

Politik im Sinn des Arbeitgebers

Über Natalie Ricklis Kampf gegen die SRG und warum manche an ihren Motiven zweifeln.

VON LORENZ HONEGGER

SRG-Generaldirektor Roger de Weck weist in diesen Tagen im Vieraugen-Gespräch mit Politikern gern darauf hin, dass SVP-Nationalrätin Natalie Rickli in der Geschäftsleitung des grössten Schweizer Vermarkters von TV- und Radiowerbung sitzt, der Goldbach Media. Das Unternehmen verdient sein Geld zu einem grossen Teil mit dem Verkauf von Sendezeit in den Schweizer Werbefenstern deutscher Fernsehsender und erzielt damit jährlich einen Umsatz weit über 100 Millionen Franken.

143297 Unterschriften

De Wecks Speerspitzen dürften die 34jährige Rickli kaum von ihrer Mission abhalten: Seit sie vor bald vier Jahren in den Nationalrat gewählt wurde, zielte sie mit einem Drittel ihrer 62 parlamentarischen Vorstösse und Anfragen gegen das staatliche Medienunternehmen SRG und dessen Gebühreneintreiberin Billag.

Just heute landet sie ihren nächsten Coup: Mit einer Mitstreiterin wird sie zuhänden von Bundesrat und Parlament eine Petition einreichen, die die Streichung von mehr als der Hälfte aller Konzessionsgelder zur Folge hätte: Schweizer sollen künftig anstatt 462 nur noch 200 Franken jährlich an Radio- und Fernsehgebühren berappen müssen. Rekordverdächtige 143297 Personen haben die Bittschrift grösstenteils online unterzeichnet, wobei eine Petition keineswegs verbindlich ist.

Natalie Ricklis Arbeitgeberin Goldbach Media käme eine derart massive Schwächung der SRG sicher nicht ungelegen: Je grösser der Marktanteil der ausländischen Privatsender im Land ist, desto besser sollte auch das eigene Geschäft laufen. «Dank den Schweizer Werbefenstern müssen die Zuschauer von ausländischen Privatsendern nicht mehr Werbung für Produkte schauen, die in der Schweiz gar nicht erhältlich sind», preist das Unternehmen auf seiner Internetseite seine Dienste an. Der FDP-Nationalrat und prominente SRG-Kritiker Filippo Leutenegger, ehemals Chefredaktor des Schweizer Fernsehens, attestiert Ricklis Petition «einen jungen und unkonventionellen Zugang zum Thema SRG», er unterstütze das Begehren jedoch nicht, weil es ihm «zu pauschal» sei. Leuteneggers Ansatz: «Wir müssen politisch entscheiden, was die SRG wirklich zu leisten hat und wo sie sich aus dem funktionierenden Medienmarkt herauszuhalten hat.»

«Fragwürdig»

Der immense Erfolg der Petition brachte Rickli in Bundesbern einigen Respekt ein. Zugleich aber hinterfragen politische Widersacher die Motive der Goldbach-Mitarbeiterin. «Ich finde es fragwürdig, wenn man in diesem Ausmass Politik für den Arbeitgeber macht», sagt Norbert Hochreutener, Berner CVP-Nationalrat und einstiger SRG-Mitarbeiter. «Ein gewisses Mass an

Zurückhaltung würde ich jedem Politiker empfehlen, der von einer spezifischen Branche ein direktes Einkommen bezieht.» Er halte eine massive Senkung der Gebührengelder für «nicht angebracht», weil die SRG dann ihre Klammerfunktion zwischen den Sprachregionen nicht mehr wahrnehmen könne.

Natalie Rickli weist Kritik an ihren Verhandlungen mit der Werbeindustrie entschieden zurück. «Mein Arbeitgeber profitiert nicht davon, wenn die SRG weniger Gebühren erhält», sagt sie. Sie arbeite seit ihrer Lehre in der Medienbranche und habe kein einziges Verwaltungsratsmandat. Und sie verweist auf das Milizprinzip in der Schweizer Politik, wonach Engagements in der Privatwirtschaft explizit zugelassen und auch erwünscht sind.

Die Option einer Volksinitiative für weniger Fernseh- und Radiogebühren will sie sich offenlassen, noch aber fehle das nötige Geld für eine gross angelegte Unterschriftensammlung.

(Aus: AZ vom 17. Mai 2011)