

# Formatradios im Gleichklang

Radio zum Weghören? Die Privatradios bringen viele Hörer auf die Palme. Sie waren einst als Erweiterung des publizistischen Angebots gedacht; inzwischen tönts überall gleich – seit einiger Zeit auch beim öffentlich-rechtlichen DRS3. Der Zürcher Presseverein hat die Formatierung der Radios in einem Podiumsgespräch kritisch hinterfragt.

**R**adio gaga, radio gugu», sang einst Freddy Mercury. Ähnlicher als Radio gaga und Radio gugu tönen seit einiger Zeit die Lokalradios in Zürich – und andernorts. Radio 24, einst als der ganz andere Piratensender angetreten, sendet ein Musikprogramm, das mit dem von Radio Z – neu als Hitradio Z firmierend – zum Verwechseln ähnlich ist. Die Ähnlichkeit hat System, lassen sich doch beide von deutschen Mainstream-Experten mit Verbindungen in die USA beraten. Sogar DRS 3, 1983 als «amtlich bewilligter Störsender» gestartet, liess sich von einem deutschen Berater auf Mainstream trimmen, respektive formatieren, wie der Fachausdruck lautet.

## Easy-Listening Formatierung durch externe Berater

Die Vorgaben dieses professionell von teuren ausländischen Beratern vorgenommenen freiwilligen musikalischen Gleichschaltungsprozesses sind: keine ungewohnten Klänge, Rhythmen, Worte. Kein allzu harter Rock, keine allzu weichen Balladen. Dafür durchaus, wenns gerade modisch ist, ab und zu ein Tiroler Ötzi-Jodel. Klassiker der ersten Rockwellen sind gut, gehen nur noch al-

tuelle Hits. Auf der Quotenjagd strikt zu meiden sind ungewohnte Töne, gar aus anderen Ländern, Kulturen, Stilrichtungen.

Alles, was zu sehr von den genormten Endlos-Berieselungsbändern in Einkaufszentren und Parkhäusern abweicht, könnte Hörer zum Betätigen des Abschaltknopfs oder zum Suchen eines Konkurrenzsenders bringen, heisst es als Begründung. Der musikalische Einheitsbrei hingegen garantiert eine höhere Einschaltquoten.



## Teasing statt Information

Ebenso als Marktanteile gefährdender Hörschreck verpönt sind den trendigen Radioformatierern längere Wort- und Informationsendun-

gen. Für sie ist eine Minute eine halbe Ewigkeit, längere Sätze sind unverständliches Kauderwelsch. Dass es allenfalls auch einträgliche Werbespots sein könnten, die bei Radiohörern Ab- oder Umschalt-Reflexe auslösen, darf hingegen gar nicht gedacht werden, denn das wäre schlecht fürs Geschäft.

Um die professionell rundum erneuerten und vereinheitlichten Privatformatsender für die Hörerschaft dennoch kennlich zu ma-

dios gespeichert ist, mit dem sogenannten Teasing ergänzt. Von früh bis spät melden sonore Moderatorenstimmen, oft mehrmals pro Stunde, manchmal nach jedem zweiten oder dritten Musikblock, dass ihr Sender der beste sei, wenn nicht sogar, Originalton Hitradio Z, «s'Bescht hooch drüü».

## Proteste und Quoten

Von Musikjournalisten, Radioleuten und Radiohörern hagelte es in letzter Zeit Proteste und Kritik an diesem Trend. Protest-Websites wie <http://home.intergga.ch/bluecat/sounds/background.htm> oder <http://www.drs3wakeup.ch/main.html> entstanden, kritische Zeitungsartikel erschienen in allen Landesteilen. In der Südostschweiz wurde zum Hören des österreichischen Senders FM 4 anstelle von DRS 3 aufgerufen.

Vor diesem Hintergrund moderierte Reto Lipp vom Zürcher Presseverein am 26. September ein Podiumsgespräch im Ringier-Pressefoyer. Teilnehmer waren Andreas Schefer, Programmleiter DRS 3, Daniel Deicher, Geschäftsführer Hitradio Z, Peter Brun, Programmleiter Radio 24, und Christoph Romer, Programmleiter Radio ZüriSee.

Schefer begründete die Neuprogrammierung des einstigen

be, andererseits mit dem von alten «Dampfgemaltisierte Studios in Im übrigen könne u deutsche Berater, der DRS 3 arbeite, keine das Musikprogramm Er berate nur. Nach v die Musikredakteurer telauswahl zuständig

Für Peter Brun war vom angestammten Sound eine Folge des dem Verkauf des Senders an Tamedia und Hörerforschung. Der nur noch in Tests erui ein Publikum zwischen Jahren – habe sich bereits quotensteige wirkt. Er könne nun dio 24 wieder zum m Sender am Ort zu m Stellung, die Radio 2001 verloren habe.

Radio ZüriSee hin laut Romer beim bisl ten Spektrum, inkl der Sechziger- und Sie Es könne sich so – ei es auf Programm-B Deutschland verzicht ternative» zum Einhi filieren. Dafür hätte Vertreter der beiden alternativen Zürcher os, Radio Lora und R welche auf dem Podiu wesend waren, wohl des Lächeln übrig gel

Daniel Deicher füh Erkenntnisse der Hör er bei welcher der





im Zielpublikum mehrheitsfähige Musik zu finden. Pop der Sechzigerjahre komme zwar gut an, sei aber nicht mit aktueller Dance Music kompatibel. Hauptsächlich gehe es darum, herauszufinden, welche einzelnen Titel die Hörmehrheit so nerven, dass sie abschalten oder die Station wechseln. Diese Titel würden dann aus dem Programm entfernt.

Demgegenüber warnte Christian Romer vor dem «Overteasing», der allzu häufigen Wiedergabe des Sendersignets oder der Eigenwerbungs-Slogans, wie man sie von einigen Sendern kennt. Das nerve die Hörer mehr als die Musikprogrammierung. Deicher bestritt demgegenüber, dass die durchaus gewollte Kadenzsteigerung der Eigenwerbung bei Hitradio Z zu einem Hörschwund geführt habe.

**«Fire the journalists!»**

Christian Romer berichtete, eine amerikanische Beraterin habe, nach dem Marktnutzen von News am Radio gefragt, geradeheraus gesagt: «Fire the journalists!» Ein reines Musikprogramm sei den Hörern am liebs-

ten. Da habe er denn doch widersprechen müssen; auf dem Schweizer Markt sei auch der Informationsaspekt des Radioprogramms wichtig.

Peter Brun betonte, bei Radio 24 seien die Infostunden mit mehreren mehrminütigen Hintergrundinformationen die Sendezeiten mit den besten Einschaltquoten. Laut Christian Romer sind gerade die Lokalinformationen über Aktualitäten, Unfälle und Verbrechen in der unmittelbaren Nachbarschaft Hauptmagnete fürs Publikum. Das sei gerade so wichtig wie die Musik, und er sei sehr froh, dass DRS 3, im Unterschied zu DRS 1 mit seinen Regionaljournalen, die Privatsender auf diesem Gebiet nicht konkurrenzieren.

Andreas Schefer meinte dazu, es sei ja eben gerade so vorge-

schrieben, dass die lokale Ebene den Privatsendern überlassen bleibe, auch die Regionaljournale seien eben regionale, nicht lokale Informationssendungen.

Zum Schluss betonte auch Deicher von Hitradio Z die Notwendigkeit der Information und dementierte alle Gerüchte, wonach die dort zurzeit vakante Stelle des Chefredaktors gar nicht mehr besetzt werde. Auch werde die Personalfluktu-  
tion, die bei Hitradio Z anlässlich der Umformierung tatsächlich angestiegen sei, stark aufgebauscht.

Viele Wechsel hätten anderweitige, persönliche Gründe.

**SVP und Bundesrat als Radiokritiker**

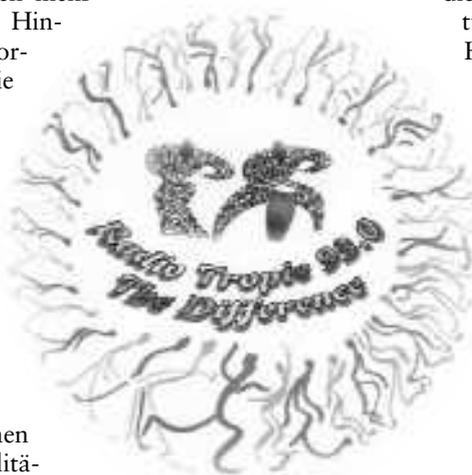
Im Vorfeld der Debatte um die Revision des Radio- und Fernsehgesetzes profilierte sich auch die SVP als Kritikerin des Radio-Einheitsbreis. Sie argumentierte, da mittlerweile nicht nur die meisten privaten Lokalradios, sondern auch DRS 3, beraten von densel-



ben externen Radiofö klanglich kaum mehr der zu unterscheiden ten die Kosten für d staatlichen Störsende der SVP allerdings vorher ein Dorn im eingesparrt werden.

Nun sah sich der o munikator des Lande Leuenberger, in Bean nes nationalrätlicher gezwungen, sich seir sorgt über die Angle DRS 3 an die priva renz» zu zeigen. Und lobte Radio DRS, in «Heavy-Rotation» v reduzieren und keine als zwei Mal pro Tag Auch soll der jewei stock von ab Compu ren Stücken wieder au verdoppelt werden bleibt aber, dass das Plattenarchiv von R: verkauft wurde, das onsintensive Sendeg «Sounds» aus dem Pr nommen wurden und kenntnisreiche Musik die auch Ohren für H abseits vom Mainstr den Sender verliessen

Thom



**Kreditkarten ohne Jahresgebühr!**



SVJ-Mitglieder erhalten die UBS-Kreditkarten Visa und MasterCard gratis.

Nicht nur im ersten Jahr, sondern auch in den Folge-

Dies gilt nicht nur für Einzelkarten, sondern auch für Zweitkarten (Zusatzkarte für Partner und Kombination Visa/MasterCard).

besten gleich im Zentrum an, um die Unterlagen (Tel. 026 347 1