unserer Mitarbeitenden.

Wir legen grossen Wert auf Diversität und die Vertretung von Frauen in verantwortungsvollen Positionen.

### 8. Effizientere Organisation



Infrastruktur, Support und Technik stehen im Dienst des Programmangebots. Wir werden noch stärker auf Effizienz in allen Bereichen achten, besonders bei den Kosten für Infrastruktur, Verwaltung und Technik. Wir analysieren umfassend und tiefgreifend, ohne Tabus, unsere Prozesse und Produktionsmethoden (im Hinblick auf Technik wie Programme) in einer klaren Perspektive der Kostensenkung.

Wir überprüfen die Standards unserer Anlagen und Investitionen im Infrastrukturbereich (insbesondere Bauten), bei den Verbindungen und in der Distribution und passen sie den finanziellen Möglichkeiten an (auf der Ebene der Gruppe wie der UE).

Wir reduzieren den Raumbedarf so weit wie möglich und nutzen die Räume so effizient wie möglich. Wiederkehrend eingesparte Beträge werden in das Programmangebot reinvestiert.

### 9. Unternehmerisches Gleichgewicht



Die SRG ist für öffentliche Mittel verantwortlich, die sie sorgfältig und transparent einsetzt, um ihre Unabhängigkeit zu gewährleisten.

Die SRG strebt ein finanzielles Gleichgewicht über den Durchschnitt ihrer Finanzplanung (vier Jahre) an. Ihr Cashflow ermöglicht die Finanzierung ihrer Investitionen. Dank ihres Eigenkapitals ist sie für mögliche Risiken gerüstet.

Die SRG trägt zur Debatte über die Entwicklung des Service-public-Modells bei.