

7. Februar 2005

medien heft

Strategisch ziellos, taktisch unklug

Das Schweizer Fernsehen setzt sich mit Internetplänen in die Nesseln

Urs Meier

Die SRG hat es nie geschafft, eine kohärente Internet-Strategie zu entwickeln. Jetzt hat SF DRS mit der Ankündigung, das führende Newsportal aufbauen zu wollen, einen bösen taktischen Fehler gemacht. – Ein Kommentar anlässlich der neu entbrannten Debatte über den Umfang des SRG-Leistungsauftrags.

Vor einigen Wochen gab SF DRS die Absicht bekannt, mit forcierter Entwicklung seines Online-Angebots das führende schweizerische Newsportal aufzubauen. Es überrascht nicht, dass diese Ankündigung kontrovers aufgenommen wurde. Die NZZ machte die Ambitionen des Schweizer Fernsehens zum Thema des samstäglichen Inland-Leitartikels und ging scharf mit ihnen ins Gericht (Rainer Stadler in der NZZ vom 05.02.2005). Nicht weniger deutlich fällt die fast einhellige Ablehnung aus, die "Persönlich", der Newsletter der Werbewirtschaft, in einer Umfrage eruiert hat. Die Medienhäuser, der Verlegerverband und die rechten Parteien reagieren empört. Einhellig werden die Wettbewerbsverzerrung durch den von Gebühren mitfinanzierten Konkurrenten und die Überschreitung des Leistungsauftrags des nationalen Radio- und Fernsehveranstalters angeprangert. Einzig die Sozialdemokraten sind bedingungslos auf der Seite der angegriffenen SRG, während die CVP sich mit einer Stellungnahme vernehmen lässt, die eine profunde medienpolitische Ahnungslosigkeit demonstriert.

Die SRG setzt mit der von SF DRS aufgeschauelten Debatte ihre seit je konzeptlose Internetpolitik fort. Vor einem Jahrzehnt verpasste es der nationale Rundfunkveranstalter, mit einer klaren Zielvorstellung ins Internetzeitalter aufzubrechen. Stattdessen verfolgt jede Unternehmenseinheit ihre eigene Strategie, ja teilweise gibt es nicht einmal eine einheitlich umgesetzte Konzeption in den einzelnen Häusern. Chance und Potenzial eines gemeinsamen Auftritts aller SRG-Unternehmenseinheiten im Internet wurden vertan. Stattdessen versuchte man, der schweizerischen Identität der Gesamtorganisation mit der zungenbrecherischen Marke "SRG SSR idée suisse" Leben einzuhauchen.

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: ++41 (0)1 299 33 11, Fax: ++41 (0)1 299 33 91, E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch

kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste; Bezug der Medienheft Dossiers (zwei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. Mwst. SFr. 30.-- (Ausland SFr. 35.--)

Die langjährige Führungslosigkeit in Sachen Internet hat die SRG nun vollends in die Defensive gebracht. Ich wage die These, ein von Anbeginn koordiniertes und konsequentes Vorgehen hätte die SRG gewissermassen organisch, fast zwangsläufig und ohne grosse politische Auseinandersetzungen dahin gebracht, wo SF DRS jetzt plötzlich hin will, nämlich auf einen der vordersten Plätze unter den Newsanbietern im Internet. Stattdessen ist das Unternehmen heute in seiner Onlinepolicy denkbar schlecht aufgestellt: Die Télévision Suisse Romande ist vor einigen Jahren mit einem Komplett-Portal forsch vorgeprellt, was bisher nur in der französischen Schweiz für Turbulenzen gesorgt hat, jetzt aber zusammen mit den Plänen von SF DRS zum nationalen Thema wird. Swissinfo, das ins Internet migrierte Schweizer Radio International, bietet etwas Ähnliches mit erklecklichem Aufwand seit längerem praktisch unter Ausschluss der Öffentlichkeit an. Der nationale Veranstalter hat keine guten Karten in der von SF DRS ohne Not lancierten Auseinandersetzung.

SRG-Generaldirektor Armin Walpen versucht die Wogen zu glätten: Er bezeichnet die Ankündigung von SF DRS als "unglücklich", spricht von "Bereinigung", spielt den Stellenwert des TSR-Portals herunter und verspricht gar im Interview mit der NZZ, "keine weiteren Schritte zu unternehmen". Dass er im gleichen Gespräch zugibt, "dass die SRG heute im Bereich Multimedia nicht gut positioniert, nicht gut organisiert ist", kann man eigentlich nur als Eingeständnis eines gravierenden Versagens interpretieren.

Dass eine Strategie der gesamten SRG für Internet und Multimedia nie entwickelt und verbindlich festgehalten wurde, rächt sich nicht erst heute. Doch neben den im vergangenen Jahrzehnt verschenkten Vorteilen schlagen sich jetzt immer deutlicher auch die manifesten Nachteile nieder. Wer keinen klaren Kurs fährt, wird desto eher zum Spielball der Interessen.

Und es ist kein Zufall, dass jetzt auch noch katastrophale taktische Fehler gemacht werden. Kurz vor der Schlussphase der parlamentarischen Beratung des neuen Radio- und Fernsehgesetzes einen solchen Hasen aufzuscheuchen, spricht nicht für grosses politisches Geschick. Wenn die Holding keine Strategie hat, muss sie sich nicht wundern, wenn einzelne Unternehmenseinheiten in einer Weise operieren, die für die Gesamtorganisation wenig förderlich ist. SF DRS hat ein verhängnisvolles Eigentor geschossen.

Urs Meier ist Geschäftsführer der Reformierten Medien und Mitherausgeber des Medienhefts.

Der Text befindet sich im Internet unter:
http://www.medienheft.ch/politik/bibliothek/p23_MeierUrs.html