Zeitschrift: Akzent : Magazin für Kultur und Gesellschaft

Herausgeber: Pro Senectute Basel-Stadt

Band: - (2012)

Heft: 1: Schwerpunkt : Radioszene Basel

Artikel: Im Gespräch mit Christian Heeb, Basler Radiopionier : was allein zählt, sind Zahlen

Autor: Heeb, Christian / Ryser, Philipp

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-843229

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 02.07.2025

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

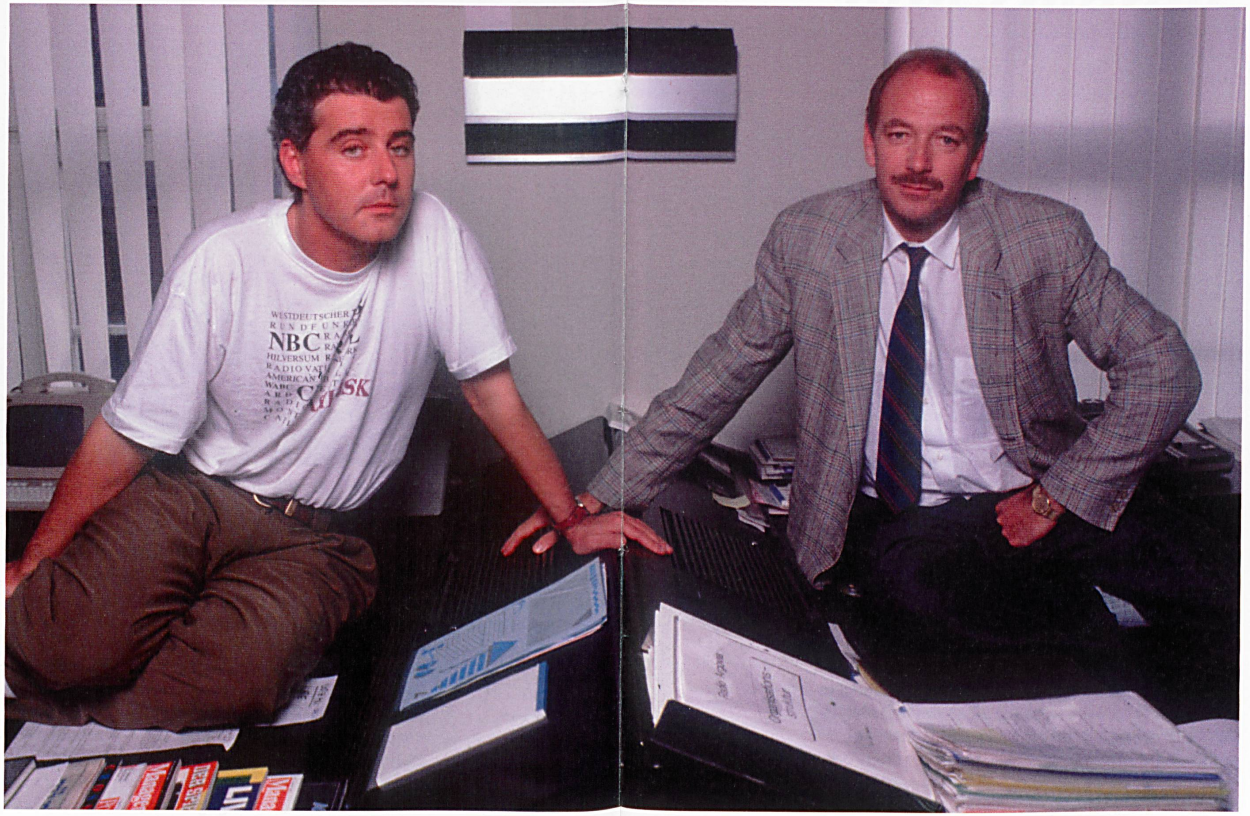
Im Gespräch mit Christian Heeb, Basler Radiopionier

Was allein zählt, sind Zahlen

[ryp.] Es gab eine Zeit, da ging es den privaten Radiomachern – damals waren sie noch «Radiopiraten» – primär darum, über UKW gute Musik und Infos zu verbreiten. Im Vordergrund stand der Inhalt. Gesendet wurde das, was gefiel und interessierte. Diese Zeiten sind vorbei. Wie so viele Angebote, die Bedürfnisse decken, wurde auch das Radiomachen zu einem Geschäft, dessen Erfolg sich berechnen und bemessen lässt. Was zählt, sind die Quoten. Auf der Strecke bleiben qualitativ gehaltvolle (und damit teure, nicht finanzierbare) journalistische Beiträge.

Wer musikmässig auf dem Laufenden sein will, hört am besten das Programm eines Privatradios. Ein Hit jagt den nächsten. Unter den vielen eingängigen Songs findet sich auch immer wieder ein Ohrwurm. Dieses Konzept lässt sich finanzieren. Damit scheinen auch die beiden Basler Radiostationen mehr oder weniger Erfolg zu haben: viel Musik und einzelne, kurz gehaltene redaktionelle Beiträge. Das zieht viele Hörerinnen und Hörer (und damit auch Werbekunden) an.

Einer, der etwas anderes ausprobierte, war Christian Heeb. 2009 trat er mit Radio Basel an, um mit «anspruchsvollen» journalistischen Beiträgen Marktanteile in der regionalen Radiolandschaft zu gewinnen. «Radio für Erwachsene» nannte er sein Programm. Er scheiterte! Allerdings nicht wegen mangelnden Interesses, sondern weil es durch Werbung allein nicht finanzierbar war. Es habe genug Leute gegeben, erklärte Christian Heeb im Gespräch mit dem Akzent Magazin, die sich für sein neues Radioprogramm interessiert und Radio Basel gehört hätten. Immerhin soll die Hörerzahl bei Radio Basel nach knapp zwei Jahren fast gleich gross gewesen sein wie jene von Radio Basilisk. Über 100'000 Personen sollen im Frühjahr 2011 im Schnitt täglich Radio Basel eingeschaltet haben. (Die Streitereien folgten auf dem Fuss – Radio Basilisk behauptete, die Zahlen von Radio Basel würden nicht stimmen. Am Ende wies die Schweizerische Lauterkeitskommission die Beschwerde von Radio Basilisk, das gemäss Publica Data von rund 120'000 Personen gehört wird, ab.) Christian Heeb ist gar der Meinung, dass die beiden Basler Radios «deutlich mehr» Hörerinnen und Hörer hätten, als ausgewiesen würde. «Auch im Elsass und in Südbaden wird Radio Basilisk oder Radio Basel eingeschaltet. Diese Zahlen werden leider nicht erhoben, da die Reichweitenforschung auf das Schweizer Gebiet beschränkt ist.» Dazu komme, dass jene Personen, die über ein DAB-Radiogerät oder ein Smartphone Radio hörten, ebenfalls nicht wirklich gezählt würden. Die ausgewiesenen Zahlen – so ist er überzeugt – seien deutlich zu tief, doch mit der aktuellen Erhebungsmethode lasse sich das nicht erfassen. Die statistisch erhobenen Hörerzahlen sind wichtig, denn sie entscheiden über Erfolg und Misserfolg jedes privaten Radiosenders. Schliesslich orientieren sich die Werbekunden an ihnen.



Die Gründerväter von Radio Basilisk: Christian Heeb und Hans-Ruedi Ledermann

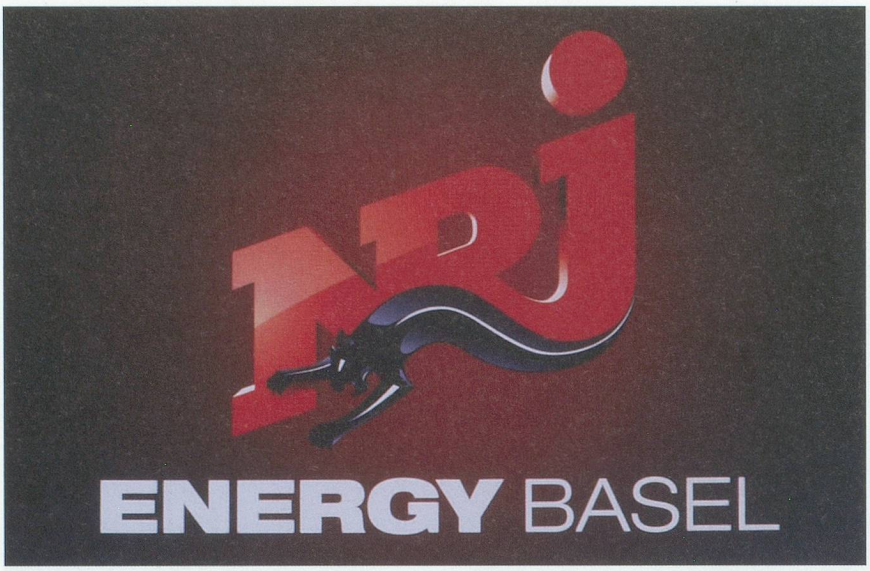
Neun von zehn Menschen in der Schweiz hören jeden Tag Radio – grösstenteils am Morgen, Mittag und Abend – zu jenen Zeiten also, wenn die meisten Stationen Nachrichten und viele Informationen senden. Das hat Publica Data ermittelt, jenes SRG-Tochterunternehmen, welches in der Schweiz die Reichweiten und Einschaltquoten von Radio- und Fernsehstationen misst. Dabei weisen die SRG-Sender (DRS 1-4, DRS Musikwelle, Virus, Radio Swiss Jazz, Radio Swiss Pop und Radio Swiss Classic) die grösste Hörerschaft auf: rund drei Millionen Menschen. Die meistgehörten privaten Radiostationen (Radio24, Energy Zürich, Zürisee und Argovia) werden von je über 200'000 Menschen konsumiert.

Mitte der 1980er-Jahre überschritt auch Radio Basilisk diese magische Grenze. Knapp einen Monat nach dem Start des Senders hatte es sich in seinem Konzessionsgebiet eine Hörerschaft gesichert, die grösser war als jene der drei damals existierenden SRG-Programme zusammen. Ohne den Erfolg des Basler Radios mindern zu wollen, muss aber festgehalten werden, dass die Privatradios in ihren Gründerjahren nur in einem eng begrenzten Gebiet (Radio Basilisk hauptsächlich in Basel-Stadt) senden durften. Ein Erfolg war es dennoch, wie Basilisk-Gründer Christian Heeb feststellt – ein Erfolg, der allerdings erklärt werden kann: «In Basel herrschte zu jener Zeit ein Vakuum. Es gab keinen vergleichbaren Sender und der Mitbewerber, Radio Raurach, machte es uns sehr leicht. Die Leute wollten etwas Neues. Das lieferten wir ihnen.» Das Programm bestand aus kurzen Informationsblocks, Telefonspielen, unterhaltsamen, anregenden Moderationsbeiträgen und viel Musik. Das gab es vorher noch nicht.

Ein Blick zurück – und nach vorn

Die Zeit der Privatradios begann offiziell am 1. November 1983, als sieben lokale Radiostationen (unter ihnen Radio Raurach und Radio Basilisk) sowie DRS 3 auf Sendung gingen. Von da an durften sie jene Inhalte und vor allem Musikstücke senden, die seit den 70er-Jahren von diversen Piratenradios ausgestrahlt worden waren. Auch Christian Heeb mischte in jener Zeit die Radioszene auf. Als Chef des Sendestudios von Radio 24 in Como sendete er über den Pizzo Groppera und setzte sich mit Roger Schawinski für die Liberalisierung des Schweizer Radiomarktes ein (vgl. Artikel «Von einem, der auszog, der SRG das Fürchten zu lehren»). Was folgte, ist Geschichte: Zusammen mit Hans-Ruedi Ledermann gründete Christian Heeb Radio Basilisk. 2003 verkauften die beiden ihren Sender für 23,75 Millionen Franken an den Zürcher Medienkonzern Tamedia.

Das andere Basler respektive Baselbieter Privatradio hat Namen, Programm und Besitzer häufiger gewechselt. Aus Radio Raurach war Radio Edelweiss, später Radio Basel 1 und zuletzt – unter Christian Heeb – Radio Basel geworden. In diesem Jahr hat der Sender als «Energy Basel» einen weiteren Versuch gestartet: Mit einem Programm für Jugendliche und Junggebliebene, die gerne viel Musik, ein paar wenige journalistische Beiträge und mit Anglizismen versetzte Moderationen hören möchten, sollen viele Hörer gewonnen und satte Gewinne erzielt werden. Ist diese Programmausrichtung tatsächlich das einzig erfolgsversprechende Modell



für Privatradios? Wer sich die Programme der meisten privaten Radiostationen anschaut, kommt zum Schluss: So ist es offenbar. Weitere Fragen müssen aufgeworfen werden: Was erwartet die Hörerschaft von einem privaten Radiosender? Ist das wirklich primär Unterhaltung – eingängige Musikstücke, die im Hintergrund zum Abwasch, Zähneputzen, Abendessen, Autofahren, Joggen und beim Einkaufen eine angenehme Geräuschkulisse bildet? Braucht es eine solche Kulisse, weil sie der monotonen und zermürbenden Alltagstristesse ihre Schwere nimmt und etwas Farbe ins Leben bringt? Vielleicht wollen die meisten Menschen tatsächlich nicht mehr – einfach Ablenkung und Unterhaltung. Möglicherweise hat auch die Entwicklung des Internets, auf dem fast Sekundenbruchteile, nachdem ein Ereignis stattgefunden hat, darüber berichtet wird, zu dieser Entwicklung beigetragen. Das Radio ist nicht mehr das schnellste Medium der Welt. Vermutlich reicht es, wenn es kurz und prägnant die wichtigsten Nachrichten, eine verlässliche Wetterprognose und korrekte Verkehrsmeldungen liefert. Doch dürfen sich private Radiostationen damit begnügen? Sollen sie es sich nicht auch zur Aufgabe machen, kritische Fragen zu stellen, Ereignisse in der lokalen Politik und Wirtschaft zu hinterfragen und damit ihren Teil zur Medienvielfalt und zu einer gut informierten und damit auch aufgeklärten Gesellschaft beizutragen? Könnten sie es sich nicht auch ins Pflichtenheft schreiben, ein Korrektiv in einer konsumorientierten, hedonistischen Gesellschaft zu bilden? Doch wäre das überhaupt zu finanzieren?

Christian Heeb, der die journalistische Komponente beim Radiomachen als zentral ansieht, ist der Meinung, dass private Radiostationen nur dann Qualitätsjournalismus realisieren können, «wenn man – wie das in anderen Ländern zum Teil heute schon der Fall ist – eine Kopfmediensteuer einführen würde». Nach welchem Schlüssel die gebührenfinanzierten Einnahmen dann verteilt werden sollten, wäre die nächste Frage: Sollte dies schlicht aufgrund der ermittelten Hörerzahlen erfolgen, das heisst nach rein quantitativen Kriterien? Bräuchte es eine qualitative Komponente? Oder geht es letztlich darum, einfach den Markt spielen zu lassen? Das sind Fragen, auf die es keine einfachen Antworten gibt – und gerade deshalb müssen sie immer wieder gestellt werden. Was erwarten wir als Hörer vom Radio? Vermutlich jede und jeder etwas anderes und so kommt man fast wieder zurück zur aktuellen Situation: Es braucht Vielfalt; und wenn die gebührenfinanzierten SRG-Sender aufgrund ihrer gesicherten Finanzlage ein Quasimonopol auf gut recherchierte Informationen haben, bleibt den lokalen und überregionalen Privatradios nicht viel anderes übrig, als mehrheitsfähige Popmusik – Hits eben – abzuspielen. So ist's im Leben.

Quellen:
Diverse Artikel aus dem Archiv der Basler Zeitung
Diverse Artikel aus der Tagespresse von 1983-2012
Interview mit Christian Heeb vom 4.1.12