

Anita Schürch

Weiter auf Sendung – auch wenn die jungen Hörerinnen und Hörer fehlen?

Gedanken zur Zukunft des Radios in der Schweiz

Stellen Sie sich die folgende Szene vor: Sie sitzen in einem kleinen Seminarraum an der Uni. Die anwesenden Studierenden werden gefragt, welche Radiostationen und -sendungen sie hören. Verdutzte Blicke! – Tja, man nutze das Radio zur Hauptsache im Auto, um mit den aktuellsten Verkehrsinfos versorgt zu sein. Und sonst vielleicht mal zu Hause im Hintergrund. Speziell beliebte Sendungen? Eigentlich keine ... Ganz offenbar ist bei vielen jungen Menschen das Radio zum eher marginal genutzten Begleitmedium mutiert. Eine engere Beziehung zu Sendern oder bestimmten Sendegefässen scheinen sie nicht zu haben. Da beginnt sich die gut doppelt so alte Mitstudentin und Schreiberin dieses Textes natürlich zu fragen, ob das Radio in Zukunft überhaupt überleben kann, wenn die Nachfrage bei der kommenden Generation fehlt?

Es ist offensichtlich: Die heutigen jungen Erwachsenen nutzen ganz andere Informationsmöglichkeiten und -kanäle als die ältere Generation. Höchstwahrscheinlich sind sie nicht weniger gut informiert, aber sie kreieren sich ihren «Informationscocktail» patchworkartig selber. Nutzen das Internet mit allen Facetten, switchen zwischen Medien hin und her, da sie mehr Freiheit und

Gestaltungsmöglichkeiten suchen als das altbekannte Radio sie bietet. Denn ein Radio, das wie früher mit «Pflichtkonsum» aufwartet und diesen zeitlich starr fixiert (denken wir an die viel beschriebene Stille am Mittagstisch der 1960er-Jahre während den 12-Uhr-30-Nachrichten) – das ist in der heutigen Zeit definitiv passé.

Schaut man sich die offiziellen Nutzungsstatistiken¹ des Radios an, wird deutlich, dass zwar noch immer 82 Prozent der Bevölkerung täglich Radio hören. Die öffentlich-rechtlichen Sender von Schweizer Radios SRF verfügen über einen Marktanteil von etwa zwei Drittel, die Privatradios von einem Drittel. Sehr aufschlussreich scheint die Nutzungszeit pro Tag bei der Gruppe der 15- bis 24-Jährigen: sie beträgt gerade mal ein Drittel von derjenigen der Nutzergruppe im Alter 60plus. Man kann von rund einer Stunde im Gegensatz zu drei Stunden Radiokonsum pro Tag und Person ausgehen. Ob solche Zahlen alarmieren müssten? Ist die Zukunft des Schweizer Radios mangels Nachfrage bei den Jungen in Gefahr?

Expertinnen und Experten formulieren sehr unterschiedliche Zukunftsszenarien zur Entwicklung der Radiolandschaft. So ist beim Soziologen und Trendforscher Christian Wenger beispielsweise vom «wachsende[n] Bedürfnis nach Gemeinschaft und Ritualen» sowie nach «Orientierung und Entlastung im Alltag» die Rede.² Als «glaubhafte Absender» könnten die Radiostationen Orientierung im wuchernden Informationsdschungel bieten. Wichtig sei einfach, «die richtige Balance zwischen Push- und Pullangeboten zu schaffen»³, also der Hörerschaft die Möglichkeit zur aktiven Mitgestaltung bei der Auswahl der Inhalte und des Programmflows zu bieten, wie Wengers optimistisches Credo lautet. Praktiker aus dem Radioumfeld verweisen ebenfalls gerne auf die noch immer hohen Nutzungsanteile des Radios innerhalb der gesamten Medienlandschaft und interpretieren

¹ BfS 2014; SRG SSR 2014.

² Wenger 2011, S. 153.

³ Ebd., S. 153.

diese Zahlen als Stärke und Beleg für eine unveränderte Daseinsberechtigung des Radios.⁴

Vergleicht man solche Aussagen mit der einleitend geschilderten Szene an der Universität Zürich, beginnt man sich zu fragen, ob diese hoffnungsvollen Bilanzierungen die Lage nicht verkennen und beschönigen. Hat das Radio als Medium wirklich noch eine Zukunft? Kann es bei den Jungen Terrain zurückerobern – oder kann es sich leisten, auf diese Gruppe fast gänzlich zu verzichten? Solchen Fragen soll in den folgenden Abschnitten nachgegangen werden, wobei Aspekte des technischen und gesellschaftlichen Wandels im Zentrum stehen. Neben der Ursachensuche drängt sich auch die weitergehende Frage auf, was denn der Verlust des Radios als Informationsspender – sei es durch die Hörabstinenz der Jungen an sich oder durch den Wandel vom Informations- zum Begleitmedium – für die gesellschaftliche Identität und politische Landschaft eines Landes zu bedeuten hat, beziehungsweise bedeuten könnte. Diesen Aspekten sollen auch vor dem Hintergrund des eigenen (gewandelten) Radionutzungsverhaltens der Autorin nachgegangen werden.

Times are changing: Vom technischen und gesellschaftlichen Wandel

Es ist offensichtlich, dass unsere moderne Gesellschaft tiefgreifende Wandlungsprozesse erfährt und weiter erfahren wird. Der Platz des Radios im multimedialen und individualisierten Alltag von Herr und Frau Schweizer ist nicht mehr unangefochten. Doch auch früher war das Radio infolge technischer Entwicklungen schon mit Untergangsszenarien konfrontiert: So gab es Befürchtungen, die flächendeckende Etablierung des Fernsehens in den Schweizer Haushalten ab Ende der 1960er-Jahre könnte dem Radio den Todesstoss versetzen. Falschmeldung! Ob solche Unkenrufe sich auch beim Internet – diesem unerschöpflichen und flexiblen, heute niederschwelligst zugänglichen und mobilen Medium – als unzutreffend erweisen werden, ist schwierig abzu-

⁴ Z.B.: Bernhard Siegmann, Publizistischer Leiter *SRF Musikwelle*, anlässlich einer Studioführung am 5.10.2015.

schätzen. Könnte es das Internet sein, welches das Radio in der Schweiz dereinst in den Abgrund führt? Oder verlagert sich das Radio selbst vom Äther aufs Web und versucht so, von dessen Vorteilen zu profitieren?

In den kommenden Jahren steht die Schweizer Radiolandschaft vor grossen technischen Veränderungen: Bis im Jahr 2024 soll der digitale Sendestandard DAB+ die Ultrakurzwelle (UKW) vollständig ersetzt haben. Da die DAB-Sendeinfrastruktur deutlich günstiger zu betreiben ist als ein UKW-Sender, ist das Interesse der Sendeanstalten an der Umstellung durchaus vorhanden. Auf Seiten des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM) kann man dank vollständiger Digitalisierung der heiklen Neuvergabe der UKW-Konzessionen ausweichen, die im Jahr 2019 anstehen würde und aufgrund zu knapper Frequenzen möglicherweise aufwändige und teure Rechtsfälle nach sich zöge.⁵ Bloss: Für die Radiohörerinnen und -hörer selbst gibt es wenig Motivation zur Umstellung. Für sie gab es bis dato an der Qualität des UKW-Empfangs nichts zu beanstanden. Doch erfordert DAB+ die Anschaffung neuer Empfangsgeräte, zudem kann dieser Sendestandard erst mit wenigen Autoradios empfangen werden. Und in den Tunnels wird wohl noch länger Sendepause herrschen, was aus Nutzersicht ebenfalls ein massiver Nachteil ist. Man mag sich deshalb fragen, ob das Durchsetzen dieses Standards, der aus Sicht technischer Experten zudem bereits wieder als überholt gilt, mehr ist als blosser Fehlstrategie. Diese prognostizieren dem Radio viel eher eine Zukunft im Internet.⁶

Zusätzlich zu den genannten technischen Querelen kann kein Radio-Zukunftsszenario die Tatsache ausblenden, dass in der heutigen pluralisierten, individualisierten und gleichzeitig globalisierten Gesellschaft ganz andere gesellschaftliche Umstände herrschen als bis anhin. So wird es zum schier unlösbaren Unterfangen, Radiosendungen zu produzieren, welche einerseits die grosse Masse ansprechen und andererseits spezifisch und gehaltvoll – und damit unverzichtbar – sind. In Zeiten, in denen Tages-

⁵ Vgl. Lüthi 2014.

⁶ Z.B. Jäggi 2014; ROM 2013.

abläufe immer weniger normiert und durchstrukturiert sind, lässt sich das Profil des Durchschnittsmenschen nicht mehr konturscharf erkennen. Kein Sendezeitfenster ist mehr für alle das richtige. Das Radio als kollektives Erlebnis mit ‹Gassenfeger-Qualität› ist nicht mehr denkbar. Was es dann beim Radio braucht, ist Fluidität, Durchlässigkeit und Gestaltbarkeit, ein Nebeneinander von Optionen und Wahlmöglichkeiten.

Vieles hat sich bereits getan. Der Grossteil der Radiostationen hat sich vom Informations- zum Unterhaltungsmedium gewandelt in der Hoffnung, dass dies zur Sicherung der Zukunft taue. Doch scheint es nicht unmittelbar einleuchtend, weshalb ein Radio ohne Informations- und Aktualitätsanspruch überhaupt – oder sogar bessere? – Zukunftschancen haben soll. Nur eines ist klar: Mit einer konsequenten Strategie als Hintergrunds- und Begleitmedium lassen sich Kosten senken, ist doch die Produktion von Nachrichten und Hintergrundbeiträgen im Gegensatz zu computerproduzierten Musikprogrammen ungleich teurer. Ein Faktor, der durchaus an Bedeutung gewinnen könnte, wenn der einst vielleicht auch der in der Schweiz geltende ‹Artenschutz› des öffentlich-rechtlichen Radios wegfällt, wenn eine junge Generation mangels eigenen Nutzungsinteresses diesem die Finanzierung verweigert. Und ohne öffentliche Konzessionsgebühren ist die Produktion qualitativ hochwertiger Programme wohl schlichtweg eine Illusion.

Mehr als Unterhaltung: Vom Einfluss des Radios auf Identität und Demokratie

Stellen wir uns also ein Radio vor, das in näherer oder fernerer Zukunft nur noch als privatwirtschaftliches Low-Budget-Begleitmedium produziert wird. Bei intensiv radiosozialisierten Menschen kommt bei derartigen Szenarien Wehmut auf. So hörte auch die Autorin dieses Textes von den Siebziger- bis weit in die Neunzigerjahre sehr oft und konzentriert Radio. Da jagen sich Erinnerungen ans samstagabendliche Vollbad, auf dem Badenwannenrand das alte Transistorradio mit den neusten Hitparade-Songs, dank derer man sich endlich vom klassischen Musikgeschmack der Eltern abgrenzen konnte. Da tauchen Bilder auf

vom allwöchentlichen Eintauchen in die italienische Musikwelt Mitte der Achtzigerjahre, als der spätere «Hausmann der Nation» Bänz Friedli beim alternativen Berner *Radio Förderband* als *Capitano Uncino* seine ersten – aber nicht weniger gekonnten – Radioversuche machte und dabei eine Fülle von Hintergrundwissen zur aktuellen italienischen Musikszene vermittelte. Später dann, Mitte der Neunzigerjahre, der *Female Soundgarden* von *Radio Lora*, wo Musikerinnen porträtiert wurden, von denen frau sonst wohl im Leben nie etwas erfahren hätte. Und daneben die ausführlichen Wortsendungen bei *Radio DRS*: hochprofessionell produzierte Informations- und Hintergrundbeiträge wie das *Echo der Zeit*, der *Doppelpunkt* oder all die Talks mit interessanten Persönlichkeiten im Rahmen unterschiedlichster Formate. All dies machte für mich das Radio zu einem extrem wichtigen Begleiter und Informanten, der gleichsam identitätsbildend wirkte. So strukturierte das Radioprogramm nicht nur Tag und Woche, sondern vermittelte ein Gefühl von Heimat und Zugehörigkeit, informierte, befriedigte aber auch die Neugier auf Neues und vermochte zu unterhalten. Doch Achtung: all diese Reminiszenzen datieren in der Vergangenheit. Auch bei mir hat das Radio an Bedeutung verloren, sich zur nur noch wenig gehörten Nebensache gewandelt. Zwar verheissen die 22-Uhr-Radionachrichten noch immer bessere und vor allem effizientere Information als die *Tagesschau* des Fernsehens. Zwar konnte die politische Hintergrundsendung *Echo der Zeit* vor wenigen Monaten in munterer Frische ihr 70-jähriges ununterbrochenes Sendejubiläum feiern. Aber auch solche Meriten versprechen dem Radio keine unbeschwerte Zukunft, wenn die Jungen nicht mal mehr die Namen dieser Sendungen kennen, geschweige denn sich diese anhören.

Aus staatspolitischer Perspektive drängt sich die Frage auf, ob eine Demokratie funktionieren kann, wenn die Medienlandschaft sich allein aus privaten Medien zusammensetzt, die – anders als beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk – keiner Verpflichtung zu neutraler und objektiver Information unterliegen.⁷ Und was wür-

⁷ Vgl. hierzu z.B. Schweizerischer Bundesrat 2014.

de bei einem allfälligen Wegfallen des *Service-public*-Auftrags geschehen? Würden Randregionen und kleinere Sprachgruppen dann medial immer stärker vernachlässigt und schliesslich unterversorgt? Könnten (und würden?) andere Informations- und Nachrichtenkanäle solche Lücken füllen, sollte dereinst eine öffentlich-rechtliche Radioanstalt fehlen? Das Radio als solches verschwinde nicht, hört und liest man allenthalben, doch gehöre die Zukunft den privaten Internet-Radio-Stationen.⁸ Aber wer kontrolliert und garantiert auch dort, dass diese zur politischen Meinungsbildung und Mündigkeit von Bürgerinnen und Bürgern beitragen? Kann das Internet als zwar nicht gänzlich rechtsfreier, aber doch sehr schwierig zu kontrollierender Raum die richtige Umgebung bieten für Bildung und Information? Oder ist dieses Anliegen in einer grenzenlosen, globalisierten Welt ohnehin obsolet? Wie bedenklich ist es, wenn nur noch private Medienanstalten existieren und dort primär die Besitzverhältnisse die sendepolitische Ausrichtung bestimmen, was unter Umständen unausgewogene, tendenziöse Berichterstattung nach sich zieht?

Noch ist das öffentlich-rechtliche Radio mit seinem Anspruch, einen Beitrag zur Demokratisierung der Gesellschaft zu leisten, in der Schweiz vorhanden. Doch stimmt es nachdenklich, wenn jüngere Studierende an der Uni darüber diskutieren, ob sich das Radio als Medium für politische Streitgespräche grundsätzlich eigne und ihr Verdikt dann lautet: Nein, dafür taue das Radio sowieso nicht. Denn als Audio-Medium könne es bloss die Stimme der Politikerinnen und Politiker transportieren, nicht aber deren Bild, was die Glaubwürdigkeit des Gesagten gänzlich untergrabe oder zumindest verschleierte. Ob dieser Vorstellung beginnt die ältere Mitstudentin leicht die Stirn zu runzeln und sich zu fragen, ob ihre Kommilitoninnen und Kommilitonen sich wohl überhaupt je Radioformate jenseits der werbe- und infohappchendurchsetzten, musiklastigen Programme der Privatradios angehört haben – jedenfalls sicher kein politisches Streitgespräch. Und so zeigt sich überdeutlich, dass der Einfluss des

⁸ Z.B. Publisuisse SA 2011.

Radios auf die Demokratisierung junger Menschen wohl auch heute bereits weitgehend entfällt.

Augenwischerei oder geht doch eine Ära zu Ende?

Doch zurück zur Ausgangsfrage, ob das traditionelle Radio mangels Nachfrage bei den Jungen bald nur noch Geschichte sein wird. Kann es sein, dass insbesondere das öffentlich-rechtliche Radio die gesellschaftlichen und technischen Entwicklungen verschlafen und sich zu lange auf den früher verdienten Lorbeeren ausgeruht hat? Wäre es vielleicht besser, jetzt schon kampflos das Feld zu räumen, auf dass die rund 490 Millionen Franken jährlich anfallender Konzessionsgelder⁹ anderweitig verwendet werden könnten? Für einen solch pessimistischen Abgesang aufs Radio, ist es wohl noch zu früh. Trotzdem darf der gegenwärtige, in Zahlen messbare «Erfolg» von SRF nicht zur Augenwischerei verkommen. Noch profitieren Sender wie die öffentlich-rechtliche *Musikwelle* vom aktuellen Wandel der Schweiz hin zu einer immer älteren werdenden (und damit noch radioaffineren) Gesellschaft, vielleicht auch von einer Glorifizierung letzter Reste schweizerischer Ländlichkeit. Beim jungen, urbanen Publikum aus den Städten und Agglomerationen, das rein zahlenmässig den künftigen gesellschaftlichen Kurs der Schweiz bestimmen wird, ist wohl dereinst die Bereitschaft zum Bezahlen einer Konzessionsgebühr kaum mehr vorhanden – für etwas, das es selbst gar nicht nutzt! Diese Perspektive auszublenden hiesse, etwas zu beschönigen oder zu verschlafen.

Zugegeben: Viele alte Zöpfe hat das Radio beim Programm bereits abgeschnitten und sich in mancherlei Hinsicht gewandelt. Den immer länger werdenden täglichen Gratulationssendungen oder den stakkatoartig verlesenen Börsenberichten trauern wohl nicht allzu viele nach. Aber neben solchen programmlichen Feinkorrekturen stehen nun einschneidendere Modifikationen an. Einerseits existiert ein Überangebot an Information. In diesem überfluteten und kompetitiven Umfeld gilt es sich zu behaupten und zu profilieren. Vielleicht als Kompass, der durch das «Info-

⁹ BAKOM 2014.

Dickicht führt. Gerade traditionsreiche starke Medienmarken wie das öffentlich-rechtliche Radio verfügen diesbezüglich über einen Vertrauensbonus, der es hierzu speziell legitimiert.¹⁰ Andererseits muss jede Radiostation, egal wie qualitätsorientiert sie sich gibt, die ‹Lean-back-Haltung› des heutigen Publikums berücksichtigen. Man will beim Radiohören nicht gleich aktiv sein müssen wie im Umgang mit Computer und Internet, sondern auch einfach mal passiv konsumieren.¹¹ Es könnte also eine Stärke des Radios sein, dass es nicht allein zur Aktivität zwingt, sondern passive Nutzung ebenso vorsieht. Aus dieser Perspektive muss die Tatsache, dass bei vielen Sendern das Unterhaltende und insbesondere die Musik gegenüber den Nachrichten- und Informationssendungen in den Vordergrund gerückt ist, keine Weltuntergangsstimmung hervorrufen, denn das Verständnis für demokratische Prozesse und die staatsbürgerliche Mitverantwortung kann sich auch an anderen gesellschaftlichen Knotenpunkten ausbilden. Das demokratische System muss also nicht gleich in Bedrängnis geraten oder das soziale Gefüge zu bröckeln beginnen, nur weil sich Medien wandeln. Auch dann nicht, wenn durch den Wegfall der UKW-Frequenzen Privatradios ohne Anspruch auf öffentliche Gebühren nicht mal mehr eine Sendekonzession benötigen. Eine Liberalisierung, welche die Gefahr in sich birgt, dass bei solchen Sendern die Wirtschaftlichkeit weit über der Qualität zu stehen kommt, was vielleicht das Ende des alten qualitäts- und informationsorientierten Radios besiegelt.

Übrigens: In meinem Wohnzimmer wird die nächste halbe Stunde *Radio Swisspop* dudeln und hoffentlich meine Hände beim Zusammenfalten von Wäsche beflügeln. So fällt auch bei mir die Wahl auf einen Sender, der ohne jedes gesprochene Wort auskommt – vom sendereigenen Werbejingle mal abgesehen. Ein Begleitradio in Reinkultur, mit Musikprogramm in Weichspülqualität. – Weichspülqualität? Vielleicht harmoniert es deshalb so gut mit frischgewaschener Wäsche? Ein Sender also, bei dem eine gewisse Belanglosigkeit das Musikprogramm bestimmt. Ein

¹⁰ Vgl. Wenger 2011.

¹¹ Vgl. ebd.

Musikmix, der sich mit jeder Stimmung und Situation der Hörerschaft verträgt und damit auch die Reizüberflutung und Bequemlichkeit des heutigen Menschen berücksichtigt. Von solch kantenlosen Programmen könnte sich jede Generation angesprochen fühlen. Doch ob dieses Strickmuster dem Sender wirklich eine Zukunft verheisst und als Überlebensstrategie genügt, bleibt mehr als ungewiss. Die Zeit wird es weisen.

Quellen und Literatur

- BAKOM (Bundesamt für Kommunikation): *Radioempfangsgebühren – Aufteilung 2011–2014*. URL: <http://www.bakom.admin.ch/empfangsgebuehren/03772/index.html?lang=de> (aufgerufen am 29.11.2015).
- BfS (Bundesamt für Statistik): *Kennzahlen Radionutzung 2014*. URL: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/03/key/ind16.indicator.16010303.160105.html> (aufgerufen am 29.11.2015).
- Schweizerischer Bundesrat: *Sicherung der staats- und demokratiepolitischen Funktionen der Medien. Bericht des Bundesrates vom 5. Dezember 2014 in Erfüllung der Motion 12.2004 der staatspolitischen Kommission des Nationalrates* (SPK-NR). 05.12.2014. URL: <http://www.parlament.ch/sites/doc/CuriaFolgeseite/2012/20123004/Bericht%20BR%20D.pdf> (aufgerufen am 5.1.2016).
- Lüthi, Nick: *Branche einigt sich auf Termin für UKW-Abschaltung*. In: *Medienwoche*, 27.5.2014. URL: <http://medienwoche.ch/2014/05/27/radio-ab-2024-nur-noch-digital/> (aufgerufen am 5.1.2016).
- Jäggi, Walter: *Letzte Chance fürs Digitalradio*. In: *Tagesanzeiger*, 02.06.2014. URL: <http://www.tagesanzeiger.ch/digitalmultimedia/Letzte-Chance-fuers-Digitalradio/story/27057967> (aufgerufen am 5.1.2016).
- Publisuisse SA: *Medien der Zukunft 2017. Erkenntnisse zu Medienlandschaft, Marketing und Kommunikation*. 2011. URL: http://www.publisuisse.ch/mm/mm003/mdz_2017_d.pdf (aufgerufen am 29.11.2015).

ROM: *Ist DAB bereits veraltet? – Radio 1 steigt aus!* In: O-Ton Medien-
news, 30.11.2013. URL: <http://www.o-ton.ch/ist-dab-bereits-veraltet-radio-1-steigt-aus/> (aufgerufen am 29.11. 2015).

SRG SSR (Schweizer Radio und Fernsehen): *Radio-Nutzungsdaten 2014*.
URL: <http://www.srgssr.ch/de/radio/> (aufgerufen am 5.1. 2016).

Wenger, Christian: *Radio der Zukunft: Alte Stärken eröffnen neue Chancen*. In: *Media Perspektiven* 3/2011, S. 147–153.