



powered by



RADIO 105

Puls 5
Glasenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch

BAKOM
Bundesamt für Kommunikation
Herr Matthias Ramsauer
Zukunftstrasse 44
2501 Biel / Bienne

Zürich, 20. Februar 2008

Stellungnahme zu den UKW-Konzessionsgesuchen für das Versorgungsgebiet 23 (Zürich-Glarus)

Sehr geehrter Herr Ramsauer
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit, zu den eingereichten Konzessionsgesuchen in der Region Zürich 23 Stellung nehmen zu können. Gerne äussern wir uns dazu wie folgt:

Gesuch Radio Energy Züri:

Radio Energy gehört neu zur Ringier-Gruppe, welche mit der Herausgabe von Blick, Heute, Cash Daily und zahlreichen Zeitschriften (z.B. Schweizer Illustrierte) eine äusserst starke Stellung im Raum Zürich hat. Energy bietet als internationaler Konzernsender keinen grossen Mehrwert für die Zürcher Bevölkerung: Das Programm beschränkt sich darauf, die gängigen Hits in einer sehr hohen Rotation – sprich: in einer sehr hohen Wiederholungsrate - zu spielen. Neue Musik oder gar neue Musikrichtungen werden auf Energy Züri praktisch nicht gespielt (so lautet der Slogan des Senders sinngemäss „Hit Music Only“). Auch im Informationsbereich glänzt der Sender nicht mit Höchstleistungen. Zugespitzt könnte man sagen, dass Energy Züri ein Promotionssender ist (der Sender konzentriert sich in seinen Programmen stark auf Promotionen und Events und bietet sonst wenig an Informationen von und für Zürich). Es ist somit nicht verwunderlich, dass die Marketingabteilung des Senders viel stärker bestückt ist als die Nachrichtenredaktion. Im Ipod-Zeitalter ist ein solches Programmkonzept problemlos für jeden Hörer reproduzierbar. So geht in Fachkreisen auch die



powered by



Meinung um, dass das Radio-Format „Energy“ das erste Opfer des Ipod-Zeitalters sein könnte.

In den letzten Jahren hat sich Energy Züri nicht unbedingt als innovativer Sender gezeigt und generell nicht nur im Musikbereich wenig Mut bewiesen. So wurde z.B. der Webradioauftritt (versch. Sparten-Onlineradios) von Radio 105 übernommen. Auch bei den Moderatoren hat Energy Züri lieber auf altbewährte Stars – die oft bei der Konkurrenz oder beim TV gesucht wurden – gesetzt, statt neue Talente aufzubauen und diese dann am Mikrofon zu beschäftigen.

Das Gesuch von Energy Züri zeigt keine neuen Ansätze und gibt wenig Hoffnung darauf, dass der Sender in Zukunft einen wertvollen Beitrag zur Angebots- und Meinungsvielfalt leisten könnte.

Wir sind der Meinung, dass knappe UKW-Frequenzen für originellere und zeitgemässe Radio-Konzepte eingesetzt werden sollten.

Sollte 105zürli z.B. anstelle von Energy Züri den Zuschlag für die Konzession erhalten, wären wir bereit, einen Grossteil des Energy Züri Personals zu übernehmen.

Gesuch von Radio 24:

Die Tamedia, welche Radio 24 besitzt, betreibt in der Region Zürich derart viele Medien, dass man ihr eine dominierende Rolle im Medienmarkt bescheinigen kann. Die Liste der von der Tamedia betriebenen Medien ist eindrücklich: 20 Minuten, 20 Minuten Online, News, Tages-Anzeiger, Tagblatt der Stadt Zürich, Sonntags-Zeitung, Radio 24, Tele Züri und zahlreiche Onlineportale.

RADIO 105

Puls 5

Glasenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch



powered by



Wir verzichten darauf, das Gesuch von Radio 24 im Detail zu kommentieren, weil schon alleine durch die marktbeherrschende Stellung der Tamedia eine Konzessionierung von Radio 24 nicht in Frage kommen dürfte.

Fazit zu den Gesuchen von Energy Züri und Radio 24:

Im Grunde genommen, dürften – bei Anwendung von Art. 45 Abs. 3 RTVG weder Energy Züri noch Radio 24 eine Konzession erhalten.

Wörtlich heisst es in diesem Gesetzesartikel: Gehen in der Ausschreibung für eine Konzession mehrere Bewerbungen ein, so wird derjenige Bewerber bevorzugt, der am besten in der Lage ist, den Leistungsauftrag zu erfüllen. Sind mehrere Bewerbungen unter diesem Gesichtspunkt weitgehend gleichwertig, so wird jener Bewerber bevorzugt, der die Meinungs- und Angebotsvielfalt am meisten bereichert.

Es ist evident, dass 105züri im Gegensatz zu den beiden – zum Teil auch dominierenden – Verlagshäusern das Kriterium der Unabhängigkeit und der Meinungs- und Angebotsvielfalt viel besser erfüllt und daher an Stelle eines dieser bestehenden Radioprogramme konzessioniert werden müsste.

Gesuch Radio 1 (Roger Schawinski)

Grundsätzliches

Beim Gesuch von Roger Schawinski hat man den klaren Eindruck, dass dieses im Vergleich zu den anderen Gesuchen eine ausserordentlich zuvorkommende Behandlung erfährt. So ist es für Branchenkenner nach wie vor unverständlich, dass Roger Schawinski auf der Basis der Radio Tropic Konzession einfach eine Formatänderung vornehmen konnte. Der Übergang der Konzession und die Formatänderung just zu einer Zeit, in welcher die Ausschreibung der UKW-Konzessionen läuft, wirft etliche Fragen auf. Denn dies ermöglicht Roger

RADIO 105

Puls 5

Gleiserstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch



powered by



Schawinski, eine günstige Positionierung in den pendenten Konzessionsverfahren wohl mit dem Ziel, einen fait accompli zu schaffen, welcher es verunmöglichen soll, Radio 1 nicht zu konzessionieren.

Das Vorgehen von Roger Schawinski erstaunt alle Beteiligten: Es wird gerätselt, weshalb er bereits Personal einstellt, Radiostudios baut und mit der Vermarktung des Senders startet, ohne zu wissen, ob er überhaupt die definitive Konzession für Radio 1 erhalten bzw. jemals auf Sendung gehen wird. Roger Schawinski vermittelt einen derart selbstsicheren Eindruck, den Konzessionsentscheid nicht mehr abwarten zu müssen. Der Handel mit Konzessionen ist bis dato in der Schweiz unbekannt. Bei der Neuausschreibung der UKW-Konzessionen sollte eigentlich Chancengleichheit für alle gelten – auch für jene Veranstalter, die sich nicht durch sündhaft teure Zukäufe von UKW-Frequenzen in eine Pole-Position bringen konnten.

Roger Schawinski sieht sich gerne als Retter der „verkrusteten, monopolisierten und von Verlegern dominierten Radiolandschaft“ und betont, einen wertvollen Beitrag zur Angebots- und Meinungsvielfalt leisten zu wollen. Er selber war es jedoch, der im 2001 freiwillig auf die beste UKW-Frequenz von Zürich verzichtete und seine Belcom-Gruppe äusserst gewinnbringend an die Tamedia verkaufte. Bei diesem lukrativen Deal war ihm offenbar das eigene Geld wichtiger als die die Angebotsvielfalt in Zürich. Gleiches lässt sich in Bezug auf den Erwerb von Radio Tropic sagen: Radio Tropic leistete mit seinem sehr speziellen und komplementären Musikangebot einen echten Beitrag zur Angebotsvielfalt im Raum Zürich. Dies kann man vom Gesuch und dem bisherigen Testprogramm von Radio 1 nicht mehr behaupten.

Zum Gesuch von Radio 1:

Radio 1 versteht sich als „erstes Erwachsenen-Radio“, das sich an die über 30jährigen richtet und geht davon aus, allein durch diese Ausrichtung, einen Beitrag zur Angebots- und Meinungsvielfalt zu leisten. Nur: die blossе Ausrichtung auf ein „

RADIO 105

Puls 5

Glassenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch



powered by



RADIO 105

Puls 5

Glasenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch

erwachsenes Zielpublikum“ reicht bei Weitem nicht, um in Zürich zur Medienvielfalt beizutragen und beim Publikum Fuss fassen zu können, denn bereits Radio 24 richtet sich rein soziodemografisch an eine „erwachsene Zielgruppe“ (80% der Radio 24 Hörer sind über 30 Jahre alt). Entscheidend ist deshalb nicht nur das Alter des Zielpublikums, sondern vor allem auch die Lebenseinstellung und der Lebensstil (der Lifestyle) und die Musikausrichtung eines Senders.

Das ganze Konzept von Radio 1 ist darauf ausgerichtet, die SRG-Sender (DRS 1, DRS4, Swiss Pop) und insbesondere Radio 24 und Radio Zürisee frontal anzugreifen. 105züri sieht sich hingegen nicht zur Hauptsache als Konkurrenzsender zu etablierten Radioprogrammen, sondern vielmehr als komplementäres und neues, bereicherendes Programmangebot. 105züri beabsichtigt auch nicht, die bestehenden Sender „anzugreifen“ oder diese vom Markt zu verdrängen.

Das Konzept von Roger Schawinski stellt für den Raum Zürich keine Angebotsbereicherung im Sinne des Gesetzes (Artikel 43 Abs. 1 Bst. a bzw. 45 Abs. 3 RTVG) dar. Was lautstark als grosse Innovation verkündet wird, entpuppt sich bei genauerer Betrachtung als reines „More Of The Same“-Programm. Bereits das Testprogramm zeigt, dass hier lediglich alter Wein in neuen Schläuchen geliefert wird. Es werden ausschliesslich bekannte Hits der letzten 40 Jahre gespielt – wahrlich keine grosse Programm-Innovation (Radio Zürisee fährt beispielsweise mit demselben Konzept und auch Radio 24 bewegt sich in letzter Zeit wieder verstärkt in dieselbe Richtung). Bezeichnenderweise titelte die NZZ in ihrem Artikel zum Sendestart von Radio 1 „Rückkehr zu mehr Einfach“ und brachte darin die Enttäuschung über das Musikprogramm von Radio 1 zum Ausdruck.

Das Musikkonzept von 105züri besticht hingegen durch seinen hohen Anteil an neuer Musik (von neuen Künstlern) und durch den hohen Grad an Interaktivität (das Publikum bestimmt, was auf 105züri läuft).



powered by



Den Sendernamen (inkl. Slogan) hat Roger Schawinski vom Berliner Sender Radio Eins (RBB, Radio Berlin Brandenburg) abgekupfert und als „seine Idee“ verkauft. Am Rande soll hier noch festgehalten werden, dass Christian Heeb – ein alter Weggefährte von Roger Schawinski – ob Zufall oder nicht, im Raum Basel unter dem Namen „RBB“ ebenfalls ein „Radio für Erwachsene“ betreiben will.

Das Konzessionsgesuch zeigt zudem, dass es beim Projekt Radio 1 vor allem darum geht, möglichst schnell, möglichst viel Geld zu verdienen und die meisten Hörer in kürzester Zeit zu erreichen, nicht aber darum, mit Herzblut Radio zu machen. Darin unterscheidet sich Radio 1 in keiner Weise von den etablierten Stationen wie Radio 24, Energy, Zürisee etc, denen man genau dieses Ansinnen negativ zur Last legt. Das Projekt von Roger Schawinski ist daher keine Bereicherung für die Zürcher Bevölkerung. Die vorgelegten Zahlen zeigen auf, dass bei Radio 1 extreme Gewinnerwartungen bestehen und nur schon deshalb, weil Roger Schawinski Alleineigentümer und über 62 Jahre alt ist, dürfte die Gefahr besonders gross sein, dass er den Sender - wie schon einmal geschehen – nach wenigen Jahren mit Profit an ein grosses Verlagshaus verkaufen wird.

Leistungsauftrag / Aus- und Weiterbildung / Qualitätssicherung:

Im Gesuch von Radio 1 wird mit vielen Superlativen und Teils auch mit falschen Angaben operiert. So ist die Aussage falsch, wonach Radio 1 das erste private „Premium-Radio der Schweiz“ sei. Roger Schawinski ist offenbar entgangen, dass mit Radio Monte Carlo Swiss bereits seit 2 Jahren ein erfolgreiches konzessioniertes „Premium- und Qualitäts-Radio“ sendet, das sich an eine ältere Zielgruppe richtet. Ebenfalls nicht zutreffend ist die Aussage, wonach „Radio 1 ein Ausbildungsprogramm anbietet, wie kein anderes Radio, weil Roger Schawinski im Verlauf der letzten dreissig Jahre eine grosse Anzahl von Medienpersönlichkeiten ausgebildet hat, die heute in vielen Medien eine entscheidende Position inne haben“. Diese Eigenschaft trifft nämlich auch auf viele andere Medienhäuser in der Schweiz zu - selbst das kleine und unabhängige Radio 105 hat in den letzten 10

RADIO 105

Puls 5

Glasenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch



powered by



Jahren viele junge Talente ausgebildet, die heute bei den wichtigsten lokalen und nationalen Radio- und TV-Stationen, v. a. im Hause SRG, arbeiten.

Radio 1 legt nicht dar, wie die Ausbildung und Qualitätssicherung gewährleistet ist. Es steht ausser Zweifel, dass Roger Schawinski ein Vollprofi in seinem Metier ist und dass er die Mitarbeiter mitreissen und motivieren kann. Im Gesuch von Radio 1 fehlt aber im Vergleich zum Gesuch von 105züri etwas Entscheidendes: Die Institutionalisierung der Aus- und Weiterbildung sowie der Qualitätssicherung. Während bei Roger Schawinski alles auf eine „One-Man-Show“ hinausläuft (Qualität und Ausbildung = Roger Schawinski), bietet 105züri in Zusammenarbeit mit dem Institut für Angewandte Medienwissenschaft (IAM) der Zürcher Hochschule Winterthur (ZHAW) ein Konzept nach allen Regeln der Kunst.

Mit einer langen Liste von ehemaligen Mitarbeitern oder Weggefährten von Roger Schawinski soll gezeigt werden, dass man über ein angeblich unschlagbares Ausbildungs- und Qualitätssicherungskonzept verfügt. Dabei sagt diese Liste nichts aus: Es liegt auf der Hand, dass man bei über 30jähriger beruflicher Tätigkeit im Medienbereich eine immer länger werdende Liste von ehemaligen Mitarbeitern präsentieren kann. Ein 30jähriger Konzessionsbewerber hat konsequenterweise diese Möglichkeit nicht, und wäre – falls das BAKOM dieser Liste überhaupt Bedeutung beimisst – klar benachteiligt. Zudem zeigt die Liste nur die Vergangenheit auf (ehemalige Mitarbeiter) und sagt überhaupt nichts über die Qualität der zukünftigen Leistungen aus. Ebenso schweigt sich die Liste darüber aus, wie viele Leute Roger Schawinski wieder entlassen musste, weil nicht jedes seiner Projekte ein Erfolg war (Opus Radio, Bonus, Tele 24, Radio 24 Plus etc.).

Ohnehin kommt das Gesuch von Radio 1 einem totalen Personenkult gleich: Es scheint so, als habe Herr Schawinski alles und jeden in der Schweiz erfunden und er müsse nun die Radiolandschaft vor dem Untergang retten. Man mag darüber schmunzeln, aber es gibt wohl in ganz Europa keinen einzigen Radiosender, bei der

RADIO 105

Puls 5

Glasenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch



powered by



RADIO 105

Puls 5
Glasenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch

uns der Besitzer der Station von der Website entgegenlächelt und von „seinem“ Radio spricht.

Programm:

Aus dem Gesuch von Radio 1 geht hervor, dass der Sender in erster Linie durch seine Informationsleistungen im Hörermarkt punkten möchte. Dies ist im Grunde genommen ein begrüssenswertes Vorhaben, da die etablierten Privatradios in den letzten Jahren ihren Wortanteil immer mehr reduziert haben. Doch leider erfährt man im Gesuch keine Details zu den geplanten Informationsleistungen (und auch nicht, wie diese erbracht werden sollen). Dies ist angesichts des vorhandenen Potentials verwunderlich.

Über das geplante übrige Programm erfährt der Leser des Gesuchs ebenfalls praktisch gar nichts. So fehlt denn auch ein Programmraster, worin die einzelnen Sendungen aufgezeigt und beschrieben würden. Dies wäre indessen ein absolutes Minimum für ein halbwegs professionelles Konzessionsgesuch. Offensichtlich hat man sich diesbezüglich keine Gedanken gemacht – was nun wirklich vor dem Hintergrund erstaunlich ist, dass letztlich ein Radioprogramm konzessioniert wird und nicht eine Person. Letztlich ist vor allem anhand des Programmrasters zu entscheiden, ob das Programm zur Vielfalt beitragen kann. Es genügt mit Bestimmtheit nicht, sich auf die Aussagen zu beschränken, dass man ein Programm für die 30-60jährigen machen wolle mit Nachrichten, Interviews, Talksendungen und Hits der letzten 40 Jahre. Dies ist kein Programm- und kein Konzeptbeschrieb, sondern ein inhaltsleerer Gemeinplatz, den die meisten Radiosender unterschreiben könnten.

Die Aussage, wonach nicht über sportliche oder kulturelle Ereignisse für Hörer unter 30 berichtet werden soll, ist bezeichnend. Man erfährt eher, was nicht gesendet, kaum aber, was gesendet werden soll. Unter dem Motto „Fussball ja – Skateboard nein“ soll der Eindruck erweckt werden, dass Radio 1 über völlig andere Themen berichten wird als dies die anderen Radios von Zürich tun. Das ist deshalb



powered by



RADIO 105

Puls 5

Glasenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch

irreführend, weil über die relevanten Themen ohnehin jede Station berichtet und weil ein Skateboard-Event so oder so keine Breitenwirkung hat (egal ob für unter 30jährige oder für ältere Hörer) und somit – wenn überhaupt – von den Zürchern Stationen eher am Rande behandelt wird. Das Informationskonzept von Radio 1 wird sich demnach nur marginal von jenem von Radio 24 unterscheiden. So schreibt Radio 1 z.B. in seinem Gesuch unsinnigerweise: „Lokale Ereignisse aus den Bereichen „sex and crime“, welche die Nachrichtensendungen anderer Privatradios oft bestimmen, werden nicht ausgeblendet...“. Der künftige Radiohörer erfährt also lokale „sex and crime“-Ereignisse, obwohl diese nicht die Nachrichtensendungen bestimmen. Im Klartext heisst dies, dass sich lediglich die Nachrichtensendungen deutlich von den übrigen bisherigen Radioangeboten im Raum Zürich unterscheiden sollen.

Besonders befremdend wirkt die Aussage, wonach man nun die Hörer plötzlich nicht mehr duzen wolle. Ausgerechnet Roger Schawinski sorgte mit seinem Radio 24 dafür, dass alle Radiosender ihre Hörer duzen. Nur nebenbei sei erwähnt, dass der Erfolg oder die Attraktivität eines Senders kaum davon abhängt, ob man nun seine Hörer duzt oder siezt. Das „Sie“ macht noch kein Programm und gewinnt auch nicht neue Zielgruppen.

Musikausrichtung:

Beim Musikprogramm handelt es sich um nichts Neues. Es werden lediglich die Hits der vergangenen 40 Jahre gespielt – ein Konzept, das bei Radio Zürisee bereits Anwendung findet, während sich ein Radio 24 eher auf die letzten 20 Jahre konzentriert.

In der Substanz bleibt Radio 1 ein mutloses Hitradio, das im wichtigsten und grössten Kommunikationsraum der Schweiz keine neuen Akzente zu setzen vermag. So liegt gemäss Gesuch von Radio 1 der musikalische Schwerpunkt auf „Classic Rock“ und „Adult Contemporary“. So sagt z.B. die Online-Enzyklopädie Wikipedia über „Adult Contemporary“ folgendes: „Adult Contemporary (AC)



powered by



bezeichnet ein bestimmtes, weit verbreitetes Radioformat, bei dem ausschließlich Mainstream und Popmusik gespielt wird, die möglichst genau dem aktuellen Zeitgeschmack entspricht (daher contemporary), ohne allzu spezielle, auf Jugendliche ausgerichtete Strömungen (z. B. aus den Genres Hip-Hop oder Independent) zu integrieren (daher adult). Angesprochen werden sollen Hörer zwischen 25 und 50 Jahren“. Und über Classic Rock steht in Wikipedia folgendes: „Classic Rock ist eine Stilbezeichnung, die die Strömungen des Rock bezeichnet, die in ihren Wurzeln auf die Jahre 1965-1975 zurückgehen (...) Classic Rock ist das traditionellste Radioformat im Rockbereich“. Damit wird noch deutlicher, dass Radio 1 lediglich ein „More Of The Same“ Programm ist und – im Gegensatz zu 105züri keinen Beitrag zur Angebots- und Meinungsvielfalt im Raum Zürich leisten will und kann.

Ertragsberechnung:

Radio 1 schätzt seinen Anteil an der Hörerschaft 30+ im fünften Jahr auf 240'000 Hörer. Damit wird einmal mehr deutlich gemacht, dass man sich als Mainstream und „More Of The Same-Radio“ versteht oder gar noch kommerzieller als die bereits bestehenden Radios operieren will. Als Vergleich: Radio 24 erreicht im Grossraum Zürich ebenfalls 240'000 Hörer, jedoch nicht „nur“ in der Zielgruppe 30+ sondern auf die Gesamtbevölkerung gerechnet. Da davon auszugehen ist, dass selbst bei einer Ansprache der über 30jährigen auch ein jüngeres Publikum zuhören wird, dürften die geschätzten effektiven Hörerzahlen von Radio 1 sogar noch höher liegen als jene des heutigen Radio 24. Auch die Umsatzerwartungen machen deutlich, dass man sich nicht besonders stark von den bestehenden Radios unterscheiden wird: So prognostiziert Radio 1 für das fünfte Betriebsjahr im Gebiet 24 CHF 8 Mio. und im Gebiet 23 sogar CHF 9 Mio. an Werbeeinnahmen. Damit liegt man sogar höher als das heutige Radio 24 und in ähnlichem Umfang wie das heutige Energy Züri. Auch die angewandten Sekundenpreise beim Radiospotverkauf unterscheiden sich kaum von den grossen Mitbewerbern. Was bedeutet dies? Mit Bezug auf das Programm eine absolute, die anderen Programme wohl noch übertreffende

RADIO 105

Puls 5

Glasenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch



powered by



Mainstream-Ausrichtung, denn anders können diese Zahlen nicht erreicht werden. Zugleich führt dies eben nicht zu einem programminhaltlichen Vielfaltsgewinn, sondern allein mit Bezug auf die Anbieter. 105züri kann beides anbieten: Ein Zugewinn an Programminhalten und Anbietern.

Hellhörig macht die Aussage, wonach bei einer Konzessionierung des (kleineren) Versorgungsbietes 24 die Personalkosten um ca. CHF 500'000 reduziert werden müssten. Es stellt sich hier die Frage, ob dann mit dem reduzierten Personalbestand die pompös versprochenen Leistungen überhaupt noch erbracht werden und ob die bisherigen mit viel Medienresonanz vorgenommenen Neuanstellungen gehalten werden können.

Zusammenfassung mit Kennzahlen

Die Angaben im Gesuch von Radio 1 sind auch diesbezüglich unvollständig, weshalb hier keine konkrete Beurteilung vorgenommen werden kann.

Verbreitung

Radio 1 erwähnt im Gesuch, dass es für das Versorgungsgebiet 23 Empfangsdiagramme vorgelegt bekommen hat, weil „der Hauptsendestandort gemäss Ausschreibung der Uetliberg sein wird“ und „für das Versorgungsgebiet 23 weitere Standorte“ nötig seien. Um welche Empfangsdiagramme handelt es sich hier? Offensichtlich kam Radio 1 in den Genuss von Informationen, die den anderen Gesuchstellern nicht vorliegen. Dies ist erneut Indiz für wettbewerbsverzerrende Ungereimtheiten oder unglaubliche Selbstgewissheit des Gesuchstellers. Ob eine wirkliche Vorzugsbehandlung vorliegt, soll nicht unterstellt und polemisiert werden.

Radio im Internetzeitalter

Völlig vermisst wird im Gesuch von Radio 1 eine Beschreibung der Internetaktivitäten des Senders. Die Macher können im digitalen Zeitalter nicht allen Ernstes davon ausgehen, dass das Internet für den Programmbereich eines Radiosenders keine Rolle spiele. Ein Blick auf andere (z.B. ausländische) Sender,

RADIO 105

Puls 5
Glasenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch



powered by



RADIO 105

Puls 5

Glasenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044 448 11 00, Fax 044 448 11 01
info@105.ch

die notabene vorwiegend ältere Hörer ansprechen, zeigt, dass eine starke Präsenz im Internet unumgänglich ist. Kommt hinzu, dass die angesprochene Zielgruppe, welche ja ein urbanes Publikum darstellt, sehr häufig das Internet auch beruflich nutzt. Für die Zielgruppe ist Internet eine Selbstverständlichkeit. Umso überraschender ist, dass im Gesuch von Radio 1 entsprechende Konzepte fehlen; auch im Budget findet die Internetaktivität keinen Eingang. Mit anderen Worten: Radio 1 will ein internetfreies Radio sein – wohl das einzige in Grossraum Zürich, ja schweizweit. Es ist ein Rätsel, was der Verzicht auf eine wichtige Kommunikations- und Informationsmöglichkeit und auf ein Instrument, die Hörerschaft zu binden, auch unter dem Gesichtswinkel der Vielfalt bringen soll. Für 105züri ist die Bedeutung des Internet demgegenüber klar. Daher präsentiert 105züri ein zeitgemässes und ansprechendes Konzept, wie die Hörerinnen und Hörer auch im Internet angesprochen und begleitet werden können.

Zusammenfassung

Das Gesuch von Radio 1 weist entscheidende Mängel auf:

- Dies beginnt bereits bei der Aus-/Weiterbildung und der Qualitätskontrolle. Im Gesuch werden substanzielle Ausführungen dazu vermisst. Die Person Roger Schawinski selbst soll offensichtlich hinreichend Gewähr bieten. Dies genügt eindeutig den gesetzlich und medienpolitischen Anforderungen der Ausschreibung nicht. Die Schlussfolgerung ist: Aus- und Weiterbildung sowie Qualitätskontrolle finden ganz einfach nicht statt.
- Das Programm von Radio 1 ist im Gesuch nicht definiert. Es reicht nicht, sich an die 30- bis 60jährigen zu richten. Dies allein ist kein Programm. Das Gesuch weist diesbezüglich eklatante konzeptionelle Schwächen auf: Der Leser erfährt schlicht nicht, wie Radio 1 sein Zielpublikum erreichen und durch den Tag begleiten will. Ja, zugegebenermassen, der Musikteppich ist in seiner extremen Mainstreamorientierung halbwegs zielgruppenspezifisch. Aber sonst? Ein Beitrag zur Vielfalt ist nicht in Ansätzen ersichtlich.



powered by



RADIO 105

Puls 5
Glesenerstrasse 18, 8005 Zürich
Tel. 044.448 11 00, Fax 044.448 11 01
info@105.ch

Das Konzept beschränkt sich darauf, mit noch ausgeprägterem Mainstream den übrigen Mainstreamsendern Hörerinnen und Hörer abzujagen.

Ob diese Programmausrichtung zum Erfolg führt ist sehr fraglich, ob dies eine Bereicherung darstellt ist hingegen klar: es stellt keine Bereicherung der angestrebten Ausschreibung dar.

- Und schliesslich der Verzicht auf das Internet: Damit ist das Gesuch auch technisch und verbreitungsmässig nicht auf der Höhe der Zeit.

Gesamthaft ist festzuhalten, dass das Gesuch Radio 1 kaum aussagekräftig ist, offensichtlich zu wenig ernsthaft vorbereitet worden ist und inhaltlich zentrale Mängel aufweist. Daher muss dieses Gesuch eindeutig abgelehnt werden.

Wir danken Ihnen für die Kenntnisnahme und Berücksichtigung unserer Stellungnahme.

Mit freundliche Grüssen

Music First Network AG
105 züri

Giuseppe Scaglione
Geschäftsführer