

ansässig ist.

Der Sender wird – von der Postverwaltung – auf der im Süden des Ortes gelegenen Riffelalp errichtet. Dort stehen schon jetzt die Umsetzer, die das Tal seit längerem drahtlos mit dem 1. und 2. und demnächst auch mit dem neuen 3. SRG-Rundfunkprogramm sowie mit den Schweizer, deutschen (!) und österreichischen (!) Fernsehprogrammen versorgen. Gesendet werden soll auf der Frequenz 96,0 MHz mit 50 Watt. (Die SKG-Umsetzer arbeiten mit 27 Watt.) Da die Sendungen jedoch in Stereo erfolgen sollen, befürchtet man bei Radio Matterhorn, daß die genehmigte Sendestärke zu schwach sein wird, um einwandfreien Stereoempfang zu ermöglichen.

Das Sendestudio ist schon komplett fertig. Es liegt, von außen nicht wahrnehmbar, an der Zermatter Bahnhofstraße, gegenüber dem Hotel Walliser Hof, im zweiten Obergeschoß und umfaßt nur zwei Räume: Das supermoderne technische Sendestudio und einen Vorraum mit Tisch und Mikrofonen, wo Interviews gemacht werden sollen. Hier steht in einer Vitrine auch eine Sammlung hochinteressanter Uralt-Radios, darunter das erste in Zermatt betriebene Radio aus dem Jahre 1924, das ein Vorfahr von Stephan Perren selbst gebaut hat.

Radio Matterhorn wird nicht nur das erste, sondern nach dem Ausscheiden von Radio Savognin auch das einzige Tourismus-Radio der Schweiz sein. Für einen Tourismusort der Weltklasse wie Zermatt ist der Sender ein wichtiger Faktor, weshalb sich auch die Gemeinde unterstützend an dem Projekt beteiligt.

Vorgesehen sind morgens um 08.00 und nachmittags um 18.00 Uhr Einstundensendungen, die sich unmittelbar an die Gäste wenden und sie mit Informationen zum Kur- und Sportbetrieb versorgen. Tagsüber sind sowohl Nonstop-Musikprogramme als auch Programme in Walliser Dialekt zu erwarten, einer deutschen Mundart, die selbst von Nicht-Walliser Schweizern nur notdürftig verstanden wird.

Finanziert werden soll das Ganze aus Werbedurchsagen, wobei man vornehmlich mit örtlichen und multinationalen Anbietern rechnet, weniger mit rein schweizerischen.

Ganz allgemein rechnet die Arbeitsgruppe Neue Medien im Schweizer Tourismus im Zusammenhang mit den neuen Schweizer Lokalradios mit Sendebühnen zwischen 120 und 405 Franken für 15 Sekunden Sendezeit. Hierzu kämen dann noch die Kosten für die Produktion der Werbespots selbst.

VERDRAHTET – ENTDRAHTET

Einem ganz besonderen technischen Problem sah sich Radio Matterhorn gegenüber, wie es in dieser Form wohl nirgendwo in der Welt vorkommen dürfte. Auf der einen Seite will man drahtlos,

also nicht über Kabel senden. Auf der anderen Seite ist die große Gruppe von Hörern, an die man sich in erster Linie wenden will, die Kurgäste nämlich, kaum drahtlos zu erreichen. Denn im Laufe der vergangenen zwei Jahrzehnte haben die Zermatter Hoteliers mit Fleiß jedes Hotelzimmer mit einem Schweizer Rundspruchgerät – wir würden sagen: Drahtfunk – ausgestattet, mit dessen sechs Tasten man über Kabel herangeführte, zentral aufgenommene Programme wählen kann.

VON RIESEN UND ZWERGEN

Wenn man Gelegenheit gehabt hat, Lokalradios nicht nur zu hören, sondern auch zu besuchen, drängt sich einem unwillkürlich die Frage auf, zu welchem Zweck in unseren Landeshauptstädten Rundfunkgebäude errichtet werden, die teilweise in Hochhäusern, hunderte von Räumen aufweisen, in denen jeweils eine oder mehrere Personen dafür sorgen, daß

Aus Züri-Woche

40 wollen in Zürich in die Luft

Endspurt im Wettlauf um Lokalradio-Konzessionen

Donnerstag, der 30. September, ist ein wichtiger Tag in der Geschichte des schweizerischen Medienwesens. Die Eingabefrist für Konzessionsgesuche privater Lokalradio-Veranstalter läuft ab. Allein in Zürich sind etwa vierzig Konzessionsgesuche im Gespräch. Die aussichtsreichsten sind «Radio Z» (Wirtschaftsförderung), «Radio 24» (Schawinski), «Züri Welle» (Verlegerradio) und «Alternativ-Radio Zürich» (Linkskreise).

Seit der Bundesrat am 7. Juni die «Verordnung über lokale Rundfunk-Versuche» (RVO) verabschiedet hat, sind Anwärter mit völlig verschiedenen Motiven und unterschiedlichem Hintergrund ans Werk gegangen:

- Zeitungsverleger, die den Anschluss an das neue Medium nicht verpassen möchten;
- Werbefirmen mit Appetit auf einen Teil des erhofften Werbekuchens, für den gesamtschweizerisch Schätzungen zwischen 30 und 100 Millionen kolportiert werden; in Zürich dürfte es bei etwa acht Millionen bleiben;
- Gemeinde-, Stadt- und Kantonsregierungen mit dem heissen Wunsch auf den direkten Zugang zu den (bisher nicht immer heiss geliebten) elektronischen Medien;
- Radio- und andere Fans, die mit dem neuen Medium aus weltanschaulichen oder politischen Gründen experimentieren wollen

– oder einfach aus Spass an der Freude.

Aber auch Aussteiger hat es schon gegeben. So platze nach dem «Züri Leu»-Handel vom vergangenen Frühjahr endgültig eine Koalition von Zürcher Verlegern, die ein «Radio Üetli» auf die Beine stellen wollten; die «Züri Welle», an der auch die «Züri Woche» beteiligt ist, will die Idee des Verlegerradios hochhalten. Und die Mitgliederversammlung der SRG-Trägerschaft «Radio- und Fernsehgenossenschaft Zürich» (RFZ) zerfertzte Pläne ihres Vorstandes, gleichzeitig als Konkurrenz zur SRG aufzutreten, in der Luft.

Trotzdem bleibt die bevölkerungsreiche Region Zürich ein beliebtes Zielgebiet. *Reto Mülhaupt*, Mitarbeiter im Radio- und Fernsehdienst des Eidgenössischen Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement (EVED), sagt warum: «Die RVO begrenzt das Sendegebiet auf einen Kreis mit zehn Kilometern Radius; darin leben in und um Zürich 600 000 Menschen.» Über die Zahl der Gesuche aus Zürich wuste er allerdings zwei Tage vor Torschluss noch nichts Genaues: «Es kommen täglich noch neue; aber die Zahl von vierzig ist schon verschiedentlich genannt worden.»

Georges Müller

Die «Züri Welle»

Fristgerecht haben die in der ZÜRI WELLE AG verbundenen Zürcher Zeitungsverleger ihr Konzessionsgesuch für das Lokalradio ZÜRI WELLE beim Eidgenössischen Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement eingereicht. Als Gründerpartner sind heute dabei: die Regional- und Lokalzeitungen «Der Zürcher Unterländer», «Neues Bülacher Tagblatt», «Die Vorstadt», «Wiediker Post» und «Der Högger», die zusammen eine Grosse Auflage von etwa 150 000 Exemplaren erreichen; sodann die «Züri Woche» (Auflage 330 000). Mitbeteiligt ist auch der «Schweizerische Beobachter» (Auflage 471 000), der bei der ZÜRI WELLE vor allem den Bereich der Lebenshilfe betreuen wird. Im Sinne einer echten Partnerschaft sind wichtige Entscheide – zum Beispiel Wahl des Chefredaktors, Festlegung der Pro-

gramm- und Werbegrundsätze – unabhängig von der Höhe der Beteiligung allein dem Mehrheitsentscheid des Verwaltungsrates vorbehalten, in dem jeder beteiligte Verlag Einsitz hat.

Die Verleger sind davon überzeugt, dass eine Konzessionerteilung an die ZÜRI WELLE aus föderalistischen, staats- und pressepolitischen Gründen sinnvoll, ja geradezu zwingend erscheint. Verleger und Redaktoren, die sich bis jetzt im scharfen Wettbewerb behauptet haben, bringen gute professionelle Voraussetzungen für die Gestaltung des neuen Mediums mit. Dazu kommt, dass das Lokalradio möglicherweise den wirtschaftlichen Grundlagen der Zeitungsverlage Schaden zufügen wird, so dass es nicht mehr als recht und billig ist, dass die direkt Betroffenen Gelegenheit erhalten sollen, sich an Lokalradio-Versuchen zu beteiligen.