

Es lebe das Lokalradio – zum Beispiel Radio Berner Oberland

Vom Lokalradio habe man sich erhofft, es würde zur besseren Versorgung mit lokaler Information führen, zur Teilnahme an der Politik anregen und die publizistische und kulturelle Vielfalt erhöhen, meinte Moritz Leuenberger anlässlich der Feier zum 25jährigen Bestehen dieses Mediums. Heute spreche die Forschung jedoch ernüchternd von Homogenisierung, Boulevardisierung, Formatierung und Konzentration, aber kaum von Vielfalt. – Vielfalt? Oft verbirgt sich hinter ihr ein Mangel an Professionalität, an dem beileibe nicht nur Lokalradios krankten. Im Gegenteil: Was gewisse «Kleinwüchsige» in der Medienlandschaft an echter Vielfalt zu bieten haben, lässt manch Grossen vor Neid erblassen!

Das Lokalradio im Allgemeinen

Das BAKOM und die von ihm beauftragten Forschungsinstitute prüfen regelmässig, ob sich die Veranstalter von Radio- und TV-Programmen gesetzestreu verhalten. Sie erheben auch, in welchem Masse sich die Auftrags-erfüllung in der Zufriedenheit des Zielpublikums ausdrückt. Laut Umfrage des Instituts für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich vom Herbst 2009 sind hierzulande rund 70% der Mediennutzenden mit den Radioprogrammen öffentlicher und privater Anbieter ziemlich bis sehr zufrieden. Das Lokalradio steht mit 64% noch besser da als das Fernsehen mit 55%. Somit ist es ein ernstzunehmendes Element in der schweizerischen Medienlandschaft und nicht, wie einst monopoltreue Kreise meinten, ein Tummelplatz für Amateure und eine Gefahr für die staatspolitisch wichtige Rolle der SRG.

Lokalradio – keine Pioniertat von Piraten!

Seiner wahren Natur nach ist das Radio ein lokales Medium und hätte sich unter normalen Umständen seit seiner Geburt vermutlich auch hierzulande als solches entfaltet. Als in den 20er Jahren des vergangenen Jahrhunderts aus den zahlreichen Versuchen von Funkamateuren in verschiedenen Schweizer Städten eigentliche Lokalradios hervorgingen, waren die ersten Programmschaffenden wohl kaum vom Ehrgeiz getrieben, die ganze Schweiz, geschweige denn das Ausland, als Hörerschaft zu gewinnen. Ohne Zweifel lag ihnen das Publikum in der näheren Umgebung mehr am Herzen, als das meist weit grössere

Potential der damaligen Sendeanlagen. Der Erfolg der heutigen Lokalradios ist die verspätete, aber logische Fortsetzung einer anfänglich natürlichen und danach irregeleiteten Entwicklung. In der schwierigen Zeit im Umfeld der beiden Weltkriege war eine von philanthropischen Absichten beflügelte Entwicklung von Massenmedien kaum vereinbar mit der Lust von Politikern, Beamten, Militärs und Propagandisten am raschen und einfachen Zugriff auf das Denken und Handeln einer breiten Bevölkerung. So wurde denn auch das Lokalradio in der Schweiz bald einmal an die Kandare genommen. Eine Frequenzuteilung, die mit echt schweizerischer Demokratie wenig gemein hatte, reichte nicht, um private Radiogelüste zu zügeln. Zwecks politisch sicherer Koordination aller Radioaktivitäten kam es zur Gründung der Schweizerischen Rund-spruchgesellschaft, der heutigen SRG SSR idée suisse. Von den ersten Lokalradios blieb kaum mehr übrig als eine Trägerschaft, die während Jahrzehnten mit milder Macht versuchte, den Lokalgeist in den immer regionaler operierenden Studios am Leben zu erhalten. Die dominante Stellung des nationalen Medienunternehmens verdrängte nach und nach die Erinnerung an die Urzeit des Lokalradios, weshalb denn heute nicht wenige überzeugt sind, dieses Medium gebe es erst seit Roger Schawinski's «Piratenakt» vom Jahre 1979 gegen monopolistisches Denken und Handeln im Bundesbern, gefolgt von offiziellen Versuchen ab 1983, gesetzlich geregelt im Jahre 1991.

Zu Radio Berner Oberland BeO im Besonderen

Radio BeO hat seinen Hauptsitz in Interlaken und eine Zweigstelle in Thun. Sein Geschäftsbericht für das Jahr 2009 weist einen Betriebsertrag von rund 2.7 Mio., einen Personalaufwand von 2.4 Mio. und einen Personalbestand von 16 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Programm aus. Gemäss Erhebungen der Mediapulse AG erreichte es im Berichtsjahr vom Montag bis Freitag täglich rund 74'600 Hörerinnen und Hörer. Das sind 40% mehr als die Leserschaft des Thuner Tagblatts und 62% mehr als jene des Berner Oberländers. Die ziemlich stabile Nettoreichweite im Tagesverlauf lässt auf einen nicht geringen Anteil an Stammhörerinnen und -hörern schliessen. Die altersmässige Gliederung der Hörerschaft ist für dieses Versorgungsgebiet und das Profil des Senders nicht untypisch:

Zwei Drittel sind mindestens 45 Jahre und vier Fünftel mindestens 35 Jahre alt. Die 15 bis 34-Jährigen machen zusammen weniger als einen Fünftel aus. Der Anteil der Frauen ist leicht grösser als jener der Männer.

Zum Gesamtauftritt

Der Auftritt von Radio BeO entspricht auf sympathische Art seinem Auftrag und dem Publikum in seinem Versorgungsgebiet: Er ist ländlich und gleichzeitig bestens vereinbar mit dem halb dörflichen, halb städtischen Charakter von Zentren wie Thun und Interlaken. Im Gegensatz zu Radio DRS1, bei welchem die Vielfalt der Dialekte von einem grossräumigen Versorgungsgebiet zeugt, spricht man bei Radio BeO - von Nachrichten, Wettervorhersagen und Ähnlichem abgesehen - ein für die Region typisches Berndeutsch. Das Hochdeutsch der Nachrichtensprecher lässt jeden Ehrgeiz vermissen, mit dem Bühnendeutsch etwa von Radio DRS2 gleichzuziehen. Das ist kein Mangel, sondern entspricht der bei verschiedenen Umfragen in der Deutschschweiz ausgedrückten Abneigung gegen die Nachahmung deutscher Sprecher oder gar deren Präsenz in schweizerischen Radio- und Fernsehprogrammen. In allen Angeboten schwingt die natürliche menschliche Unvollkommenheit stärker mit, als die oft unterkühlt wirkende Professionalität, mit der die grossen finanzkräftigen Radios auftreten.

Zur Information

Bei allen Informationskategorien verläuft die Präsentation in der Regel mit einer für die Bevölkerung im Einzugsgebiet typischen, keinesfalls nachteiligen Gemächlichkeit. Ob Absicht oder die Angst von Neulingen vor Versprechern dahinter steckt, ist unerheblich. Nachrichten werden ohnehin nicht zuverlässiger, wenn man sie im Eilzugstempo verliert, wie das bei gewissen kommerziellen Sendern üblich ist, welche die Nachrichten eher als störende hässliche Flecken auf ihrem attraktiven Musikeppich denn als Bereicherung des Angebots, geschweige denn als nützliche Dienstleistung, betrachten.

Die Berichterstattung von Radio BeO über sein Versorgungsgebiet wirkt umfassend, präzise und ausreichend illustriert durch Interviews mit kompetenten Personen. An Schweizerischem fällt nicht mehr an, als für ein auch mit anderen Medien gut versorgtes Publikum nötig scheint. Was die Qualität der internationalen Information betrifft, ist nicht zu überhören, dass man weder bei der BBC noch bei der SRG gelandet ist. Es wäre aber ungerecht, sie deswegen als unzureichend zu bezeichnen. Wohl scheint es hin und wieder mit der Verifizie-

rung zu hapern, aber ehrlich: wo sonst nicht...?! Übereinstimmung beim Vergleich von zwei oder drei oft nur scheinbar voneinander unabhängigen Quellen ist noch lange kein Wahrheitsbeweis. Qualität drückt sich auch nicht darin aus, dass man Zahlen, welcher Natur auch immer, stündlich ändert, um scheinbar genau und aktuell zu wirken.

Was die Nachrichtenauswahl anbelangt, kann man sich tagelang darüber streiten, was wichtig und was unwichtig ist. Grundsätzlich ist jede Selektion eine Anmassung gegenüber dem Publikum. Dank Freiheit und Vielfalt der Medien in unserem Land trifft man jedoch meist innerhalb desselben Tages auf das eine oder andere Wichtige, das von diesem oder jenem Medium gewollt oder ungewollt unterschlagen worden ist. Bei Radio BeO macht es den Anschein, dass gelegentlich trotz unsicherer Informationslage über ein Ereignis berichtet wird, bei welchem etwa die SRG so lang einer Bestätigung harrt, bis sie schliesslich angesichts des sinkenden Aktualitätswertes auf die Nachricht verzichtet.

Zur Service-Information

Radio BeO bietet im Tagesverlauf wiederholt eine Vielfalt an Service-Information, die sich gut mit seinem Auftrag vereinbaren lässt. Der Sport kommt reichlich auf seine Rechnung. Auch der religiöse Mensch kann sich nicht über den Mangel an kirchlicher Information beklagen; sogar die sonntägliche Messe fehlt nicht im Programm raster. Radio BeO ist wohl die beste Quelle für jemanden, der wissen will, was im Versorgungsgebiet des Senders läuft. Wie es sich für ein Radio in einer touristisch weltbekannten Region gehört, betreut es auch fremdländische Gäste. Landen diese nach einem anstrengenden Sightseeing spät abends erschöpft im Hotel, erfahren sie in untadeligem Englisch, wie sie ihre Unternehmungslust an den folgenden Tagen stillen können.

Zur Musik

Wie bei allen Lokalradios überwiegt die Musik im Programm von Radio BeO deutlich. Ob man sie als Mainstream, Adult contemporary oder schlicht als zielpublikumsgerechte Mischung bezeichnet, ändert nichts am Urteil, dass man sie stundenlang hören kann, ohne sich belästigt zu fühlen. Zu gewissen Tageszeiten drängt sich der ländliche Charakter des Senders klar in den Vordergrund. Spezielle Rubriken sowie die Präsenz an wichtigen Musikanlässen lassen das Bestreben einer jungen Equipe erkennen, das Durchschnittsalter der Hörschaft etwas herabzusetzen. Über lange Strecken fühlt man sich in musikalischer Hinsicht jedenfalls bei Radio BeO genauso gut aufgehoben wie etwa bei Radio DRS 1, was man

durchaus als ehrlich gemeintes Kompliment für beide auffassen darf.

PR, Sponsoring oder Werbung ...?

PR, Sponsoring und Werbung sauber voneinander zu trennen, scheint Radio BeO nicht immer leicht zu fallen. Ihm diesbezüglich Missbrauch vorzuwerfen, hiesse, die Rolle eines Lokalradios nicht zu verstehen. Je lokaler ein Medium, je näher das Zielpublikum den Medienschaffenden, desto schwieriger ist die Differenzierung dieser Kategorien. Würde der Bäcker Soundso in Interlaken bei einem Wettbewerb von Radio DRS2 über klassische Musik Gratis-Gipfeli als Preis anbieten, wäre dies in jeder Hinsicht ein Schuss ins Leere. Nicht so, wenn dies in einem Wettbewerb von Radio BeO über geografische Besonderheiten der Region geschieht. Dann hören Menschen mit, denen der Bäcker Soundso gefühlsmässig ebenso nahesteht wie «ihr» Radio BeO. Diese Zusammengehörigkeit ist typisch für ein gut funktionierendes Lokalradio. Ob es sich bei den einzelnen Angeboten nach Ansicht der Experten um PR, Sponsoring oder Werbung handelt, kann dem Publikum egal sein; was zählt, ist der Nutzen, den es aus dem Wirken des Senders zieht.

Gemäss BAKOM lässt die Qualitätssicherung bei der journalistischen Arbeit vieler Privatsender zu wünschen übrig. 23 von bisher 37 untersuchten Veranstaltern sollen den Anforderungen nicht genügen. Ob auch Radio BeO unter den Sündern ist, bleibt bis auf Weiteres ein Geheimnis, da sich das BAKOM über die einzelnen Ergebnisse noch bedeckt hält, würde aber eher überraschen.

Walter Fankhauser

Walter Fankhauser war Redaktor in einer Nachrichtenagentur und Leiter Marketing und Media-Dienste von Schweizer Radio International; er lebt in Thun.

Bern, 14. September 2010
Gesellschaft für Medienkritik Schweiz (gfmks)

Dieser Text ist mit Quellenangabe zur Publikation frei.