

Ingrid Deltenre über...

...

Ingrid Deltenre

Seit 1989 bin ich in verschiedenen Funktionen in der Medienbranche tätig. So habe ich etwa bei «Cash» massgeblich an strategischen Entwicklungen mitgewirkt. Seit 2000 leite ich die publisuisse AG, die Werbeakquisitionsfirma der SRG SSR idée suisse. So sehr ich jeweils die Rollenteilung zwischen Verlag und Redaktion, zwischen Werbung und Programm respektiert habe, so selbstverständlich war es für mich, mich jeweils auch mit dem inhaltlichen Konzept eines Mediums zu beschäftigen. Die wichtigste Erfahrung in meinen verschiedenen Funktionen war immer: Langfristiger Erfolg ist nur mit einem qualitativ überzeugenden Angebot möglich, und die publizistische Unabhängigkeit ist die wichtigste Voraussetzung, um ein relevantes, glaubwürdiges und attraktives Programm zu machen.

...

SF DRS - ein Leitmedium in der Schweiz

SF DRS ist heute ein Leitmedium für die Information und die politische Meinungsbildung in der Schweiz. Die Sport- und Unterhaltungssendungen leisten einen bedeutenden Beitrag zur schweizerischen Identität. Der politische Diskurs und der kulturelle Austausch werden von SF DRS mitgeprägt.

...

SF DRS - Teil der Idée suisse

Als eine der ausführenden Unternehmenseinheiten der SRG SSR idée suisse erfüllt SF DRS einen Leistungsauftrag und bekennt sich zur Solidarität mit den anderen Sprachregionen. Darin liegt für mich der Kern des Service public. Diese Sensibilität habe ich als Direktorin der publisuisse AG vertiefen können, wo der Kontakt mit allen Sprachregionen Alltag ist. In meiner Verantwortung war und ist es meine Grundhaltung, dass Werbung für das Programm da ist, nicht das Programm für die Werbung. Es sind vor allem die Zuschauerinnen und Zuschauer, die uns durch ihre Gebühren ermöglichen, den Auftrag zu erfüllen. Diese Menschen haben Anspruch auf ein erfolgreiches und profiliertes Fernsehprogramm, das hohe publizistische, ethische und gestalterische Anforderungen erfüllt. Sie haben Anspruch darauf, dass SF DRS wirtschaftlich geführt wird.

...

Rahmenbedingungen in der Schweiz

In den letzten drei Jahren wurden die harten Rahmenbedingungen für schweizerische Fernsehprogramme offenkundig. Das Programmfenster auf RTL/ProSieben sowie Tele24 und TV3 wurden lanciert und wieder eingestellt. Viele Innovationen, wie beispielsweise die so genannten Reality-Formate, gelangten in die Programme und in die Schlagzeilen. Als Direktorin der publisuisse konnte ich diese Entwicklungen hautnah verfolgen. Wir haben die Auswirkungen dieser Sendungen für die Programme der SRG SSR laufend analysiert. Dabei haben wir festgestellt, dass es auch der deutschen kommerziellen Konkurrenz nicht gelungen ist, genügend Publikum langfristig für solche Sendungen zu gewinnen. Die grosse Abwanderung fand nicht statt – zu stark ist die Akzeptanz des SF-DRS-Angebotes bei seinem Publikum, auch wenn es dasselbe immer wieder kritisiert.

...

Strategie von SF DRS

In dieser Zeit wuchs auch mein Respekt vor der Leistung von Fernsehdi-
rektor Peter Schellenberg, seiner Geschäftsleitung, seinen Mitarbeiterin-
nen und Mitarbeitern an und hinter der Front. Es ist ihnen in den letzten
15 Jahren gelungen, in einem härteren Umfeld die Marktanteile zu hal-
ten, im letzten Jahr sogar zu steigern. Und wer über Marktanteile redet,
redet über die Gebührenzahlenden, ihre Mehrheiten und Minderheiten.
Ich bin deshalb überzeugt, dass die Programmstrategie von SF DRS rich-
tig ist: eine klare Programmstruktur, die sich am Leistungsauftrag und an
den Sehgewohnheiten des Publikums orientiert, und die Konzentration
der Mittel auf den Hauptabend. Ebenso richtig ist die Positionierung von
SF1 mit starken Eigenproduktionen im Bereich Information und Unter-
haltung, und die Positionierung von SF2 mit Film, Serien und Sport für
ein tendenziell jüngeres Publikum. Wir werden diese Strategie in der Ge-
schäftsleitung, im Team sorgfältig weiterentwickeln, und uns die dafür
nötige Zeit nehmen.

...

Meine Aufgaben als Fernsehdirktorin für den Service public

Meine Aufgabe als Direktorin von SF DRS sehe ich in erster Linie in der
Umsetzung des Service public, und ebenso in der unbürokratischen und
zielorientierten Führung des Unternehmens SF DRS. Dazu gehören die
permanente Überprüfung des Programmangebots, die Pflege der Labels
so sehr wie die Förderung von Innovationen, und nicht zuletzt die An-
wendung neuer Technologien im Produktions- und Vertriebsprozess, so-
fern sie aus unternehmerischer Sicht gerechtfertigt sind. Vor dieser Auf-
gabe habe ich grossen Respekt. Gleichzeitig freue mich auf die Zusam-
menarbeit mit einem professionellen Team in einem so spannenden Un-
ternehmen wie SF DRS.