## No Billag und die SRG

Unglaublich, mit welcher Heftigkeit die Medienschaffenden und Angestellten der SRG auf die bevorstehende Abstimmung über die «No-Billag-Initiative» reagieren.

von Sven Bradke



Die Radiosendung «Rendez-vous» endete mit dem Satz, dass diese nur durch die Gebühreneinnahmen der Zuhörer möglich gewesen sei. «10vor10» lancierte einen längeren Fokus und vergass dabei fast die Weltpolitik. Toni Brunner wurde im «Schawinski»-Talk erstaunlich lieb zur Initiative befragt. Eine erste «Arena»-Sendung wurde bereits abgedreht. Das Medienforum SRG Ostschweiz organisierte einen speziellen Anlass zum Thema «Sendeschluss?» und bewarb diesen gleich auch übers «Regionaljournal». Schöne TV-Clips wurden zu bester Sendezeit ausgestrahlt. Schliesslich äusserten sich einzelne Moderatoren noch über Facebook und via Twitter. Eine Kampagne, die ihresgleichen sucht!

## Zulässige Werbung?

Zugegeben, es geht bei den Medienschaffenden um viel. Letztlich sogar um ihre berufliche Existenz. Ich habe volles Verständnis dafür, dass sie gestresst, nervös und engagiert sind. Ich habe als aktiver Medienkonsument auch grossen Respekt vor ihrer Arbeit. Dennoch setze ich mehrere Fragezeichen: Ist es angemessen und zulässig, dass die Mitarbeiter diese Vorlage so früh, so aktiv und so gezielt über ihre Kanäle thematisieren? Warum wurde über die neue Finanzordnung 2021, über die am selben Tag abgestimmt wird, nicht im gleichen Ausmass berichtet?

## Agieren statt lamentieren!

Im Wissen, welch gesellschaftlichen Beitrag die SRG mit ihren Newssendungen erbringt, fürchte ich, dass die forsche Berichterstattung von anfangs November ihr eher schadete. Die Werbetrommel in eigener Sache zur rühren, ist gefährlich. Die Initiative ist zweifelsohne zu radikal. Reformen sind bei der SRG aber angezeigt. 1000 Angestellte alleine für die italienische Berichterstattung, wie die NZZ jüngst feststellte, sind zu viel. Die SRG sollte deshalb die Gelegenheit nutzen, die Abstimmung als Chance zur Erläuterung ihres Reformprogramms zu sehen. Lamentieren allein geht nicht!

Dr. Sven Bradke, Wirtschafts- und Kommunikations berater, Geschäftsführer Mediapolis AG, St. Gallen