

Radio-Porträts

EIN PORTRÄT IST KEIN FAHNDUNGS- ODER RÖNTGENBILD, SONDERN DAS ERGEBNIS PERSÖNLICHER ANSCHAUUNG UND AUSDRUCK EINER BEZIEHUNG ZUM DARGESTELLTEN. DIE FOLGENDEN SCHILDERUNGEN ZEIGEN EINE AUSWAHL VON PRIVATRADIO S UND LOKALEN RADIO-SZENEN UND ZUGLEICH AUCH WECHSELNDE SICHTWEISEN. SIE SIND NICHT ZUM SYSTEMATISCHEN VERGLEICHEN BESTIMMT, SONDERN ZUM SAMMELN VON EINDRÜCKEN UND BEURTEILUNGSELEMENTEN.

Radio GRischa

Urs Zangger

"Especially For You" schmachten Kylie Minogue und Jason Donovan. Gefühls- und Liebeszauber aus der Welt von Teens and Twens werden in mir wach und beleben die etwas langweilige Autofahrt. Welchem Sender habe ich dies zu verdanken? Ich blicke auf das Gerät: Die Stereoanzeige ist ausgeblendet. Kuschelrock in Mono also. Offenbar bin ich auf einer Frequenz von *Radio GRischa*. Seit zwei Jahren ist es mit 48 Prozent Marktanteil das meistgehörte Radio in Graubünden. Warum dieser Erfolg? Im Tea-Room lüftet die Serviceangestellte das Geheimnis: "Radio GRischa ist eben bündnerisch!" Ein gewisser Stolz ist in ihrer Stimme nicht zu überhören, wenn sie von ihrem Radio spricht. "Die haben gute Musik und sagen, was bei uns alles so läuft."

Gürtelstrasse 89 in Chur. Das Radio, das BündnerInnen in ihrer eigenen Identität ansprechen kann, ist in Räumen der Neumühle AG zuhause. Die Mühlen laufen heiss. Erst im fünften Anlauf war jemand von der Programmleitung für die Vereinbarung eines Gesprächstermins abkömmlich. Auch jetzt prägt ein reges Hin und Her der RadiomacherInnen inmitten der EDV- und Produktionsanlagen die Atmosphäre. Um das Plauschradio zu produzieren, braucht es seriöse Arbeit... und auch ein starkes Selbstbewusstsein. Über neunzig Prozent des Programms entsteht in Eigenproduktion.

Angefangen hat alles 1987 mit dem 125-Jahr-Jubiläum der Schweizerischen Bankgesellschaft (SBG). 400'000 Franken wurden für einen kulturellen Zweck freigestellt. Unter der Leitung von *Jan Rusca*, dem Direktor der SBG-Niederlassung in Chur, und Radiomann *Matthias Lauterburg* wurde in einem einmonatigen Kurzversuch ein Lokalradio für Graubünden erprobt. Mit Erfolg: Seit Dezember 1988 ist *Radio GRischa* eine feste Institution und hat sich vom Image des "SBG-Radios" zu einem ernstzunehmenden Medienfaktor in der Region durchgemausert. Anfänglich faszinierte der Sender vor allem durch seine Neuartigkeit. Heute wird die seriöse Arbeit gerade auch im Informationsbereich weitherum geschätzt.

Das Bündner Lokalradio ist der meistgehörte Sender im Kanton

"Radio GRischa" beginnt 1987 als Jubiläumsaktion einer Grossbank

Akzent: Lokale Öffentlichkeit

Die 14 MacherInnen können sich in ihrer Arbeit breit abstützen, sowohl wirtschaftlich als auch in der Hörerschaft. Aktionäre sind die beiden grossen Tageszeitungen im Kanton sowie die Vereinigung der Bündner Seilbahnen, der Verkehrsverein Graubünden und die SBG. *Radio GRischa* schöpft vor allem aus dem HörerInnenpotential der Fünfundzwanzig- bis Fünfundvierzigjährigen. Aber auch Ältere und Jüngere stehen dem Lokalradio interessiert gegenüber. Von der grossen Beliebtheit des Senders konnte die Churer Rockgruppe "May Day" profitieren. *Radio GRischa* verhalf ihr als Multiplikator zum Durchbruch.

Die Idee von damals hat sich bewährt: Das leisten, was die SRG nicht kann, nämlich gute Information in der Region und aus den Regionen. Die Infrastruktur ist dementsprechend eingerichtet: Rund 25 freie MitarbeiterInnen liefern Nachrichten und Themen aus den verschiedenen Regionen. Ein mobiles Studio erlaubt Einsätze an peripher gelegenen Orten. Die Finanzen setzen aber Grenzen. Ausseneinsätze sind nur dort möglich, wo auch jemand zahlt. Sponsoren werden in Randregionen wohl aber weniger zu finden sein. *Radio GRischa* finanziert sich durch die Werbung. Der Geschäftsleitung ist darum die "Radio Grischa Werbe AG" zugeordnet. Wegen des Defizites ist man aber auf namhafte Beiträge aus dem Gebührensplitting angewiesen.

Unterhaltung und Werbung bilden die Grundstruktur des täglichen Programms. Tagsüber werden allzu spezielle Musikgenres vermieden. Schlager, Folklore und Hardrock sind nur in eigens dafür vorgesehenen Sendegefässen zu hören. Der Zufallsgenerator der EDV-Anlage stellt das Musikprogramm nach den Kriterien von Härte, Tempo und Sprache zusammen. Jedes dritte oder vierte Stück ist nicht in Englisch. Aktuelle Titel und Oldies wechseln sich ab. Dazwischen im täglichen oder wöchentlichen Rhythmus fixe Programmblöcke: ein Wirtschaftsmagazin, eine Sendung von Senioren für Senioren, Sportsendungen, eine Talkshow, Hitparade und Schlagerexpress, sonntags das Kirchenmagazin "Campanile", das Gruss- und Wunschprogramm "Saluti", das "GRischa-Lädeli", wo gegen bar Kleinanzeigen verlesen werden. Und neuerdings ein Frauenmagazin. Zur Auflage der Radiokonzession gehört, dass ein bestimmter Teil des Programms in romanischer und italienischer Sprache gestaltet wird. Das Angebot, Nachrichten-Sendungen der SRG zu übernehmen, hat man abgeschlagen. Direkt am Bildschirm werden die Meldungen der Schweizerischen Depeschagentur bearbeitet und zusammengestellt.

Alles in allem eine Programmstruktur, wie sie für ein Begleitradio typisch ist. Etwas anderes will *Radio GRischa* auch nicht sein. Für tiefgreifende Recherchen und Berichte würden zudem die personellen und finanziellen Mittel fehlen. Trotzdem kann diesem Privatrado im "Kanton der 150 Täler" ein wichtiger Stellenwert beigemessen werden. Die Vielfalt der Kulturen spiegelt sich im Programm. Hat der Sender also eine integrative Funktion? "Ja, vielleicht," meint *Gieri Spescha*, Mitarbeiter der ersten Stunde und stellvertretender Programmleiter, "insofern als wir das Verbindende der Menschen in den verschiedenen Regionen ansprechen und das Unterschiedliche nicht gegeneinander ausspielen."

Und wie steht es mit der Konkurrenz? Im Bereich der Sendegebiete von Lokalradios gibt es nur mit *Radio Gonzen* eine gewisse Überschneidung. Nach wie vor am bedeutendsten ist die Herausforderung durch DRS-1. Gerade bei Älteren sind Hörgewohnheiten wichtig. Eine Zusammenarbeit unter den Lokalradios könnte wirtschaftlich interessant werden. Gegenüber der SRG aber will man an der Gürtelstrasse in Chur weiterhin eigenständig bleiben. Welches ist der Trumpf im Ausjassen von Marktanteilen mit der SRG? *Gieri Spescha*: "Wir sind wahrscheinlich einfach spontaner, flexibler, vor allem aber regionaler und direkter. Wir möchten ein Aufsteller für die HörerInnen sein und sie in ihrem positiven Lebensgefühl bestärken." Ist es das, was der humorige Steinbock mit seinen Kulleraugen im Emblem von Radio GRischa symbolisieren will?

Aussenübertragungen sind erwünscht, aber nur möglich, wenn sie jemand bezahlt

Die Konzession verlangt Sendungen in Rätoromanisch und in Italienisch

Trotz bescheldener Journalistischer Mittel glaubt "Radio GRischa" eine integrative Funktion zu erfüllen

"Radio GRischa" will positive Lebensgefühle stärken

Radio GRischa begleitet mich nach Hause. Der Sound von Kuschelrock mischt sich in das monotone Motorengeräusch. Dann meldet sich der Moderator. Er gibt die aktuellen Temperaturen der Bündner Freibäder und Seen bekannt. Anschliessend sein Tip für den Tag: Sonnenhut und Brille ins Gesicht drücken, sich auf den Rücken drehen und ...relax! Dann sehnsuchtschwangere Sax-Klänge. Zwar sitze ich noch immer am Steuer. Aber in Gedanken liege ich an einem Strand. Ferienstimmung. Ach ja, das positive Lebensgefühl auf *Radio GRischa*, "Especially For You."

D' Wälle vo Bärn

Urs A. Jaeggi

Für das Symposium im Berner Nobelhotel "Bellevue" mit dem ehemaligen Staatschef der Sowjetunion und Friedens-Nobelpreisträger Michail Gorbatschew gibt's noch freie Plätze. Im Abstand von etwa fünf Minuten machen die beiden Berner Lokalradiosender *extraBern* und *Förderband* ihre werte Hörserschaft darauf aufmerksam, dass sie mit lausigen 900 Franken die einmalige Gelegenheit haben, den prominenten Mann samt Muttermal auf der Stirn und Gattin Raissa live und hautnah zu erleben; Mittagessen, Verzeihung, Business-Lunch und Dokumentation inklusive. Ob der Reingewinn nun laut *extraBern* dem eben neugegründeten Grünen Kreuz oder gemäss *Förderband* der Gorbatschew-Stiftung in Moskau überwiesen wird, beschäftigt die Hörerinnen und Hörer – die über die beiden Lokalsender üblicherweise entflozene Wellensittiche suchen, dem Vater zum runden 47. Geburtstag gratulieren oder durch die korrekte Beantwortung der Frage, wie viele Musiker ein Quintett aufweise, ein Ticket für das Konzert einer lokalen Pop-Gruppe ergattern – wahrscheinlich kaum abendfüllend. Zu recht, wie ich meine: Der kleine Unterschied ist nämlich kein Tatsachenbeweis für Meinungsvielfalt in den Medien auf dem Platz Bern, sondern allenfalls einer für die Schludrigkeit der Recherche.

Zwei werbefinanzierte Lokalradiosender mit Vollprogrammen können in der Stadt und Agglomeration Bern gar nicht existieren. Das im Sendegebiet vorhandene Werbepotential ist dafür – nicht nur in rezessionsgeplagten Zeiten – schlicht und einfach zu klein. Das ist beileibe keine neue Einsicht. Die Berner Lokalradiopioniere wussten darum, noch bevor die erste Konzession erteilt wurde. Viele von ihnen, und keineswegs die schlechtesten, haben sich denn auch zurückgezogen, als sich Berns Lokal- und Privatradiobefürworter nicht auf ein gemeinsames Programmkonzept einigen konnten. Gefördert wurde der Bruch übrigens nicht nur von der nach rein kommerziellen Überlegungen tätigen Gruppierung, die im neuen Medium ein Geschäft witterte. Da gab es auf der anderen Seite auch eine Koalition links-, grün- und kulturorientierter Verfechter eines alternativen, kommerzunabhängigen Lokalradios, die sich der Illusion eines über Mitgliederbeiträge sowie durch

**Der Werbemarkt der
Region Bern trägt
nicht zwei
werbefinanzierte
Radios**

Akzent: Lokale Öffentlichkeit

Subventionen der öffentlichen Hand finanzierten Radios hingaben und dabei ihre lobbyistische Potenz geradezu masslos überschätzten. Beide Gruppierungen erhielten den Beifall jener, deren naiver Glaube an das Prinzip, dass die Kommerzialisierung der elektronischen Medien zu Wettbewerb und damit automatisch zu mehr Qualität führe, trotz dem durch die Realität inzwischen längst angetretenen Gegenbeweis, bis auf den heutigen Tag nicht auszurotten ist.

Nun ist eingetreten, was Realisten immer prognostiziert haben: In der Stadt Bern und der Agglomeration ringen zwei werbefinanzierte Lokalradiosender mit Vollprogrammen um's nackte Überleben. Die logische Konsequenz zur Sanierung der verfahrenen Situation ist die Fusion. Die wäre umso leichter zu bewerkstelligen, als sich die beiden Sender in ihren Programmen heute nur noch unwesentlich unterscheiden. Wer statt 96,7 (*Förderband*) 97,7 (*extraBern*) einstellt – was vor allem bei Klein- und Kleinstradios leicht passieren kann – wähnt sich bis zur nächsten Einspielung eines der unzähligen Signete und Jingles meistens nicht auf dem falschen Sender (der Nachweis, dass der Unterschied zwischen den beiden Sendern ungefähr derselbe ist wie jener zwischen weissen und braunen Eiern, wird noch zu führen sein).

Fusion steht aber wider alle Vernunft vorderhand nicht zur Diskussion. Schuld daran ist nicht zuletzt wiederum das neue Radio- und Fernsehgesetz, das – immer mit dem Segen des Bundesamtes für Kommunikation (Bakom) – die Interpretation zulässt, dass private Lokalradios dort am besten aufgehoben sind, wo ohnehin schon Kommunikation auf privater Basis betrieben wird: bei den Verlagshäusern der Zeitungen also. In Bern hat sich zunächst die *Berner Zeitung* bei *Radio extraBern* engagiert: weniger aus journalistisch-kommunikativen Interessen, wie das Programm zeigte, denn als Mitesser am Werbekuchen, von dem vorerst nur bescheidene Brosamen statt ein gewichtiges Stück an das neue Medium abfielen. Folgerichtig machte sich *Der Bund* bei *Radio Förderband* breit. Die Beteuerungen der inzwischen abgehalfterten Verlegerschaft im eigenen Blatt, man gedenke wie der Schuster bei den eigenen Leisten zu bleiben und sei jedem Einstieg in den Lokalradiobereich abhold, wurde innert Monaten zur Makulatur.

extraBern also gehört der *Berner Zeitung* und *Förderband* dem *Bund*. "Alles klar!", titelte dieser auf der Frontseite vom 11. Juni 1993, als er seinen Mehrheitsanteil von rund 70 Prozent des Aktienkapitals am Lokalsender bekanntgab. Und: "Das Engagement des 'Bund' bei und für Radio Förderband erfolgt aus der Überzeugung heraus, dass Bern und die bernische Öffentlichkeit eine liberale (auf Wettbewerb basierende) Medienordnung brauchen und verdienen – und das gilt nicht nur für den Bereich der Presse, sondern auch für den der Lokalradios." Alles klar? Wohl doch nicht ganz: *Der Bund* gehört inzwischen dem Verlagsgiganten *Ringier*, und die *Berner Zeitung* fast zur Hälfte dem *Tages-Anzeiger*. Zwar hat *Der Bund* mit seiner Übernahme von *Radio Förderband* und dem damit gewährleisteten vorläufigen Fortbestehen des Senders tatsächlich einen Schritt zur Verhinderung eines sich anbahnenden Medienmonopols der *Berner Zeitung* getan. Aber es war gleichzeitig ein Schritt in Richtung Konzentration der Informationsmedien auf wenige Medienmultis. Diese verstehen die öffentliche Kommunikation – auch wenn sie es noch so sehr bestreiten – trotz aller Rezession in erster Linie als einen Wirtschaftszweig mit Wachstumsmöglichkeiten. Den Programmen der beiden Lokalsender ist das schon heute anzumerken.

Wer sich – wie es sich für brave Schweizerinnen und Schweizer geziemt – morgens um sechs Uhr von *Radio Förderband* oder *extraBern* wecken lässt, ist in der gleichen Sendung: "Guete Morge Bärn". Es variieren der berühmte Musikteppich, der das A und O eines jeden Lokalradios und inzwischen auch Landessenders ist, und es variieren die Stimmen. Die Nachrichten aus Politik und Sport sind praktisch identisch. Lokales hält sich, wenn auch prominent plaziert, erstaunlicherwei-

Die zwei Privatsender ringen deshalb ums Überleben

Die naheliegende Fusion ist unmöglich, weil die beiden Radios Medienkonzernen angehören, die sich konkurrieren

Die Verbindungen der Lokalradios mit TA/BZ bzw. Ringier haben ein Berner Radlomonopol verhindert, aber zugleich die Macht von Medienkonzernen erweitert

se in Grenzen. Zu einem guten Teil stammt das verwendete Material aus den Zeitungen, deren Lokalredaktionen bis in die Nacht hinein arbeiten, während jene des "schnellen Mediums Radio" zu dieser Zeit den Schlaf der Gerechten schlafen...

Schon am frühen Morgen wird auf *Förderband* und *extraBern* hörbar, dass das Spezifische bei den Berner Lokalradios keineswegs das Lokale ist, sieht man einmal von der Werbung ab, wo das örtliche Gewerbe Produkte und Dienstleistungen unter Missachtung sämtlicher Sprachregeln ebenso dröhnend wie dilettantisch anpreist. Verwundern kann das kaum. Gute Lokalberichterstattung und -information kostet etwas, und das fürchten beide Lokalsender wie der Teufel das Weihwasser. Mit andern Worten: Die beiden Lokalsender sparen ausgerechnet dort, wo sie gemäss ihres notabene selbsterteilten Auftrags eigentlich am meisten investieren müssten, um sich eine Identität zu geben. Das war übrigens nicht immer so. Zumindest *Radio Förderband* verfügte bis vor kurzer Zeit über recht gute Informationssendungen mit einem beachtlichen Korrespondentennetz sowohl im lokalen wie auch im regionalen und internationalen Bereich. Insbesondere an Wochenenden, wenn die Informationsabteilung von Radio DRS auf Schmalspur fährt und zwischen Freitagabend um 22 Uhr und Montagmorgen um sieben Uhr seine Nachrichtenbulletins nur noch minimal und mit offensichtlichem Widerwillen ergänzt, wenn nicht gerade Abstimmungen oder Wahlen ins Haus stehen, war *Förderband* eine echte Alternative. War, leider: Inzwischen hat der Sender dort abgespeckt, wo er sich wirklich zu profilieren vermochte.

Was, fragt man sich, macht denn die Identität von *extraBern* und von *Förderband* aus? Ist es der Musikteppich? Wohl kaum; denn dieser unterscheidet sich auch nur in Massen. Zwar gibt sich *extraBern* gern etwas volkstümlicher, und *Förderband* macht so weit auf poppig, als es rüstige Mittsechziger nicht vergrault. Die endlosen Hitparaden – unter den ersten zwanzig macht's kein anständiger Lokalsender – bleiben auf beiden Frequenzen die gleichen; der Griff in die Regale mit den Oldies unterscheidet sich weder in Quantität noch Qualität; die bei beiden Sendern geradezu inflationär programmierten kleinen und grossen Wunschkonzerte zeitigen zwangsläufig immer wieder die gleichen Resultate. Dass da überhaupt noch jemand zuhört, hat wahrscheinlich weniger mit einer Bindung an den jeweiligen Sender zu tun als mit der Tatsache, dass die Berieselung durch die beiden Lokalen immer noch angenehmer ist als beispielsweise durch den Landessender DRS-1. Dieser lässt mit seinem zu den Hauptsendezeiten auf etwa 30 Titel standardisierten Musikprogramm von Clayderman über den Panflöten-Kitschier Zamfir bis hin zu den fröhlichen Musikanten von Beni Rehmann den Lokalsendern immerhin eine faire Chance, am Einschaltquoten-Kuchen teilzuhaben. Dass die im Augenblick boomende Berner Mundartrock-Szene mit den Giganten Polo Hofer, Züri West und Patent Ochsner vor allem bei *Förderband*, aber auch bei *extraBern* gepflegt wird, erhöht zweifellos die Attraktivität der beiden Sender, aber imagebildend wirkt das noch lange nicht.

Auswechselbar sind letztlich auch all die Telefonspiele, welche die geneigte Hörerschaft täglich über sich ergehen lassen muss. Sie schaffen weniger eine Identität mit dem Sender als einen Überblick, für wie intelligent die Redaktionen ihre Hörerinnen und Hörer halten. Nein, die Suche nach identitätsbildenden Elementen in den Programmen bringt nichts. Wie sollte sie auch, ist doch das Prinzip des Radios als Begleitmedium darauf ausgerichtet, dass jedermann trotz eingeschaltetem Radio nicht anhört, sondern möglichst ungestört weiterarbeiten kann; gleichgültig, ob im Kochtopf gerührt, am Computer getöggelt, die Fassade gestrichen oder im Stall gemolken wird.

Wer dieses Prinzip als Programmgestalter einmal akzeptiert hat, kann im Rennen um die Publikumsgunst ziemlich gefahrlos die profillosen Reifen fahren, die im Fachjargon *Slicks* heissen. Pro-

Beide Lokalradios sind ähnlich und haben ebenso wenig Lokales wie Eigenleistungen zu bieten

"Radio Förderband" verfügte bis vor kurzem über gute Informationssendungen

Radios zum Weghören brauchen kein Profil13

Akzent: Lokale Öffentlichkeit

fil ist nicht gefragt, und wo's glitschig wird und Schleudergefahr besteht, überlässt man die Führung ohnehin lieber den über Gebühren finanzierten Sendern. Die laufen schliesslich (noch nicht) Gefahr, potentielle Auftraggeber für die Werbung zu verunsichern. Wichtig ist für den werbefinanzierten Sender nicht, was er sendet, sondern dass er eingeschaltet wird. Und das geschieht offenbar dann am häufigsten, wenn die akustische Dusche angenehm mild ist. Wichtig allerdings ist, dass möglichst viele Menschen erfahren, dass es eine solche Dusche gibt.

Für die Berner Lokalsender – die mehr als noch zuvor durch ihre Liaison mit der *Berner Zeitung* und dem *Bund* in einen unseligen Prestigekampf verwickelt sind – ist deshalb das, was ausserhalb des eigentlichen Programms geschieht, nicht minder wichtig. Anders ausgedrückt: Die Bindung des Publikums an den Sender erfolgt heute zu einem guten Teil gar nicht über den Radioapparat, sondern durch allerhand andere Aktivitäten. Während ich diese Zeilen schreibe, schraubt sich – akustisch durchaus wahrnehmbar – eine alte DC-3 der *Classic Air* in den blauen Himmel. Sie fliegt heute für *Radio Förderband*.

Raus aus dem Studio – und zwar so oft wie möglich – ist auch die Devise des andern Lokalsenders. Dabei ist die Sendung vor Ort, die Live-Reportage, oft nur das Nebenprodukt eines Werbefeldzuges. Sich in den Köpfen der Bernerinnen und Berner festsetzen, ist das vordergründige Ziel. Mit dem *Bund* und der *Berner Zeitung* hat man zwei ausgezeichnete Vehikel für den Transport der jeweiligen Botschaft. Die Frage, ob die Energie, Phantasie und nicht zuletzt auch das Geld für all die kleinen und grossen Aktionen, die Präsenz bei jeder "Hundsverlochete" und jeder "Fuehr", bei "Volksmusik-Gala" im Chübu oder "Tropenfieber" im Bierhübeli nicht besser in die Programmarbeit investiert würde, darf stellen, wer die Antwort nicht scheut. Privates Lokalradio hat nicht in erster Linie den Kommunikationsbedürfnissen der Bevölkerung zu entsprechen, sondern dem Verkauf von Werbezeit, die durch gewinnorientierte Verlagshäuser neben den Printmedien neuerdings über das Medium Lokalradio zur Verfügung gestellt wird. Deshalb sind der Firmenkleber mit Frequenzhinweis und die Konzertveranstaltung als Werbeträger wichtiger als das Programm.

Die Folge einer konsequenten Durchsetzung des Prinzips "Radio als Begleitmedium" ist die Ausdünnung grossflächiger Programmbeiträge. *extraBern* verfolgt diesen Weg um einiges beharrlicher als *Förderband*. Wer länger als drei Minuten quatscht, begeht eine lokalradiophonische Kapitalsünde. Eine kommentierte Musiksendung liegt allenfalls noch drin, aber etwas anspruchsvollere Wortbeiträge kaum mehr. In der Woche 24 zum Beispiel standen gerade deren zwei im Programm: "extraPersona", eine Talkshow mit einem mehr oder weniger prominenten Gast und "Tierarzt Dr. Ruedi Kunzmann". Der Rest war Kurzfutter, im modernen Radioslang Servicewelle genannt: Kurznachrichten, Kurzhinweise, kurze Tips für alle Lebenslagen, kurze Sportinformationen, und die Kultur vergammelt zum kurzen Veranstaltungshinweis.

Mit der knallharten Reduktion tut sich *Förderband* zumindest etwas schwerer. Da wirkt noch immer die ursprüngliche Zielsetzung der Gründer und ersten Betreiber nach, die ihr Radio als Kultursender verstanden, der dem Anspruchsvolleren nicht gleich ausweicht. Das schlägt vor allem im Abendprogramm zu Buch. Da gibt es – übrigens seit Jahren schon – eine beachtliche Filmsendung. In "Kassandra" gestalten Frauen Radio nach ihrer Themenwahl und ihren formalen Vorstellungen. "Down at the doctors" ist eine Rock'n'Roll-Radioshow, die neben Musik auch Zeitgeist gescheit kommentiert vermittelt. Themen zu Umwelt und Mensch werden in "Makroskop" diskutiert, und "Espavoz" und "Qui Bern-a-mAare" gehen von der Tatsache aus, dass in Bern eine grosse Zahl Jugendlicher der zweiten und dritten Generation einstmaliger Fremdarbeiter(innen) lebt, deren Integration mitunter besondere Probleme und Chancen mit sich bringt.

Publikumsbindung wird durch Aktionen ausserhalb des Programms angestrebt

Längere Wortbeiträge haben vor allem bei "extraBern" kaum mehr Platz

Bei "Radio Förderband" wirkt die ursprüngliche Intention des Kultursenders noch nach

Bisher beharrlich hält sich bei *Förderband* allmorgentlich auch eine Sendung, die nach den Erkenntnissen moderner Lokalradio-Exponenten gar nicht mehr existieren dürfte. Sie heisst so, wie sie in der neu-medialen Landschaft steht: "Chrüz und quer". Im Grunde genommen ist sie das Ergebnis des Versuchs der ökumenischen *Arbeitsgemeinschaft der Kirchen der Stadt Bern (AKIB)*, ein Stück lokaler Radiosendezeit mit kirchlichen Sendungen zu besetzen. Dass dies bei *Förderband* über das sonst übliche Mass einer kurzen Morgenbetrachtung hinaus gelang, ist weder darauf zurückzuführen, dass die damaligen Kulturmacher bei *Förderband* eine speziell religiöse Ader gehabt hätten, noch dass sie sich davon überzeugen liessen, dass Religion ein integrierter Bestandteil der Kultur sei. Mehr Gewicht hatten die Argumente, dass die Kirchen einen Teil der Sendezeit mit einem selbstfinanzierten Programm bestreiten und damit das ohnehin enge Budget für die Programmgestaltung entlasten würden. Und überdies wirkte kirchliche Präsenz im Programmangebot bei der Konzessionsbehörde wie Honig auf dem Butterbrot.

Zunächst wurde kirchliche Präsenz bei *Förderband* durch die Übertragung von Gottesdiensten aus Berner Kirchgemeinden markiert. Die Kosten trugen die Kirchen. Später entwickelte sich daraus das Magazin für kirchliche und soziale Fragen "Chrüz und quer", das ebenfalls von der AKIB finanziert wird. Das ist der eine Grund, weshalb sich die Sendung bis auf den heutigen Tag im Programm halten konnte. Der andere darf in der Tatsache geortet werden, dass sich die Themenschwerpunkte ganz klar vom theologisch-kirchlichen zum sozialen Bereich hin verlagert haben. Darin ist durchaus eine Widerspiegelung des Zeitgeistes zu sehen: Vor allem jüngere Menschen schätzen die soziale Verantwortung der Kirchen eindeutig höher ein als die theologische. Das ist angesichts der gegenwärtigen Weltlage und wirtschaftlichen Situation mehr als nur verständlich. Die Frage ist bloss, ob es sinnvoll ist, dass die Berner Kirchen einem Lokalsender, der heute im wesentlichen *Ringier* gehört, eine sozialkritische Sendung bezahlen und mit nicht ganz unbeträchtlichem Aufwand auch noch deren Macherinnen und Macher ausbilden. Medienförderung kirchlicherseits könnte wesentlich sinnvoller betrieben werden. An entsprechenden Vorschlägen und Konzepten jedenfalls fehlt es nicht.

Mit der Verflachung des einst doch recht auflüpfigen Kultursenders *Förderband* zum Begleitprogramm mit gemässigt modernem Musikeppich ist auch in der Bundesstadt eingetroffen, was mit der Kommerzialisierung und Privatisierung der elektronischen Medien voraussehbar war: Statt zwei alternativen Radioprogrammen gibt es nun in Bern mehr vom Gleichen. Damit mögen sich indessen nicht alle abfinden. Jüngst ist der *Verein Radio Bern* gegründet worden. Er hat die Absicht, bereits am 1. Mai des nächsten Jahres auf Sendung zu gehen und Bernerinnen und Berner mit einem alternativen Lokalradio-Programm zu versorgen – falls die Konzession bis dann erteilt wird. Die allerdings gibt es nach Auffassung des Bundesamtes für Kommunikation (Bakom) nur, wenn der neue Sender nicht über Werbung finanziert wird. Logischerweise: Wie soll's für drei reichen, wenn schon zwei nur überleben können, weil sie an den Infusionsschläuchen zweier in Bern rivalisierender Zürcher Verlagshäuser hängen?

Dennoch ist der Berner Fürsprecher *Willi Egloff* – sowohl in der bernischen wie schweizerischen Medienszene alles andere als ein Unbekannter – als einer der Hauptinitianten keineswegs pessimistisch. Die Finanzierung soll über Mitgliederbeiträge, Sponsoring und Geld aus dem im Radio- und Fernsehgesetz vorgesehenen Gebührensplitting erfolgen. Die Gründung eines Publikums- und eines MacherInnen-Vereins steht bevor. Dass ein freies Hörradio durchaus nicht chancenlos ist, beweist *Radio Lora* in Zürich seit Jahren. Eigentliches Vorbild für den Berner Alternativsender soll indessen das *Radio Acidule FM* in Lausanne sein, welches den Flachsinn-Sender von *Edi-*

"Chrüz und quer", ein kirchlich finanzierter Programmteil bei "Förderband"

Ist es sinnvoll, dass die Berner Kirchen dem Ringier Verlag eine sozialkritische Sendung bezahlen?

Kommerzialisierung und Privatisierung haben auf Dauer Verflachung bewirkt

Ein neues werbefreies Lokalradio will ab 1994 eine Alternative bieten

Akzent: Lokale Öffentlichkeit

press schlicht aus dem Rennen geworfen hat; wohl nicht zuletzt deswegen, weil die von *Acidule* wahrgenommene politische und gesellschaftliche Verantwortung bei vielen Hörerinnen und Hörern besser angekommen ist als die Belanglosigkeiten aus dem grossen Westschweizer Verlagshaus.

Ganz ohne Printmedium will allerdings auch das alternative Berner Radio nicht auskommen. Vorgesehen ist eine enge Zusammenarbeit mit der kleinen, aber meistens hellwachen *Berner Tagwacht*. Wie diese sollen Minderheiten und Randgruppen – etwa die kleine der Frauen, wie Egloff schmunzelnd meint – endlich auch im Lokalradio eine Stimme erhalten. Das Radio, falls es jemals zu senden beginnt, will alternativ sein. Seine vorgesehene Trägerschaft aber steht seit dem Ausgang der letzten Gemeinde- und Stadtratswahlen zumindest politisch nicht mehr unbedingt abseits. Der Vormarsch der Frauen und der Alternativen hat das Bild des behäbigen Bern in einer Weise verändert, dass weitere Überraschungen nicht auszuschliessen sind.

Radio Cité

Bernard van Baalen

Im Jahr 1981 bekam Pfarrer *André Laporte* Wind davon, dass die Bundesbehörden daran dachten, Sendekonzessionen für Lokalradios zu erteilen. Schon 1973 hatte er in einer überkonfessionellen Gruppe von Pfarrern mitgewirkt, die in den Lokalfernseh-Versuchen von Lausanne-West und Vernier kirchliche Beiträge auf die Beine gestellt hatte. Nun rief er eine Arbeitsgruppe zusammen und reichte im Namen der drei anerkannten Genfer Kirchen ein Konzessionsgesuch gemäss RVO ein. Das Radioprogramm sollte auf breiter Basis von Freiwilligen getragen und rund um die Uhr ausgestrahlt werden – allerdings mit systematischer Wiederholung von Sendungen.

Zwischen Sommer 1982 und Juni 1983 waren die Initianten mit einer Vielzahl von Einwänden konfrontiert. Die meisten glaubten überhaupt nicht daran, die Kirchen könnten je eine Konzession bekommen. Auch die kirchlichen Behörden waren skeptisch, um so mehr, als der Schweizerische Evangelische Kirchenbund und die Schweizerische Bischofskonferenz in einer gemeinsamen Erklärung den Kirchen davon abgeraten hatten, sich ins Wagnis einer Konkurrenz gegenüber der SRG zu stürzen – wo sie doch schon soviel Unbill erlitten beim Versuch, sich im Programm des nationalen Senders auf glaubwürdige Art zu behaupten.

Am 20. Juni 1983 öffnete sich in Bern die Wundertüte, und siehe da: Die drei Genfer Kirchen waren auserkoren für eine Lokalradiokonzession. Die Kirchenleitungen waren total überrascht und in keiner Weise auf das Abenteuer vorbereitet, an das sie ja nicht geglaubt hatten. Entgegen allen Äusserungen kompetenter Kommissionen über die Wahrscheinlichkeit einer Bewilligung des Ge-

Die Idee eines von den Kirchen getragenen Bürgerradios stösst 1982 auf Skepsis

suchs und im Grunde gegen ihren eigenen Willen waren sie in die Lage versetzt, ein Lokalradio gründen zu können. Unter der Leitung von Richard Schneider, damals Verwalter der Eglise Nationale Protestante de Genève, machte sich eine Equipe an die Arbeit. Ein ehemaliger Direktor des Westschweizer Radios, Raymond Colbert, entwickelte ein Programmkonzept, das mit der Eröffnung von *Radio Cité* am 19. Mai 1984 verwirklicht werden konnte. Angesichts des kommerziellen Charakters des Senders, der den christlichen Glauben nur in homöopathischer Dosis vermittelte, war das von den Kirchen zu tragende Budget äusserst massiv. Und da die Mitglieder der kirchlichen Parlamente sich im Programm nicht wiedererkannten und die Kirchen trotz der von ihrem Radio verschlungenen drei Millionen nicht voller geworden waren, musste der Sender am 11. Dezember 1985 verstummen – für immer, wie es hiess.

Dabei hatte man allerdings die Gutwilligkeit und die Entrüstung einiger Freiwilliger unterschätzt, die sich sagten, man habe einfach nicht das Recht, eine so schöne Möglichkeit zur Verkündigung des Evangeliums mir nichts dir nichts aufzugeben. Und eine einmal verlorene Sendekonzession würde man von den Bundesbehörden niemals wieder zurückbekommen. Die Skeptiker hingegen meinten, wenn die Kirchen schon nichts zu sagen hätten, brauchten sie nicht auch noch ein Radio, um dies allen Leuten kundzutun. Das Ergebnis: An Ostern 1987 wurde die Sendetätigkeit in den Räumen der überkonfessionellen Vereinigung "Communication communautaire" wieder aufgenommen, und zwar diesmal ausschliesslich auf der Grundlage freiwilliger Arbeit und einzig mit finanziellen Beiträgen von Zuhörern. Die aus dem Debakel geretteten Einrichtungen wurden von Technikern kostenlos neu installiert. Am 27. März 1988 zog das Radio um nach Carouge in eine Mansarde, die ihm von der katholischen Pfarrei vermietet und speziell als Studio eingerichtet wurde – wenn nicht gerade modern, so doch ausreichend leistungsfähig.

Im Lauf des Winters 1992/93 konnte *Radio Cité* auf die regelmässige Mitarbeit von *Jean-François Kister* zählen, der sich als bezahlter Angestellter um die Koordination des Programms kümmert, und auf *Jean Hauenstein*, der eine halbe Stelle als Techniker hat. Daneben gehen 180 bis 200 Freiwillige ein und aus, die beim Radio oder zu Hause Sendungen vorbereiten und auf diese Weise sieben Tage pro Woche je 18 Stunden Programm realisieren.

Dreimal täglich werden die Informationen des Westschweizer Radios übernommen, und die von der SRG nur auf Mittelwelle ausgestrahlten religiösen Sendungen werden von *Radio Cité* auf UKW verbreitet. Alles übrige wird von Amateuren produziert, von Christen aus der Genfer Region einschliesslich der französischen Grenzgebiete. Im allgemeinen wird jede Sendung einmal wiederholt. Es gibt Beiträge in Portugiesisch, Spanisch und Englisch. Die Sendetechnik stützt sich auf ein Computersystem; es steuert integral fünf Bandmaschinen, die Sonifexgeräte für Jingles und die CD-Spieler für die Pufferzeiten zwischen den Programmfenstern, die meist 45 Minuten einer Sendestunde belegen. Das Jahresbudget liegt bei 230'000 Franken und die Reichweite bei 8'000 bis 15'000 Hörerinnen und Hörern pro Tag. Jeder, der am Programm mitarbeitet, erreicht mehr Menschen, als in allen kirchlichen Versammlungsräumen der Region Platz finden würden.

Was die Qualität betrifft, so ist *Radio Cité* das schlechteste Programm, das im Genfer Äther zu empfangen ist – und zugleich das beste. Technisch gesehen ist es schrecklich, weil die nötige Präzision nie ganz erreicht wird und das Material von mässiger Qualität ist. Das Grossartige an *Radio Cité* aber ist, dass hier Dinge möglich sind, die in einem professionellen Radio keine Chance hätten. Gewiss, manchmal ist die Naivität derjenigen, die sich nicht auszudrücken wissen, schwer zu ertragen. Doch dann gibt es wieder die einmalige Einfachheit jener anderen, die ohne falsche Hemmungen kommen und berichten, was sie bewegt. Sie haben enorme Talente, die sie nirgendwo sonst in dieser Art einsetzen könnten.

**Der überraschend
konzessionierte
Sender verstummt
nach anderthalb
Jahren**

**Weitere anderthalb
Jahre danach wird
"Radio Cité" auf Ba-
sis von Freiwilligen-
arbeit neu eröffnet**

**2 Angestellte und
200 Freiwillige ma-
chen das Programm**

**"Radio Cité" ist ein-
zigartig: ein Forum,
auf dem Menschen
sich äussern, die
sonst nicht öffent-
lich auftreten**

Akzent: Lokale Öffentlichkeit

Niemand ist gezwungen, bei diesem Sender mitzumachen, und niemand, ihn zu hören. Gehen Sie weiter, hier gibt es keine Sendezeit zu verkaufen, kein Publikum einzufangen oder zu vermarkten. Dies ist ein Radio, das man zum Vergnügen macht, das man um dessentwillen anhört, was es sagt. Ich bin seit sechs Jahren Redaktor einer wöchentlichen Sendung, und ich bekomme Echos von verschiedensten Personen: von politischen Würdenträgern, Kollegen, zufällig besuchten Kranken oder von Journalisten, die wegen einer Recherche zu mir kommen. Immer wieder heisst es: "Ach so, Sie sind das – ich höre Ihr Radio gern, und ich mag Ihre Sendungen."

Übersetzung: Urs Meier

Radio LoRa

Andrea Mittelholzer

Wenn Radio LoRa im kommenden November seit zehn Jahren senden wird, kann allein schon das wirtschaftliche Überleben in der primär marktwirtschaftlich ausgelegten Lokalradio-Szene der Schweiz als ein kleines Wunder ausgelegt werden. Seit Sendebeginn leidet das Alternative Lokalradio Zürich an chronischen Finanzbeschwerden und kämpft um seine Existenz. Bestimmt keine Erfolgsstory. Grund genug, das alternative Radioprojekt als Misserfolg zu titulieren und ihm seine Berechtigung abzuspochen? Oder ein notwendiger Überlebenskampf von Nonkonformisten im Kommerzdschungel?

Bewertet man Radio LoRa auf Grund seiner Einschaltquoten, muss das Urteil vernichtend ausfallen: In einem Konzessionsgebiet von 471'290 EinwohnerInnen (über 15 Jahren) erreicht Radio LoRa nur gerade 3'000 aktive Hörerinnen und Hörer. Seit mehreren Jahren ist diese Zahl stagnierend. Im Gerangel um freie Frequenzen wird die Existenzberechtigung von Radio LoRa immer wieder verneint, denn bei der bestehenden Frequenzknappheit sind vor allem potentielle Konkurrenten an einer Lizenz interessiert. "Eine Form von medienpolitischer Umweltverschmutzung" nannte Roger Schwinski das alternative Nonprofit-Projekt LoRa.

Die mangelhafte technische und sprachliche Art der Sendungen ist für manche Ohren nicht gerade wohlklingend; jegliche Hörgewohnheiten werden regelrecht beleidigt. Keine leichte Kost, denn die Macherinnen und Macher wollen nicht unterhalten, sie haben etwas zu sagen. Nur, wie werden die politischen Botschaften und Inhalte transportiert? Plakativer Politjargon, dogmatische Sprache, kein wirkliches Interesse an der Auseinandersetzung mit anderen politischen (zum Beispiel bürgerlichen) Meinungen sind Vorwürfe, die sich die Programm-MacherInnen gefallen lassen müssen. LoRa hat sich zum Sprachrohr seiner aktiven HörerInnen entwickelt und ist deshalb fast unweigerlich zur Piazza einer aktiven (linken) Minderheit geworden.

Quantitativer Misserfolg oder Innovatives Experiment?

Weniger als ein Prozent Einschaltquote

Versucht man den Erfolg von Radio LoRa an seinen eigenen Ansprüchen zu messen, erscheint der nichtkommerzielle Sender in einem ganz anderen Licht. Welche Vorstellungen und Ziele haben LoRa-Leute von ihrem Radioexperiment? Nach dem Modell der Selbstorganisation sollen aktive HörerInnen ein Forum der Verständigung und Auseinandersetzung bilden: Ein Radio für HörerInnen von HörerInnen. Als 1977 linke Radiopioniere das alternative Lokalradio gründeten, griffen sie eine Idee von Bertolt Brecht auf, der sich schon 1932 gewünscht hatte, dass sich das Radio von einem einseitigen Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat verwandle. Der isolierte Empfänger soll in Beziehung gesetzt werden und gleichsam zum Sender werden: "Der Rundfunk müsste aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren". Als LieferantInnen organisiert sind bei LoRa rund 300 Amateure, die im Milizsystem regelmässig Sendungen produzieren. Von der Moderation bis zur Technik übernimmt jede Macherin und jeder Macher das gesamte Aufgabensortiment. Kein(e) TechnikerIn wartet auf einen Handwink um den Jingle, das Band oder die Musik einzuspielen. Die Fluktuation der Engagierten ist dabei gross: Tausende haben seit dem Bestehen von LoRa Sendungen produziert – und fast alle ohne Entgelt. Lediglich im Bereich der Administration werden im Rahmen von 500 Stellenprozenten ein paar MitarbeiterInnen mit einer Lohnsumme von 150'000 Franken entschädigt.

Modell der sozialen Selbstorganisation aktiver HörerInnen

Zur auch in der Konzession festgehaltenen Spezialität von LoRa gehört die werbefreie Finanzierung. Damit will Radio LoRa seine Unabhängigkeit wahren und sich dem Zwang entziehen, die Programmgestaltung auf konsequent hohe Einschaltquoten auszurichten. Abhängig hingegen ist LoRa vor allem von jenen 3'000 Hörerinnen und Hörern, die mit Mitgliederbeiträgen von fünfzig bis hundert Franken jährlich das gesamte Projekt tragen. Verschiedene alternative Organisationen und Institutionen (zum Beispiel einzelne SP-Sektionen, Greenpeace, WWF, SSR, Kulturzentrum Rote Fabrik, Latino-Organisationen, Libera Italia) unterstützen zusätzlich mit Hilfe von Gönnerbeiträgen von 250 Franken im Jahr den finanziell brüchigen Rückhalt von LoRa. Dadurch will sich LoRa einem echten Nachfragetest unterziehen.

Hörig allein der Hörschaft, finanziert durch 3'000 Vereinsmitglieder

Hörig allein der Hörschaft, aber auch hörbar? "Das ist der Vorwurf, den wir am meisten hören: Die können ja nicht einmal schwatzen", sagt Polo Magnaguagno, Mitarbeiter bei LoRa in einem Gespräch. "Die Ausgangslage ist jedoch eine andere; du musst nicht als Radiomensch funktionieren, sondern du funktionierst als Mensch, der Radio macht – das ist der ehrlichere Zugang zu diesem Medium." Zugang sollen bei LoRa alle haben. Das Redaktionsstatut verbietet einzig Sendungen mit sexistischen oder rassistischen Inhalten. Auch Ausländerinnen und Ausländer finden auf 104,5 MHz einen Kanal, wo sie sich artikulieren und wo sie musizieren können: Ein Drittel des Programmes machen die fremdsprachigen Sendungen aus, denen man in elf verschiedenen Sprachen lauschen kann. "Die Hälfte des Äthers" ist für die Frauen reserviert. Obgleich sie diesen Anspruch mit ungefähr zwanzig Wochenstunden noch nicht einlösen können, machen Frauensendungen schon einen erheblichen Teil des Programms aus.

Buntes Forum der Minoritäten: ein Drittel fremdsprachige Sendungen; "die Hälfte des Äthers" ist für Frauen reserviert

Doch lassen sich HörerInnen zu LieferantInnen machen? Konnte mit dem Konzept eines offenen Mikrophons ein Forum von Minoritäten etabliert werden? War das ursprüngliche Ziel, eine Plattform für das gesamte Linksspektrum zu bilden, ist heute nur ein kleiner Teil der Linken bei LoRa engagiert tätig. Das Verbindende konnte selbst unter den Linken nicht realisiert werden. Auch die basisdemokratischen Strukturen vermochten nicht zu verhindern, dass Leute oder Guppierungen abwanderten, die in der Minderheit waren. Im Moment, so meint Polo Magnaguagno, seien vor allem die "Anarchos" stark, wobei auch bei LoRa der Ausgang der Machtkämpfe von Mehrheiten bestimmt würde. "Es ist eine Schwäche der Leute bei solchen Konflikten wegzugehen. Ich kenne aber keinen Ort, wo so viel versucht wird, einander gerecht zu werden wie bei LoRa."

Akzent: Lokale Öffentlichkeit

LoRa versteht sich als ein Einschaltmedium, als ein Radio des aktiven Zuhörens. Sendungen sollen spezifisch ausgewählt und bewusst angehört werden. Damit wehrt sich LoRa gegen eine Entwicklung, bei der das Radio zum seichten Begleitmedium verkommt. Passive Berieselung ist nicht gefragt, gefordert wird eine hohe Bereitschaft, die Ohren zu spitzen. Beim genaueren Hinhören lassen viele Sendungen allerdings ein Mass an Sorgfalt in der journalistischen Aufarbeitung von Themen oder in der Präsentation von Musikstücken vermissen, die auch Laien als RadiomacherInnen zugemutet werden könnte. Ist Professionalität ein Schimpfwort? "Professionalität ist einfach nicht vorhanden. Beim LoRa steht nicht: Du darfst nicht ähh und öhh sagen, hicksen, görpsen – es ist alles möglich und das prägt das Bild von LoRa" (P. Magnaguagno). Das militante Bekenntnis zum Amateurradio erschwert oft ein konzentriertes Hinhören. Denn ein Teil der LoRa MitarbeiterInnen scheint die Sprache der Kommerzradios, die flotten "wir sind heute alle gut drauf" – Sprüche mit Professionalität gleichzusetzen und demonstrativ amateurhafte Gegentöne aufzusetzen. Als nicht Aktive oder nicht Aktiv-Sein-Wollende fühlt man sich zuweilen von der Insidergemeinschaft, die sich gerade beim Radio in ihrer saloppen Sprache manifestiert, ausgeschlossen, nicht ganz ernstgenommen. Auch wenn es für die 300 Laien unmöglich und nicht anzustreben wäre, eine Professionalität im Sinne von Perfektion zu erreichen, gilt es dennoch, dem Medium gerecht zu werden und es auch als ein Organ zum Publikum zu benützen. Konzipierte und gestaltete Sendungen in einer einfachen und klaren Sprache zu schaffen ist eine Voraussetzung, will man gehört und verstanden werden. Dieses Ziel darf nicht der Laune der einzelnen MacherInnen überlassen werden.

Professionalität als Schimpfwort: Interessenkonflikt zwischen aktiven HörerInnen und Zu-HörerInnen

Mit dem neuen Radio und Fernsehgesetz (RTVG) und der dazugehörigen Verordnung (RTVV) vom 1. April 1992 gewinnt die medienpolitische Beurteilung von LoRa an erneuter Aktualität. Das neu eingeführte Gebührensplitting ermöglicht Lokalradios von "öffentlichem Interesse" von den Empfangsgebühren zu profitieren. Damit finanzschwache Lokalradios in den Genuss der Unterstützung kommen, entwickelte das Bundesamt für Kommunikation (Bakom) folgende programmliche Kriterien: einen hohen Anteil an Eigenproduktionen, eine stark regionallokale Einbindung des Programms, die aktive Beteiligung der Hörerschaft und die programmliche Berücksichtigung fremdsprachiger HörerInnen und anderer Minderheiten. Kriterien also, die Radio LoRa für sein Programm beanspruchen kann. Trotzdem soll LoRa leer ausgehen. Denn eine weitere Auflage setzt voraus, dass im Sendegebiet weniger als 150'000 Personen (über 15 Jahren) wohnen. Bei diesem Verbreitungsgebiet wird vom Bakom nämlich angenommen, dass sich die Lokalradios über Werbeeinnahmen ausreichend finanzieren können. LoRa als konzessioniertes werbefreies Radio hat dabei das Nachsehen.

LoRa ist vom Gebührensplitting ausgeschlossen, werbefreie Lokalradios sind benachteiligt

Gegen die Kriterien und den Entscheid des Bakom erhob LoRa Einspruch, der Entscheid ist noch hängig. "Wir fanden es einen schlechten Witz, mit den grosskommerziellen Radios in denselben Topf geworfen zu werden", sagt Polo Magnaguagno. Radio LoRa fordert vom Bakom und vom Bundesrat eine gesetzliche Anerkennung des dritten Rundfunksektors und eine Anpassung der Auflagen und Gebühren an seinen nichtkommerziellen Charakter. Konkret: Der Zugang zum Gebührensplitting soll nichtkommerziellen Radios prinzipiell gewährt werden.

Wenngleich Radio LoRa, auch an seinen eigenen Kriterien gemessen, keinen Triumphzug durch seine zehnjährige Geschichte durchlaufen hat, ein Fiasko ist das Projekt bestimmt nicht. Denn gemacht und getragen von Minoritäten und kulturellen Randgruppen hat es zehn Jahre überlebt und seine schwache Stimme erhoben. Das Experiment bleibt richtig, ist es einmalig und für die Vielfalt der Formen in einer pluralistischen Medienlandschaft notwendig.

LoRa ist als Experiment und wegen der Vielfalt der Formen notwendig