

«Jetzt bewegt sich etwas, und es ist auch nicht recht»

Nathalie Wappler treibt den grössten Umbau in der jüngeren Geschichte von Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) voran. Im Gespräch mit Marc Tribelhorn und Christina Neuhaus erklärt sie, wieso auch beliebte Sendungen weichen müssen

Frau Wappler, als SRF-Direktorin sind Sie mit viel Vorschusslorbeeren und der gewonnenen «No Billag»-Abstimmung im Rücken gestartet. Doch inzwischen kommt die Kritik von allen Seiten – aus der Belegschaft, dem Publikum, der Politik. Was läuft schief am Leutschenbach?

Ich finde, die beiden Situationen miteinander vergleichen zu wollen, greift zu kurz. Sicherlich: Wir befinden uns zurzeit in einer schwierigen Situation. Wir kämpfen wie alle Medienhäuser mit dem Strukturwandel. Zwischen 2018 und 2020 musste die SRG allein 100 Millionen Franken einsparen – wegen abnehmender Werbeerträge und der Plafonierung der Gebühren. Mit Corona kommen bis 2024 nochmals 50 Millionen dazu. Das ist massiv und führt sicherlich auch zu Unruhe. Bei solchen Dimensionen kommt man nicht darum herum, beim Programm zu sparen.

Sparen ist das eine, Fehlkalkulationen sind das andere. Kürzlich wurde bekannt, dass monatlich 400 000 Franken Gebührgelder für die Reparatur der neuen SRF-Sendestudios investiert werden müssen. Der Mitte-Präsident Gerhard Pfister wetterte über den «Safiladen». Eine Gruppe Parlamentarier will nun die SRG und damit auch SRF der eidgenössischen Finanzkontrolle unterstellen.

Wir können nachweisen, dass wir sehr effizient und sorgfältig mit den Gebührgeldern umgehen. Bei unseren Immobilien haben wir in den letzten Jahren den Flächenbedarf um zehn Prozent senken können, so sparen wir jährlich 5 Millionen. Und die in den Medien kolportierten 400 000 Franken sind im Grunde keine Zusatzkosten, sondern interne Kosten für unsere Techniker, die dort an den neuen Systemen arbeiten. Wir bauen eine komplett neue Technologie, das hat sich verteuert. Aber die Finanzen sind keineswegs aus dem Ruder gelaufen. Eine Bauruine gibt es am Leutschenbach nicht. Jeden Tag wird aus diesem neuen Newsroom gesendet, das neue Schnittsystem ist eingeführt. Sie können gerne zusammen mit Herrn Pfister das alles in Augenschein nehmen!

Tatsache ist, dass SRF eines der modernsten Sendestudios der Welt baut. Vor einer Einführung der unerprobten Full-IP-Technologie wurde gewarnt. SRF ging das Risiko ein. Nun sehen wir die Folgen: Verzögerungen und Mehrkosten.

In aller Offenheit: Die Einführung von Full IP mag in ihrer Komplexität unterschätzt worden sein. Zusammen mit der BBC gehören wir zu den Ersten, die auf diese Technologie gesetzt haben. Aber was wäre die Alternative gewesen? Auf eine veraltete Technologie setzen und dann nach einigen Jahren auf Full IP umrüsten? Wenn auch derzeit nicht alles rundläuft und Corona zu weiteren Verzögerungen führt, halte ich den damaligen Entscheid langfristig für richtig.

Der neu gebaute Newsroom sorgt nicht nur wegen technischer Probleme für Kritik. In Ihrer Belegschaft scheint der Unmut gross. Von Kompetenzgerangel, Koordinationschaos und Fremdbestimmung ist die Rede. Wie reagieren Sie darauf?

Indem wir die Kritik aufnehmen und nun im Newsroom daran arbeiten, die Abläufe zu verbessern. Ich habe den Sparauftrag zum Anlass genommen, um auch gleich bei der Digitalisierung nachzubessern. So ist die Strategie «SRF 2024» entstanden, die das Unternehmen fit machen soll für die Zukunft. Dieser Transformationsprozess verändert die Arbeitsabläufe massiv. In der stärker vernetzten digitalen



«Die Erosion des gepflegten Austausches zwischen Andersdenkenden ist brandgefährlich», sagt Nathalie Wappler, die Direktorin von Schweizer Radio und Fernsehen.

GAËTAN BALLY / KEYSTONE

«Es gibt keinen generellen Abbau bei Kultur, Wirtschaft oder Sport, sondern neue, zeitgemässe Angebote.»

Welt braucht es mehr Koordination. Das ist eine Herausforderung für jede und jeden. Nicht alle kommen gleich gut damit zurecht. Ich erfahre aber auch viel Zustimmung von motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die sehen, dass der Kurs stimmt.

Nur haben Sie seit Ihrem Amtsantritt einige gute Journalisten verloren, unter ihnen gestandene Newsredaktoren, aber auch «Sendergesichter» wie Jonas Projer und Nik Hartmann. Sind das die Kollateralschäden der zackigen Transformation? Die Beweggründe der von Ihnen genannten Personen sind unterschiedlich und nicht einfach auf «Unzufriedenheit» zurückzuführen. Wir haben kein systematisches Problem. Zudem bauen wir neue Gesichter auf, die auf Anhieb erfolgreich sind. Unser Medienhaus bietet in allen Abteilungen noch immer viel Entwicklungsfreiheit. Den Bereich Information bauen wir sogar aus – mit einem Investigativ-Desk.

Handkehrum werden beliebte und etablierte Sendungen weggespart wie «Eco», «Sportaktuell», «Netz Natur» oder «52 beste Bücher». Ist das Ihr Verständnis von Service public? Ich kann es gut nachvollziehen, dass sich Menschen aufregen, wenn nun genau ihre Lieblingssendung wegfällt. Aber die verkürzten Schlagzeilen zu den abgesetzten Formaten sind nur ein Teil der Wahrheit. Wir müssen sowohl sparen als auch die Digitalisierung vorantreiben. Die Sendekonzeption gibt uns explizit den Auftrag, die Generation der unter 45-Jährigen besser und vor allem auf jenen Kanälen zu erreichen, auf denen sie sich bewegen. Das ist keine Revolution, sondern eine evolutionäre Bewegung. Künftig werden noch immer 80 Prozent unserer Inhalte klassisch auf linearen Radio- und TV-Kanälen ausgespielt, nur 20 Prozent zuerst im Internet. Auch gibt es keinen generellen Abbau bei Kultur, Wirtschaft oder Sport, sondern neue, zeitgemässe Angebote. Mit «SRF 2024» erfüllen wir unseren Leistungsauftrag besser und bleiben auch morgen noch relevant.

Youtube, Instagram oder Tiktok: Es wird bei SRF derzeit viel über digitale Kanäle gesprochen, aber wenig über den konkreten Inhalt. Was muss Service public heute leisten?

Service public heisst, dass wir möglichst alle mit unseren Inhalten erreichen. SRF soll eine Klammerfunktion für die Gesellschaft bilden. Wir müssen also eine breite Palette anbieten, im Informationsbereich etwa eine Kombination aus dem Bewährten wie unseren Nachrichtensendungen und hochwertigen neuen Formaten im Internet, etwa Erklärvideos zu Abstimmungen. Gerade Wissensinhalte werden online häufig abgerufen. Unser Kulturkanal auf Youtube hat bereits über 100 000 Abonnenten. Und wir müssen uns von den privaten Sendern unterscheiden. Im Unterhaltungsbereich setzen wir zum Beispiel nicht plötzlich auf stark gescriptete Formate wie «Bachelorette», sondern wir fokussieren noch mehr als früher auf Familien. Mit SRF Kids haben wir zudem einen Online-Kanal für Kinder etabliert. Die Inhalte im Netz sind nicht einfach leicht und seicht, wie gerne kritisiert wird.

Mit dem Grundsatz «digital first» expandiert SRF immer weiter in die Onlinewelt. Ist es mit der Konzession überhaupt vereinbar, dass immer mehr gebührenfinanzierte Angebote auf Plattformen wie Youtube oder Instagram geschaffen werden? SRF könnte sich ja online auch auf eine Mediathek beschränken, auf der sich die für Radio und TV produzierten Inhalte abrufen lassen?

Von einer Verletzung der Konzession kann keine Rede sein, und eine Mediathek allein wäre wenig zielführend. Im Internet sind andere Erzählformen gefragt als im linearen Radio und TV, zum Beispiel Podcasts und Teaserfilme. Es braucht also eigens dafür produziertes Material. Zudem wollen und müssen wir die jungen Menschen ja genau dort ansprechen, wo sie sich aufhalten, und sie für weitere ausführlichere Inhalte auf unserem Newsportal begeistern. Ich bin überzeugt, dass sich in Zukunft die Grenzen zwischen den Kanä-

len und Plattformen noch weiter verwischen werden. Unser Anspruch an die Qualität bleibt hingegen hoch, egal wo.

Die privaten Medien sehen diese Entwicklung sehr skeptisch. SRF tritt mit den zusätzlichen Angeboten in direkte Konkurrenz zu ihnen, etwa mit der überarbeiteten News-App. Haben Sie kein schlechtes Gewissen?

Das sind alles keine Gewissensfragen. Wir können ja nicht gut am Publikum vorbeisenden, das uns finanziert. Wir wollen unsere Inhalte digital besser verbreiten. Wir treten aber nicht gegen die Privaten an. Wir fokussieren ganz klar auf unsere Kernkompetenzen Audio und Video, auch bei der weiterentwickelten News-App. Bei den Texten haben wir eine Selbstbeschränkung bei der Länge, die in der Regel auch eingehalten wird. Ich bin sicher, dass es hierzulande mehrere Angebote nebeneinander verträgt. Den privaten Medienhäusern stellen wir zudem Inhalte und unser Archiv unentgeltlich zur Verfügung. Für weitere Kooperationen bin ich sehr offen.

Hat es Sie überrascht, dass Sie nun wegen Ihrer SRF-Umbaupläne so stark in der Kritik stehen? Ihre Vorgänger mussten sich zwar auch wegen einzelner Sendungen rechtfertigen, vor allem aber wegen der linkslastigen Gesinnung der Angestellten.

Als ich vor zehn Jahren Kulturchefin bei SRF war, lautete die Kritik noch: In diesem Laden bewegt sich nichts! Jetzt bewegt sich etwas, und es ist auch nicht recht. Aber ich wusste, dass der Modernisierungsprozess viel Resonanz auslösen wird – positive wie negative. Und zur vermeintlichen Linkslastigkeit: Die politische Ausgewogenheit ist bei uns schon lange durch das Sachgerechtigkeitsgebot vorgegeben.

Ihre Ansage bei Amtsantritt war klar: «Wir müssen ein Programm machen, das informiert, aber nicht polarisiert. Wir müssen keinen Meinungsjournalismus machen.» Haben Sie das erreicht? Diese Aussage hat meine persönliche journalistische Grundhaltung ausgedrückt: dass man offen und neugierig an jedes Thema herangeht. Das kann auch heissen, dass man mit einer Recherche beginnt und im Laufe der Zeit merkt, dass sich die Geschichte in eine andere Richtung entwickelt.

Sie haben derzeit nicht den angenehmen Medienjob. Haben Sie den Chefessel je bereut?

Keine Sekunde. Wenn man so einen Job antritt, weiss man, dass man künftig für alles verantwortlich ist – vom Live-Sport bis zu «Blickpunkt Religion». Es ist ein grosses Privileg, den Medienwandel und den Service public in der Schweiz mitzugestalten. Dafür stelle ich mich auch gerne in den Wind.

Und schalten bei Kritik auch einmal auf Durchzug?

Natürlich nicht. Die Kritik lässt einen nicht kalt, auch wenn sie ungerecht ist. Manchmal sollte man Twitter besser nicht anschauen, weil man sich nur über die permanenten Zuspitzungen ärgern würde.

Macht Ihnen die giftige Debattenkultur unserer Zeit zu schaffen?

Sehr. Es tut nichts mehr Not als sachliche Debatten. Als ich Programmdirektorin des Mitteldeutschen Rundfunks im Osten Deutschlands war, erlebte ich eine ziemlich stark polarisierte Gesellschaft, in der rationale Argumente immer weniger durchdrangen. Diese Erosion des gepflegten Austausches zwischen Andersdenkenden ist brandgefährlich. Es braucht wieder mehr Respekt und Wertschätzung für andere Meinungen.