RICHTIG ODER FALSCH?
DER FAKTENCHECK DER SRG

SRG SSR

Die SRG ist unnötig geworden! Es gibt heute genügend andere Angebote, viele davon sogar gratis! ✗

In Zeiten von Fake News, Informationsflut und Klickjournalismus ist der mediale Service public relevanter denn je. Denn es braucht eine Anlaufstelle für vertrauenswürdige Information, welche allen offen steht. Die Medienabgabe sorgt dafür, dass die SRG frei von politischem und wirtschaftlichem Druck berichten kann und garantiert ein unabhängiges und qualitativ hochwertiges Informationsangebot. ✓

Die Unternehmen müssen doppelt bezahlen – das ist unfair! ✗

Auch die Schweizer Wirtschaft profitiert von einer nationalen Plattform und einer fundierten Wirtschaftsberichterstattung. In unserem kleinen Land beteiligen sich traditionell Bevölkerung und Unternehmen gemeinsam an den Kosten für den Service public – sei es über Steuern für Strassen und Schulen oder eben über die Unternehmensabgabe für den medialen Service public. Heute sind mehr als 75 Prozent der Unternehmen von der Abgabe befreit, mit dem Entscheid des Bundesrats vom Juni 2024 werden es künftig sogar 80 Prozent sein. Auch Dank der finanziellen Beteiligung der Unternehmen ist die Abgabe für Privathaushalte seit 2018 von 451.– auf 335.– Franken oder um über 25 Prozent gesunken. ✓

KMU werden durch die hohe Serafe-Gebühr stark belastet! ✗

Der Bundesrat hat im Juni 2024 entschieden, zusätzliche Unternehmen von der Medienabgabe zu befreien, um die KMU noch stärker zu entlasten. Ab 2027 werden Unternehmen mit einem Umsatz von unter 1.2 Mio. CHF keine Medienabgabe bezahlen, das sind rund 80 Prozent aller Unternehmen in der Schweiz. Die Abgabe für die unterste Tarifstufe (1.2 Mio bis 1.7 Mio. CHF Umsatz) ist mit 325 Franken pro Jahr tiefer als die Haushaltabgabe. ✓

Die Schweizerinnen und Schweizer bezahlen die höchste Medienabgabe in Europa! ✗

In keinem anderen Land wird ein Programmangebot in vier Sprachen und in vier Kulturregionen produziert – die Medienabgabe lässt sich international also nicht seriös vergleichen, auch aufgrund der international unterschiedlichen Kaufkraft. Unsere Mehrsprachigkeit macht rund 40 Prozent der Kosten aus. Bei einem einsprachigen Angebot läge die Abgabe bei rund 200.– CHF, was dem europäischen Durchschnitt entspricht. ✓

RICHTIG ODER FALSCH? DER FAKTENCHECK DER SRG

SRG SSR

Die SRG bezahlt übertriebene Löhne und nimmt damit den privaten Medien die besten Journalistinnen und Journalisten weg! ✗

Das Lohnsystem der SRG ist transparent: Die Lohnpolitik wird im Geschäftsbericht der SRG und im Kaderlohnreporting des Bundes ausgewiesen. Die Löhne der SRG entsprechen über alle Stufen hinweg dem Marktdurchschnitt (+ 0,2 Prozent bei redaktionellen Stellen, - 2,2 Prozent bei Supportfunktionen). Übrigens geht die «Mobilität» in beide Richtungen – es wechseln auch SRG-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter zu den privaten Medien. Für die SRG ist es erfreulich, dass der Markt diesen Austausch zulässt. ✓

Die Sender der SRG verlieren laufenden an Zuschauern! ✗

Insgesamt nutzen 83 Prozent der Menschen in der Schweiz ab 15 Jahren wöchentlich ein Angebot der SRG. Die Nutzung bleibt also weiterhin hoch, sie verteilt sich aber auf mehr unterschiedliche Kanäle: Mit den neuen Nutzungsgewohnheiten werden SRG-Angebote immer häufiger zeitversetzt, on-demand oder online genutzt. Die SRG ist unverändert ein zentraler Referenzpunkt für die politische Meinungsbildung und geniesst beim Publikum ein hohes Vertrauen. ✓

Die Jungen nutzen die Angebote der SRG nicht und müssen trotzdem bezahlen! ✗

Die SRG erreicht auch ein jüngeres Publikum: Von den politisch interessierten jungen Menschen zwischen 15 und 34 Jahren geben 73 Prozent an, regelmässig SRG-Onlineangebote zu nutzen. Heute passiert das immer häufiger auf digitalen Plattformen. Die Konzession gibt der SRG explizit den Auftrag, spezifische Angebote für Junge anzubieten – und zwar dort, wo sich das jüngere Publikum aufhält. Das macht die SRG zum Beispiel mit Sendungen wie Tataki, SRF Impact und Wetube. ✓

Die SRG berichtet zu viel über linke Themen! Die SRG übernimmt die Argumente der rechten Parteien! ✗

Die SRG ist zu einer sachgerechten Berichterstattung verpflichtet, welche die Vielfalt der Meinungen angemessen abbildet. Das wird von den Ombudsstellen und von der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen UBI kontrolliert. Eine Studie der Universität Zürich (fög) hat das wissenschaftlich untersucht und kommt zum Schluss: Die SRG-Sender sind bei der Berichterstattung über Volksabstimmungen und Wahlen genau in der Mitte eingereiht, die Tonalität der Berichterstattung wird als neutral bezeichnet. ✓

RICHTIG ODER FALSCH?
DER FAKTENCHECK DER SRG

SRG SSR

Die SRG ist doch ein Staatsender! ✗

Die SRG ist ein unabhängiger Verein und gehört nicht dem Staat. Sie ist politisch und wirtschaftlich unabhängig, dank der solidarischen Finanzierung aus der Medienabgabe. Der Verein SRG ist privatrechtlich organisiert und zählt derzeit über 23'000 Mitglieder. Die SRG gehört uns allen. ✓

Es reicht, wenn die SRG ein Grundangebot im Informationsbereich sicherstellt! ✗

Die Bundesverfassung gibt der SRG ihren Auftrag vor, und zwar: zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung beizutragen. Dafür braucht es ein vielfältiges Angebot aus Information, Kultur, Sport und Unterhaltung. Das wird auch explizit von der Konzession verlangt. Mit einem reinen News-Programm würde viel verloren gehen: z.B. die Nähe und die Verbundenheit zu den Menschen in der Schweiz, oder der Beitrag zum Zusammenhalt und die gemeinsamen Erlebnisse, welche durch Unterhaltung und Sport entstehen. ✓

Die SRG konkurrenziert mit ihrem Angebot die Privaten! ✗

Die SRG ist keine Konkurrenz, sondern eine Ergänzung zu den privaten Medien in der Schweiz. In keinem anderen Land gibt es so viele Kooperationen zwischen privaten Medienhäusern und dem öffentlichen Radio und Fernsehen wie in der Schweiz. Gerade im Onlinebereich sind die Vorgaben für das Angebot der SRG streng: Werbeverbot, obligatorischer Bezug zu einem audiovisuellen Inhalt und Beschränkung der Textlänge. Die Konkurrenz im heutigen Medienumfeld ist mit den Tech-Giganten längst international und global. Es profitieren alle von einem vielfältigen Medienplatz. Die Forschung zeigt, dass in Ländern mit starkem Service public die Wertschätzung für Journalismus höher ist und die Zahlungsbereitschaft nicht negativ beeinträchtigt wird. ✓

Nach der Abstimmung zu No-Billag versprach die SRG, ihre Kosten zu senken, doch passiert ist nichts! ✗

Die SRG hat ihr Budget seit 2018 um über 100 Mio. Franken reduziert. Dies konnte mit mehr Effizienz und mehr Synergien erreicht werden, und zwar überall: in den Programmen, bei Personal-, Verwaltungs- und Strukturkosten, sowie in den Bereichen Operationen und Distribution. Ein Beispiel dafür ist der neue Video-Reportagewagen, der in allen Sprachregionen eingesetzt werden kann. ✓

RICHTIG ODER FALSCH?
DER FAKTENCHECK DER SRG

SRG SSR

Warum soll die SRG auf Social Media aktiv sein? Das ist kein Service public! ✗

Die SRG muss die Menschen dort erreichen, wo sie sich aufhalten, inklusive auf den digitalen Kanälen – die Konzession verpflichtet die SRG dazu. Das junge Publikum informiert sich zunehmend auf den sozialen Medien. Gerade dort, wo sich Fake News verbreiten, ist es wichtig, auch seriöse Angebote zu finden. ✓

Es braucht kein ausufernd des Onlineangebot der SRG: Damit nimmt sie den privaten Medien direkt Nutzerinnen und Nutzer weg! ✗

Die SRG hat im Onlinebereich keine dominante Position, ihr Marktanteil beträgt 20,1 Prozent (gleich viel wie die TX Group). Die Konzession gibt uns klare Rahmenbedingungen für unsere Onlineangebote vor. Die Textlänge ist beschränkt und jeder Beitrag muss mit einem audiovisuellen Inhalt verknüpft sein – so wird sichergestellt, dass das SRG-Angebot auch im Onlinebereich auf Audio- und Videoinhalte ausgerichtet ist. Eine neue Studie der Universität Zürich (fög) kommt zum Schluss, dass die SRG private Informationsangebote im Onlinebereich nicht verdrängt. Im Gegenteil: wer die SRG nutzt, konsumiert häufiger Informationsangebote privater Medien. ✓

Es wurde nie eine Service-Public-Debatte geführt. Man muss nun politisch endlich den Leistungsauftrag der SRG definieren! ✗

In den letzten Jahren wurde die öffentliche Debatte um den medialen Service public regelmässig und intensiv geführt. Die «No Billag»-Initiative (mit mehr als 70% abgelehnt), eine Einschränkung des Onlineangebots der SRG (im Parlament abgelehnt), die Abschaffung der Unternehmensabgabe für KMU (ebenfalls im Parlament abgelehnt) sind nur einige Beispiele davon. Im Jahr 2019 wurde eine neue Konzession verabschiedet, die vorab öffentlich diskutiert wurde und den Service-public-Auftrag der SRG weiterentwickelt hat. Eine erneute Anpassung der Konzession hat der Bundesrat bereits in Aussicht gestellt. Sie soll nach der Abstimmung über die Halbierungsinitiative ausgearbeitet werden, weil dann auch klar sein wird, wie viel Geld die SRG künftig noch zur Verfügung haben wird. ✓

Das Budget der SRG wächst mit dem Haushaltswachstum kontinuierlich an, die SRG erhält also mehr statt weniger Geld! ✗

Nein, der Abgabeanteil für die SRG ist seit 2019 auf einen fixen Betrag festgelegt, unabhängig vom Haushaltswachstum. Das wird auch weiterhin so bleiben: Der Bundesrat hat im Juni 2024 entschieden, dass die Medienabgabe ab 2027 gesenkt werden soll. Das bedeutet, dass die SRG deutlich weniger Mittel zur Verfügung haben wird und sparen muss. Sie soll ab 2029 noch 1.2 Mia. Franken aus der Haushaltabgabe erhalten, das sind rund 120 Mio. Franken weniger als heute. Das Haushaltswachstum ist dabei bereits eingerechnet, es gibt keine Mehreinnahmen bei der Medienabgabe. ✓

Die SRG sticht die Privaten bei den Sportrechten wieder aus, weil sie einfach mehr Geld auf den Tisch blättert. ✗

Bei den Sportrechten geht es nicht in erster Linie ums Geld. Die Angebote der SRG haben eine grosse Reichweite in allen Sprachregionen und werden für jede Sprachregion redaktionell aufbereitet. Genau das ist für die Sportveranstalter und Sponsoren wichtig: das Publikum in den Regionen zu erreichen und Sichtbarkeit für den Sport zu garantieren. ✓

Die SRG macht im Sport Sendungen, die die Privaten genauso gut könnten. ✗

Sport im TV ist aufwendig und komplex in der Produktion und nicht refinanzierbar. Durchschnittlich decken Werbung und Sponsoring nur 10 bis 20 Prozent der Kosten ab. Einzig grosse Telekomunternehmen wie Swisscom und Sunrise (bzw. blue und Mysports) verfügen über die personellen und infrastrukturellen Möglichkeiten, vergleichbare Sportprogramme zu erstellen und Leistungen zu erbringen wie die SRG – ihre Angebote sind aber hinter einer Paywall. Im Free-TV kommt nur ein Modell mit Übernahme von fixfertigen Programmen gegenüber den Pay-Sendern in Frage. ✓