Konzessionsgesuch Radiolab

a. Zusammenfassung und Übersicht

- Grundsätzlich

Ziel ist der Aufbau und die Weiterentwicklung eines professionellen, sprachregionalen, per DAB verbreiteten Radio-, bzw. fortan multimedialen **Broadcast-Kanals**. Das Format kreuzt **Wissen und Bildung, Kunst und Kultur** mit Technik**.** Kurz: Education and Entertainment.

- Wie mit wem

Die multimediale Digital-Technologie führt herkömmliches Radio allmählich zum Bild in die Nähe TV mit Blick auf die stark wachsende „Game-Kultur". Radiolab, aus Radiolabor, folgt dieser digitalen Spur interdisziplinär interaktiv verpflichtet mit Inhalt, statt Werbung mit Mäzen, mit Bildungsinstituten, einem grossen Netzwerk aus Kunst und Kultur. Clever and smart vermitteln wir.

Innert fünf Jahren soll sich Radiolab als breit verankertes interaktives Broadcast-Medium für den interdisziplinären Diskurs zwischen Öffentlichkeit, Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Kunst und Unterhaltung auch ökonomisch durchsetzen.
Die Idee ist professionell effizient organisiert, qualitativ hoch stechend und bleibt originell spürbar im Sinne der Interaktion und Innovation geöffnet.
Ziel ist, einerseits zu einem relevanten Vektor im Wissenschaftsdiskurs zu werden, und andererseits als lebendig mediale Kunst- und Kulturplattform auch international zu bestehen.

- An wen warum

In einer gebildeten Gesellschaft mit vielen jung gebliebenen Alten oder vielen altklug kultivierten Jungen versorgt Radiolab mit DAB die einzige große und potenziell finanzkräftige interessierte Nische. Die Auswertung der WM06 DMB-Pilot bestätigt diese Annahme. Radiolab soll somit der der Ort sein, wo Neues und Altes spielerisch Zusammenhänge klärt und dadurch die Meinungsbildung konstruktiv und aktiv mitschärft.

- Folgen

Wir interessieren neue Publika für Wissens- und Kulturthemen und verbessern somit insgesamt deren Verbreitung zu Gunsten der Wissens- und Kulturgesellschaft Schweiz. Wir fordern und fördern Forschende und Kulturschaffende in ihrer Kompetenz, Inhalte und Anliegen verständlich zu machen

Wir testen mediale Standorte bzw. Perspektiven für Broadcasting und liefern dadurch der Radiolandschaft Impulse. Zudem öffnen, entwickeln, testen und liefern wir Werbeideen hinsichtlich einer amüsanteren Werbekultur.

Das vereinigte Netzwerk und vorangehende erfolgreiche Kultur- und Medien-Projekte mobilisieren für und informieren über DAB nur innerhalb des Gefüges mit ca. 120'000 mitdenkenden Adressen. Die Zielgruppe außerhalb dieses Netzwerkes steht dem von Radiolab sehr nahe. Zusammen bilden sie die Nische der Early Adapter, technologiefreundlich- und offen, mit Calbecom oder Swisscom Anschluss und bereit zum Kauf von relativ teuren DAB Empfängern.

- Schriftlich dokumentiertes Interesse zur Zusammenarbeit erklärt:

ETH: Ernst Hafen (Präsident, Zürich)
Universität Zürich: Hans Weder (Rektor)
Universität Basel: Hans Syfrig (Leiter Kommunikationsabteilung)
Nationalfonds: Philipp Trinchan (Leiter des Informationsdienstes)
hgkZ: Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich, Giaco Schiesser (Leiter Departement Medien & Kunst)
SCNAT: Schweizerische Akademie der Naturwissenschaften, Natascha Branscheidt (Kommunikationsverantwortliche SCNAT)
MAZ: Medienausbildungszentrum, Silvia Egli von Matt (Rektorin MAZ, Luzern)
Werner Arber: Nobelpreisträger Medizin und Physiologie, 1978

Beilage: ETH, Universität Basel und Zürich, Nationalfonds, hgkZ, SCNAT, MAZ, Werner Arber

- Ideelle Unterstützung oder in Abklärung einer konkreten Zusammenarbeit erklärt:

Universität Bern: Marcus Moser (Leiter Kommunikation)
Pro Helvetia: Pius Knüsel (Direktor)
Gebert Rüf Stiftung: Philipp Egger (Geschäftsführer)
Stiftung Science et Cité: Elisabeth Veya (Geschäftsführerin)
LerNetz AG: Bernhard Probst (Co-Geschäftsleiter und Verwaltungsratspräsident der LerNetz AG). Die LerNetz AG [lernetz.ch] ist ein kompetentes Netzwerk für die didaktische Konzeption und Erarbeitung von Inhalten für elektronische Lernmedien.
Università della Svizzera Italiana: Ruth Hungerbühler (Lehrbeauftragte an der Fakultät für Kommunikationswissenschaften am Institut für Medien und Journalismus).

2. Identität des Gesuchstellers

2.1 Allgemeine Angaben zum Gesuchsteller

a. Name: Radiolab AG (Gesellschaft wird nach Erhalt der Konzession gegründet), Basel, Basel-Stadt

b. Sitz: Basel, Basel-Stadt

c. Vertreter: Thomas Gilgen
Vorderbuchenegg 523
8143 Stallikon
Telefon: +41 76 317 01 09

2.2 Organisation und Zusammensetzung

a. Rechtsform

Bei einer Konzessionserteilung wird eine Aktiengesellschaft gegründet.

Beilage: Statuten Radiolab AG in Gründung

b. Organisationsstruktur

Die Mitglieder der Geschäftsleitung werden hier grau eingefärbt dargestellt.

Beilage: Geschäftsordnung

c. Personelle Zusammensetzung der leitenden Organe

Verwaltungsrat:
Thomas Gilgen, Vorderbuchenegg 523, 8143 Stallikon (Schweizer)
Patrik Tschudin, Bungestrasse 14, 4055 Basel (Schweizer)
Georg Hasler, Oetlingerstrasse 75, 4057 Basel (Schweizer)

Geschäftsführung:
Thomas Gilgen, Vorderbuchenegg 523, 8143 Stallikon, CH
Bisher: Geschäftsleiter und Inhaber Klub "Dachkantine" Zürich, Initiant Temporärradio „swissAir" (Dachkantine-Radio). Neu: Geschäftsleiter Radiolab

Patrik Tschudin, Bungestrasse 14, 4055 Basel, CH
Bisher Redaktion DRS2aktuell, Mitinitiant und Teilhaber RADIO X AG. Neu: Programmleitung

Dominik Born, Davidsrain 14, 4056 Basel, CH
Bisher: Inhaber Radiowerkstatt RUNDUMRUNDFUNK, Entwicklung und Durchführung von Radioprojekten für SRDRS, DEZA, MANOR. Neu: Leitung Forschung und Entwicklung

d. Beteiligungsverhältnisse

Eine in Gründung befindliche gemeinnützige Stiftung mit Sitz in Basel wird 100% des Aktienkapitals halten.

Der Zweck dieser Stiftung ist es, zur kulturellen Vielfalt sowie zu einer offenen Gesellschaft beizutragen, namentlich im Bereich der Medien und der Kultur. Die Stiftung unterstützt Bildungsanliegen, die kulturelle Vielfalt und fördert die freie Meinungsbildung.
Vertreter der Stiftung ist Georg Hasler, Oetlingerstrasse 75, 4057 Basel (Schweizer). Die Stifter wie auch die Mitglieder des Stiftungsrates werden mehrheitlich Schweizerbürger mit Wohnsitz in der Schweiz sein.

e. Bestehender Geschäftsbericht

AG wird nach Erhalt der Konzession gegründet.

f. Ombudstelle

Beanstandungen des Publikums gegen das Programm von Radiolab werden durch den unabhängigen Ombudsmann behandelt. Er hat das Recht, Gegendarstellungen und Berichtigungen anzuordnen.

Ombudsmann: Dr. iur. Benedikt Suter (Rechtsanwalt / Notar)
Lenz Caemmerer Bender Advokatur und Notariat
Elisabethenstrasse 10
4010 Basel
+41 61 272 13 30

2.3 Tätigkeiten des Gesuchstellers im Bereich des Medienwesens

a. Ausgeübte Tätigkeit

Radiolab betreibt Forschung und Entwicklung im Bereich Multimedia, Audioinhalte und Audioverbreitung. Geplante Tätigkeit: Veranstaltung von Radioprogrammen bzw. Broadcasting.

b. keine

c. keine

2.4 Angaben zu den einzelnen an der Unternehmung Beteiligten

a. Natürliche Personen

keine

b. Juristische Personen

Stiftung in Gründung (siehe 2.2 d.), weitere Angaben dem BAKOM bekannt.

c. Keine

3. Programm

3.1 Art des geplanten Radioprogramms

a. Education & Entertainment

Education & Entertainment ist die Kurzformel die Radiolab für sein Programm gewählt hat. Das Programm vermittelt qualifiziertes Wissen, vernetzt traditionelle mit urbaner Kultur und besticht mit Schalk. Sozusagen eine Mischung aus einem mutigen FM4 mit Ambitionen von ARTE TV und einem DRS2 als MTV, - demnächst in Bild und Ton.
UKW-Kopien sind strikte untersagt!

Education meint: auch « science-tainment».
Radiolab schafft fachübergreifend Zugang zu wie Programm von herausragenden Leistungen von Forschenden aller Stufen und Fachrichtungen sowie Kultur- und Kunstschaffenden, die im Sendegebiet arbeiten oder hier vorstellen. Deshalb vernetzt Radiolab Bildungsinstitute mit seinem Kunst-, Kultur- und Internetnetzwerk.

Aus dieser Zusammenarbeit und der Synergie schöpft das Programm Inhalte, Themen, Know-how, Methodik, Transfer, Interaktion, Kompetenz und letztendlich auch gegenseitige Innovation. Radiolab verantwortet ein professionelles Programm. Bildung soll künftig raffiniert spannend, im Sinne von clever and smart, mit Lust und Neugier assoziiert werden. Dramaturgische Spannung und durchdacht dosierte Experimentierfreude charakterisieren die Programmform. Bislang schwierige d.h. zu komplexe Themenfelder können nun mit Bild ergänzt und somit verständlich und vertiefend vermittelt werden.

Mit Technologien aus dem Internet und mit Eigenarten aus der explodierenden „Gamekultur" integrieren wir interaktive Kommunikations- und Spielformen zwischen Konsumenten, Produzenten, Broadcast und Internet. Spielen bildet! Mannschaften bilden Teamgeist. Gruppenspiele erhöhen die Konzentration und tauschen untereinander in sich Wissen aus.

Entertaiment meint: auch « culture-tainment ».
Radiolab spricht eine couragierte Bühne mit humorvollem, intelligenten Wortschalk und kennt dabei keine stilistischen Scheuklappen. Radiolab ist der Kanal und ein Phänomen für innovatives Musikschaffen, listiges Hörspiel(en), kernige Comedy, Radiodichtung und für Radio-Kunst-Stück. Radiolab bricht gewohnte Moderationen zu Bühnenstücke, setzt auf raffiniertes Entertainment und riskiert bzw. strebt langfristig nach einer eigenen amüsanten Werbekultur.

Radiolab versteht sich auch als Plattform für das aktuelle Musikgeschehen, live und direkt vorort oder live und dynamisch im Studio. Radiolab sendet grundsätzlich keine kommerzielle Mainstream-Musik. Das musikalische Programm ist stilistisch weit offen, qualitativ differenziert, historisch interessiert oder neutral, zeitgemäß involviert und gut informiert. Auch unbekannte Musik testet das „Pop-ulär-Publikum". Musik bildet! – „Die Musik drückt das aus, was nicht gesagt werden kann und worüber zu schweigen unmöglich ist" von Victor Hugo.

Radiolab versteht sich explizit nicht als Begleitprogramm oder "akustische Tapete" oder Lieferant von Hintergrundsmusik, sondern hat den Anspruch, zu jeder Tageszeit die Aufmerksamkeit des Publikums hinreichend zu verdienen. Entsprechend reagieren wir mit Bild oder Ton auf die medialen Konsumgewohnheiten.

Programmelemente: (nicht abschliessend; work-in-progress)

Wir verweisen hier nochmals, auf das Multitasking von DAB. Digitales Radio sendet künftig mit Bild. (Bilder, Video, Vodcasts, Fotographien, Text oder Podcasts uvm.).
Radiolab unterscheidet seine Programmelemente grob in Stilmittel, Crossover, Werkzeuge, Formate und in Experimente.

- Stilmittel

Die Stilmittel charakterisieren letztendlich die Architektur Senders. Mit Stil und Mittel schaffen wir Spannung und organisieren Dramaturgie mit „Sende-Appeal".

Hierzu einige Beispiele: Comedy, Slam Poetry, Soap, DJ-Kultur, Poesie, Photographie, Grafik, Humor, Artcasts, Charme, mediale Kunst, Tragödie, Satire, Musik, Noise, Games, uvm. Stilmittel sind Ausdrucksformen die beliebig, aber unterschiedlich zu Themen in diversen Radioformaten multimedial und interaktiv einsetzbar sind.

- Crossover

Science-in-Fiction, Science-in-Art, Culture-in-Science, Art-in-Presentation, Culture-in-Advertising, Science-tainment, Art-in-Media, Advert-tainment, TV-in-Radio, Game-in-Science, Culture-in-Quiz, Science-in-Theatre illustrieren allgemein unsere formale Thematik und führen als programmliche Ausgangslage automatisch zum interdisziplinären Diskurs.

- Werkzeuge

SMS, Podcast, DAB-Rest-Bandbreite, Email, Downloads, Communities, W-Lan usw. Ermöglichen die intermediale Interaktion bzw. die Kommunikation zwischen Broadcast und Internet.

Radiolab wird seine Programmelemente ebenfalls als Podcasts anbieten. Damit erreichen wir jenes Publikum, das unsere Inhalte zeitunabhängig konsumieren will.
Radiolab will begleitend zu seinem Rundfunkprogramm eine Hörer-Community aufbauen, welche es ermöglicht, über die Themen unseres Programms mit anderen interessierten Hörerinnen und Hörern parallel zum laufenden Programm weiterzudiskutieren und dadurch neben dem inhaltlichen Diskurs neue, spannende Menschen aus der gesamten Deutschschweiz kennen zu lernen.

Ebenfalls über dieses Webkonto kann der "SMS-Alarm" abonniert werden. Je nach bevorzugten und bei uns angemeldeten Themenvorlieben verschickt Radiolab im Vorfeld einer Sendung, die in eines der als "interessierend" deklarierten Gebiete fällt, eine Benachrichtigung per SMS. So verpasst das Publikum "seine" Inhalte nicht.

Und ferner eine Community, die es der Hörerschaft ermöglicht über ein individuelles Interessensprofil auf unserer Website Podcasts, Audiofiles und Musik zu beziehen. Diese Dienste werden wir sowohl über das Internet wie auch mobil (SMS) anbieten.

- Formate

Bisher angewandte Vermittlungsformen wie Studiodiskussionen, Thematische Reihen, Portraits, Liveübertragungen, Vorträge, Kolumnen, Lesungen, Kommentare, News, Magazin, Musikmagazin, Wochenschau oder Hörspiel, etc. kennen und beherrschen wir, darauf bauen wir auf, und von da aus gehen wir wenn nötig weiter. Entweder radikal interdisziplinär als Experiment oder lediglich multimedial und oder interaktiv ergänzt.

- Experiment

Experimente testen neue Formate auf Hörgewohnheiten, Verständlichkeit, Usability, Konsumgewohnheiten, Interaktionen und Feedback. Zusammen bilden Digitalisierung, Interdisziplinarität und Professionalität die 3 wichtigsten Bausteine. Davon ausgehend wird aus der Zusammenarbeit mit unseren Partnern grosser kreativer Output, in diesem Fall neue Formate anfallen.

Und trotzdem wir glauben und hören den Bedarf nach Neuem, Innovation braucht Mut zum Risiko und geistigen Freiraum. Aber Mut ist auch mal dumm und Verbildung hemmt den Fortschritt. Entgegen dieser Tatsache wirkt eine Patenschaft zwischen jung- oder wilddenkenden Assistenzen und alt souverän offenen pensionierten Radiomachern. Die erfolgreiche Synergie wird bestimmt spannende Ergebnisse etablieren können.

In Zusammenhang mit der Technologie wird das schwieriger, weil Radio nun mit DAB Anschluss zur Digitaltechnologie findet. Es fehlen konkrete Erfahrungen, das Internet klärt nur begrenzt. Ergebnisse liefern uns nur die Experimente. Davon einige einfache Beispiele:

Science-in-Fiction	Forschungsbeiträge als Geschichten oder Krimireihe
Science-in-Art	Fotomagazin über den Klimawandel musikalisch interpretiert und zwischendurch kompetent mit Wissenschaftler diskutiert. Eingriffe zur Thematik können als interaktive Simulation als Game getestet werden.
	Dokumentarfilm als Radio-Dia-Vortrag
Culture-in-Science	Die Sendung beginnt mit Musik, endet als wissenschaftliche Diskussion und ergänzt thematische Podcasts oder Game.
	Oder Hörer programmieren einen Radiosender in www.secondworld.com Wissenschaftler begleiten und erklären später die Phänomene auf DAB.
Art-in-Presentation	Slam Poeten reimen News und DJ unterstreicht dazu mit Effektgerät unterstützt die Rhetorik.
	Musik-Komik
Science-tainment	Wissenschaftliche Erkenntnisse als Satire von „Noise"-Künstler begleitet
TV-in-Radio	Fussball von Kabarettist moderiert.
Culture-in-Quiz	Gruppenspiele sammeln Meinungen und speisen somit Kolumen
Science-in-Theatre	Komiker führen zu wissenschaftliche Themen
Art-in-Media	Kunstradio macht Führungen durch Ausstellungen

usw.

a. Zeitlicher Umfang, Inhalt und Struktur

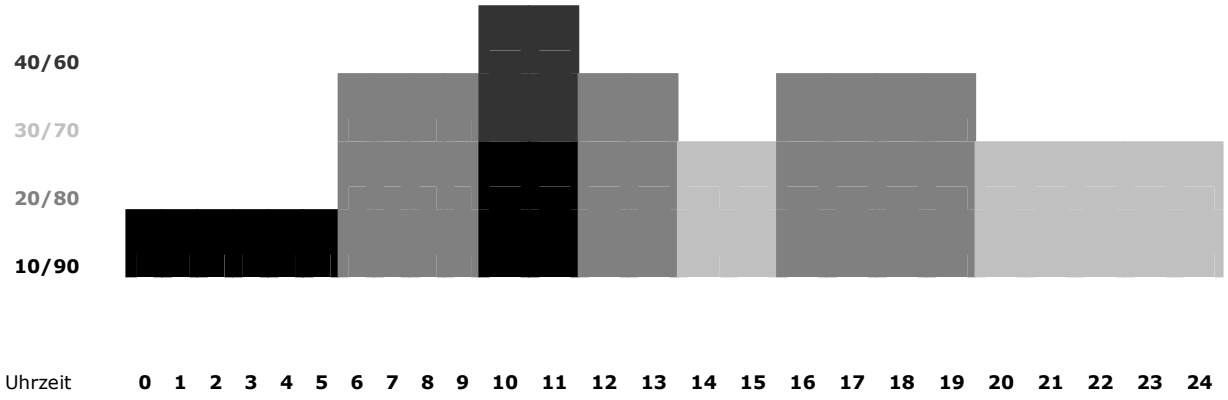
Radiolab ist ein 24 Stunden Radioprogramm. Die Zielgruppe zwischen 20 - 60 Jahre alt, kultiviert, informiert, bebildet, urban, individualistisch orientiert, politisch interessiert, und technologiefreundlich .

Radiolab orientiert sich an den professionellen Standards, die für das Medium gelten. Formal, inhaltlich, journalistisch: Radiolab ist "state of the art". Die folgenden Angaben über das Programm skizzieren grob die Struktur, auf der im Laufe des Prozesses bis zum Sendestart - zusammen mit den Partnern aus Wissenschaft, Kunst und Kultur - die Feinstruktur erarbeitet wird.

Das Tagesprogramm von Radiolab ist in sieben redaktionelle Abschnitte unterteilt:

Morgen	06 bis 09 Uhr
Vormittag	09 bis 12 Uhr
Mittag	12 bis 14 Uhr
Nachmittag	14 bis 17 Uhr
Vorabend	17 bis 20 Uhr
Abend	20 bis 24 Uhr
SpätAbend	24 bis 02 Uhr
Nacht	02 bis 06 Uhr

- Wortanteil: In dieser Tagesstruktur ist der Anteil Wort / Musik ersichtlich.



- Tagesstruktur

Geplant ist ein morgendlicher Informationsblock mit News aus Wissenschaft und Bildung, gepaart mit Infos aus dem Kulturbereich in Beiträgen zwischen 30 Sekunden und 5 Minuten. Die Vertiefung der Themen aus Wissen und Bildung folgt ab 10 Uhr mit größeren Wortstrecken. Diese Intensität zieht sich abnehmend bis um 14 Uhr weiter.
Der Nachmittagsblock von 13 Uhr bis 17 Uhr widmet sich kulturellen Themenschwerpunkten. Von 17 Uhr bis 20 Uhr werden in einem eigenständigen Sendegefäss noch einmal die Themen des Tages gespielt und sämtliche Themenbereiche des Senders Radiolab abgedeckt: Bildung, Wissen, Kunst und Kultur.
Die Zeitstrecke von 20 Uhr bis 23 Uhr gehört den Spezialsendungen, welche sich 180 Minuten lang mit einem Thema auseinandersetzen können. Ab 23 Uhr bis 06 Uhr startet das Nachtprogramm.

- Morgen: 06 Uhr bis 09 Uhr

Die Morgenstrecke widmet sich mit Kurzbeiträgen der Wissenschaft und der Bildung.
Hier erfahren unsere Zuhörerinnen und Zuhörer neueste Erkenntnisse und Trends aus diesem Themenbereich, pointiert und verständlich. Die Beiträge werden der Uhrzeit entsprechend moderiert sein (geistreich mit Witz). Neben aktuellen News und Fortschritten aus Wissenschaft und Bildung erfährt man hier aber auch Skurriles und Wissenswertes für den Alltag. Freche Musikstrecken und schräge Komik sollen die Gemüter erfreuen. Ehrlich und ungeniert zu Kaffee und Morgenlaune.

Wir wollen Bildung und Wissen unaufdringlich, charmant spannend und ansprechend verpacken. Redaktioneller Inhalt, Moderation und Musik kombinieren geschickt zwischen Morgenstimmung, Witz und Bildungs-Päckchen.

- Vormittag und Mittag: 09 bis 13 Uhr

In diesem Zeitfenster setzen wir ausführliche Gespräche und Berichte zu Themen aus Bildung, Wissenschaft und Kultur. Die Beiträge sind hier erklärend, weiterführend und vertiefend.

Die Themenauswahl soll ein breites Publikum ansprechen. Wir wollen das Interesse an wissenschaftlichen und bildungsrelevanten Themen wecken, indem wir dazu die Lebensnähe suchen und listig hervorheben. Zum Beispiel indem alltäglich bekannte Begebenheiten mit wissenschaftlichem Phänomen überrascht werden.

Für die Zuhörerschaft ergibt sich daraus ein unterhaltsamer aber geistreicher und spannend schmunzelnder Diskurs, welcher zum Mitdenken und Mitdiskutieren anregt. Diesem Umstand werden wir selbstverständlich Rechnung tragen und unsere Hörerschaft via Internettools und SMS an der Diskussion vertiefend beteiligen.

- Nachmittag: 13 bis 17 Uhr

Der Nachmittag setzt vorallem kulturelle Schwerpunkte. Mit Musik, kürzeren Wortbeiträgen oder Hörspielen zum Thema gestalten wir die Nachmittagsstrecke bis in den frühen Abend.

Hier finden Themen rund um Musik, Literatur, Film, Theater, Tanz, Design, Malerei und zeitgenössischer Kunst ein Zuhause. Aktuelle Besprechungen von Büchern, Musikproduktionen, Filmen und Events werden ein festes Element des Nachmittags sein.
Angereichert werden die Beiträge auch multimedial (Dauer ca. je 5 Minuten) durch historische und kulturpolitische Informationen zum kulturellen Leben in der Schweiz.

In diesem Zeitfenster legen wir großen Wert auf Produktionen von Kulturschaffenden aus der Schweiz, unser Sender soll ihnen eine Plattform bieten und Gelegenheit für den Dialog zwischen Wissenschaft, Bildungs- und Kulturinstitutionen ermöglichen.

Die Beiträge richten sich auch hier an ein breites Publikum und werden kritisch, verständlich und mit Witz präsentiert werden. Außerdem setzen wir uns dafür ein, schweizerischen Kulturschaffenden eine Möglichkeit zu bieten, ihre Produkte über die neuen Technologien (DAB, Internet, SMS) an das Publikum heranzuführen und neue Vertriebswege zu erhalten, die für den Einzelnen unmöglich zu erreichen sind.

- Vorabend: 17 bis 20 Uhr

Ab 17 Uhr bietet „Radiolab Séléction" kompakt das Beste und Wesentliches vom Tag.
Mit einer ausdrucksstarken Moderationsbegleitung wird noch einmal prägnant und süffig zusammengefasst. Musik nascht zum Feierabend und Charme erlöst vom Arbeitstag.

- Abend: 20 bis 23 Uhr

Spezialsendungen finden jeweils in diesem Zeitrahmen ihren Platz. Hier werden Experimente auch multimedial oder intermedial, redaktioneller wie musikalischer Art gewagt. Ein Tummelfeld für unkonventionelle Inhalte, welche stets nach einem interessierten Publikum sucht. Crossover-Formate werden sich hier behaupten müssen.

Musik und Kultur international erarbeitet, Popkultur jenseits von Mainstream, unbekannte Schnittstellen zu etablierter Kunst, Musik live und direkt im Studio arrangiert, Poesie und Romantik streicheln Jazz und enden wieder als kurzes Gedicht. Alles kurz und Dynamisch.

Auch die Gamekultur oder Internetplattformen interagieren mit dem Geschehen des Abends.

- Nacht: 23 bis 06 Uhr

Das Nachtprogramm dominiert hier mit aktuellem Musikgeschehen, ausgefallene Live-Experimente und intermedialer Kunst welche in dieser Form im Radio noch nie oder schon lange nicht mehr zu hören waren.

b. Sendungen bez. Versorgungsgebiet

Jeder Sendeinhalt sucht den Bezug zum Versorgungsgebiet. Durch die Struktur des Netzwerks und die Arbeitsmethodik mit Bildungsinstitutionen ist dies organisatorisch auch gewährleistet. Gewisse wissenschaftliche oder künstlerische Themen besitzen aber per Definition einen über das engere Versorgungsgebiet hinaus reichenden Bezug. Sie können sich somit nur indirekt auf das Sendegebiet beziehen. Aus diesen Gründen sehen wir den Anteil direkt auf das Sendegebiet bezogener Inhalte (Wort und Musik) bei 70% (Richtwert).

c. Datenrate

Die benötigte Datenrate beträgt 128 kbit/s

d. Zeitraum

Unabhängig vom Konzessionsentscheid arbeiten wir seit Juni 06 täglich am Projekt DAB. Sechs Monate nach Erteilung der Konzession, spätestens 2 Monate nach Erstellung des Sendenetzes Etappe 1 (Etappe1: gemäß Ausschreibung vom 15.08.06, 7.3a) planen wir den Sendestart.

3.2 Produktion

a. Anzahl Studios, Größe, Standort und Ablauf

Radiolab wird mit einem Hauptstudio (100m2) in Basel arbeiten und in Räumlichkeiten der Bildungsinstitute interdisziplinäre Formen entwickeln. Dazu treffen wir uns Ende Januar mit Vertretern der Bildungsinstitute.

Im Hauptstudio sind verfügbar: das gesamte Playout des Senders, ein Sendestudio mit Vorproduktionsmöglichkeiten, sowie 8 Arbeitsplätze. Mehrheitlich werden Operationen vom Hauptstandort aus getätigt. Die redaktionellen Inhalte werden durch die Programm- und Redaktionsleitung bestimmt. Sie setzt die Agenda nach journalistischen Grundsätzen und - nach Bedarf - in Absprache mit den Partnerinstitutionen.
Die Realisation der Beiträge erfolgt zu einem großen Teil mit unseren Partnern (Schulen / Universitäten / Korrespondenten / Freelancer), mit denen wir zurzeit eine diesbezügliche Zusammenarbeit definieren. Die interdisziplinär entstandenen Inhalte werden von der Redaktion abgenommen, vom Soundlayouter auf Radiotauglichkeit hin überprüft und mit

unserem Soundlayout sendefertig gemacht. Die Platzierung der Inhalte im Programm erfolgt schließlich durch die Redaktion, resp. Redaktionsleitung. Dieser Workflow garantiert die inhaltliche und technische Qualitätssicherung (hohe Fachkomptenz der jeweils produzierenden Partner), ökonomisch tragbare Redaktionsaufwände, sowie ein professionelles Klangerlebnis (Abnahme durch Radiolab-Soundlayouter).

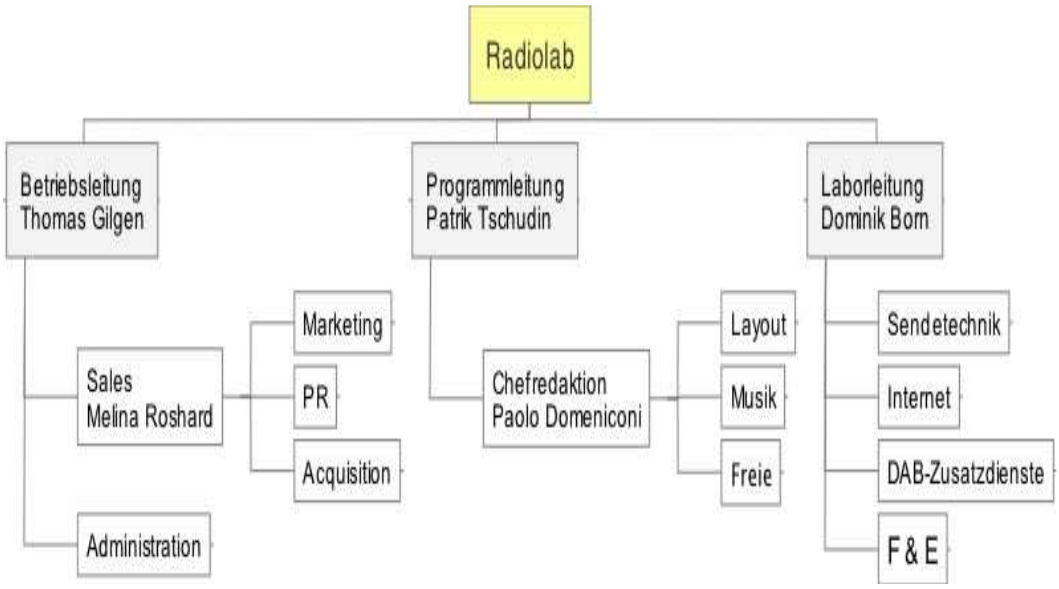
Die Programmleitung in Zusammenarbeit mit der Redaktionsleitung und der Technik wird ein Leitbild erstellen, welches die redaktionelle und technische Qualitätssicherung garantiert. Schulungen, insbesondere unserer produzierenden Partner, technische Wartungen und ein regelmäßiges Monitoring der gesendeten Beiträge durch die Programmleitung wird unseren Standard absichern.

Das Playout des Senders wird mit einer spezialisierten Radioautomationssoftware betrieben, welche direkte Anbindungen von Schnitt- und Schedulingprogrammen zulässt. Zudem wird das System auch über das Internet und per Fernsteuerung von außerhalb gesteuert werden können. Wir legen großen Wert auf professionelle, aktuelle technische Produktionsmittel, welche unserer schlanken Organisationsstruktur mit kurzen und effizienten Arbeitsschritten dienlich sind.

b. Stellenprozente und Bereiche

Redaktion	540%	davon 240% Freie Mitarbeit
Technik	260%	
Administration	320%	davon 100% Betriebsleitung
Verkauf	100%	
interdisziplinäre Koordination	50%	Vorgesehene Anzahl Stellen

- <u>Organigramm Radiolab</u>



c. Angaben zu Veranstalter

- Angaben

Folgende Bildungsinstitutionen haben bereits schriftliche Zusagen zu einer Zusammenarbeit gemacht:

ETH Zürich: Technologie- und Content-Partner zu Wissenschaften und Kommunikationstechnologie
Universität Zürich: Content-Partner zu Wissenschaften
Universität Basel: Content-Partner zu Wissenschaften
MAZ - Die Schweizerische Journalistenschule, Luzern: Partner zu Medienschulung
SCNAT - Schweizerische Akademie der Naturwissenschaften: Contentpartner
hgkZ - Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich: Content- und Technologiepartner zu Kultur, Kunst und Multimedia
SN - Schweizerischer Nationalfonds: Entwicklungspartner

Beilage: Bestätigungen der oben aufgeführten Institutionen

Grundsätzlich werden alle Inhalte von Radiolab fertig produziert und oder von Partnerinstitutionen oder freien MiterbeiterInnen miterstellt. Der Einkauf von externen Inhalten ist nicht ausgeschlossen, aber zurzeit nicht geplant.

- Natur und Umfang - Interdisziplinäre Vernetzung

Radiolab legt größten Wert auf eine partnerschaftliche, interdisziplinäre Zusammenarbeit mit Bildungs- und Forschungsinstitutionen, mit der Kreativwirtschaft, E-Szines, Internetmedien und der Kulturszene Schweiz mit ihren internationalen Verflechtungen.

Interdisziplinäres Arbeiten sucht in und fördert aus Schnittstellen Konzeptionen mit konkreten und kompatiblen Perspektiven. Unser Radioprojekt öffnet sich vollumfänglich dieser viel versprechenden Entwicklung.
Diese Radioidee fördert und fordert neue interdisziplinäre Radioformate, definiert und bietet neue interdisziplinäre Jobprofile, erweitert die mediale Reichweite von Kunst, Kultur und Bildung, vermählt und dehnt Interessensgebiete bzw. Gruppen und belebt letztendlich die Schweizer Radiokultur.

Radiolab ist sich bewusst, dass seine Beiträge nur genügen, wenn sie über die Sprachregion hinaus vor einer internationalen Radiogesellschaft bestehen. Deshalb sucht Radiolab die internationale Zusammenarbeit konsequent in allen interdisziplinären Bereichen.

Wir reflektieren nicht nur diese Entwicklung in der Gesellschaft, sondern werden sie in Wechselbeziehung direkt mitgestalten.

3.3 Leistungsauftrag

a. Beitrag am Leistungsauftrag

Der in der Bundesverfassung formulierte Artikel 93 Absatz 2 drückt das Konzept von Radiolab mit einer Präzision aus, wie wir es selbst kaum hätten formulieren können:

"Radio und Fernsehen tragen zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung bei. Sie berücksichtigen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone. Sie stellen die Ereignisse sachgerecht dar und bringen die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck."
Bildung, Kultur und die damit verbundenen Diskurse definieren bei Radiolab den Programm-Schwerpunkt.

Unsere Partner verteilen sich über das sprachregionale Versorgungsgebiet, welche wiederum ein soziologisches Sammelbecken für eine breite Bevölkerungsgruppe darstellen, dadurch können wir einen weiterführenden Dialog über die Kantonsgrenzen hinaus garantieren.

Im Übrigen gelten für die Arbeit bei Radiolab die "Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten", wie sie der Schweizerische Presserat in der entsprechenden Erklärung und den dazugehörenden Richtlinien festgehalten hat.

b. Anteil Eigenleistungen

Information	5.825%
Kultur	6.19%
Unterhaltung	3.86%
Bildung	7.3628%
Wortanteil	**23.3%** (für 24h)

c. besonderer Beitrag zur Angebots- und Meinungsvielfalt.

Ein Angebot, wie Radiolab es vorsieht, besteht bisher nirgends im Einzugsgebiet (und weit darüber hinaus). Insofern ist Radiolab per se bereits ein konkurrenzloser Beitrag zur Angebotsvielfalt.
Wir sind zudem überzeugt, dass alleine die Existenz von Radiolab andere Veranstalter dazu anregen wird, über ihre Aktivitäten im Bereich Wissen, Bildung und Kultur nachzudenken - und ihr Angebot vielleicht um- oder auszubauen. Dies wäre ein zusätzlicher, indirekter, mittelbarer Beitrag zur Angebotsvielfalt.

Jüngere Untersuchungen bestätigen, dass in der breiten Öffentlichkeit zwar Interesse an Information aus der Wissenschaft besteht, aber einigen Bereichen gegenüber eine wachsende Skepsis oder gar Unverständnis herrscht. Gleichzeitig ist es offensichtlich, dass Wissenschaft und Bildung die zentralen Erfolgsfaktoren für die Schweiz sind. Hier besteht ein Gegensatz, der nur diskursiv aufgelöst und produktiv gemacht werden kann. Zugespitzt formuliert, ist Radiolab darum ein permanentes Experiment in angewandter Kommunikationswissenschaft. Radiolab kennt und beherrscht die bisher verwendeten journalistischen Vermittlungsformen für Wissenschaft, Bildung und Kultur. Darauf baut Radiolab auf und geht weiter. Denn Radiolab sucht und entwickelt im Austausch mit seinen Partnerinstitutionen innovative, auch experimentelle und künstlerische, radiophone Formen des Wissenstransfers.

Dies hat eine dreifache Wirkung:

1. Neben den bestehenden werden auch neue Publika an Wissensthemen herangeführt: Neue Formen interessieren neue Hörer.

2. Durch das "Vorbild Radiolab" erhalten bestehende Radiosender belebende und transformierende Impulse in formaler und inhaltlicher Hinsicht: Wissensinhalte finden ein Publikum und lassen sich finanzieren.

3. Radiolab fordert und fördert die Forschenden und Kulturschaffenden in ihrer Kompetenz, Inhalte und Anliegen darzustellen und verständlich zu machen: Kein anderes Medium in der Deutschschweiz wird so häufig und regelmäßig Akteure und Akteurinnen aus Wissenschaft, Bildung und Kultur zur Darstellung, Erklärung und Kontextualisierung ihrer Aktivitäten anhalten.

3.4 Innovationsbeitrag - Attraktivitätssteigerung der T-DAB-Technologie

Aus der interdisziplinären Zusammenarbeit und Vernetzung von Radiolab mit Bildungs-, Kultur- und Forschungsinstitutionen wird eine stark erhöhte Aufmerksamkeit für T-DAB resultieren, zunächst bei deren Lehrkörper und den Studierenden und in der Folge auch im jeweiligen Umfeld. Denn Radiolab wird als Marke in die interne und externe Kommunikation der Partnerinstitutionen einfliessen.

Diese Synergie verankert T-DAB bei attraktiven, kaufkräftigen und technikaffinen Zielgruppen. Ihre Mitglieder sind prädestiniert für die Rolle der "early adopters" des Digitalen Radios. Die Zusammenarbeit wird sich zudem über die eigentlichen Inhalte hinaus erstrecken. Radiolab hat nicht umsonst das "Labor" mit im Namen! Denn Radiolab steht auch zur Verfügung und sucht aktiv die Zusammenarbeit im Bereich Forschung und Entwicklung in technischer wie programmlicher Hinsicht. Daraus werden sowohl neue technische Applikationen für T-DAB resultieren wie auch formale Innovationen.

"Kunst", "Wissenschaft" und "Bildung" finden aktuell in den elektronischen Medien nur vereinzelt und wenn, dann in Randzeiten, statt. Ein fokussierter Wissenschafts- oder Bildungskanal existiert insbesondere im Radio überhaupt nicht. Entfernt vegleichbar mit dem Ansatz von Radiolab sind im Fernsehen "Discovery Channel" oder "Alpha" des Bayrischen Rundfunks oder ARTE, das Deutsche Radio "Wilantis" und ev. Teile von SR DRS 2.
Das in Politik, Wirtschaft und Wissenschaft verankerte "Forum Wissens- und Werkplatz Schweiz" (fws) hat vor kurzem explizit und in Kenntnis der aktuellen publizistischen Situation einen Mangel geortet im Bereich "Public Understanding of Science":

Der Nutzen der Forschung sei von der breiten Öffentlichkeit oft kaum nachvollziehbar.

Um unter anderem diesen Umstand zu ändern, den das FWWS als eigentliche *"Malaise"* bezeichnet, will Radiolab seinen Teil leisten. Durch die Relevanz und Originalität der Inhalte, sowie weitere programmbegleitende Massnahmen (Podcasts, SMS-Alarm usw.), wird Radiolab einen relevanten Beitrag erbringen sowohl zu Attraktivität wie allgemeiner Beachtung von T-DAB.

4. Finanzierung

4.1 Investitionen und Betrieb

a. Investitionskosten für die Dauer der Konzession und Nachweis der Finanzierung

Beilagen: Investitionsplan, Budgetplan, Liquiditätsplan, Finanzierungsbestätigung

4.2 Eigene und fremde Mittel

a. Eigene Mittel

Eigenkapital 100'000.00

Beilage: Finanzierungsbestätigung

b. Fremde Mittel

Die Stiftung bzw. die Hauptaktionärin gewährt eine Defizitgarantie von bis 2 Mio. Diese Defizitgarantie bildet als Form ein Mäzenentum. (s. Beilage)

c. Werbevermarktungsverträge

Die Vermarktung und Werbeakquisition wird durch Radiolab übernommen. Langfristig kultivieren und entwickeln wir eine eigene Werbekultur mit dem Ziel einer Selbstfinanzierung.

5. Informationen zu besonderen Pflichten

a. Arbeitsrechtliche Vorschriften

Die Arbeitnehmer werden nach OR angestellt und nach branchenüblichen Ansätzen entlöhnt. Arbeitsgerät wird zur Verfügung gestellt.

Beilage: Geschäftsordnung

b. Redaktionelle Unabhängigkeit

Durch die organisatorische Aufteilung zwischen Redaktion und Betriebsleitung ist die redaktionelle Unabhängigkeit gewährleistet. Das kulturelle Engagement der gemeinnützigen Stiftung als Alleinaktionärin verfolgt weder wirtschaftliche noch redaktionelle Interessen.

6. Verbreitung

a. Programmverbreitung

Radiolab strebt keine alleinige Funkkonzession an.

b. Zusammenarbeit DAB-Konsortium

Als Mitglied des DAB-Konsortiums arbeitet Radiolab mit Vertretern von privaten Radiostationen sowie der SRG an den Vorbereitungen für das Gesuch um eine Funkkonzession mit.

7. Zusatzdienste

Zu Beginn verbreitet Radiolab reine Audiodaten. In einem zweiten Schritt implementieren wir in Absprache mit dem Funkkonzessionär etappenweise: EPG, Dynamic Label (DAB-Radiotext), Slide Show etc.

8. Zusammenarbeit

a. Kooperationen

Als Mitglied des DAB-Konsortiums arbeitet Radiolab mit Vertretern von privaten Radiostationen sowie der SRG an der Funkkonzession und stellt mit diesen Partnern das Programmensemble zusammen und setzt sich für neue, innovative Programme ein.