

15.10.2012 - 16:00 Uhr

Die SRG SSR im digitalen Zeitalter

Bern (ots) -

Die SRG hat ihre Unternehmensstrategie überarbeitet. Rasch ändern sich die Technologie und das Verhalten der Mediennutzer; die Medienwelt wandelt sich tiefgreifend. Darum wird es noch wichtiger, einer klaren Strategie zu folgen. Neben betriebswirtschaftlichen Zielen hält die SRG erstmals auch Stossrichtungen für die weitere Entwicklung des SRG-Angebots am Radio, im Fernsehen und im Internet fest. Im Sinne der Transparenz veröffentlicht das Service-public-Unternehmen seine Strategie vollumfänglich im Internet.

Die überarbeitete Unternehmensstrategie der SRG - bringt Werte des Service public auf den Punkt; - betont, dass das audiovisuelle Angebot Kernkompetenz und Unternehmenszweck der SRG bleibt; - setzt die strategischen Ziele der SRG; - definiert Stossrichtungen für die Fortentwicklung des Angebots; - setzt Prioritäten, um die Ressourcen noch wirksamer einzusetzen; - bekundet die Offenheit der SRG für Kooperation mit privaten Medienhäusern, wo dies im gegenseitigen Interesse liegt.

Das Medienhaus SRG muss im neuen Umfeld als Radio- und Fernsehanbieter (Broadcast) und als Multimedia-Anbieter (Broadband) überzeugen. Es ändert sich nämlich das Verhalten der Zuschauerinnen und Hörer: Viele richten sich nicht nach dem Programm und den Sendezeiten; dank Internet nutzen sie zeitunabhängig und individuell Medienangebote. Die SRG geht proaktiv auf die Wünsche der Gebührenzahlenden ein.

Mehr Schweizer Produktionen und noch näher beim Publikum

Die SRG verfolgt die Strategie, mit einem unverwechselbaren Service-public-Angebot die Nutzer dort zu erreichen, wo sie sind: im Radio, im Fernsehen und im Internet. Die SRG wird- die Anzahl Schweizer Produktionen erhöhen; - die Live-Berichterstattung als Fundament der Kanäle ausbauen; - Smart-TV (auch Hybrid-TV genannt) zügig entwickeln - Priorität haben der europäische Standard HbbTV* und Second Screen; - im Radio- und Fernsehprogramm neue gesellschaftliche Trends früh aufgreifen; - in Stadt und Land das mobile Publikum noch besser erreichen; - das junge Publikum gezielter ansprechen; - trotz älter werdender Bevölkerung das Durchschnittsalter der Hörerinnen und Zuschauer halten.

In enger Zusammenarbeit haben Geschäftsleitung und Verwaltungsrat der SRG die Strategie erarbeitet. Der Verwaltungsrat hat sie an seiner Oktobersitzung verabschiedet: Die Unternehmensstrategie wird über die kommenden fünf Jahre verfolgt und bei Bedarf aktualisiert.

Zitate:

«Digitale Technologie, neues Verhalten der Mediennutzer, globale Konkurrenz: Die SRG stellt sich den drei grossen Herausforderungen», sagte SRG-Verwaltungsratspräsident Raymond Loretan.

«Im Umbruch der Medienwelt weiss die SRG, wohin sie will», sagte SRG-Generaldirektor Roger de Weck.

Unternehmenskommunikation SRG

Dokument Unternehmensstrategie SRG: <http://www.srgssr.ch/de/service-public/auftrag>

* Was ist HbbTV?

«Hybrid broadcast broadband TV» (HbbTV) ist der anerkannte europäische Standard für Hybrid-TV und gilt als Nachfolgedienst des heutigen Teletextes. HbbTV ermöglicht eine inhaltliche Verknüpfung von Fernseh- und Internetinhalten auf dem Fernsehbildschirm. Der Zuschauer kann zusätzliche Informationen und Dienste per Knopfdruck auf seinem TV-Bildschirm aufrufen: beispielsweise Zusatzinformationen zum Inhalt der laufenden Sendung, Video on Demand oder Soziale Netzwerke. Ebenfalls möglich ist die interaktive Teilnahme in Fernsehsendungen (wie unter anderem das Voting). HbbTV vereinfacht das Sehen von Sendungen mit Gebärdensprache. Künftig sollen via HbbTV etwa auch Tagesschau und weitere Sendungen mit Untertiteln belegt werden können. Die SRG startet in der Romandie ein erstes HbbTV-Pilotprojekt. Siehe auch Medienmitteilung der SRG vom 21. Juni 2012: <http://www.srgssr.ch/nc/de/medien/archiv/single/date/2012/srg-ssr-plant-zukunft-mit->

hybrid-tv/

Kontakt:

Iso Rechsteiner, Leiter Unternehmenskommunikation SRG, 079 393 60 73

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014224/100726516> abgerufen werden.