

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 37 (1985)
Heft: 12

Artikel: Zur aktuellen Situation
Autor: Loretan, Matthias
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-932275>

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: 13.05.2025

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

Matthias Loretan

Zur aktuellen Situation

Die Lokalradios sind in einer finanziellen Krise. Schuld daran sind – wieder einmal – die engen Bestimmungen der Verordnung für lokale Rundfunk-Versuche (RVO) und – neu – ausländische Privatstationen, welche in die Schweiz hineinsenden. Soweit der Befund der beiden grossen Schweizer Lokalradio-Verbände, welche Ende Mai beim Eidg. Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement (EVED) eine entsprechende Änderung der RVO forderten. Sie verlangen eine Erhöhung der täglichen, durchschnittlichen Werbezeit von 15 auf 30 Minuten, das Wegfallen von Branchenvorschriften (z. B. Inserateverbot für Banken, Stellenmarkt usw.) sowie die Lockerung der Beschränkung von Programmübernahmen. Das EVED führt zur Zeit unter den Medienverbänden eine bis zum 1. Juli befristete Vernehmlassung über die Forderungen der Lokalradios durch.

Finanzielle Krise durch Auslandskonkurrenz

Ähnliche Begehren haben die Lokalradio-Verbände bereits vor einem Jahr gestellt. Der Bundesrat bewilligte damals bloss den saisonalen Ausgleich, lehnte aber eine Erhöhung der Werbezeit ab. Das neue Argument, mit dem nun die Lokalradio-Verbände ihre alten Forderungen begründen, ist die Konkurrenz aus dem Ausland. In Frankreich hat in der Zwischenzeit die Gesetzgebung die liberale Praxis der Lokalradios sanktioniert. Französische Veranstalter können nun legal aus dem nahen Grenzgebiet ohne Werbezeitbeschränkungen und Branchenverbote bis in weite Teile der französischen Schweiz Programme ausstrahlen. Dank der largen Medienordnung können die ausländischen Kommerzsender ihre Werbung billiger verkaufen und machen damit den einheimischen Lokalradios ihre wichtigste Einnahmequelle strittig. Die Folgen dieses ungleichen ökonomischen Wettbewerbes in der Werbung schildert der Artikel «Westschweiz: Konkurrenz aus Frankreich» von Ueli Haldimann.

Im Tessin ist diese Entwicklung noch weiter fortgeschritten. Wegen der totalen Liberalisierung von Radio und Fernsehen in Italien seit 1976 befinden sich die «Tessiner» Lokalradios auf ausländischem Boden. In der Südschweiz ist im Rahmen der RVO bis heute kein einziger Versuch gestartet worden.

In der Deutschschweiz stellt sich die Lage heute anders dar. Doch angesichts der weitmaschigeren Medienordnungen in Baden-Württemberg und Bayern befürchten die Lokalradio-Verbände auch hier ähnliche Entwicklungen wie im Tessin und in der Westschweiz (vgl. Kasten zur «Liberalisierung der Lokalradios in Baden-Württem-

berg»). Ob die bösen Ahnungen auch realistisch seien, mag offen bleiben. Die SRG-Lokalradio-Studie hat immerhin aufgezeigt, dass der Bedarf an Radioprogrammen in der Deutschschweiz durch die Angebotspalette von DRS 1, 2 und 3 sowie durch die Lokalradios gut abgedeckt ist. Durch die Einführung von DRS 3 und den Lokalradios ging in den letzten Jahren nämlich die Nutzung des dritten Südwestfunk-Programms in der Schweiz markant zurück. Anders als in der Westschweiz und im Tessin spielt zudem der sprachliche Ausdruck des Nahraums bei den Lokalradios in der Region DRS eine entscheidende Rolle: der Dialekt. In bezug auf Idiom und kulturelle Eigenständigkeit setzt sich nämlich die Deutschschweiz stärker von ihrem zugehörigen Sprachraum ab als die welsche. Die deutschen Stationen dürften also für einheimische, wirklich in der Region verwurzelte Lokalradios keine allzu grosse publizistische wie ökonomische Bedrohung darstellen.

Wi(e)der eine RVO-Revision?

Man mag überrascht sein, wie stark die Medienentwicklung heute international geprägt ist und bis in das doch typische Nahraum-Medium Lokalradio hineinreicht. Die RVO jedenfalls ist auf diese Entwicklung wenig vorbereitet. Die Schweizer Behörden können ihre legalen Radios allenfalls schützen, indem sie sich für internationale Regelungen einsetzen und Verletzungen bestehender Abmachungen einklagen (Der Pizzo Groppero lässt grüssen!). Allerdings ist es vor allem zeitlich unwahrscheinlich, dass dabei Erfolge erzielt werden, die den bedrohten Lokalradios nützen.

Also bleibt die Revision der RVO. Die von den Lokalradio-

Verbänden vorgeschlagenen Veränderungen betreffen aber keineswegs irgendwelche Nebensächlichkeiten der eingesetzten Lokalradio-Politik. Sie berühren vielmehr wesentliche Elemente des in der RVO zustande gekommenen medienpolitischen Kompromisses. Mit den für die Lokalradios geltenden Werbeauflagen wollte die RVO vor allem die wichtigste und prekäre Einnahmequelle der Lokalpresse schützen. Mit den Bestimmungen über die programmliche Zusammenarbeit (Quotenregelung) strebte der Bundesrat eine klare Aufgabenteilung zwischen nationaler (SRG) und lokaler Medienversorgung (Lokalradio) an. Die Trennung und die entsprechende Quotenregelung sollten verhindern, dass Lokalradiostationen so miteinander vernetzt werden, dass sich private nationale, respektive sprachregionale Kopfstationen herausbilden.

Diese könnten dann sprachregional als private Konkurrenten zu den SRG-Radioprogrammen auftreten und im Unterschied zu diesen Werbung acquirieren.

Trotz der prinzipiell anerkannten Aufgabenteilung ermöglichen die heute geltenden Versuchserlaubnisse bereits eine ausgebaute programmliche Zusammenarbeit. Die Übernahmen dürfen pro Tag durchschnittlich 12 Stunden ausmachen, wobei ungefähr die Hälfte der Programme zeitgleich ausgestrahlt werden darf, die andere Hälfte über den Austausch von Kassetten geschehen kann. Bei einer solchen maximalen Programmübernahme ist der Veranstalter in der Lage, ein 15stündiges Vollprogramm herzustellen, für das er zusätzlich nur noch drei Stunden selbstproduzierte Beiträge einbringen muss.

Kommerzieller Sachzwang versus Medienpolitik

Nach geschäftlicher Logik sind solche medienpolitischen Überlegungen ein Luxus. Tatsache ist, dass in den Nachbarländern unter wesentlich günstigeren Bedingungen Programme hergestellt und in die Schweiz eingestrahlt werden. Auf diese Situation haben wir uns einzustellen.

Aber wir sollten auch unterscheiden. Wo publizistische Dienste, die für das gesellschaftliche Zusammenleben als notwendig erachtet werden, aus ökonomischen Gründen nicht mehr erbracht werden können, muss nach neuen Finanzierungsformen gesucht werden. Eine Medienpolitik, die sich allerdings bloss danach richtet, dass Schweizer Veranstalter sich auf dem Medienmarkt möglichst erfolgreich behaupten können, ist zynisch und abzulehnen.

Durch die Zulassung von Werbung als Finanzierungsmittel – obwohl sich die Mehrheit der Stimmen bei der Vernehmlassung zur RVO skeptisch dazu äusserten – hat der Bundesrat selbst der Kommerzialisierung des Lokalradios Vorschub geleistet. Erschwerend kommt die völlig einseitige bundesrätliche Konzessionierungspolitik hinzu. Bei den 41 Bewilligungen erhielt bloss das Gesuch eines einzigen nicht-werbefinanzierten Lokalradios eine Sendeerlaubnis. Ausgerechnet Radio Lora sieht nun am gelassensten der kommerziellen Konkurrenz aus dem Ausland entgegen. Die Einseitigkeit der Versuchsanordnung scheint sich nun bitter zu rächen.

Die Logik der kommerziellen Sachzwänge spielt allerdings nicht erst seit der Konkurrenz durch die ausländischen Radiostationen eine fatale Rolle. Sie hat auch in bezug auf die Me-

dienversorgung das Gefälle zwischen den Städten und urbanisierten Agglomerationen einerseits sowie den dünnbesiedelten Landgebieten und Bergregionen andererseits verschärft. Schon die privatwirtschaftlich organisierte Presse liess in ländlichen Gegenden, die über kein hinreichendes Anzeigenaufkommen verfügen oder ihrer Ausdehnung wegen besondere Betriebsprobleme stellen, Versorgungslücken entstehen. Und genau diese Lücken füllen – ebenfalls aus ökonomischen Gründen – die kommerziellen, nichtsubventionierten Lokalradios ebenfalls nicht aus.

Kommerziell logisch, aber medienpolitisch anstössig ist etwa die Situation, dass in Graubünden und den Innerschweizer Tälern sowie in anderen ländlichen Regionen es immer noch keinen Sender gibt, während sich Radio 24 als eines der vier Lokalradios in Zürich anschickt, in Zusammenarbeit mit Kulturinstituten ein neues Minderheitenprogramm mit ausschliesslich klassischer Musik zu lancieren. Die Versuchsanordnung hat überdeutlich gezeigt, dass werbefinanzierte Lokalradios mit Vollprogrammen vor allem in den Städten funktionieren, dass jedoch Projekte aus den «Dörfern» andere Finanzierungsmittel und Programmformen finden müssen.

Medienpolitik versus kommerzieller Sachzwang

Der Medienkritiker und Filmemacher Bernhard Giger hat kürzlich die verfahrenere Situation auf die Frage zugespitzt, ob denn die RVO noch sinnvoll sei: «Warum also nicht diesen Versuch abbrechen und aufgrund der bisherigen Erkenntnisse auf einer anderen, bescheideneren und den heutigen Gegebenhei-

ten besser entsprechenden Ebene weiterfahren?»

Wieweit Giger seinen Vorschlag ernstgemeint hat, bleibe dahingestellt. Immerhin arbeitet die überspitzte Frage das Dilemma scharf heraus: Die Forderungen der Lokalradio-Verbände liegen in der Entwicklungslinie der heutigen Versuchsanordnung. Wird jedoch den vorgetragenen Wünschen entsprochen, so engt sich der Spielraum für künftiges medienpolitisches Handeln weiter ein. Verwegen fordert Giger deshalb einen Neuanfang.

Schon fast zynisch-pragmatisch nimmt sich demgegenüber jene Position aus, die den Forderungen der Lokalradio-Verbände entsprechen will. Sarkastisch äusserte sich kürzlich ein Kritiker im privaten Gespräch: Das Lamentieren würde (vielleicht?) ein Ende nehmen und die Lokalradios könnten zeigen, was ein gutes Programm sei und dass alle Unzulänglichkeiten bisher nur vom mangelnden Geld abhängig gewesen wären.

Von der Aufhebung der Werbebeschränkungen profitieren vor allem die grossen Stationen in den Städten. Die Probleme der ländlichen Lokalradios werden mit dieser Massnahme nur abgeschwächt (z. T. auf Kosten der Lokalpresse), jedoch kaum gelöst. Resigniert angesichts der Logik der Kommerzialisierung kann Medienpolitik allenfalls noch mit einem Deal ein paar Kohlen für die Lokalradios in der Provinz aus dem Feuer holen. Die Solidarität unter den Lokalradios ernstnehmend, könnten die prosperierenden Stationen dazu verpflichtet werden, entweder mit ihrem Gewinn oder mit einem Anteil ihrer Werbeeinnahmen einen Medienfonds zu öffnen. Aus dieser Anlage würde dann ein vom Bundesrat eingesetzter Medienrat Beiträge an Veranstalter mit publizistisch ernstzunehmenden

Projekten in Randregionen vergeben. Mit einem Ritt auf dem Teufel versuchte man so, der guten Sache einen (Bären-) Dienst zu erweisen.

Bevor allerdings die RVO abgeändert oder gar aufgegeben wird, sei noch an die in ihr vorgesehenen Lösungen erinnert. Sie allerdings müssten erkannt und mutig umgesetzt werden.

Gestützt auf Art. 7 Absatz 3 der RVO hat der Bundesrat bereits in den dünnbesiedelten Kantonen Schaffhausen, Jura, Neuenburg und Thurgau eine Ausdehnung des Versorgungsgebietes über die Marke von 20 km hinaus erlaubt.

Durch eine liberalere Quotenregelung könnte im weiteren die Position der kleineren Lokalradios gestärkt werden, indem sie sich etwa während 12 Stunden pro Tag live in die SRG-Programme einschalten könnten, ohne dass es durch diese Massnahme zu Vernetzungen von privaten Stationen käme und die Trennung von nationaler und lokaler Radioversorgung aufgehoben würde.

Um lokale publizistische Versorgungslücken zu schliessen, wären von der RVO her schliesslich noch andere Programmformen als die finanziell aufwendigen Vollprogramme denkbar, die meist als Servicewellen und Begleitprogramme konzipiert sind.

Dringend notwendig ist vor allem die Erweiterung der Versuchsanordnung, die (nach den bereits erwiesenen Nachteilen der Werbefinanzierung) auf breiterer Basis auch andere Finanzierungsmodelle für Lokalradios erproben sollte. ■

Matthias Loretan

«Wir sind selbstbewusster geworden» Ein Porträt von Radio aktuell, St. Gallen

Kurz vor Weihnachten und dann nochmals Mitte April bin ich je für eine halbe Woche nach St. Gallen gereist. Ich hatte vom «St. Galler Tagblatt», das über seinen Verleger selber mit Radio aktuell verbunden ist, den Auftrag erhalten, als Aussenstehender das Programm der Lokalstation zu beobachten und meine Hör-Eindrücke in einem Essai niederzuschreiben. Im Gegensatz zu einer Zeitungsanalyse konnte ich diese Arbeit nicht von zu Hause aus erledigen. Ich musste mich in das Verbreitungsgebiet des Senders bewegen, da lokales Radio eben an einen bestimmten Ort gebunden ist.

«Wir sind selbstbewusster geworden»: Forsch und nicht ganz unbescheiden charakterisiert Jürg Bachmann, Chefredaktor von Radio aktuell, den Beitrag seines Senders zum gesellschaftlichen Leben. «Wir», Bachmann meint die St. Galler, «sind selbstbewusster geworden. Radio aktuell hilft seinen Hörern, aufmerksamer und selbstbewusster in ihrer Region zu leben.»

So habe ich denn die St. Galler bei ihrem fast schon intimen Selbstgespräch belauscht. In Erinnerung geblieben ist mir ein *facettenreiches Hörbild*. Veranstaltungskalender und Regionalinformationen vermitteln eine aktuelle Vorstellung von dem, was sich in St. Gallen und Umgebung alles tut. Im lokalen Medium spiegeln sich aber auch die Weltereignisse: Nach dem