

## «Vorläufig sitzt immer noch das SF-Sportpublikum in der ersten Reihe!»

*Hat das Schweizer Fernsehen im populären Sport ein Positionierungs- oder ein Wahrnehmungsproblem oder keines von beidem? Tatsache ist: Die seit der letzten Saison bestehende Situation, dass der Pay-TV-Anbieter Teleclub in Kooperation mit Bluewin-TV durch exklusive Übertragungen im Schweizer Eishockey und Fussball als neue Player im Schweizer Sportfernsehen auftritt, versetzt das Schweizer Fernsehen in eine neue Rollenaufteilung – mit Vor- und Nachteilen. Der nationale Service-public-Sender betrachtet die Entwicklung als logischen Schritt in die neue TV-Dualität – auf der Basis einer komplementären Zusammenarbeit in den Bereichen Grundversorgung (Free-TV) und kostenpflichtigen Zusatzangeboten (Pay-TV). Mit Blick auf das aussergewöhnliche Sportjahr 2008 (Fussball-Europameisterschaft in der Schweiz und in Österreich und Olympische Sommerspiele in Peking) plant das Schweizer Fernsehen den Startschuss für hochauflösendes Sportfernsehen auf dem neuen Zusatzkanal «HD suisse» ab Anfang Dezember mit einem neuen Sportstudio und einem neuen Auftritt.*



### Urs Leutert

[urs.leutert@sf.tv](mailto:urs.leutert@sf.tv)

Leiter Abteilung Sport Schweizer Fernsehen SF  
und Business Unit Sport SRG SSR idée suisse



*Herr Leutert, die Formel 1 ist ab dem Jahr 2008 im Schweizer Fernsehen nicht mehr zu sehen. Schweizer Fussball und Eishockey teilen Sie sich mit den ambitionierten Pay-TV-Plattformen Teleclub und Bluewin-TV. Steht das Schweizer Fernsehen im Sport zunehmend im Abseits?*

**Urs Leutert:** Zwischen der primär medial inszenierten Aufregtheit über die neue Situation in den genannten Sportarten und der Realität gibt es eine Diskrepanz. Das Sportangebot der SRG-Sender ist nach wie vor erstklassig, im europäischen Vergleich sogar einmalig! Gerne weise ich Sie auf ein paar Rosi-

nen in unserem Sportprogramm in den nächsten drei Jahren hin: Olympische Spiele in Peking 2008/Vancouver 2010, Fussball-Euro 2008 Schweiz/Österreich, Fussball-WM 2010 in Südafrika, Fussball-Champions-League, Fussball-Cupfinal, Leichtathletik-WM 2008 Osaka, Leichtathletik Weltklasse Zürich, Eishockey-WM 2008 Kanada, Tour de Suisse, Tour de France, Ski-WM 2009 Val d'Isère, Weltcup Ski alpin und Skispringen, Tennis: alle Spiele von Roger Federer an allen Grand Slams und allen weiteren wichtigen Turnieren, Motorrad-WM mit Tom Lüthi, America's Cup mit Alinghi, Eidgenössisches Schwingfest 2007 in Aarau und vieles mehr. Wir offerieren unserem Publikum rund 1600 Stunden Sportprogramm pro Jahr und berichten dabei über rund 60 Sportarten. Und apropos: Im nationalen Fussball werden wir weiterhin zehn Topspiele exklusiv (unter anderem zum Saisonauftakt 2007/2008 Basel gegen Zürich) und im nationalen Eishockey die entscheidenden Play-off-Finalspiele zeigen. Mit Verlaub: Ich kann bei diesem Angebot eine Abseitsstellung wirklich nicht erkennen!

*Das klingt eher nach Schadensbegrenzung.*

**Leutert:** Ich sehe nicht, wo der Schaden sein soll!

*Teleclub will zusammen mit Bluewin-TV das Angebot im Fussball und Eishockey in den kommenden Jahren massiv ausbauen. Demgegenüber fällt das Schweizer Fernsehen ziemlich ab. Fussball und Eishockey zählen bekanntlich zu den populärsten Sportarten in unserem Land. Das Schweizer Fernsehen hat sich doch mit der neuen TV-Konstellation im hiesigen Sport ein veritables Positionierungsproblem eingefangen.*

**Leutert:** Nicht wir haben ein Positionierungsproblem, sondern einige Journalisten offenbar ein Wahrnehmungsproblem! Diejenigen, deren Sporthorizont durch die Cornerflaggen der Schweizer Fussballstadien, beziehungsweise die Banden der Schweizer Eishockeyrinks, beschränkt ist, versuchen nun lustvoll, die SRG SSR ins Abseits zu schreiben. Und sogar dieser Schuss zielt ins Leere. Warum freuen wir uns nicht einfach alle, dass mit einem zusätzlichen Fernsehanbieter die Gesamtofferte an nationalem Fussball und Eishockey für das

Schweizer TV-Publikum jetzt reichhaltiger ist? Natürlich könnte – wie im benachbarten Ausland bereits geschehen – über kurz oder lang noch die eine oder andere Sportveranstaltung ins Pay-TV wechseln, sprich: könnte die SRG SSR, die in den letzten Jahren wirklich ein exklusives Komplett-Sport-Angebot hatte, möglicherweise den einen oder anderen Event «verlieren». Vorläufig sitzt immer noch das SF-Sportpublikum in der ersten Reihe!

*Wie reagieren Sie auf diese mögliche Entwicklung?*

**Leutert:** Zunächst gilt es, zu relativieren: Wenn wir heute im Schweizer Sport von Pay-TV sprechen, dann reden wir von Fussball und Eishockey. Die Grundstruktur der neuen TV-Dualität (Free-TV/Pay-TV) im kleinen Fernsehmarkt Schweiz kann doch nur sein, dass wir das Angebot vernünftig aufteilen und dort, wo es Sinn hat (beispielsweise in der Produktion) eng zusammenarbeiten. Was das Programm betrifft ist die SRG SSR zuständig für die «Grundversorgung» (alle Spiele – alle Tore in Form von Highlights, dazu ausgewählte Live-Spiele) und unsere Kollegen vom Pay-TV liefern attraktive Zusatzangebote für die «Hardcore-Fans».

«Wir offerieren unserem Publikum rund 1600 Stunden Sportprogramm pro Jahr und berichten dabei über rund 60 Sportarten.»

*Werden sich die Schweizer Gebührenzahler damit abfinden müssen, dass sie für ihr Geld künftig immer weniger Sport im Schweizer Fernsehen zu sehen bekommen?*

**Leutert:** Wenn die Entwicklung ähnlich verlaufen sollte wie beispielsweise in Deutschland, Frankreich, Italien oder England, dann könnte sich mittelfristig das Gewicht im TV-Sport tatsächlich zunehmend in Richtung Pay-TV verschieben. In welchem Zeitrahmen dies passieren könnte, lässt sich nicht vorhersagen. Unsere nationalen Fussball- und Eishockey-Verträge haben immerhin eine Gültigkeit bis 2011/2012.

*Nochmals: Was unternehmen Sie gegen die Kritik, die dem Schweizer Fernsehen in der letzten Fussball- und Eishockey-saison erwachsen ist?*

**Leutert:** Tatsächlich konnten wir in den Schlussphasen der letztjährigen Eishockey- und Fussball-Meisterschaft die Zuschauererwartungen nicht ganz erfüllen. Der neue Eishockeyvertrag verhindert, dass wir wie früher in den Play-offs für jede Sprachregion das attraktivste Live-Spiel auswählen können, wir müssen uns jetzt auf ein SRG-Spiel einigen. Damit lassen sich die ausgeprägt regionalen Interessen unseres Publikums nicht mehr befriedigen. Und dass wir in der Schlussrunde der Fussball-Super-League auf das falsche Spiel gesetzt haben (wir müssen uns zwei Wochen/drei Runden vor Schluss festlegen), war einfach nur Pech. Unsere Zuschauer können diese beiden kleinen Mängel sehr wohl werten, einordnen und relativieren – angesichts unseres gesamten Sportangebotes.

*Inwieweit verändert sich die Zuschauerstruktur im Sport des Schweizer Fernsehens? Wandern die wahren Fans ins Pay-TV ab und Ihnen bleiben dann die Zuschauer, die nur allgemein am Sportgeschehen interessiert sind?*

**Leutert:** Im Moment stellen wir keine solche Verlagerung fest. Unsere Zuschauerzahlen sind im Vergleich zur Vorjahressaison (2005/2006) nicht schlechter geworden, weder im Eishockey noch im Fussball, und schon gar nicht in der Champions League. Wir dürfen also davon ausgehen, dass die Zuschauer unseren SRG-Sendern treu geblieben sind. Und es empfiehlt sich auch hier, ▶

► die Relationen zu wahren: Der Zuwachs von angeblich 5000 Abonnenten, die bei Teleclub in der letzten Saison das Sportpaket gekauft haben sollen, fällt bei unseren Zuschauerzahlen nicht ins Gewicht.

*Sie verlieren also keine Zuschauer an die Pay-TV-Anbieter?*

**Leutert:** Nein, jedenfalls nicht spürbar. Es ist auch nicht zu erwarten, dass der Zuschauermarkt von heute auf morgen kippt. Vielleicht nutzen ja einige unserer Zuschauer die Pay-Programme zusätzlich zu jenen der SRG SSR, also nicht «entweder – oder», sondern «sowohl – als auch»? Pay-TV allein mit Sportpaketen zu einem fixen Abo-Preis ist bekanntlich nicht einfach zu etablieren, das hat auch schon Premiere in Deutschland erfahren: Der Pay-TV-Sportkanal hat seine proklamierten Zielsetzungen nie erreicht, und dies trotz Formel 1 und Bundesliga im Angebot! Ich gehe auch in der Schweiz von einem relativ beschränkten Absatzpotenzial für Pay-TV aus. Allerdings denke ich, dass sich bei einem erfolgreichen Ausbau von Bluewin-TV, kombiniert mit attraktiven Pay-per-View-Angeboten, die Situation merklich ändern könnte. Kurzfristig dürften sich also unsere Zuschauerreichweiten kaum stark vermindern, aber wir beobachten die Entwicklung natürlich aufmerksam, das ist klar.

*Wie sieht die Bilanz nach der Eishockey- und Fussballsaison 2006/2007 aus Ihrer Sicht aus? Was für ein Fazit ziehen Sie?*

**Leutert:** Im Fussball ziehen wir ein insgesamt sehr positives Resümee. Wir haben alles gezeigt, was wir unserem Fernsehpublikum versprochen haben. Auch bezüglich der Zuschauerzahlen können wir zufrieden sein, im Vorjahresvergleich konnte das Niveau gehalten werden. Im Eishockey hat uns sicher die zuvor erwähnte Einschränkung des Wahlrechts in den Play-offs etwas Sorgen bereitet. Unsere Highlight-Berichterstattung und insbesondere die Play-off-Finalsiege fanden aber eine hohe Zuseherbeachtung.

*Wo ist nun Handlungsbedarf für die neue Saison entstanden? Was wird neu?*

**Leutert:** Neu ist, dass die SRG SSR auch im Fussball die Gesamtproduktion

«Kurzfristig dürften sich unsere Zuschauerreichweiten kaum stark vermindern.»

aller Spiele übernimmt, wie das bereits im Eishockey der Fall ist. Gemeinsam mit der Cinetrade AG haben wir dem SRG-Tochterunternehmen tpc den Auftrag erteilt. Sie wird (zusammen mit den Produktionsbetrieben TSR/TSI) neu also auch verantwortlich sein für die Produktion aller 180 Spiele der Super League.

*Warum hat für die Vergabe des Produktionsauftrags eine Ausschreibung stattgefunden, wenn doch das tpc mit kräftiger Unterstützung der SRG praktisch von vornherein so gut wie gesetzt war?*

**Leutert:** So war es natürlich nicht. Es ging um mehr als nur um Kosten und um Preise. Entscheidend war auch die Qualität in Bezug auf die Produktion und die Zusammenarbeit. Zudem war die Sicherung von Arbeitsplätzen im Inland für die SRG SSR ein wichtiger Faktor. Wir haben alle Aspekte berücksichtigt und so die beste Lösung gefunden.

*Die neue Ordnung im Schweizer «Sportfernsehen» hat bei den Zuschauern bekanntlich für einige Verwirrung gesorgt. Ist mit der jetzigen Lösung, wie sie sich im Fussball und Eishockey präsentiert, das Ei des Kolumbus gefunden?*

**Leutert:** Basis aller vernünftigen Überlegungen und Planspiele für Sportfernsehen in der Schweiz ist die Anerkennung der «normativen Kraft des Faktischen». Und Fakt ist: die Schweiz ist ein sehr kleiner TV-Markt. So gesehen ist die Zusammenarbeit mit der Cinetrade

AG ein Vernunftmodell – und erst noch ein sehr gutes! Es erlaubt die Aufteilung in Grundversorgung und Zusatzangebote. Erwünschter Nebeneffekt für den bisher einzigen Sportanbieter SRG SSR ist eine gewisse «Entlastung» in den Bereichen Fussball und Eishockey. Der Druck, zum Beispiel spezielle Fussball- respektive Eishockey-Magazine zu produzieren und wesentlich mehr Spiele live zu übertragen, hat spürbar nachgelassen. Bei einem ausgewogenen Mix können also alle profitieren, vor allem auch die TV-Zuschauer. Sie benötigen für die neue Situation sicher eine gewisse Gewöhnungszeit. Im Fussball haben wir aus unserer Sicht eine gute Ausgewogenheit erreicht, im Eishockey werden wir uns sicher nochmals für eine «kundenfreundlichere» Lösung einsetzen. Die Verbandsverantwortlichen werden ja wohl bald erste Analysen vornehmen und dabei die Elemente «Promotion für die Sportart», «Zuschauerfreundlichkeit» und «Mehreinnahmen» gegeneinander abwägen.

*Wäre es sinnvoll, die Aufteilung so zu gestalten, dass populäre Sportarten wie Fussball und Eishockey alternierend einmal exklusiv im öffentlichrechtlichen Fernsehen zu sehen sind und das nächste Jahr im Pay-TV? Ergäben sich daraus Vorteile nicht zuletzt für Sponsoren?*

**Leutert:** Nein, das glaube ich nicht. Die umfassende Grundversorgung kann nur das frei empfangbare Service-public-Fernsehen gewährleisten. Ich kann mir nicht vorstellen, dass gerade die Sponsoren im Fussball oder Eishockey Freude an einer solchen Lösung hätten. Die Zuschauerreichweite im Fernsehen ist für Sponsoren doch von zentraler Bedeutung – und die grössten Reichweiten lassen sich im Free-TV erzielen. Ohne die erreichten Kontaktzahlen kommentieren zu wollen, so ist doch folgender Vergleich der Zuschauerzahlen im Fussball in der letzten Saison aufschlussreich: Während wir zusammen mit den Live-Übertragungen von Sat 1 mit 37 Spielen total 7,36 Millionen Zuschauer erreicht haben, sind es bei Teleclub gemäss Swiss Football League mit 72 Spielen 1,1 Millionen Zuschauer. Selbst wenn im Pay-TV durch mehr Exklusivität mehr Abos verkauft werden können: Die Kontaktzahlen im Free-TV lassen sich nicht annähernd erreichen. ►



# DIE AXPO SUPER LEAGUE LIVE!

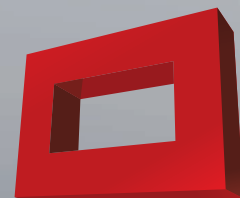
Fr. **49<sup>80</sup>**  
Monat  
pro Jahr über  
4000 Stunden  
**LIVE-SPORT**

## Wir sind Fussball.

Auch in der kommenden Saison rollt der Ball im Teleclub. Erleben Sie die umfassendste Axpo Super League-Berichterstattung mit über 130 Spielen – live und exklusiv. Darüber hinaus erhalten Sie nur mit Teleclub den exklusiven TV-Saisonpass zu den besten internationalen Live-Fussball-Events: Die komplette Bundesliga, die komplette UEFA Champions League sowie die besten Topspiele aus England, Italien und Frankreich. All das und noch viele weitere Sportarten mehr erhalten Sie bequem im Monats-Abo für nur Fr. 49.80. Und um die Pausen zwischen den Spielrunden überbrücken zu können, ist das exklusive Filmprogramm von Teleclub bereits enthalten.

Teleclub ist digital empfangbar im Kabelnetz und über Bluewin TV.

Jetzt abonnieren und live mitfeiern: 044 947 87 87 [www.teleclub.ch](http://www.teleclub.ch) oder im Handel



**TELECLUB**  
DAS BESTE. ZUERST.

► *Rechnen Sie mit weiteren Abwanderungen im Schweizer Sport ins Pay-TV? Wie beurteilen Sie die kurz- bis langfristige Entwicklung?*

**Leutert:** Für Pay-TV prädestiniert sind natürlich hauptsächlich populäre Sportarten mit serieller Wettbewerbsstruktur (Meisterschaften). Neben Fussball und Eishockey ist das Potenzial in der Schweiz rasch ausgeschöpft. Was sich aber abzeichnet ist, dass die ganze Verwertungskette optimiert wird, insbesondere die Bereiche Internet und Mobile. Im Fussball und Eishockey liegen die Internet- und Mobile-Rechte für kostenpflichtige Angebote bei der Cinetrade AG, diejenigen für kostenfreie Angebote bei der SRG SSR. In den meisten übrigen Bereichen des Sports, wo wir der alleinige TV-Vertragspartner sind, liegen die Rechte für sämtliche nicht kostenpflichtige Angebote über die Verwertungsformen (TV, Internet und Mobile) bei uns.

*Wie wird die Verwertungskette vertraglich geregelt?*

**Leutert:** Weil durch das Verschmelzen der einzelnen Vektoren, die so genannte Konvergenz, das Auseinanderhalten von TV, Online und Mobile immer schwieriger wird, werden heute ganze Verwertungsketten verhandelt. Die Trennmodule sind dabei einerseits «kostenfrei – kostenpflichtig» beziehungsweise «linear (zeitgleich) – non linear (on Demand)». Eine wichtige Rolle spielen dabei natürlich auch zeitliche Exklusivitäten/Embargos.

*Was sind denn jetzt noch Premium-Sportprogramme im Schweizer Fernsehen?*

**Leutert:** Unsere bisherige Programmstrategie hat weiterhin Gültigkeit: Ziel ist ein für unser Schweizer Publikum massgeschneidertes Sportprogramm. Erste Priorität haben dabei klar Schweizer Sportlerinnen und Sportler. In zweiter Priorität wollen wir TV-Partner der Schweizer Top-Veranstaltungen sein. Und in dritter Priorität möchten wir natürlich unserem Publikum weiterhin die wichtigsten internationalen Top-Events zeigen. Premium sind bei uns Sportarten respektive Ereignisse, die wir umfassend abdecken können. Dazu gehören der gesamte Fussball- und Skibereich, das Tennis und viele weitere Sportarten.

«Fakt ist, dass das Zuschauerinteresse am Radsport im Schweizer Fernsehen in den letzten Jahren zurückgegangen ist.»

*Wie kommt es, dass das Schweizer Fernsehen auf die Übertragung der Formel 1 ab der Saison 2008 verzichtet, zumal Sie einmal gesagt haben, dass der Preis für diese Übertragungsrechte für die SRG stets verhandelbar war?*

**Leutert:** Die Formel 1 ab dem nächsten Jahr nicht mehr im Schweizer Fernsehen zu übertragen, war ein Entscheid des SRG-Generaldirektors. Ich bin der falsche Ansprechpartner für diese Frage.

*Ist die Formel 1 gemessen am Zuschauerinteresse und in Relation zum Preis für das Rechtepakett ein attraktives Produkt für das Schweizer Fernsehen?*

**Leutert:** Reden wir doch über etwas anderes.

*Wie wollen Sie künftig die Live- und Sekundärberichterstattung gewichten? Was heisst das bezüglich der Kontaktzahlen für Sponsoren?*

**Leutert:** Wir unterscheiden im Live-Bereich drei Stufen: «Event Live» (Übertragung mit einer ausführlichen programmlichen und kommunikativen Begleitung und mit Vor- und Hintergrundberichterstattung), «Standard Live» (Übertragung mit einfacher Begleitung)

und «Service Live» (Übertragung ohne Zusatzaufwand). Die Magazinsendungen und auch der Sport-Hintergrund haben bei uns auch künftig einen sehr hohen Stellenwert. Bezüglich der Kontaktzahlen ist es so, dass die etablierten Magazine, speziell das Sportpanorama am Sonntag (durchschnittlich 470'000 Zuschauer), oft höhere Zuschauerzahlen generieren als Live-Sendungen – mit Ausnahme der absoluten Top-Ereignisse (zum Beispiel Lauberhornabfahrt 2007: 1'024'000 Zuschauer). Im Vergleich zu den Magazinsendungen ist die Präsenzzeit der Sponsoren bei der Live-Berichterstattung natürlich höher, bei gleichzeitig weniger Zuschauerkontakten.

*Wie wollen Sie mit dem Thema Radsport umgehen? Was wollen respektive müssen Sie in Anbetracht der nur noch provisorischen Siegerlisten künftig noch zeigen?*

**Leutert:** Wir haben intern das Thema Radsport eingehend diskutiert und dabei sämtliche relevanten Aspekte wie Reputation der Sportart, Entwicklung der Zuschauerzahlen, Schweizer Erfolge sowie Aufwand und Ertrag auf den Tisch gelegt und auch Vergleiche mit anderen Sportarten angestellt. Wir haben uns überlegt, ob und inwieweit wir in dieser Frage moralische Instanz sein wollen und dürfen, oder ob wir die Entscheidung den Fernsehzuschauern zu überlassen haben. Fakt ist, dass das Zuschauerinteresse am Radsport im Schweizer Fernsehen in den letzten Jahren zurückgegangen ist. In erster Linie hängt das sicher damit zusammen, dass die Schweiz kaum noch Spitzenfahrer hat, erst in zweiter Linie wohl mit der ganzen Dopingproblematik. Wir haben in den letzten Jahren die Berichterstattung im Radsport bereits reduziert (kein Giro mehr, keine Vuelta, weniger Weltcup-Rennen). In diesem Jahr zeigen wir die zwei Schweizer Rundfahrten Tour de Suisse und Tour de Romandie sowie die Tour de France als grösstes Radsportspektakel der Welt. Gleichzeitig schauen wir weiterhin genau hin und berichten unabhängig kritisch, so wie wir das schon immer und in jeder Sportart gemacht haben.

*Welche Konsequenzen hätten Dopingfälle bei den Schweizer Landesrundfahrten auf die Berichterstattung im Schweizer Fernsehen?*

**Leutert:** Wir könnten uns auf die Grundberichterstattung beschränken: Zusam-

menfassungen in den täglichen Struktursendungen. Ich glaube aber nicht, dass es soweit kommen wird. Es bleibt abzuwarten, in welche Richtung sich der Radsport entwickelt. Schliesslich werden die Zuschauer entscheiden, in welcher Form sie den Radsport akzeptieren wollen.

*Die SRG hat vor kurzem mit dem Schweizerischen Ski-Verband Swiss Ski den Fernsehvertrag bis zum Ende der Saison 2011 verlängert. Zu welchen Konditionen?*

**Leutert:** Der neue SRG-Vertrag beinhaltet die exklusiven Übertragungsrechte und die weltweite TV-Vermarktung aller FIS-Weltcuprennen in der Schweiz in den Bereichen Ski alpin, Langlauf, Skispringen und Snowboard. Über die finanzielle Abgeltung haben wir wie üblich Stillschweigen vereinbart. Die Konditionen und Nutzungsrechte sind weitgehend dieselben wie schon im bisherigen Vertrag. Wir werden wieder einen Grossteil der Auslandsrechte (exklusive Österreich) an die Infront Italia (ehemals Media Partners) weitergeben und im Gegenzug von dieser Agentur einen Grossteil der ausländischen Rennen einkaufen.

*Wenn alles praktisch beim Alten geblieben ist, warum haben die Verhandlungen anderthalb Jahre in Anspruch genommen?*

**Leutert:** Weil Swiss Ski der Meinung war, dass der Skisport eine höhere Wertigkeit habe als bisher, und weil Swiss Ski glaubte, es bestehe ein internationaler TV-Markt für das Produkt Ski. Das haben wir völlig anders beurteilt. Swiss Ski wollte vermeintliche Marktkräfte spielen lassen – mit dem heute bekannten Ergebnis.

*Warum ging Ihre Bewertung des Skisports und diejenige von Swiss Ski so diametral auseinander? Glauben Sie nicht an den Schweizer Skisport?*

**Leutert:** Glauben allein reicht nicht, wir müssen uns an die Tatsachen halten! Fakt ist, dass der (alpine) Skisport in den letzten Jahren international eher an Bedeutung verloren als gewonnen hat. Natürlich kann man Zahlen und Studien auch umgekehrt interpretieren. Da halten wir uns lieber an die eigenen Analysen. Hinzu kommt, dass die Schweizer Ski-Nati-

sowohl bei den Herren als auch bei den Damen bekanntlich seit vielen Jahren um einen nachhaltigen Anschluss an die Spitze kämpft. Für sportliche Lichtblicke sorgten in der letzten Saison ein paar wenige Spitzenathleten. Für eine Besserstellung des Skisports in der Schweiz braucht es mehr als punktuelle Podestplätze und temporäre Formhochs von wenigen Spitzenathleten. Die SRG SSR hat in den vergangenen «Krisenjahren» ihre Leistungen zu Gunsten von Swiss Ski nicht reduziert – es geht also nicht an, jetzt aus einer eventuellen Aufwärtstendenz das Recht auf finanzielle Mehrforderungen abzuleiten. Zudem rufe ich gerne in Erinnerung, was wir neben den finanziellen Leistungen zusätzlich in den Skisport investieren: die alljährlichen und sehr aufwändigen Grossproduktionen in Wengen, Adelboden, St. Moritz und (künftig) Crans Montana. Dazu die äusserst aufwändigen Installationen und der Unterhalt von Infrastrukturen für die Skisportübertragungen.

*Wie kommt es, dass sich die SRG mit einer Million Franken zur Hälfte an den Baukosten des neuen Zielhauses am Lauberhornrennen beteiligt?*

**Leutert:** Diese Investition ist für die SRG SSR ein absoluter Sonderfall, denn es geht bei diesem Engagement schlicht um den Fortbestand der traditionellen

«Swiss Ski wollte vermeintliche Marktkräfte spielen lassen, – mit dem heute bekannten Ergebnis.»

Lauberhornrennen. Das Zielhaus in Wengen lässt sich zwar nur für die Lauberhornrennen nutzen, also rund eine Woche im Jahr. Der Neubau ist aber seit Jahren aufgrund von feuerpolizeilichen Vorschriften überfällig. Wir verfügen künftig über eine verbesserte Infrastruktur für die gesamte TV-Produktion und bessere Nutzungsmöglichkeiten für die Rennleitung bis hin zu Hospitality-Aktionen. Die andere Hälfte der Baukosten wird im Übrigen vom OK aufgebracht. Das neue Zielhaus wird im Jahr 2008 einsatzbereit sein.

*Kommen wir aus aktuellem Anlass auf das Tennisturnier in Gstaad zu sprechen. Welche Bedeutung hat das Allianz Suisse Open im Schweizer Fernsehen? Ist der Aufwand im Vergleich zu den tiefen Zuschauerzahlen noch gerechtfertigt?*

**Leutert:** Gstaad gehört in der SRG-Sportstrategie zur Zielsetzung Nummer zwei: Wir wollen Schweizer Top-Veranstaltungen unterstützen, indem wir eine gute Produktion garantieren (die vom Veranstalter im Ausland vermarktet werden kann) und in einem vernünftigen Rahmen selbst übertragen. Beim Tennisturnier in Gstaad haben wir uns aufgrund der niedrigen Zuschauerzahlen – teilweise unter 10'000 – überlegen müssen, ob wir die Spiele unter der Woche überhaupt noch live senden. Schliesslich haben wir uns im Sinne der Veranstaltung entschieden und übertragen nun weiterhin mindestens ein Spiel pro Tag direkt – allerdings ohne Begleitung oder Zusatzaufwand («Service live»). Die Swiss Indoors in Basel hingegen sind durch die Reputation, die Top-Besetzung und natürlich die Teilnahme von Roger Federer auch für uns ein Top-Ereignis, das wir entsprechend gewichten («Event live»).

*Am 1. Dezember 2007 startet die SRG mit dem neuen Kanal «HD Suisse» ins Zeitalter des High-Definition-Fernsehens. Was dürfen die Zuschauer im Sport erwarten?*

**Leutert:** Klar ist derzeit einzig, dass Live-Sport im Programm von «HD Suisse» immer Priorität haben wird, sofern ein entsprechendes Ereignis in HD-Qualität produziert wird. «HD Suisse» wird von allen Sprachregionen als Shared Channel genutzt, ähnlich wie vor Jahren ▶

► die vierte Senderkette. SF bereitet sich intensiv auf das neue Fernsehzeitalter vor, und das tpc hat bereits im Jahr 2006 einen voll ausgerüsteten HD-Übertragungswagen angeschafft. HD-Sportsendungen werden parallel immer auch auf SF2 ausgestrahlt, allerdings natürlich nicht in HD-Qualität, sondern in SD (Standard Definition). 2008 werden die Übertragungen der Fussball-Euro und der OS in Peking in der neuen HD-Qualität, die sportlichen Highlights auf den Shared Channel sein. Ob weitere Sportübertragungen in HD möglich sind, prüfen wir derzeit. Die Zusatzkosten für Produktion und Verbindungen sind im Moment schwer abzuschätzen. Im Übrigen bauen wir derzeit ein neues Sportstudio. Es wird das erste HD-Studio in der Schweiz (und eines der ersten in Europa) sein. Geplant ist, am 2. Dezember mit dem Sportpanorama zum ersten Mal aus dem neuen Studio auf Sendung zu gehen.

*Werden Sie die Gelegenheit nutzen und gleichzeitig ein neues Erscheinungsbild im Sport von SF lancieren?*

**Leutert:** Ja, der Auftritt wird dem neuen Gesamterscheinungsbild des Hauses SF angepasst.

*Wie sieht die Partnerschaft der SRG mit der Uefa Euro 2008 konkret aus?*

«Vieles hängt von den Auftritten der Schweizer Fussball-Nationalmannschaft bei den kommenden Vorbereitungs-spielen ab.»

**Leutert:** Die SRG SSR ist der offizielle Broadcaster für die Uefa Euro 2008 in der Schweiz. Das heisst: Die Sender der SRG (SF, TSR und TSI) werden die einzigen frei empfangbaren Fernsehsender in der Schweiz sein, die Direktübertragungen und Highlights aller 31 Begegnungen der Euro ausstrahlen. Auch die Radiosender der SRG (SR DRS, RSR, RSI und RR) haben durch die Vereinbarung nicht-exklusive Übertragungsrechte. Im Rahmen der Partnerschaft mit der Uefa und der Euro SA werden die TV- und Radiostationen der SRG bereits im Vorfeld des Grossanlasses unter dem Motto «We light the Euro fire» für eine umfassende Berichterstattung sorgen.

*Wie ist der Stand der Vorbereitungen?*

**Leutert:** Wir sind auf Kurs und befinden uns mitten in der Vorbereitung auf insgesamt drei Ebenen: Zuerst gilt es, das Programmkonzept festzulegen. Hier diskutieren wir zum Beispiel den Standort unseres Hauptstudios: wollen wir nach draussen zu den Leuten oder richten wir ein eigenes «Stadion» bei uns im Studio ein, wie anlässlich der WM 2006, oder könnten wir jeden Abend von Stadt zu Stadt reisen? Davon abgeleitet entwickeln wir dann das Produktionskonzept, wobei die Frage im Zentrum steht, ob wir mit mobilen oder mit fixen Einheiten produzieren. Und als drittes schliesslich beschäftigen wir uns natürlich auch mit der Kommerzialisierung der Programme.

*Was sind bei der Kommerzialisierung die Besonderheiten und wann werden die entsprechenden Werbe- und Sponsoringpakete im Markt lanciert?*

**Leutert:** Die kommerziellen Aspekte sind äusserst komplex, weil viele Rechte bei der Uefa respektive bei ihren verschiedenen Partnern liegen und zu deren Schutz ein umfassendes Regulativ besteht. Der Spielraum bei der Kommerzialisierung der eigentlichen Spielübertragungen ist unterschiedlich: kein Sponsoring, viele Werbemöglichkeiten. Aber: Die SRG-Sender produzieren wie gesagt im Vorfeld viele Euro-Programme, die wir selbst vermarkten. Natürlich werden die Programm-macher die Sponsoringabteilungen und die Publisuisse so schnell wie möglich über ihre Absichten informieren, damit diese ihre Angebote ausarbeiten können. Das dürfte noch im Verlauf dieses

Sommers der Fall sein. Wie üblich bei solchen Grossveranstaltungen geniessen die Partner der Uefa ein exklusives Vorkaufrecht.

*Wie wollen Sie in der Schweiz die Begeisterung für die Euro 2008 aufbauen?*

**Leutert:** Vieles hängt natürlich von den Auftritten der Schweizer Fussball-Nationalmannschaft bei den kommenden Vorbereitungsspielen ab. Wir haben aber auch viele eigene Ideen: Euro-Magazine, Unterhaltungssendungen (wie beispielsweise im WM-Jahr 2006 «Der Match» mit prominenten Spielern aus dem Show- und Unterhaltungsbereich), Serien, Aktionen etc. Über unsere konkreten Programmvorhaben werden wir zu einem späteren Zeitpunkt informieren.

*Wie bewältigen Sie die riesige Aufgabe: Fussball-Euro und Olympische Sommerspiele in Peking, Letzteres nur fünf Wochen nach der Euro 2008?*

**Leutert:** Das macht mir tatsächlich etwas Sorgen! Der Schwerpunkt im Sommer 2008 liegt ganz klar bei der Euro. Wir haben allerdings auch für die Olympischen Sommerspiele ein attraktives Programmkonzept entwickelt, mit Live-Übertragungen aller wichtigen und interessanten Wettkämpfe, mit einem Highlight-Magazin zur Primetime und sogar mit neuen Sendungsformen. Apropos Ressourcen: Es ist in erster Linie ein personelles und erst in zweiter Linie ein finanzielles Problem, zumal die Mittel in der langfristigen Planung für Grossanlässe enthalten sind.

*Was bleibt nach der Euro 2008 und Peking? Ist dann fürs Erste die Luft draussen im Sport beim Schweizer Fernsehen?*

**Leutert:** Das hoffe ich natürlich nicht. Aber es ist tatsächlich so, dass die Euro 2008 und die Olympischen Spiele im Moment dermassen im Zentrum unseres Denkens und Handels stehen, dass wir uns ausserhalb der ordentlichen kurz- bis langfristigen Planung noch keine grossen Überlegungen für die Zeit danach machen können. Aber alle Resultate und Ideen aus den kreativen Brainstormings in Zusammenhang mit den zwei Grossanlässen können wir bei späteren Projekten einfließen lassen und auf diese Art sicher von einer gewissen Nachhaltigkeit profitieren.

*Interview: Jürg Kernen*