



## Sportkomitee gegen die SRG-Halbierungsinitiative

## Faktenblatt für Verbände, Veranstalter und Athleten/-innen

### Worum es geht

Am **8. März 2026** stimmt die Schweiz über die sogenannte “Halbierungsinitiative” ab. Ein Ja hätte weitreichende Folgen für den Schweizer Sport. Die SRG müsste ihr Sportangebot massiv reduzieren: viele Sportarten und Anlässe würden ihre Sichtbarkeit verlieren oder vollständig ins Pay-TV abwandern.

Kernbotschaft: **Wer die SRG halbiert, schwächt den Sport.**

### Was auf dem Spiel steht

- **Weniger Live-Sport, weniger Reichweite, weniger Sichtbarkeit für Sponsoren.**
- Ein Blick ins Ausland zeigt die Entwicklung, nachfolgend ein paar Beispiele:
  - Wimbledon in Deutschland vollständig im Pay-TV
  - Ski-Weltcup in Skandinavien teilweise nur noch gegen Bezahlung
  - Diamond League in vielen Ländern nicht mehr frei empfangbar
  - Eishockey und Fussball wandern schrittweise ins Pay-TV

### Warum die SRG für den Schweizer Sport unverzichtbar ist

- Rund **9'000 Stunden Live-Sport pro Jahr.**
- Rund ein Drittel der TV-Liveübertragungen von **Frauen-Sport**, ein sehr hoher Wert im weltweiten Vergleich.
- Übertragungen aus **100 verschiedenen Sportarten**, rund **30 regelmässig live**.
- Werbung und Sponsoring decken durchschnittlich nur **10 bis 20 Prozent der Vollkosten** für Rechte, Produktion und Ausstrahlung – **kein privater Sender kann diese Leistungen übernehmen.**
- Die qualitativ hochstehenden Produktionen der SRG stärken Bewerbungen von Schweizer Welt- und Europameisterschaften
- Sichtbarkeit für kleinere Sportarten, Parasport und Nachwuchs.



## Die Sportkampagne

SwissTopSport und Swiss Olympic führen mit möglichst vielen Sportverbänden eine eigenständige Kampagne gegen die Initiative, die **vollständig auf den Sport fokussiert**. Unterstützt werden wir dabei durch die Agentur Bertakomm (Michael Köpfli und Amir Sahi). Ziel ist es, Vereine und Verbände zu mobilisieren, sportaffine Stimmberrechtigte zu überzeugen und eine breite Identifikation mit dem Sport zu schaffen.

## Ablauf der Kampagne

- **Oktober–Dezember 2025:** Aufbau und Vorbereitung (Website, Argumentarium, Visuals, Toolkits)
- **Dezember 2025–Januar 2026:** Kampagnenstart mit einer Medienkonferenz und Lancierung der Kampagne (Webseite und Social Media-Kanäle), Toolbox an Verbände und Anlässe.
- **Januar–März 2026:** Hauptphase der Kampagne: Event-Aktivierungen, Verbandskommunikation, Online-Kampagne, Athleten-Testimonials, Medienarbeit

## Wie Verbände und Veranstalter mitmachen können

**Ein Beitritt zum Komitee ist ohne Verpflichtungen möglich.** Verbände und Sportlerinnen sowie Sportler erhalten jedoch zahlreiche Optionen, sich in der Kampagne einzubringen.

### Minimalvariante

- Beitritt zum Komitee mit Name / Logo

### Erweiterte Möglichkeiten

- Weiterleitung unserer Inhalte über Newsletter, Mailings und Eventpublikationen
- Reposts von Kampagneninhalten auf Social Media
- Nutzung eigener Publikationen wie Vereins-/Verbandsmagazine oder Jahresberichte
- Bereitstellung von Bildmaterial oder sportartspezifischem Content für Sujets
- Aktivierungen an Sportanlässen (Screens, Speaker-Texte, Programmhefte etc.)

### Maximalvariante

- Bereitschaft für Medienarbeit (optional, nach individueller Absprache)
- Kooperationen bei Grossanlässen



## Wie Athletinnen und Athleten mitmachen können

**Ein Beitritt zum Komitee ist ohne Verpflichtungen möglich.** Jede Beteiligung erfolgt auf Wunsch abgestimmt mit Verbänden und Managements. Individuellen Bedürfnissen wird wo immer möglich Rechnung getragen.

### Minimalvariante

- Beitritt zum Komitee mit seinem Namen

### Erweiterte Möglichkeiten

- Testimonial auf Website und Social Media
- Videostatement für Website und Social Media
- Reposts von Kampagneninhalten auf Social Media

### Maximalvariante

- Auftritte an Medien- oder Kampagnenterminen

Athletinnen und Athleten erhalten im Dezember erste Informationen und Zugang zur Website, auf Basis dessen sie sich definitiv für einen Beitritt entscheiden können. Öffentlich sichtbar werden sie ab Januar 2026 zusammen mit weiteren Athletinnen und Athleten.

## Messaging für Athletinnen und Athleten

Die Botschaften der Athletinnen und Athleten orientieren sich an der NEIN-Kampagne, bleiben aber jederzeit sachlich und sportfokussiert. Mögliche Aussagen:

- «Ohne SRG verliert meine Sportart ihre Bühne.»
- «Viele Events gäbe es ohne SRG nur noch im Pay-TV.»
- «Vorbilder im Fernsehen sind die beste Nachwuchsförderung.»

## Kontakte für die Kampagne

**Swiss Olympic:** Karin Stöckli, 079 787 22 05, karin.stoeckli@swissolympic.ch

**SwissTopSport:** Luana Bergamin, 079 238 49 67, luana.bergamin@swisstopsport.ch

**Kampagnenleitung:** Michael Köpfli, 079 743 30 89, michael.koepfli@bertakomm.ch

**Operative Umsetzung und Support:** Amir Sahi, 079 712 33 38, amir.sahi@bertakomm.ch