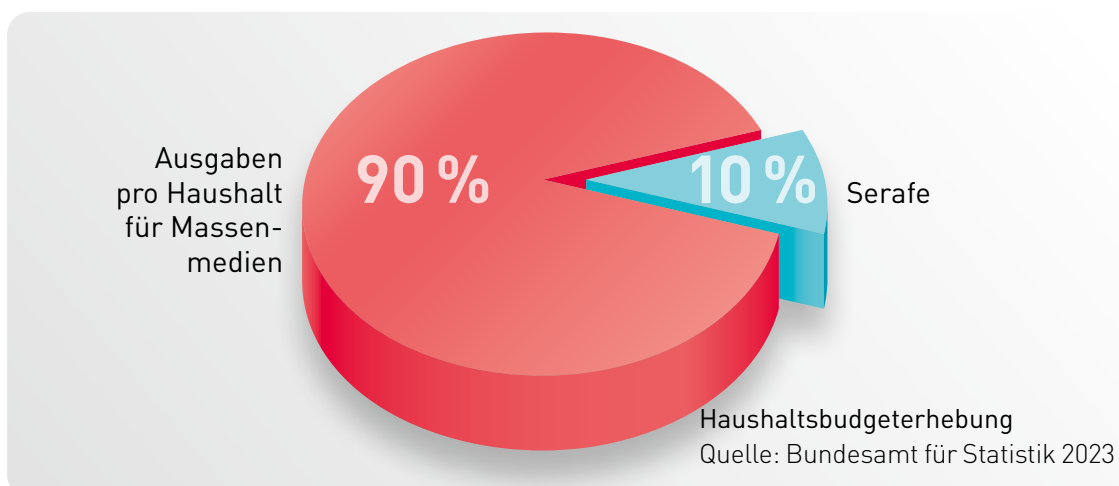


Fakten statt Lärm

Am 8. März 2026 stimmen wir über die Halbierungsinitiative der SVP ab. Ein Ja würde das Budget der SRG, das ohnehin schon massiv reduziert wird, tatsächlich halbieren. Der Abstimmungskampf ist laut und von Fake News durchsetzt. Die wichtigsten Fakten sollen die Basis für eine echte Debatte liefern.



1. Den privaten Medienverlagen in der Schweiz geht es schlecht. Inzwischen fließen jedes Jahr 2,5 Milliarden Franken an Werbegeld zu Tech-Plattformen wie Google, Facebook, Instagram und Tiktok ab. Dieses Geld fehlt den Medienverlagen; mit teureren Abos können sie den Verlust nicht annähernd kompensieren. Die Konsequenzen, die wir seit 20 Jahren beobachten: Stellenabbau, Ausdünnung des Angebots, Verflachung, Kannibalisierung. Journalismus ist kein Geschäftsmodell mehr.
2. In einer Zeit globaler Spannungen und Desinformation ist eine starke, unabhängige SRG unverzichtbar. Als Verein gehört sie uns allen – und bleibt unabhängig, weil sie durch unsere Gebühren finanziert wird.
3. Die privaten Medienverlage und die SRG liefern sich seit Jahren Grabenkämpfe. International sind sie Zwerge und in ihrer Existenz bedroht durch mächtige Streaming-Dienste (z.B. Netflix, Spotify) sowie Social Media. Letztere haben sich zu Fake-News-Schleudern entwickelt. Amerikanische und chinesische Tech-Giganten bieten vor allem Unterhaltung, aber keine journalistisch aufbereitete Information – aus der Schweiz, über die Schweiz.
4. Ein Privathaushalt gibt für den Konsum von Massenmedien durchschnittlich 264 Franken pro Monat aus. Darunter fallen Zeitungen, Bücher, Streaming-Dienste, Kino, Empfangsgeräte usw. Die Medienabgabe beträgt zurzeit 28 Franken pro Monat. Mit anderen Worten: Die Serafe-Gebühren machen etwa 10 Prozent der Gesamtausgaben aus.



5. Desinformation, Fake News und der Missbrauch von Künstlicher Intelligenz gehören weltweit zu den grössten Gefahren. Um Paroli bieten zu können, braucht es starken Journalismus. Doch der kostet Geld.
6. Seit Jahren wächst das Online-Angebot, weil wir immer häufiger und länger im Netz unterwegs sind. Die klassischen Kanäle Print, Radio und lineares Fernsehen verlieren stetig an Reichweite. Menschen bis 55 informieren sich hauptsächlich im Internet, die Transformation ist in vollem Gang. So muss man die Hintergrundsendung «Echo der Zeit» von Radio SRF heute nicht mehr um 18 Uhr einschalten. Wir können sie uns zu einem beliebigen späteren Zeitpunkt oder als Podcast anhören.
7. Die SRG produziert Inhalte, die auf dem freien Markt nicht finanzierbar wären – etwa das «Echo der Zeit», DOK-Filme, Serien wie «The Deal» sowie eine breite Palette an Live-Sport.
8. Könnte die SRG ihre Inhalte in nur einer Sprache produzieren, würde die Medienabgabe rund 200 Franken betragen. Aus der Warte der Deutschschweiz dürfen wir nicht ausblenden, dass es drei deutlich kleinere Sprachregionen gibt. Rücksichtnahme und Solidarität gegenüber Minderheiten sind Teil des Erfolgsmodells Schweiz.
9. Seit Jahren sagen Nationalräte wie Gregor Rutz (SVP), die SRG lasse den privaten Medienverlagen online zu wenig Raum, um sich zu entfalten. Eine Studie des Forschungszentrums Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der Universität Zürich hat diese Hypothese empirisch geprüft. Sie kommt zum Schluss, dass nur gerade 4 Prozent der Befragten sich ausschliesslich über SRG-Plattformen informieren. Zum selben Befund kommt eine Studie der Universität Freiburg. Die Verdrängungsthese ist also widerlegt.

foeg.uzh.ch/de/news/2024/SRG-verdrängt-private-Nachrichtenmedien-nicht.html

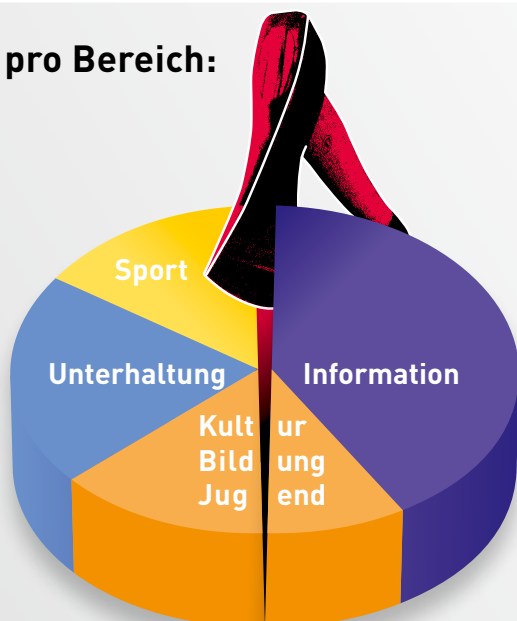


unifr.ch/news/de/33067/studie-entkraftet-kritik-am-srg-onlineangebot



10. In der Schweiz sind zurzeit 22 Prozent der Bevölkerung bereit, für Online-Angebote zu bezahlen. Ein weiterer Befund der fög-Studie: Die Nutzung von SRG-Plattformen wie der SRF News-App reduziert die Zahlungsbereitschaft für die Online-Angebote der Privaten nicht.

Kosten pro Bereich:



Wird das Budget der SRG halbiert, halbiert sich ihr Angebot. Eine Variante könnte sein, dass die Bereiche Sport und Unterhaltung wegfallen. Wir müssten also unter Umständen anderswo separate Abos kaufen.

Quelle: SRG-Geschäftsbericht 2024



11. Was haben Filme wie «Die göttliche Ordnung», «I Giacometti» und «Zwingli» oder Serien wie «Cellule de crise», «Frieden» und «Tschugger» gemeinsam? Das sind Schweizer Werke, die grossen Anklang fanden. Die SRG hat sie als Co-Produzentin mitfinanziert. Sie unterstützt Filme und Serien mit 34 Millionen Franken pro Jahr. Die Identität unseres Landes wird gestärkt durch die Geschichten, die ein Film erzählt.
12. Seit der Ära von Medienministerin Doris Leuthard sind die Gebühreneinnahmen der SRG gedeckelt. 2015 betrug die Gebühren übrigens noch 462 Franken pro Jahr. Sie sind also seither um mehr als 25 Prozent gesunken. Im Jahr 2029 belaufen sie sich noch auf 300 Franken. Das hat der Bundesrat mit einer Verordnung entschieden.
13. Die Medienkrise trifft den Regionaljournalismus besonders hart. Dank Fusionen und Übernahmen konnten die grossen Medienverlage wie Tamedia und CH-Media Ressorts wie Ausland, Inland, Wirtschaft und Sport zusammengelegt. Dies ist im Regionalen nicht möglich. Je weniger über die eigene Region berichtet wird, desto mehr schwindet die Identifikation der Menschen mit ihr. Dieser Befund ist belegt. Die SRG ist längst das einzige Medienhaus, das systematisch aus allen Regionen berichtet, etwa mit den Regionaljournalen von Radio SRF, «Regional Diagonal» und mit «Schweiz aktuell».
14. Clickbait-Journalismus ist eine Seuche (to bait = ködern). Oberstes Ziel ist es, die Leute möglichst lange mit knalligen Storys auf dem eigenen Online-Portal zu halten. Es geht um Reichweite, Klicks, Werbung und Angebote hinter der Bezahlschranke. Die Antwort darauf: Unabhängige, starke Medien, die sich dem Clickbaiting entziehen können, weil sie solid finanziert sind, und eine engagierte Zivilgesellschaft. Wir zählen auf Sie!
15. Die SRG erhält kein Geld aus dem Budget des Bundes, sondern über eine Inkassostelle (Serafe, früher Billag). Das macht sie unabhängig von Beeinflussungen durch das Parlament. Einen Staatsfunk gibt es etwa in Russland und Nordkorea.
16. Immer mehr Milliardäre kaufen sich Medien: Rupert Murdoch («Fox News»), Jeff Bezos («Washington Post») oder die Familie Blocher (über 30 Regionalzeitungen). Sie können bestimmen, was wir lesen, hören und sehen. Die SRG hingegen ist der breiten Öffentlichkeit verpflichtet.

17. Die SRG muss ihr Budget um 270 Millionen Franken reduzieren. Hauptgrund: Der Bundesrat hat mit einer Verordnung entschieden, dass die Gebühren von 335 auf 300 Franken sinken müssen. Der Programmabbau hat längst begonnen. So wurden beispielsweise das «Wissenschaftsmagazin» von Radio SRF2 und die populäre TV-Sendung «Gesichter und Geschichten» gestrichen.
 18. Das Argument der Doppelbesteuerung ist ein Klassiker unter den SRG-Kritikern. Fakt ist: 75 Prozent aller Firmen bezahlen keine Gebühren, bald sind es sogar 80 Prozent. Was auffällt: In vielen Büros und Werkstätten läuft der ganze Tag Radio SRF3. Skirennen und andere Sportevents werden oft am Arbeitsplatz geschaut.
- P.S.** Blocher-TV und Roger Köppels «Weltwoche Daily» machen glücklich. Bloss: Reicht das für eine aufgeklärte Gesellschaft? 🤔🙄



Die Allianz Pro Medienvielfalt wurde Anfang 2022 lanciert. Sie ist ein Projekt der Bewegung Courage Civil und vereint bislang 6200 Einzelpersonen und 30 Organisationen. [Hier können Sie sich eintragen und Teil der Community werden!](#)



Nur mit Herzblut ist der Kampf gegen die Halberungsinitiative nicht zu gewinnen. Mit Ihrer Spende unterstützen Sie unsere Arbeit.

IBAN: CH 32 0900 000 1609 3130 0

Oder via Twint:



Bern, Januar 2026 | Mark Balsiger

Allianz Pro Medienvielfalt

