Strategie SRG 2030 – Enavant

Die Schweiz braucht starke Medien. Doch die Medienwelt verändert sich grundlegend. Globale Plattformen gewinnen weiterhin an Bedeutung. Künstliche Intelligenz verändert, wie Informationen gefunden, genutzt und verbreitet werden. Die Aufmerksamkeit der Menschen verteilt sich auf immer mehr Angebote. Zielgruppen fragmentieren, mediale Bedürfnisse ändern sich. Gleichzeitig wächst das Bedürfnis nach Orientierung, Vertrauen und gesellschaftlichem Zusammenhalt.

Gerade in diesem Umfeld kommt der SRG eine besondere Rolle zu. Was uns von globalen Plattformen unterscheidet, sind nicht Grösse oder Reichweite. Uns unterscheiden unsere Schweizer Perspektiven. Unsere Verankerung in allen Sprachregionen. Unsere Nähe zur Bevölkerung. Unser unabhängiger Journalismus. Unsere Fähigkeit, Menschen, Meinungen und Regionen miteinander zu verbinden – unabhängig von kommerziellen und politischen Interessen.

Die SRG begleitet die Menschen in der Schweiz durch ihren Alltag: mit Podcasts beim Pendeln, News auf dem Smartphone, Radio bei der Arbeit, Streaming am Abend, grossen Live-Momenten, Sport, Kultur und Unterhaltung.

Diese Vielfalt macht die SRG zu einer medialen Heimat für die Schweiz – einem Ort, der informiert, verbindet und gemeinsame Erlebnisse schafft. Als Teil eines starken Medienplatzes Schweiz tragen wir dazu bei, dass Schweizer Inhalte, Kultur und Perspektiven auch in Zukunft sichtbar, hörbar und relevant bleiben.

Darauf bauen wir auf.

Gleichzeitig müssen wir uns weiterentwickeln. Denn Service public entfaltet seine Wirkung nur dann, wenn er dort präsent ist, wo Menschen Medien nutzen und Öffentlichkeit entsteht. Deshalb entwickeln wir die SRG konsequent weiter – zu einem digitalen, modernen Service public, in Angebot, Technologie und Organisation.

Die Unternehmens- und Angebotsstrategie 2027–2030 steht für einen modernen Service public,

- **mit einem «Digital First»-Mindset**, im Denken und im Handeln, um die Menschen auf den relevanten Plattformen und in den passenden Formaten zu erreichen;
- **der konsequent von den Bedürfnissen der Menschen in der Schweiz ausgeht**, Nähe, Relevanz und Nutzererlebnis stärkt und den Anschluss an neue und jüngere Publikumsgruppen sichert – bei gleichbleibend hohem Qualitätsanspruch;
- **der seine Kräfte fokussiert und effizient einsetzt**, um finanziell handlungsfähig zu sein und dort Wirkung zu erzielen, wo die Schweiz ihn am meisten braucht;
- **der als «Eine SRG» spürbar wird** – in den Regionen verankert, über Sprachregionen hinweg verbunden und gemeinsam stärker in der Entwicklung von Inhalten, Technologien und Kompetenzen.

Wofür steht die SRG?

Die Strategie baut auf ihrer Vision, Mission und ihren Werten auf. Sie geben Orientierung für unsere Entscheidungen, unsere Zusammenarbeit und unseren Beitrag für die Schweiz.

Unsere Vision
Die Schweiz im Herzen. Wir bringen Menschen, Meinungen und Regionen zusammen, für Vielfalt und Zusammenhalt.

Unsere Mission
Unsere Inhalte inspirieren, begeistern und machen hör-und sichtbar, was die Schweiz bewegt. Unser unabhängiger Journalismus stärkt Orientierung und Vertrauen. Dabei richten wir uns an den Bedürfnissen der Nutzenden und der Gesellschaft aus.

Unsere Werte
Nähe – Verantwortung – Unabhängigkeit – Offenheit – Mut - Transparenz

Warum muss sich die SRG verändern?

Im Kern prägen vier Entwicklungen unsere Zukunft und machen eine Weiterentwicklung des Service public notwendig.

Die Mediennutzung wird digital
Bis 2030 wird ein Grossteil der Mediennutzung auf digitalen Plattformen stattfinden. Bereits heute verbringt die Schweizer Bevölkerung im Schnitt 5,7 Stunden pro Tag im Internet, digitale News erreichen 97 Prozent der Bevölkerung, und zwei Drittel sind täglich auf Social Media. Wenn die SRG die Menschen auch in Zukunft erreichen will, muss sie dort präsent sein, wo Öffentlichkeit zunehmend entsteht: im digitalen Raum.

Jüngere Zielgruppen nutzen Medien und die SRG anders
Die SRG erreicht weiterhin 57 Prozent der 15- bis 29-Jährigen. Junge Menschen informieren sich, entdecken Inhalte und verbringen Medienzeit zunehmend auf digitalen und globalen Plattformen. Um auch künftig relevant zu bleiben, muss die SRG ihre Präsenz und Wirkung bei jüngeren Zielgruppen deutlich erhöhen.

Neue Technologien verändern die Medienwelt
Künstliche Intelligenz verändert die Medienbranche grundlegend. Sie beeinflusst, wie Inhalte produziert, gefunden, verbreitet und konsumiert werden. Gleichzeitig entstehen neue Erwartungen an Personalisierung, Auffindbarkeit und Nutzererlebnis. Für die SRG bedeutet dies, KI nicht nur als Werkzeug, sondern als strategische Schlüsselkompetenz in publizistischer, technologischer und organisationaler Hinsicht zu verankern.

Der finanzielle Spielraum wird kleiner
Mit der beschlossenen Reduktion der Medienabgabe sinken die finanziellen Mittel der SRG bis 2029 um rund 270 Millionen Franken pro Jahr. Gleichzeitig stehen die kommerziellen Erträge im gesamten Medienmarkt unter Druck. Die SRG muss deshalb ihre Mittel konsequenter priorisieren, ihre Effizienz steigern und ihre Ressourcen dort einsetzen, wo sie den grössten publizistischen und gesellschaftlichen Mehrwert schaffen.

Unser Auftrag bleibt derselbe. Doch die Art, wie wir ihn erfüllen, muss sich weiterentwickeln. Entscheidend ist, dass Menschen verlässliche Informationen, Schweizer Perspektiven und relevante Inhalte im digitalen Alltag finden, nutzen und als wertvoll erleben.

Was will die SRG erreichen?

Die strategische Ambition beschreibt das Zielbild der SRG. Sie zeigt die strategische Ausrichtung der SRG in einem Satz und woran sie sich misst.

Die SRG ist die mediale Heimat der Schweiz.

Unser Ziel für die Zukunft: Alle Menschen in der Schweiz nutzen unser digitales Angebot und unterstützen die SRG aufgrund des persönlichen oder gesellschaftlichen Mehrwerts.

Eine mediale Heimat ist ein verlässlicher, zugänglicher Ort der Orientierung, der Information und des gemeinsamen Erlebens. Sie verbindet Menschen über Regionen, Sprachen und Generationen hinweg und macht sichtbar, was die Schweiz bewegt. Sie begleitet die Menschen in ihrem Alltag – digital, live und vor Ort.

Die SRG will auch in Zukunft für alle Menschen relevant und unverzichtbar sein. Dazu stärkt sie ihre Präsenz im digitalen Alltag, schafft vertrauenswürdige Inhalte und Nutzungserlebnisse und leistet einen sichtbaren Beitrag zu Vielfalt, Zusammenhalt und Demokratie in der Schweiz.

Für **2030 haben wir Zwischenziele** gesetzt:

- **6 von 10 Menschen nutzen digitale Angebote** der SRG mehrmals wöchentlich und würden sie vermissen, wenn es sie nicht mehr gäbe
- **7 von 10 Menschen unterstützen die SRG** wegen des persönlichen oder gesellschaftlichen Mehrwerts

---

Wie erreicht die SRG das?

Um unsere Ambition zu verwirklichen, konzentrieren wir uns auf sechs strategische Stossrichtungen.

1. Die SRG wird zu einer digital fokussierten Heimat – mit einem Fokus auf eigene Plattformen mit Play+ im Zentrum
Die Zukunft der Mediennutzung ist digital. Deshalb entwickelt die SRG ihre digitalen Produkte zum zentralen Zugang für Information, Kultur, Sport und Unterhaltung weiter. Gleichzeitig nutzt sie die Stärken ihrer linearen und digitalen Angebote, eigener und Drittplattformen und vernetzt Inhalte, Produkte und Kanäle zu einem integrierten Ökosystem, das Menschen im Alltag begleitet und ihnen eine gemeinsame mediale Heimat bietet.

2. Die SRG steuert ihr Angebot konsequent datenbasiert und nutzer:innenorientiert, schafft damit innovative und unverwechselbare Angebote, insbesondere für junge Zielgruppen. Sie fördert den Austausch von Inhalten über die Regionen hinweg

Die SRG richtet Entwicklung, Inhalte und Distribution konsequent an den Bedürfnissen der Nutzer:innen aus. Daten werden systematisch genutzt, um Relevanz, Wirkung und Nutzererlebnis laufend zu verbessern und neue Publikumsgruppen zu erreichen. Dank dem erhöhten Austausch von Inhalten über die Regionen hinweg trägt die SRG aktiv zur Schweizer Identitätsbildung bei.

3. Die SRG stärkt das Genre Information und etabliert sich digital als unverzichtbares Leitangebot in der Schweiz
Die SRG überführt ihre publizistische Stärke im Genre Information konsequent in die digitale Medienwelt. Sie reagiert auf veränderte Informationsbedürfnisse und neue Nutzungsgewohnheiten mit innovativen Formaten, differenzierten Zugängen und einer zielgruppengerechten Vermittlung von Informationen. So stärkt sie Orientierung und Vertrauen in einer zunehmend komplexen Gesellschaft.

4. Die SRG verankert KI als publizistische, technologische und organisationale Schlüsselkompetenz
Künstliche Intelligenz wird zu einem integralen Bestandteil der SRG. Sie wird verantwortungsvoll eingesetzt, um Qualität, Innovation, Effizienz und gesellschaftliche Wirkung nachhaltig zu stärken.

5. Die SRG stärkt ihre finanzielle Handlungsfähigkeit und operative Effizienz über die gesamte Wertschöpfungskette
Die SRG setzt ihre Mittel gezielt dort ein, wo sie den grössten publizistischen und gesellschaftlichen Mehrwert schaffen. Vereinfachte Prozesse, klare Prioritäten und fokussierte Investitionen schaffen den Spielraum für die Transformation und die Angebote der Zukunft.

6. Die SRG entwickelt eine «Eine SRG»-Kultur und fördert Führung, Zusammenarbeit, Diversität, Nachhaltigkeit und Umsetzungskraft
Die SRG nutzt die Stärke ihrer Regionen und Sprachgemeinschaften und handelt zugleich immer stärker als ein gemeinsames Unternehmen. So wird die SRG als «Eine SRG» erlebbar: regional verankert, über Sprachregionen hinweg verbunden und gemeinsam wirksamer für die ganze Schweiz.