

Radio

Net traurig

Der öffentlich-rechtliche Hörfunk Bayerns startet den ersten deutschen Nachrichtenkanal.

Erst klingt's wie ein Unheil im Hörfunkstudio: Fiepen, Kreischen, Tonsalat. Doch dann mäßigt sich das Radioprogramm mehr und mehr, und schließlich hört es sich fast verständlich an: ... „Wo bleibst denn?“ – „I kumm scho“ – „Wo bleibst denn?“ – „I bin scho' da.“

Der populäre Solo-Dialog des bayerischen Komikers Karl Valentin soll auf das allernueste Vorhaben des Bayerischen Rundfunks aufmerksam machen – auf „Bayern 5 aktuell“, den ersten reinen Informationskanal in Deutschland, der schon vor seinem Start am ersten Mai-Montag als „CNN of Bavaria“ gerühmt (und verhöhnt) worden ist.

Von frühmorgens um sechs bis Mitternacht werden ab dieser Woche viertelstündlich aktualisierte Nachrichten- und Magazinbeiträge auf das Bayernvolk niederkommen (am Wochenende von 7 bis 22 Uhr). Außer ein paar Kenn-Akkorden, sogenannten Jingles, von dem Jazz- und Filmmusiker Klaus Doldinger eigens komponiert, wird nichts Musikalisches den immerwährenden Sprachfluß unterbrechen.

Die Bayern haben den unaufhörlichen Wortschwall ihrem Hörfunkdirektor Udo Reiter zu verdanken – vor allem dessen bescheidenen Französischkenntnissen. Auf einer Frankreichreise vor zwei Jahren brachte ihn das fortwährende Geplapper des Nachrichtensenders „France Info“ – der kaum verständene Inhalt störte beim Nachdenken wenig – auf die Idee, „ob wir so was nicht auch mal machen könnten“.

Auf einer Dienstreise zusammen mit Hörfunk-Chefredakteur Gerhard Friedl und einem Dolmetscher wurden die Impressionen noch vertieft. Reiter: „Wir saßen auf dem Montmartre und haben uns drei Stunden lang in der Sonne ‚France Info‘ angehört.“

Die Hörprobe in Paris fiel zufriedenstellend aus. Nun galt es, Intendanz und Aufsichtsgremien für das Projekt zu gewinnen. „In einer Zeit, in der die Rundfunkanstalten in die Klemme kommen“, stöhnt Reiter noch im nachhinein, sei das „schon ein Kraftakt“ gewesen. Am Ende jedenfalls hatte Reiter die Mehrheit für sich: „Die haben gemerkt, daß da Musik drin ist in der Sache.“

Doch Musik ist ja gerade nicht drin, das neue Programm richtet sich nicht an jugendliche Popfans. Zielgruppe



Hörfunkleiter Reiter, Redaktionschef Aigner
„I bin scho' da“

sind, so Redaktionsleiter Wolfgang Aigner, vielmehr „Opinionleader“ und „Trendsetter“ – kurzum das, „was man eine Elite nennen könnte“. Doch davon gibt es in Bayern, wie auch anderenorts, höchstens zehn Prozent in der Gesamtbevölkerung. Überdies kann der Nachrichtenkanal über das löchrige UKW-Netz vorerst nur die Hälfte des Freistaats beglücken. Die ebenfalls für „B 5“ freigemachte Mittelwellenfrequenz 800 Kilohertz, bisher mit dem biedersten ersten Hörfunkprogramm befrachtet, verhält ohnehin fast ungehört im weißblauen Himmel. Reiter: „Die Mittelwelle wird bei uns gar nimmer g'messen.“

Auch bei „B 5“ kalkulieren die Münchner Medienmacher vorerst mit bescheidenen Zuschauerraten. Reiter: „Drei Prozent sind ja auch schon was.“ Doch so karg soll es nicht lange bleiben. Aigner, der dem Deutschlandfunk Konkurrenz machen soll, der aber mit einem Bruchteil dessen 200-Millionen-Etats auskommen muß, will die Gratisressourcen seiner Anstalt aktivieren: „Wir haben 70 bis 80 Korrespondenten in aller Welt – mehr als die BBC.“

Direktor Reiter hält sein neues Programm schon jetzt für „extrem satellitentragtig“. Weil aber der deutsche „Kopernikus“ schon ausgebucht ist, will der Nachrichtensender auf einen Platz auf dem Luxemburger Direktstrahler „Astra 1C“ warten. Das kann dauern.

Reiter: „Der muß erst noch aufgeschossen werden.“

Dann aber, Reiter rechnet mit Mitte nächsten Jahres, wird der Freistaatsender halb Europa bestreichen – „von Kopenhagen bis Florenz und von Straßburg bis Warschau“ (Reiter). Der Direktor hält dies für einen „Schritt in die Hörfunkzukunft“.

Wie aller Fortschritt birgt aber auch dieser allerlei retardierende Momente: Satellitenfunk kann über Autoradios und tragbare Geräte nicht empfangen werden – die mobile „B 5“-Klientel wird ausgeblendet. Auch die technische Potenz für Stereo und hochkarätige Digitalqualität, die ein Satellit bietet, scheint für einen reinen Wortsender etwas überdimensioniert. Außerdem verliert Radio München dann alle Werbeeinnahmen – laut Rundfunkstaatsvertrag ist Reklame via Satellit nicht erlaubt.

Die täglich 18 Minuten Werbezeit sind „glänzend

weggegangen“ (Reiter), für ein ganzes Jahr ist das Kontingent schon ausgebucht. Und diese Einnahmen decken immerhin rund ein Fünftel des Jahresetats von zehn Millionen Mark. Reiter wäre aber über den Verlust „net traurig“, jedenfalls „wenn man's über höhere Gebühren ausgleichen kann“.

Denn den Münchnern geht es ja darum, „wirklich zu zeigen, was man mit so einer Welle machen kann“. Die weißblauen Nachrichten sollen laut Reiter „für Hamburger genauso interessant sein wie für Münchner“. Und doch klingen seine Prognosen ungewollt sibyllinisch: „Wenn Sie den Sender a Viertelstunde g'hört hab'n, wissen Sie Bescheid.“

Nur der Startzeitpunkt, mitten in das nachrichtenarme Sommerloch hinein – den Tag der Arbeit am 1. Mai hatten die Münchner bewußt gemieden –, liegt dem Neuerer im Magen: „Der Bush hätte doch mit seinem Golfkrieg noch warten können – das wäre für uns das Richtige gewesen für den Anfang.“

Anders als im wirklichen Leben sind die Münchner Wort-Experimente im Fall des Scheiterns ausdrücklich „rückholbar“. Sollte „B 5“ dann wieder ausgeschaltet werden, dann würde immerhin einem anderen Reklamespot von Karl Valentin halbwegs der Boden entzogen: „So was erfinden's, aber für'n Katarrh haben's noch nix erfunden.“ ◀