

NZZAS.CH

Die neue SRF-Chefin: «Der andere könnte recht haben»

Im ersten grossen Interview seit ihrer Wahl sagt Nathalie Wappler, dass ihre Sender auf Meinungsjournalismus verzichten sollen. Weiter will sie Kultur stärken und mit den Verlegern kooperieren.

Christian Jungen • 10.11.2018, 21.45 Uhr



Nathalie Wappler, 50, ist zurzeit Programmdirektorin des Mitteldeutschen Rundfunks in Halle. Im Frühling 2019 wird sie SRF-Direktorin.

Dominik Butzmann

NZZ am Sonntag: Warum haben Sie sich als Direktorin beworben?

Nathalie Wappler: Weil das ein einzigartiger Job ist in der Schweiz und eine tolle Chance, nach der «No Billag»-Abstimmung den Service public zu justieren. Alle öffentlichrechtlichen Anstalten in Europa schauen nun auf die Schweiz.

Wie wollen Sie die «No Billag»-Befürworter wieder von SRF überzeugen?

Wir müssen uns verändern, das hat das Abstimmungsergebnis zum Ausdruck gebracht. Und wir müssen ein Programm machen, das informiert, aber nicht polarisiert. Wir müssen keinen Meinungsjournalismus machen. Ich habe diesbezüglich in Deutschland sehr viel gelernt. Diese Abgehängten, die man nicht mehr zurückholen kann, beschäftigen mich zutiefst.

An was stören sich diese Menschen konkret?

Wenn wir in einem Beitrag einen Politiker zu Wort kommen lassen und wenn der Journalist dann den Eindruck erweckt, er wisse es besser, provoziert das einen Vertrauensverlust. Als ich im Journalismus anfang, war ich immer beeindruckt vom Raum, in dem die Agenturfaxe ratterten. Es gab mir das Gefühl, an der Quelle zu sein, wo Nachrichten eintreffen, bevor wir sie verbreiten. Heute haben alle dieses Gefühl, weil sie

permanent am Ticker sind. Deshalb wird es für uns immer wichtiger, zu erklären, warum es Journalisten braucht, die auswählen und gewichten. Und wir müssen mit Kritikern im Gespräch bleiben, um zu verstehen, was sie stört. Wir brauchen Beispiele.

Also konkret: SVP-Politiker ärgern sich, dass in Beiträgen über ihre Partei oft der alte Stumpenraucher gezeigt wird - und kaum je die vielen jungen Frauen, die aktiv seien.

Wenn das so empfunden wird, müssen wir uns damit auseinandersetzen. Es ist der einfachste Weg, einen Experten zu suchen, der die eigene These bestätigt. Daher muss die erste journalistische Tugend sein: Ich habe eine These und suche jetzt erst einmal alles, was gegen sie spricht. Und wir Journalisten müssen uns am Riemen reißen, dass wir nicht einfach Klischees des Typs «SVP gleich Stumpenraucher» bedienen.

Sie kommen aus der Kultur, lieben klassische Musik. Können Sie mit dem Beizer aus Dübendorf auf Augenhöhe sprechen?

Jetzt bitte nicht selber Klischees produzieren: Ich kann auch jassen! Und klar: Ich will auf diese Leute zugehen und ihnen zuhören. Gerade durch Social Media laufen wir Gefahr, immer nur die Bestätigung in der eigenen Echokammer zu suchen und den anderen zeigen zu wollen, dass wir recht haben. Wir haben verlernt, den anderen zuzuhören. Für mich ist es wichtig, mit der

Grundhaltung in ein Gespräch zu gehen, der andere könnte recht haben.

Viele Bürger halten die SRG für arrogant, ja fast aristokratisch: Man muss ein de Weck, eine de Roten oder eine Segantini sein, um überhaupt in die Teppichetage zu kommen.

Wenn die Leute uns für arrogant halten, dann haben wir ein Problem. Ich glaube, dieser Vorwurf rührt daher, dass wir zu oft mit der Haltung auftraten: «Ich erkläre dir jetzt, wie die Welt ist.» Und natürlich trägt auch die Grösse des Hauses zu diesem Eindruck bei. Im Vergleich zu anderen Medienhäusern ist die SRG tatsächlich sehr gross, aber wir sind ja auch so gross, weil wir in den Regionen verankert sind und weil wir versuchen, das beste Programm für alle zu machen.

Im Vergleich zu Medienhäusern wie Tamedia oder NZZ ist die SRG erdrückend gross.

Mir ist es wichtig, dass auch die Verleger und privaten Verlage ihren Platz haben. Wir bei den öffentlichen Medien müssen verstehen, wie schwierig es ist, als Zeitungsjournalist seinen Job zu machen, wenn die Hälfte des Anzeigengeschäfts flöten geht.

Wie könnte eine Kooperation zwischen SRF und Privaten aussehen?

Die BBC hat mit Regionalmedien ein Netzwerk von Lokaljournalisten erstellt, auf das kleinere Redaktionen zurückgreifen können. So stärkte sie den Lokaljournalismus. Solche Modelle könnten auch für die Schweiz interessant sein. Die Meinungsvielfalt ist ein wichtiges Gut, und gerade in einem kleinen Land sind wir stärker, wenn wir kooperieren, als wenn wir uns auseinanderdividieren lassen. Zumal wir ein gemeinsames Problem haben: Die Werbegelder fließen je länger je mehr nur noch zu den grossen US-Konzernen. Wir müssen uns überlegen, wie wir die Gelder in der Schweiz behalten können, damit es weiterhin Medien wie die NZZ gibt.

SRF konkurrenziert die Verlage natürlich, indem es sich immer mehr im Internet breitmacht, auch mit Textbeiträgen.

Unser Fokus liegt auf Audio- und Bewegtbildbeiträgen. Trotzdem brauchen wir Barrierefreiheit im Internet, weil es das Feld der Zukunft ist und weil wir Transkripte von Beiträgen machen müssen für Hörgeschädigte.

Sie verlegen einen Teil der Redaktion von Bern nach Zürich. Gefährden Sie damit nicht die Kohäsion im Land?

Dass diese Veränderungsprojekte nicht für alle einfach sind, verstehe ich. Aber die Bedenken bezüglich Kohäsion teile ich nicht: Einerseits soll die Inlandredaktion in Bern bleiben, andererseits sollen -

soweit ich die Pläne kenne - die Korrespondenten direkt in den Regionen noch verstärkt werden.

“

«Ich möchte die Kultur weder dem Clickbaiting noch dem Quotendruck aussetzen. Unsere Beiträge müssen auf Youtube nicht 16 Millionen Mal angeschaut werden.»

”

Sie wollen die Alleinstellungsmerkmale von SRF stärken. Können Sie Beispiele nennen?

Die Unterhaltung des Service public darf auf keinen Fall menschenverachtend oder voyeuristisch sein. Und in der Information sind wir nicht skandalisierend. Ich will auch künftig keine reisserischen Titel, damit es möglichst viele Clicks gibt. Und ich will der Recherche mehr Platz geben.

Dafür, dass SRF ein Heer von Journalisten hat, decken die Sender wenig auf. Die grossen Geschichten dieses Jahres wie das Bündner Baukartell haben private Medien aufgedeckt.

Ich habe die Recherche der «Republik» zum Bündner Baukartell auch gelesen, eine tolle Geschichte. Auch in der langen «Cum Ex»-Recherche zum Steuerbetrug habe ich viel gelernt. Aber natürlich hatte auch SRF einige Primeurs, zum Beispiel die kurdischen Truppen, die drei Schweizer IS-Anhängerinnen gefangen genommen haben, oder in Zusammenhang mit dem Fall Maudet.

Was wollen Sie den Privaten überlassen - dürfen die Sender des Aargauer Verlegers Peter Wanner künftig das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest übertragen?

Ein Schwingfest zu übertragen, ist extrem aufwendig. Im Rahmen solcher Projekte steht SRF für eine grosse Nachhaltigkeit. Bei uns kann man sicher sein: Wir übertragen es in diesem Jahr und auch im nächsten. Private übertragen es vielleicht ein Jahr und wenn sie merken, dass es doch zu teuer ist, lassen sie es im nächsten wieder bleiben.

Welche Bedeutung hat die Kultur?

Generell nimmt die Kulturberichterstattung in den Medien ab, weil man sagt, das interessiere zu wenige Leute. Ich glaube das nicht, und ich möchte die Kultur weder dem Clickbaiting noch dem Quotendruck aussetzen. Unsere Beiträge müssen auf Youtube nicht 16 Millionen Mal angeschaut werden. Vielmehr möchte ich eine Methode finden, mit der man Relevanz messen

kann. Kultur vermittelt Werte und ist wichtig für den Zusammenhalt einer Gesellschaft. Und bei SRF sehen wir, dass Kulturbeiträge oft über die Zeit eine respektable Reichweite erhalten. Deshalb möchte ich sie pflegen.

Wo wollen Sie ausbauen?

Bei Serien wie «Wilder» und «Seitentriebe». Serielles Erzählen ist Gegenwarterzählung. Allerdings müssen wir stets mehrere entwickeln, um daraus dann eine gute realisieren zu können. Wichtig ist mir, dass die Autoren gut bezahlt werden.

Wie wollen Sie die Jugend erreichen, von denen laut einer Studie die Hälfte keine Nachrichten mehr konsumiert?

Beim MDR habe ich gesehen: Es gibt einen Teil von Abgehängten, die man nicht mehr erreicht. Andere kann man direkter ansprechen. Bei «funk», dem jungen Netzwerk von ARD und ZDF, haben wir beispielsweise mit «Deutschland 3000» ein Format, das politische Hintergründe für diese Zielgruppe gut und unterhaltsam erklärt, etwa, wie Lobbyismus funktioniert. Wir müssen auch in der Kultur neue Formate finden, um der jungen Zielgruppe Kanonwissen zu vermitteln.

Wie viel Geld und wie viele Stellen müssen Sie einsparen?

Die SRG spart ab 2019 insgesamt 100 Millionen Franken pro Jahr, das bedeutet unternehmensweit einen Abbau von 250 Stellen. Bei SRF sind es voraussichtlich 47 Stellen.

Wo setzen Sie an?

Das kann ich jetzt noch nicht sagen, aber klar ist: Ich werde Entscheide treffen müssen, die nicht allen gefallen. Vor allem, wenn man sie jenen erklären muss, welche «No Billag» ablehnten und nun die Haltung haben: «Jetzt habe ich die SRG gerettet, darum habe ich Anspruch auf den Status quo.»

Wie gehen Sie mit Druck um?

Erstens muss man Dinge, die über einen gesagt werden, relativieren. Sie haben oft nicht mit meiner Person zu tun, sondern mit meiner Funktion. Und zweitens schaffe ich mir immer wieder Freiräume, dann mache ich zum Beispiel mit meinem Mann zusammen Musik, weil mir das guttut.