

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 39 (1987)
Heft: 23

Artikel: Wirb oder stirb
Autor: Hodel, Jan
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-932005>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

nis nach einer Öffnung des Systems, wie sie durch die Rundfunkverordnung (RVO) und den Satellitenbeschluss bereits begonnen worden ist».

Wir werden uns, scheint's, irgendwo in dieser Mitte arrangieren müssen – unter Verzicht auf jene Perspektiven und Innovationen, die für eine Zukunft der Schweiz, «die durch nichts so sehr geprägt wird wie durch das Medienwesen» (Bundesrat Schlumpf), möglicherweise von grosser Dringlichkeit wären. ■

KURZ NOTIERT

«Canal plus» in der Westschweiz

wf. Die Westschweizer Fernsehzuschauer werden wahrscheinlich ab Anfang 1988 den vierten französischen Fernsehkanal, «Canal plus», empfangen können. Der Konzessionsverband für Abonnementsfernsehen (Acta) hat dem Projekt für einen Vertrag zwischen dem Westschweizer Privatfernsehen Téléciné Romandie und Canal plus mit grosser Mehrheit zugestimmt. Der Entscheid liegt nun beim EVED, das die Einspeisung bewilligen muss. Der Vertragsentwurf berücksichtigt die Auflagen der Acta in bezug auf das Schweizer Kino und die Respektierung der Interessen der SRG, die an Téléciné Romandie beteiligt ist. Téléciné zählt zurzeit rund 8000 Abonnenten und hofft, mit der Zeit die ganze Westschweiz mit ihrem Netz abdecken zu können. Das Unternehmen wies im März einen Fehlbetrag von 14 Millionen Franken aus und musste rund 20 Angestellte entlassen.

Thema

Lokalradio-Szene Bern

Jan Hodel

Wirb oder stirb

Wohl nirgends in der Schweiz hat sich die Lokalradio-Situation so stark verändert wie in Bern. Dabei haben nicht nur die Namen gewechselt, sondern auch das Programmangebot, die Konzepte, die Besitzverhältnisse und die Köpfe. Der Einstieg der «Berner Zeitung» bei «Radio ExtraBE» sorgte für einigen Wirbel. Die Wandlung von «Radio Förderband» vom Kulturradio mit dem grossen Sympathiebonus und dem kleinen Budget zum grossen Mehrheitenradio mit Medienschreck Roger Schawinski im Rücken wurde zum nationalen medienpolitischen Ernstfall. Die Vernetzungsprognostiker von 1986 haben zwar nicht recht behalten, dafür aber jene Medienkritiker, die schon 1982 für werbefinanzierte Rundfunkversuche eine zunehmende Kommerzialisierung und Programmangleichung befürchteten. Das neue Radio- und Fernsehgesetz sieht keine Gegenmassnahmen vor. Entwicklungen wie in Bern werden, wenn nicht gewünscht, so doch als unabänderlich hingenommen.

Von wo aus ein Lokalradio sendet, kann durchaus Rückschlüsse auf dessen Programmkonzept zulassen. Dies gilt auch für die Berner Lokalradios. Eine Deutung der heutigen Örtlichkeiten – einer Apotheke (Bern 104, Förderband) und eines Elektronikwaren-Discounts (ExtraBERN) – liesse sich zwar nur humoristisch bewerkstelligen. Die früheren Standorte, eine «Kultur»-Beiz bei «Förderband» und eine «Durchschnitts»-Beiz bei «ExtraBE», waren aber klarer Bestandteil der Programmphilosophie und des Verständnisses von Hörernähe. Auf Ende Jahr plant «ExtraBERN» in die Nägeligasse zu ziehen und ein Radiohaus à la Basilisk einzurichten. Radio entsteht nicht mehr sichtbar in der Alltagswelt der Hörer, sondern wird als fixfertiges Programm aus einem tempelgleichen Produktionsort geliefert.

Kulturradio – Radiokultur

Mit den beiden «Beizenradios» hatte Bern vor vier Jahren eine in der Schweiz einzigartige Lokalradio-Situation. Neben dem obligaten Mehrheitenradio «ExtraBE» wurde bei der Konzessionsvergabe auch das idealistische Projekt des «Radio Förderband» bedacht, das sich selbstbewusst als «erstes Kulturradio der Schweiz» bezeichnete. Der Verein Förderband, ein Zusammenschluss einiger Berner Kulturjournalisten, der ursprünglich Kultur im allgemeinen fördern wollte, geht von einem breiten Kulturbegriff aus. Diesen wollte er aber nicht in gängige Sendeflässe einfach anstelle von Politik oder Unterhaltung abfüllen. «Förderband» sollte vielmehr ein anderes Radio zum Machen und zum Hören sein und in diesem Sinne ein Versuch, nicht nur ein Kulturradio, sondern auch Radiokultur zu gestalten. Indem man sich von den kom-

merziell aussichtsreichen Re-zepten bewusst distanzierte, nahm «Förderband» in Kauf, nur eine Minderheit anzusprechen. «Wir wollten nicht für immer ein Alchimistenradio bleiben, sondern mit unserem (anderen) Programm auch einmal eine Mehrheit erreichen», meint Gründungspräsident Daniel Leutenegger. Die Hörer sollten sich mit der Zeit an dieses andere Radio gewöhnen. Doch vorerst war das Kulturradio Förderband ein Experiment.

Erstaunlicherweise war auch der direkte Konkurrent recht experimentierfreudig. Matthias Lauterburg, zuvor bei Radio DRS, hatte sein «Radio ExtraBE» zwar klar als Mehrheitenradio vorgestellt. Doch das Sendestudio in und bei einem Restaurant zeugte von einer ähnlichen Auffassung von Hörenähe wie bei «Förderband». Zudem begann «ExtraBE» ohne feste Strukturen zu senden, was ihm bald den Ruf eines Pannerradios eintrug. «Wir haben viele Fehler gemacht, besonders bei der Musikprogrammierung. Aber aus dem Chaos entstanden Strukturen, die sich bewährten», kommentiert Lauterburg den ungewöhnlichen Start seines Senders. Damit hob sich «ExtraBE» von den grossen Lokalradios in Zürich und Basel ab. Doch die Unberechenbarkeit wirkte sich negativ auf die Werbewilligkeit der Berner Wirtschaft aus, die den neuen Medien ohnehin lange skeptisch gegenüberstand, zumal die Hörerzahlen auch nicht jene Höhen wie in Basel oder Zürich erklommen. «Radio ExtraBE» kam wie so viele andere in finanzielle Schwierigkeiten. Im Sommer 1984 erhöhte Lauterburg das Aktienkapital von 50 000 auf 250 000 Franken und suchte neue Mitaktionäre. Interessenten gab es schon: Warenhausbesitzer François Loeb und vor allem die «Berner Zeitung» (BZ)

wollten sich je zu 24 Prozent beteiligen. Die Beteiligung des BZ-Verlages, der mit einem eigenen Lokalradio-Projekt bei der Konzessionsvergabe beim Bundesrat abgeblitzt war, stiess in der Berner Medienszene auf heftige Gegenwehr. Die Ausgangslage des Lokalradio-Versuches werde verfälscht und einer Monopolisierung auf dem Platz Bern Vorschub geleistet, hiess es. Dennoch gestattete der Bundesrat die BZ-Beteiligung. Zwar beschränkte er sich auf zwölf Prozent, faktisch lagen die geschäftlichen Geschicke des «Radios ExtraBE» von nun an in der Hand der «Berner Zeitung».

Roger Schawinski kommt

Besonders bei «Radio Förderband» löste diese Entwicklung einige Verbitterung aus. Denn hier war die finanzielle Lage nicht schlecht, sondern prekär. «Förderband» scheiterte beim Versuch, ein nicht-kommerzielles Programm kommerziell, das heisst mit Werbung, zu finanzieren. Fehlende Professionalität bei der Werbeakquisition und verschwindend kleine Hörerzahlen führten zu steigender Verschuldung bei gleichbleibend schlechten Arbeitsbedingungen. Im Verein machten sich zwei Tendenzen bemerkbar: Ein Teil, darunter die Festangestellten, wollten endlich professionelle Arbeitsbedingungen auch zum Preis eines angepassten Mehrheitenprogrammes. Die Anderen wollten am Konzept eines «anderen» Radios konsequent festhalten, notfalls in Form eines «Milzradios» mit einem kleinen finanziellen, aber grossen unbezahlten personellen Aufwand.

Nachdem die Verhandlungen über einen Werbepool mit «Radio ExtraBE» am Widerstand Lauterburgs gescheitert war,

kam im Sommer 1985 plötzlich der Name Roger Schawinskis ins Gespräch. Die Mehrheit des Vereins war dafür, mit dem Zürcher Medienprofi Kontakt aufzunehmen. Die Skeptiker fühlten sich allerdings brüskiert von der Schnelligkeit, Zielstrebigkeit und Verbindlichkeit, mit der auf eine konkrete Zusammenarbeit mit Schawinski hingewirkt wurde. Die Befürworter hingegen drängten nach einer Zeit der wirtschaftlichen Ungewissheit und «endlosen Diskussionen» auf einen baldigen Entscheid. Als die Medien vom geplanten Zusammengehen von «Radio 24» und «Förderband» Wind bekamen, reagierten sie heftig. Einerseits wurden schon Nachrufe auf das Kulturradio-Projekt verfasst, andererseits ein baldiges gesamtschweizerisches Radio Schawinski prophezeit. An der Person und dem Modell Schawinski schieden sich auch im Verein Förderband die Geister, die Gegensätze waren schliesslich unüberwindlich.

Die Gegner des Schawinski-Modells legten ein Alternativmodell vor. Beim Programm war man schon so weit auf das Schawinski-Modell eingeschwenkt, dass tagsüber ein Mehrheitenpublikum und abends Spezialpublika angesprochen werden sollten. Der Hauptunterschied sollte bei der Information liegen, die man von Radio DRS übernehmen und in eher kommentierenden Magazinen lokal vertiefen wollte. Die Frage bleibt offen, wieweit sich dieses Modell vom heutigen «Bern 104» unterschieden hätte. Denn «Bern 104» hat zwar praktisch eins zu eins den Programm raster von «Radio 24» übernommen, aber nicht die dazugehörige Programmphilosophie.

Das Alternativ-Modell wandte sich vor allem dagegen, die Kontrolle über das Radio aus der Hand zu geben.

An der neu zu gründenden Radio Förderband AG sollte sich neben dem Verein auch Roger Schawinski mit 33 Prozent beteiligen, und mit 20 Prozent wollte auch der entlassene Ex-Chefredaktor der «Berner Zeitung», Urs P. Gasche, einsteigen. Der Verein, so argumentierten die Vertreter des Alternativ-Modells, verzichtete damit freiwillig auf sein Selbstbestimmungsrecht. Nach den langwierigen Auseinandersetzungen mit dem Eidg. Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement (EVED) um die Erlaubnis für die Umstrukturierung von «Radio Förderband» änderte sich die Ausgangslage. Der Verein Förderband behielt seine ursprüngliche Vereinsform und schloss einen Vertrag mit der neugegründeten Radig AG, wo er mit dem Wert seiner Studioeinrichtung zu 40 Prozent beteiligt ist. Schawinski hat schliesslich seine Radig-Beteiligung noch herabsetzen und sich aus dem Verein Förderband, in dessen Vorstand er schon gewählt worden war, zurückziehen müssen. Sein direkter Einfluss war gemindert worden.

Es ist daher schwer abzuschätzen, ob das Finanzierungs-konzept des Alternativ-Modells weniger Abhängigkeit bedeutet hätte. Zwar sollte nach diesem Vorschlag besonders der Trägerverein und ein zu gründender Förderverein, aber auch die Berner Kirchen, sowie Stadt und

Kanton Bern einen Teil des 600 000-Franken-Budgets übernehmen. Die Hälfte davon sollte aber durch einen Vertrag mit der Conradio, der Radiowerbefirma der «Berner Zeitung», bestritten werden. Die Conradio war plötzlich zu erstaunlichen Zugeständnissen bereit; Kritiker befürchteten jedoch eine vorprogrammierte Abhängigkeit von der «Berner Zeitung» und damit eine weitere Monopolisierung auf dem Berner Medienmarkt.

Doch letztlich wollten die Gegner des Schawinski-Modells am liebsten am ursprünglichen, kompromisslosen Kultur-radio festhalten, auch unter schlechten finanziellen Bedingungen. Ihrer Ansicht nach liess sich «Aktiengesellschaft» und «Radio 24» nicht mit «Selbstverwaltung» und «Kulturradio» verbinden. «Doch die Stimmung im Verein war ganz klar: es musste endlich Geld her», meint rückblickend Daniel Leutenegger, der das Alternativ-Modell unterstützt hatte. Die meisten hatten das Mangelradio satt. Auch das Alternativ-Modell war eine Konzession an diese Stimmung gewesen. Doch in dieser Hinsicht war das Modell Schawinskis das aussichtsreichere. Es konnte schliesslich eine knappe Mehrheit für sich gewinnen. Die Gegner traten darauf zumeist aus dem Verein aus.

Unklar sind die Beweggründe Schawinskis, bei «Radio Förder-

Bern 104 – Radio Förderband (bis 1986: Radio Förderband)

Konzessionsnehmer:
Verein Radio Förderband
25 Mitglieder, darunter alle festangestellten Mitarbeiter
Präsident: Urs Schnell

Geschäftsleitung: Urs Schnell

Stellen: 12, davon:
– Nachrichten: 4,2
– Moderation: 6

Betriebsbudget
inklusive Radig AG (3 Stellen)
1988: 1,5 Mio Franken
Defizit (d. h. nicht durch Werbeeinnahmen gedeckte Ausgaben): 0 Franken
1987: 1,2 Mio Franken
Defizit: 200 000 Franken

Werbefirma: Radig AG

Aktienkapital: 500 000 Franken

Aktionäre:
Verein Radio Förderband (40%)
Belcom AG
(R. Schawinski) (33%)
Migrosgenossenschaftsbund
Bern (10%)
Bund, Verlag und
Druckerei (10%)
Frei (7%)
(Auf Druck EVED von Belcom freigegeben.)

band» einzusteigen. Vielleicht waren es unternehmerische Überlegungen, vielleicht, wie er selber meint, seine Abneigung gegen alle Monopole; sicherlich war es nicht der radio-kulturelle, nicht-kommerzielle Aspekt dieses Radios, das ja nie so werden wollte wie sein «Radio 24».

Während sich die Öffentlichkeit mit dem Einstieg Schawinskis bei «Förderband» beschäftigte, hatte «ExtraBE» allerhand Zeit, sich in Hinblick auf die kommende Konkurrenz programmlich zu konsolidieren und die Hörerschaft zu sichern. Dies schien im Wesentlichen zu gelingen, allein, der wirtschaftliche Erfolg blieb weiterhin aus, und «ExtraBE» verschuldete sich weiter. Im Sommer 1986 kämpfte «Bern 104», schliesslich erfolgreich, um die endliche Bewilligung seiner Umstrukturie-



rung. Es lag dabei medienwirksam im Clinch mit dem EVED und dem Bundesrat und konnte erstaunliche Hörermassen zu Sympathiekundgebungen mobilisieren. Der von der BZ eingesetzte «ExtraBE»-Geschäftsleiter Peter Ineichen wurde ungeduldig. Er fragte bei «Radio Basilisk» nach einem erfolgversprechenden Rezept an, um ähnlich hohe Hörerzahlen und Werbeeinnahmen wie in der Rheinstadt zu erreichen. Die Basilisken empfahlen eine klarere und geglättete Struktur für das Tagesprogramm sowie hochdeutsche Nachrichten. Matthias Lauterburg wehrte sich vor allem gegen diese Neuerung, unterlag aber bei der internen Auseinandersetzung und musste gehen. Die skeptischen Prognosen von 1984 hatten sich bestätigt, wonach Lauterburg mit der BZ-Teilnahme seine eigene Kündigung unterschrieben habe. Beobachter jedoch fragten sich verständnislos, weshalb Lauterburg entlassen worden war, bevor ein gleichwertiger Nachfolger gefunden war. «ExtraBE» war dermassen von Lauterburg geprägt worden, dass mit seinem Abgang das Radio nicht nur seine Identität, sondern nach und nach auch Mitarbeiter und schliesslich Hörer verlor. Das Radio blieb defizitär. Seit November 1986 müssen aus Geldmangel DRS-Nachrichten übernommen werden.

Verschieden und doch ähnlich

Vergleicht man die heutigen Programme der beiden Lokalradios, so fällt bei aller Verschiedenheit im Detail die Ähnlichkeit im Grossen auf. Beide sind (mindestens tagsüber) als Mehrheitenprogramme konzipiert. So hören sie sich ähnlich an wie die meisten andern Lokalradios: ein mehrheitsfähiger Musiktappich mit stündlichen

Nachrichten-Bulletins, unterbrochen von drei bis fünf Minuten langen Wortbeiträgen, die in den Randzeiten vor allem mit Unterhaltung, Kultur, Servicebeiträgen (Kleinanzeigen, Temperaturen während der Badesaison usw.) und Hörerspielen, in den Hauptzeiten (6 bis 8, 12 bis 13 und 17 bis 19 Uhr) mit politischen Informationen bestritten werden.

Wenn jedes Radio betont, ganz anders zu sein als die anderen, dann sind die allfälligen Unterschiede innerhalb dieses Grundrasters auszumachen, der sich in der Schweiz zusehends durchsetzt.

Innerhalb dieses Grundrasters unterscheiden sich die beiden Berner Lokalradios recht stark. In der Berner Medienszene ist es praktisch unbestritten, dass «Bern 104» zur Zeit das gesamt-haft bessere Radio macht. Die Informationssendungen haben bei beiden Sendern die gleiche

Radio ExtraBERN 97,7

(bis 1986: Radio ExtraBE)

Konzessionsnehmer:
AG für ein Lokalradio in Bern (ALB)

Aktienkapital: 625 000 Franken

Hauptaktionäre:
K. Fischbacher (16,6%)
Schweizerische Volksbank
Berner Versicherung
Schweizerische Mobiliar
je (12,5%)

Berner Zeitung
Hasler AG
J. Christen je (12%)

Geschäftsleitung: Peter Hausamann, Zentralkontrollant Berner Zeitung

Stellen: 21, davon:
– Nachrichten: 6,5
– Moderation: 7,5

Betriebsbudget und -defizit 1987 und 1988: keine Angaben.

Werbefirma: Conradio AG, im Besitz der Berner Zeitung (100%). Auch für Canal 3 und Radio Berner Oberland tätig.

ises
RADIO
extra
BERN
AUF 97,7 MHz

Form. Als Magazine konzipiert, passen sie sich in das sie umgebende Programm ein und schrecken somit keine Begleitradio-Hörer ab.

«Bern 104» arbeitet mit «Radio 24» zusammen. Von dort bezieht es die Nachrichtenbulletins per Telefax, die dann noch bearbeitet und vor allem mit lokalen und zum Teil nationalen Meldungen ergänzt werden. Es werden auch Beiträge, vor allem von Korrespondenten, übernommen. Diese sind schon einige Zeit vor der Sendung bekannt und können eingeplant werden. Bei lokaler Themenflaute oder wichtigen nicht-lokalen Ereignissen kann «Bern 104» flexibel auf die nationale oder internationale Ebene ausweichen.

«ExtraBERN» übernimmt die Nachrichten und Journale vollständig von Radio DRS. Ein wichtiges Lokalereignis muss nach den DRS-Nachrichten nachgeschoben werden. Die Redaktion weiss auch nie, wie regionale oder lokale Themen von nationaler Bedeutung von DRS abgehandelt werden. Die



Hautnah dabei sein, ist alles: mobiles Studio im Bus der Städtischen Verkehrsbetriebe.

DRS-Journale wirken wie Fremdkörper und ziehen das zu lange Abendmagazin zusätzlich in die Länge: um fünf Uhr kommen die lokalen, um halb sieben die nationalen Topthemen.

«Bern 104» wirkt geschlossener. Das hängt auch mit der Organisation und Besetzung der Nachrichtenredaktion zusammen. Bei «Bern 104» besteht diese aus einer kleinen, homogenen Gruppe erfahrener Journalisten, die äusserst effizient organisiert ist und so zeitliche und qualitative Kontinuität gewährleisten kann. Bei «ExtraBERN» ist diese Kontinuität nicht nur durch eine vergleichsweise ineffiziente Organisation eingeschränkt, sondern auch durch ständig zu betreuende Praktikanten und eine hohe Personalfluktuation. «Ich wünschte mir auf der Nachrichtenredaktion mehr erfahrene Radiojournalisten», meint Chefredaktor

Hans-Christian Wäfler nüchtern. Bei «ExtraBERN» kommt noch ein chronischer Mangel an Produktionsmitteln hinzu, der für ein Radio dieser Grösse unglaublich wirkt.

«Radio ExtraBERN» hat eine grössere Redaktion und konzentriert sich auf regionale und lokale Ereignisse. Mit eigenen Berichterstattern aus dem Stadt- und Kantonsrat und freien Mitarbeitern in allen Gemeinden der Agglomeration ist die regionale Berichterstattung sehr ausführlich und detailliert. Eher traditionell und solide-seriös, orientiert sich «ExtraBERN» am Stil des Regionaljournals. Erstaunlich oft bestehen die Beiträge aus mehr oder weniger bearbeiteten Telefoninterviews, eher selten werden Aussenaufnahmen verwendet.

Die kleinere Nachrichtenredaktion von «Bern 104», die regional nicht so ausführlich be-

richten kann, macht aus der Not eine Tugend. Mit formalen und inhaltlichen Variationen geht sie die selben Themen oft unter anderen Aspekten an. Aussenaufnahmen und Telefoninterviews werden meist in arbeitsintensiven gestalteten Berichten dargeboten, die auch glossenartige Züge tragen können. Auf lokaler, aber vor allem nationaler Ebene verzeichnet «Bern 104» oft Primeur-Meldungen. Lokale Topthemen werden von beiden Stationen inhaltlich meist gleichwertig präsentiert.

Interessanterweise sind beide Radios mit der Abhängigkeit im Informationsbereich nicht zufrieden. Bei «ExtraBERN» möchten die Nachrichtenredaktoren

möglichst bald auch national und international tätig werden. Und auch bei «Bern 104» würde man am liebsten auf eigenen Füssen stehen. Doch die Realisierung solcher Pläne liegen bei beiden Radios noch in weiter Ferne.

«Liebe Martha» auf 97,7

Das Abendprogramm von «Bern 104» ist bei den kommerziellen Lokalradios wohl einzigartig. Nur gerade das alternative Zürcher «LORA», das sich «Bern 104» für sein Abendprogramm zum Vorbild genommen hat, bietet eine grössere Fülle an Spezialitäten- und vor allem Minderheitensendungen. Die Sendungen werden fast ausschliesslich von freien Mitarbeitern bestritten. Die Beiträge sind von unterschiedlicher Qualität und Professionalität, dafür von grosser Authentizität. Allerdings müssen sich die Programmverantwortlichen von «Bern 104» den Vorwurf gefallen lassen, das Abendprogramm sei ein kulturelles Lendenschürzchen. Das wenig werbewirksame, aber von der Konzession vorgeschriebene Minderheitenprogramm liegt in den ohnehin hörschwachen Abendstunden. Ob dieses Kulturprogramm nur ein Anhängsel oder integraler Bestandteil der Identität des Radios ist, wird sich weisen, wenn «Bern 104» sich etabliert hat. Dann soll das Abendprogramm besser betreut werden und vermehrt auch in das Tagesprogramm einfliessen.

Zur Hauptsache bewährte Rezepte gelangen bei «ExtraBERN» zur Anwendung: vor allem Musik-Specials füllen hier die Abendstunden. Bei der offenkundig schwachen Hörerbeitteilung erstaunt dagegen die abendliche Programmierung von aufwendig produzierten Magazinen (Kaleidoskop), aber

vor allem von teuren, von Zürich importierten Mediengrössen wie Sex-Beraterin Martha Emmenegger und Jasmin Kienast, ehemals Moderatorin bei DRS 3; besonders, da dieses Geld etwa bei den Nachrichten und bei der Technik einfach fehlt. Sympathisch, aber wenig verständlich sind auch aufwendig produzierte Sendeteile im Tagesbegleitprogramm. Telefonspiele werden da zum Beispiel mit Mini-Hörspielen angezogen.

Ist der Morgen mehr auf lockere Unterhaltung im Stil einer «Bunten Seite» gemacht, präsentiert sich der Nachmittag mit einer Kinder-, einer Reise- und einer Kultursendung. Damit werden einige Themen des «Bern 104»-Abendprogramms auf den Nachmittag vorgezogen, wenn auch in der Magazinform des Begleitprogramms.

Bei «Bern 104» steht umgekehrt das Begleitprogramm im Schatten der Informationsmagazine. Es ist personell weniger stark dotiert, und es herrscht auch noch kein Konsens darüber, mit welchen Inhalten die Begleitprogramme zu füllen sind. So wirken diese etwas zufällig gestaltet und mit Service-Angeboten, Werbung und Spielchen überladen.

«Sanfter» Kommerz?

Das ist denn auch ein Handicap für den aufstrebenden Sender. Auch bei der Eigenvermarktung stellt «Bern 104» den Konkurrenten «ExtraBERN» in den Schatten. Für ein Radio, das unerschwellig immer noch den Anspruch erhebt, ein «Kulturradio» zu sein, ist das nicht unproblematisch. Den Kritikern, vielen Sympathisanten und zum Teil auch den Mitarbeitern ist nämlich die aggressive Werbepresenz mit publikumsträchtigen Aussenanlässen, Kleberfahn-

dungen, Publikumsspielen mit gestifteten Preisen und anderen Werbemethoden in der Grauzone von redaktionellem Teil und Werbung oft des Guten zuviel.

Zwar hat die Gesamtedaktion von ihren Mitbestimmungsmöglichkeiten, die ihr durch ein Redaktionsstatut und der Organisationsform eines Vereins gegeben sind, Gebrauch gemacht und bei fraglichen Entwicklungen bremsend eingegriffen. Und auch der Geschäftsleiter Urs Schnell ist über das Ausmass der Kommerzialisierung nicht gerade glücklich. «Wir stehen in einem Clinch», gibt er zu. «Auf der einen Seite steht die journalistische Verantwortung, auf der anderen die wirtschaftliche. Im Moment braucht das Radio einfach jeden Werbefranken.» Der Hörer, der sich an der penetranten Kommerzialisierung des «Bern 104»-Pro-

KURZ NOTIERT

ZOOM als Weihnachtsgeschenk

24mal im Jahr vermittelt ZOOM anregende Lektüre und Auseinandersetzung mit Film, Fernsehen und Radio, greift politische, soziale und strukturelle Entwicklungen im Medienbereich auf und begleitet Leserinnen und Leser durch die immer unübersichtlicher werdende Welt technischer Kommunikation. Mit ZOOM kann man auch Freude bereiten – zu Weihnachten und, wie gesagt, 24mal danach; zum unschlagbaren Preis von Fr. 50.– notabene. Abonnemente und Geschenkgutscheine vermittelt gerne die Administration von Stämpfli & Cie AG, Postfach 2728, 3001 Bern (Tel. 031/232323).

gramms stösst, weiss davon allerdings nichts.

Ein Mittelweg zwischen völliger und keiner Kommerzialisierung, gleichsam ein «sanfter» Kommerz, scheint offenbar nicht praktikabel zu sein. Es sei denn, man hofft, dass ein wirtschaftlich stabiles «Bern 104» in ein paar Jahren bei der Kommerzialisierung wieder etwas zurücksteckt. Damit wäre «Bern 104» allerdings das erste und wohl einzige Lokalradio der Schweiz. «Radio ExtraBERN» plagt dieses Problem nicht. In dieser Hinsicht wird mit verschiedenen Massstäben gemessen.

Einer bleibt übrig

Kaum einer zweifelt daran: Auf dem kleinen Berner Medienmarkt wird auf die Dauer nur ein Lokalradio mit einem Mehrheitenprogramm überleben können. Bleibt die Frage welches.

«Radio ExtraBERN» bekundet sichtlich Mühe, sich als Mehrheitenradio vom geschickt konzipierten «Bern 104» abzugrenzen. So meint Ex-Konkurrent Matthias Lauterburg lobend über «Bern 104»: «Etwa so habe ich mir das ideale Berner Lokalradio vorgestellt.» Mit der interimistischen Anstellung von Ruedi Menzi (ehemals stellvertretender Programmleiter bei «Radio ZüriSee») hat «Radio ExtraBERN» nun ebenfalls Radio-Knowhow aus den östlichen Landesteilen zu Hilfe geholt. Der Glarner Menzi soll die Betriebsstrukturen neu organisieren. Gleichzeitig werden die Ergebnisse einer qualitativen Hörerbefragung von Anfang Oktober ausgewertet, um dem Radio ein neues Profil zu geben. Bis jetzt ist klar, dass man sich eher an über 25jährige wenden und sich an Vorbildern wie «Radio Basilisk» und «Radio Z» orientieren will. Bis das neue Konzept soweit ist, wird ebenso fleissig



wie chaotisch weiter improvisiert.

Das heutige «ExtraBERN» ist das Opfer der irrigen Meinung, mit Geld und Management sei ein erfolgreiches Radio zu machen. Viel mehr als bei einer Zeitung von vergleichbarer Grösse braucht es aber Persönlichkeiten und gute programmliche Leitideen. «ExtraBERN» schöpft nun neuen Atem. Es wird sich zeigen, ob die Atempause lange genug währt, um die äusserst selbstsichere Konkurrenz am Hirschengraben ernsthaft gefährden zu können. Mit der Überzeugung, das beste Lokalradio der Schweiz zu machen und dem Gefühl, am gleichen Strick zu ziehen, motivieren sich die Mitarbeiter von

Die Nachdenklichkeit der Technikerin im improvisierten Studio bei der Live-Sendung.

«Bern 104» zu einem Einsatz, der von Beobachtern als Selbstausbeutung bezeichnet wird. Das bestreitet nicht einmal Urs Schnell: «Wir haben zu niedrige Löhne, das darf man ruhig schreiben.» Wer es vorzieht, bei «Bern 104» zu arbeiten, bekommt für eine ganze Stelle rund 1000 Franken weniger Lohn pro Monat als bei «ExtraBERN». Die Sparsamkeit soll sich aber bald auszahlen. Auf Ende 1988 rechnet Schnell mit einem ausgeglichenen Budget, danach sogar mit Gewinn. Bei

«ExtraBERN» will man keine Zahlen nennen. Dem Vernehmen nach rechnet «ExtraBERN» bei einem Betriebsbudget von um die zwei Millionen Franken nächstes Jahr mit einem Defizit von über einer Million Franken.

Optimist Schnell denkt sogar schon daran, nach Abzahlung der Schulden mit einem allfälligen Gewinn auf einer zweiten Frequenz wieder die alte Idee eines ganztägigen Kulturradios aufleben zu lassen. Dazu müsste allerdings «ExtraBERN» erst seinen Betrieb einstellen. Doch hinter «ExtraBERN» stehen potente Firmen der Berner Wirtschaft. Die Zukunft der beiden Lokalradiostationen wird davon abhängen, ob und wie schnell «Radio ExtraBERN» schwarze Zahlen schreiben wird und wie lange seine Aktionäre gewillt sind, auf den Erfolg ihres Radios zu warten.

Hörer(zahl)nahes Radio

Aus der geschichtlichen Entwicklung und der momentanen programmlichen und wirtschaftlichen Situation der beiden Berner Lokalradios lassen sich folgende Schlussfolgerungen ziehen. Der publizistische Wettbewerb spielt untereinander, zu den Zeitungen, zu Radio DRS (Regionaljournal). Die Programme haben sich formal und teilweise inhaltlich im Sinne einer Professionalisierung verbessert. Die Ansprüche der Radioschaffenden an ihr eigenes Produkt sind gestiegen. Auch die Ansprüche der Hörer seien gestiegen, argumentieren die Programmverantwortlichen. Mit diesen Ansprüchen ist wohl vor allem das formale Kriterium eines reibungslosen Ablaufs des Programms gemeint. Inhaltlich werden je nach Programmteil unterschiedlich hohe Ansprüche erfüllt. Dies spiegelt die Ungewissheit der Radioschaffen-

den wieder, was *der* Hörer will und vor allem auch, wer *der* Hörer ist. Ein im Radio-Alltag grosses Feedback von 50 Hörern auf einen Wettbewerb oder einen Beitrag ist ja nur beschränkt repräsentativ für die Meinung von 50 000 oder mehr potentiellen Hörern.

Dem Hörer in seiner Gesamtheit begegnet der Radioschaffende höchstens in der statistischen Form der Hörerzahl. Diese spielt wiederum eine zentrale Rolle für das Engagement der Werbewirtschaft, was ausschlaggebend für die wirtschaftliche Situation des Lokalradios ist. Es wird daher ein Regelkreis «wirtschaftliche Situation» – «Programmangebot» – «Hörerzahl» angenommen. Der Erfolg des Programms misst sich an der Höhe der Hörerzahl. Doch lassen sich von der quantitativen Messung der Hörerzahl auf die qualitative Wertung des Programms Rückschlüsse ziehen?

In Bern sind die einschneidenden programmlichen und organisatorischen Veränderungen auf Grund wirtschaftlicher Überlegungen und nicht ideeller Programmkonzeptionen durchgeführt worden. Auch heute überschattet der wirtschaftliche den publizistischen Wettbewerb. Die wirtschaftlichen Sachzwänge führen zu einem gesamtschweizerisch gleichen, jeweils leicht variierten Grundmuster. Diese Sachzwänge wirken auch bei einem «anderen» kommerziellen Radio wie «Bern 104» mit seiner Selbstbestimmungsmöglichkeiten und seinem kulturellen Abendprogramm.

Mit der zunehmenden Professionalisierung der Programme ist die Zeit der Experimente, des Ausprobierens, des Suchens nach neuen Formen vorbei. Experimentelles Radio muss dabei nicht amateurhaftes Dampfradio bedeuten, es kann auch professionell gemacht, innovativ und

kreativ radiofonische Formen und Inhalte hinterfragen. Im Dialog mit den kommerziellen Programmen könnte es auf Hörer und Journalisten anregend wirken und beider Kritikfähigkeit schärfen. «Bern 104» ist mit seiner Aufteilung in einen «kommerziellen» und einen «experimentellen» Teil ein interessanter Kompromiss. Der «experimentelle» Teil wird dabei vom «kommerziellen» subventioniert. Ein Radio, das auch tagsüber frei von wirtschaftlichen Überlegungen und von Bemühungen um Hörer(zahl)nähe Programme im Sinne einer «Radio-Werkstatt» gestaltet und auch verändert werden könnte, mag zwar wünschbar sein. Mit Werbung wird es sich aber nicht finanzieren können.

Weder die Rundfunkverordnung (RVO) noch das neue Radio- und Fernsehgesetz sehen Bestimmungen vor, die auch nicht-werbefinanzierten Lokalradios akzeptable Rahmenbedingungen sichern, wie etwa geregelte Werbepools, Finanzausgleich zulasten der Lokalsender mit hohem Gewinn, bevorzugte Stellung mit Trägervereinen oder Mitgliederbeiträgen finanzierter Sender oder Anspruch auf finanzielle Unterstützung bei Erbringen bestimmter kultureller, nicht-profitträchtiger Programmleistungen. Experimentelle, alternative, nicht-kommerzielle Radios sind von vornherein im Hintertreffen. Obwohl ihr Dasein auf die Dauer im Interesse aller läge, werden keine Anstrengungen zu ihrer Erhaltung und schon gar nicht zu ihrer Entstehung unternommen. Man hofft einfach, dass das eine oder andere kommerzielle Mehrheitenradio etwas mehr als nur Durchschnittskost anbieten wird. ■