

R.W. rel

SCHWEIZER RADIO
INTERNATIONAL
IN DEN 90ER JAHREN



I N H A L T :

1. Teil:	ENTWICKLUNG UND UMFELD DES INTERNATIONALEN RADIOS	
	1. Erfolgreiche Vergangenheit	Seite 3
	2. Neue Wege: Diversifikation, Austausch, Kooperation	Seite 3
	3. Das Publikum: vom passiven Hörer zum selektiven Konsumenten	Seite 4
	4. Die Technik: Chaos auf Kurzwellen - modernste Empfänger	Seite 4
	5. Das helvetische Umfeld: geringe Akzeptanz für SRI-Bedürfnisse	Seite 5
2. Teil:	SCHWEIZER RADIO INTERNATIONAL HEUTE	
	1. Auftrag	Seite 6
	2. Angebotskonzept	Seite 6
	3. Verbreitungskonzept	Seite 7
3. Teil:	SCHWEIZER RADIO INTERNATIONAL MORGEN	
	1. Auftrag	Seite 8
	2. Unternehmensstrategie	Seite 8
	3. Produktstrategie	Seite 8
	4. Distributionsstrategie	Seite 9
	5. Leistungskonzept	Seite 9
	6. Angebotsgestaltung	Seite 11
	7. Organisation	Seite 12
	8. Personal	Seite 13
	9. Technik	Seite 13
	10. Finanzierung	Seite 13

EINFÜHRUNG

SRI's Auftrag, seine Existenzberechtigung, umfasst die Verbindung zu den Schweizern im Ausland, die Förderung der schweizerischen Präsenz in der Welt und einen Beitrag zur internationalen Verständigung. Es ist der Auftrag eines demokratisch, neutralen und weltoffenen Staates an eine unabhängige, nach journalistischen Grundsätzen arbeitende Radiostation. Auf dieser Basis konzipierte SRI bis anhin seine Leistungen, formulierte es seine Bedürfnisse und gestaltete es seine Beziehungen nach aussen auf allen Ebenen. Auf derselben Basis gedenkt SRI seine Zukunft aufzubauen.

SRI versteht sich auch als Teil der SRG, einer Organisation mit einer komplexen Vergangenheit als faktischer Monopolbetrieb und heute noch komplexeren Verhältnissen als öffentlicher Dienst in einer weltweit vernetzten Kommunikationsgesellschaft. Diese SRG hat sich zum Ziel gesetzt, sich im Spannungsfeld zwischen Markt und Auftrag dynamisch zu entwickeln und zu bewähren. SRI ist fest entschlossen, sich diese Philosophie des "Public Service" im Rahmen seines spezifischen Auftrages zu eigen zu machen.

SRI setzte sich in den letzten Jahren in zwei Hauptphasen eingehend mit der Zukunft des internationalen Radios und seiner eigenen spezifischen Rolle auseinander. Der aus einer ersten Studie ("Horizont 1985") resultierende strategische Ansatz war: klare Abgrenzung zwischen einem interkontinentalen und einem europäischen Programm auf Kurzwelle, Diversifikation von Produktion und Verbreitung, Systematisierung von Austausch und Kooperation, Einbezug neuer Technologien ins Leistungskonzept.

Der zweite, entscheidende Schritt galt der Suche nach dem richtigen Weg durch die 90er Jahre zu einer sinnvollen Integration in die Medienlandschaft des kommenden Jahrhunderts. In Seminarien unter dem Titel "Morgen 2001" stellte SRI nicht nur sich selber in Frage, sondern das klassische internationale Radio schlechthin. Angesichts der fortschreitenden Oeffnung im Osten und der exponentiell wachsenden Internationalisierung technisch modernster Kommunikation waren Zweifel durchaus berechtigt. Mit seinen Fragen befand sich SRI in bester Gesellschaft mit internationalen Radiostationen aller Grössenordnungen in der westlichen Welt. Auch in den Antworten fand es eine grundsätzliche Uebereinstimmung:

Die Kommunikation von morgen ist eine kooperative Auseinandersetzung mit einer komplexen Umwelt, und das internationale Radio kann sich und erfolgreich daran beteiligen. Was nottut, ist eine neue Einstellung der internationalen Medien zu ihrem Publikum, ein neuer Weg. Für SRI ist es die Einstellung eines Dienstleistungsunternehmens, und sein künftiger Weg ist jener, der unter Beachtung von Markt und Auftrag zum Publikum führt.

*

*

*

ENTWICKLUNG UND UMFELD

1. Erfolgreiche Vergangenheit

Während mehr als fünf Jahrzehnten, seit 1935, ging SRI den Weg des klassischen internationalen Radios. Angebot und Verbreitung entwickelten sich schrittweise nach den Wettbewerbsgesetzen relativ homogener Gruppen von Kurzwellenstationen sowie nach etablierten Polaritäten Ost/West und Nord/Süd. Innerhalb dieses Gefüges genoss SRI die Vorzüge von Goodwill, Wohlstand und Neutralität der Schweiz und nicht zuletzt einer weitestgehenden Unabhängigkeit von der Regierung.

SRI erlebte eine erste Blütezeit während des Zweiten Weltkrieges, gewann als zuverlässige und unabhängige Quelle Anerkennung in nachfolgenden Zeiten von Krisen und Spannungen und erwarb als unaufdringlicher Interpret des Weltgeschehens grosses Ansehen in Entwicklungsländern und neu entstandenen Staaten. Es wurde von seinen Konkurrenten ebenso geschätzt und respektiert wie von namhaften Nutzern in Politik, Wirtschaft und Kultur.

In den siebziger Jahren kollidierte das internationale Radio ernstlich mit dem neuen Mittel der Globalisierung, dem Satelliten-Fernsehen. Ein gewaltiger Entwicklungssprung in der Kurzwellen-Empfangstechnik vermochte den neuen Konkurrenzdruck einigermaßen auszugleichen. Mehr noch: Dem Wissen zum Trotz, dass die gesellschaftliche und politische Entwicklung der klassischen Rolle des Kurzwellenradios zuwiderlief, vermehrten die "Grossen" im Aether ihr Angebot und erhöhten ihre Sendeleistung. SRI stellte sich indessen bereits auf neue Angebote ein und begann mit der systematischen Produktion von Programmen für die Verbreitung durch Dritte, konzentrierte seine täglichen Sendungen auf aktuelle Berichterstattung und legte die Priorität auf geschlossene Gesellschaften und Entwicklungsländer.

In den achtziger Jahren vermochte der traditionelle Kurzwellenrundfunk dem Druck einer sich mehr und mehr strukturierenden neuen Form der weltweiten Kommunikation nicht mehr standzuhalten. Kaum eine Station in der westlichen Welt, die sich nicht ernsthaft mit neuen Strategien auseinandergesetzt hätte, kaum eine Regierung, die nicht erwogen hätte, ihre Medienpräsenz in der Welt nach neuen Kriterien zu bewerten und neu zu organisieren. Zeit auch für SRI, seinen Weg ins neue Jahrhundert zu skizzieren.

2. Neue Wege: Diversifikation, Austausch, Kooperation

In den letzten Jahren verlagerte sich der Wettbewerb beim internationalen Radio vom langjährigen Kampf im Aether auf ein marktorientiertes Konkurrenzverhalten. An diesem Run auf die Hörergunst in fernen Ländern beteiligen sich nicht nur die traditionellen Kurzwellenstationen, sondern auch nationale, regionale, ja sogar lokale Stationen, und zwar öffentlich-rechtliche und private gleichermassen. Bezeichnend für diese

Entwicklung sind Kooperationsabkommen zwischen BBC, Deutsche Welle und osteuropäischen Stationen, spontane Operationen französischer kommerzieller Lokalradios in Rumänien, Polen und der UdSSR, aber auch die Einspeisung der Voice of America in private Kabelnetze, die Uebernahme von SRI-Programme durch US-Kabelnetze, usw. Das traditionelle internationale Radio als Mittel des kalten Krieges, der politisch motivierten Penetration in geschlossene Gesellschaften und des Kulturkolonialismus in den Entwicklungsländern gehört der Vergangenheit an.

3. Das Publikum: vom passiven Hörer zum selektiven Konsumenten

Ueber Jahrzehnte hinweg scharten sich treue Hörschaften um die internationalen Radiostationen; aus Interesse am Senderland, aus schlichter Notwendigkeit, aus Freude am Kontakt zu einer sonst kaum erreichbaren Welt. Noch heute hat SRI zahlreiche Stammhörer aus dem Zweiten Weltkrieg, in den USA ebenso wie in West- und Osteuropa.

Seit den siebziger Jahren haben sich die Nutzergewohnheiten vor allem unter dem Einfluss der wachsenden Medienvielfalt erheblich gewandelt.

Umfragen von SRI und anderer Stationen zeigen deutlich, dass eine starke Segmentierung der Hörschaften im Gang ist. Die Internationalisierung der TV-Berichterstattung vedrängt das internationale Radio aus einer ehemals fast monopolhaften Rolle als Quelle internationaler Nachrichten. Aus Umfragen von SRI geht hervor, dass seine Hörer in der industrialisierten Welt vor allem an Informationen über die Schweiz selber und an Meinungen der Schweiz zum Weltgeschehen interessiert sind. Sie verlangen mehr spezifische Programme vor allem zu Wissenschaft und Forschung, Mensch und Umwelt, Wirtschaft und Kultur. Politik hat an Stellenwert verloren, soweit sie nicht analytisch behandelt wird.

Die Medienflut der westlichen Welt schwappt mehr und mehr über die Grenzen der Entwicklungsländer und der geschlossenen Gesellschaften und bewirkt hier ebenfalls eine Segmentierung der Interessen. Zwar ist der Wunsch nach zuverlässiger internationaler Berichterstattung via Kurzwellen nach wie vor beachtlich, aber das wachsende Selbstbewusstsein der "Dritten Welt" und die unaufhaltsame weltweite Demokratisierung der Information führen zu einem raschen Wandel des Verhältnisses dieser Hörer zum internationalen Radio. Die Nutzer sind weniger denn je gutgläubige und wohlwollende Empfänger, sondern kritische, ja gar fordernde Konsumenten.

4. Die Technik: Chaos auf Kurzwellen - modernste Empfänger

Rund 30'000 tägliche Sendestunden auf Kurzwelle. Das ist die Ausgangssituation der Kurzwellen-Planer der Internationalen Fernmelde-Union. 1935 begann SRI mit einem Sender zu 25 kW. Heute sind 500 kW pro Sender internationaler Standard. Zwei Drittel aller Länder sind heute auf Kurzwellen vertreten und verlangen insgesamt mehr als doppelt soviele Frequenzen als überhaupt zweckmässig genutzt werden können. Fortschrittlichere Sendetechniken (z.B. SSB-Verfahren, d.h. Einseitenband-Mo-

dulation) könnten zur Beseitigung des Chaos beitragen, setzen sich aber nur mühsam durch. Wesentlich besser sieht es auf der empfangstechnischen Seite aus. In den siebziger und achtziger Jahren wurden die KW-Geräte immer kleiner und leistungsfähiger und ermöglichten einen standortunabhängigen mobilen Empfang. Die Erhebungen von SRI bei Schweizer Auslandsreisenden belegen eindeutig, dass internationales Radio unterwegs häufiger denn je als Informationbrücke zur Heimat genutzt wird. Kurzwellengeräte sind in allen Teilen der Welt je nach Anforderungen an Komfort recht preisgünstig und daher auch den ärmeren Bevölkerungsschichten in den Entwicklungsländern zugänglich. Seit 1980 hat der KW-Gerätebesitz in der ganzen Welt, auch in der "Dritten Welt", wesentlich stärker zugenommen als die Bevölkerung. Die Prognosen der BBC sehen bis zum Jahr 2000 eine überdurchschnittliche Zuwachsrate vor allem in Lateinamerika, in Ostasien und in Osteuropa. Für den indischen Subkontinent und für Afrika sagt die BBC ein sehr geringes Wachstum voraus.

5. Das helvetische Umfeld: geringe Akzeptanz für SRI-Bedürfnisse

Die Anerkennung der internationalen Radiostationen stand stets im Widerspruch zu eher geringer Bekanntheit und Wertschätzung im eigenen Land, ein Umstand, der schicksalhaft mit diesem Medium verbunden ist. Selbst der Auslandsdienst der BBC, weltweit jedermann ein Begriff, macht da keine Ausnahme.

SRI lebt seit Jahren im Spannungsfeld zwischen Anerkennung seines Auftrags und Ablehnung der erforderlichen Mittel. Nach langen Auseinandersetzungen ist heute das Problem der Finanzierung weitgehend geregelt. Grösste Sorgen bereitet die mangelnde Akzeptanz gegenüber den Kurzwellensendern im eigenen Land. Seit Mitte der siebziger Jahre wartet SRI auf neue Sendeanlagen und verliert inzwischen an Konkurrenzfähigkeit. Durch den Betrieb von Relais im Ausland verbessert sich zwar die Empfangssituation, vermindert sich aber die sendetechnische Autonomie. SRI sah darin bis heute eine wesentliche Voraussetzung für seine Glaubwürdigkeit als schweizerische Quelle. Andererseits ist nicht zu bestreiten, dass die Möglichkeiten eines kleinen Landes, bei der Eskalation der Sendeleistungen mit den "Grossen" gleichzuziehen, sehr begrenzt sind. Die gezielte Diversifikation der Leistung von SRI und die damit verbundene Diversifikation der Verbreitungsmittel kann das Problem entschärfen, aber nicht gänzlich lösen.

*

*

*

SCHWEIZER RADIO INTERNATIONAL HEUTE

1. Sein Auftrag

Gemäss Konzession des Bundesrates an die SRG und Bundeserlass vom Jahre 1985 über das "schweizerische Kurzwellenradio" soll SRI

- * die Bindungen zwischen den Schweizern im Ausland enger gestalten
- * die Geltung der Schweiz im Ausland fördern
- * zur internationalen Verständigung beitragen

2. Sein Angebotskonzept

2.1. Sprachen

- offizielle Schweizer Landessprachen und wichtigste internationale Verkehrssprachen, d.h.:

DEUTSCH, FRANZÖSISCH, ITALIENISCH, ENGLISCH, SPANISCH, ARABISCH, PORTUGIESISCH

- vierte schweizerische Landessprache im Sinne einer speziellen Dienstleistung
- Esperanto als Beitrag zur internationalen Verständigung

2.2. Programm:

- internationale Nachrichten, schweizerische Meinungen zum Weltgeschehen, mosaikhafte Darstellung der Schweiz in allen Bereichen
- spezielle Dienstleistungen für Schweizer im Ausland und Ausländer in der Schweiz
- Spezialprogramme über die Schweiz für englisch- und spanischsprachige Radiostationen
- TV-News für das amerikanische "Cable News Network CNN"
- englischsprachige Nachrichten für die schweizerische Teletext-AG
- Programme in englischer, spanischer, arabischer und portugiesischer Sprache für den schweiz. Telefonrundspruch

- Spezialprogramme für das "Inflight Entertainment" der SWISSAIR
- Musik-Kassetten für die Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland (KOKO)

- 2.3. Zielpublika:
- Erwachsene mittlerer und oberer Schichten mit Interesse an internationaler Berichterstattung, Meinungen aus der Schweiz und Berichten über die Schweiz
 - alle Schweizer im Ausland

3. Sein Verbreitungskonzept

- 3.1. Zielgebiete:
- weltweit für die Grundversorgung der Schweizer im Ausland
 - Afrika, Südostasien und Lateinamerika für die Versorgung von Entwicklungsländern und geschlossenen Gesellschaften
 - aussereuropäische Länder für die Förderung der schweizerischen Präsenz

3.2. Verbreitungsmittel:

- Kurzwellen:
- Richtstrahlsender in Schwarzenburg und Sotten sowie Relais in Gabun, China und Brasilien für aussereuropäische Gebiete
 - Rundstrahler in Sarnen, Lenk und Bero Münster für Europa

- andere Formen:
- Kabelnetz der amerikanischen Gesellschaft C-Span für USA (Uebernahme des Kurzwellen-Signals)
 - Kabelnetz der schweizerischen PTT für den schweizerischen "Telefonrundspruch"
 - schweizerische TV-Sender für die Verbreitung im Teletext-System
 - Sender von Drittstationen für die Verbreitung der Transkriptionen

SCHWEIZER RADIO INTERNATIONAL MORGEN

1. Sein Auftrag

Aller Voraussicht nach wird der Auftrag, wie er heute in der Konzession und im Bundeserlass vom Jahre 1985 enthalten ist, Bestandteil des Radio-Fernseh-Gesetzes.

Schweizer Radio International wird diesen Auftrag in all seinen Teilaspekten sowohl nach den Grundsätzen eines unabhängigen Medienunternehmens als auch im Geiste einer neutralen, pluralistischen und weltoffenen Schweiz interpretieren.

2. Seine Unternehmensstrategie

Schweizer Radio International wählt einen publikumsorientierten Weg unter Beachtung von Markt und Auftrag. Es...

- * diversifiziert Art, Umfang und Verbreitung seiner Leistungen entsprechend der effektiven Nachfrage bzw. seines spezifischen Auftrages
- * garantiert den Schweizern im Ausland eine aktuelle Grundversorgung
- * steht einem internationalen Publikum mit einer schweizerischen Interpretation des Weltgeschehens zur Verfügung
- * leistet einen spezifischen eigenen Beitrag zur Förderung der Präsenz der Schweiz im Ausland
- * unterstützt andere Schweizer Stellen und Organisationen der Präsenzförderungen in gezielter Zusammenarbeit
- * konzentriert sich im Bereich der internationalen Verständigung auf universelle Kooperation

3. Seine Produkte-Strategie

Schweizer Radio International...

- * konzentriert seine Kapazitäten auf Kreativität, Originalität und Exklusivität
- * produziert qualitätsbewusst

*zunehmende
Bedeutung!*

- SR
- * arbeitet in erster Linie in den Schweizer Sprachen und in Englisch und setzt andere Sprachen flexibel ein
 - * nutzt alle im Rahmen des Auftrags möglichen Leistungsformen für alle Bereiche der Kommunikation
 - * fördert auf allen Stufen der journalistischen Leistung Selbstständigkeit und flexible Kooperation mit anderen Medien
 - * passt sich dem Markt durch modulare Produktion an

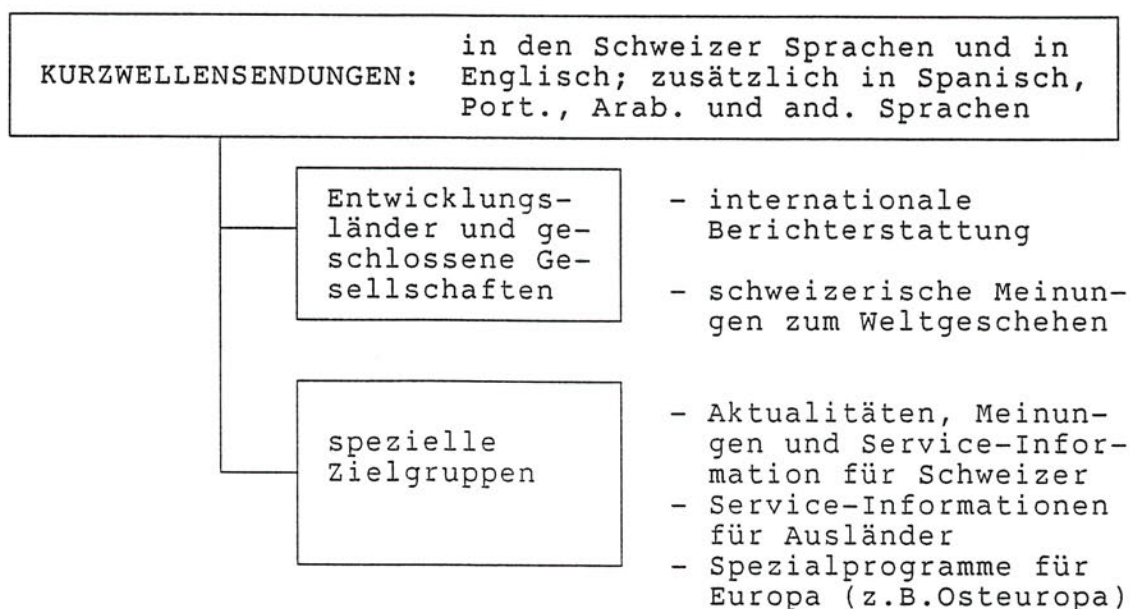
4. Seine Distributionsstrategie

Schweizer Radio International

- * nutzt die Kurzwelle primär für die Verbindung mit den Schweizern im Ausland, den Zugang zu geschlossenen Gesellschaften und die Versorgung der Entwicklungsländer
- * setzt, wo immer sinnvoll, zur Ergänzung der Kurzwelle Relais in den Zielgebieten oder in der Nähe derselben ein
- * nimmt jede Möglichkeit der direkten Verbreitung via Satellit, Kabel und Datenkanäle wahr
- * strebt bei der indirekten Verbreitung eine optimale Kombination von Trägern (Band, Platte, CD, etc.) und Uebertragungsmitteln (Post, Telekommunikation) an

5. Sein Leistungskonzept

A. Direktsendungen



SATELLITEN: in den Schweizer Sprachen und in Englisch

primär Europa

- internat. Volksmusik
- Wirtschaft, Wissenschaft, Tourismus und Kultur
- Service-Information für Schweizer

ANDERE KANÄLE: Sprachen gemäss Nachfrage, im Prinzip DFI, EN/SP/AR/PO

weltweit

- Angebote im Prinzip gemäss Nachfrage

B. INDIREKTE VERBREITUNG: in den Schweizer Sprachen sowie in Engl., Span., Port., Arabisch und nach Bedarf in and. Sprachen

Radiostationen, Kabelnetze, multimediale Bereiche, SWISSAIR, KOKO, etc.

- Musik- und Wortbeiträge aus der Schweiz und im Zusammenhang mit der Schweiz
- Programme für Schweizer im Ausland

Text- und Datenverbreitungsnetze

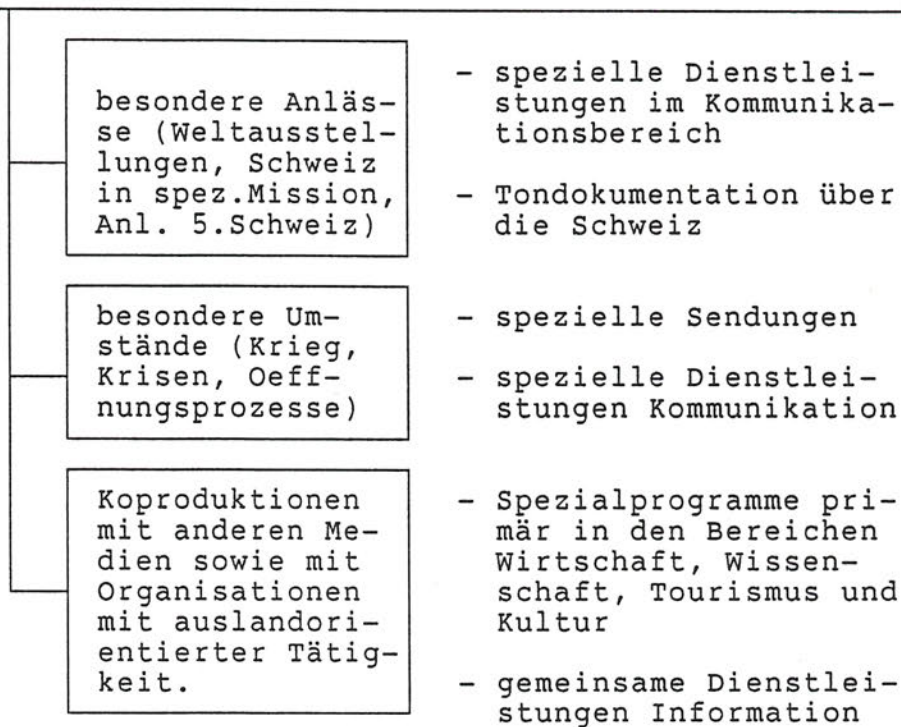
- Nachrichten, Pressesche Service-Information für Schweizer im Ausland

TV-Netze wie CNN, "Travel Channel", "Euro-TV"

- "Swiss TV Mix" auf der Basis der SRG-Produktion (primär in englischer Sprache)

behalten/Abstrahlung

C. FLEXIBLE PRODUKTION: Sprachen nach Bedarf, im Prinzip DFI, EN/SP/AR/PO

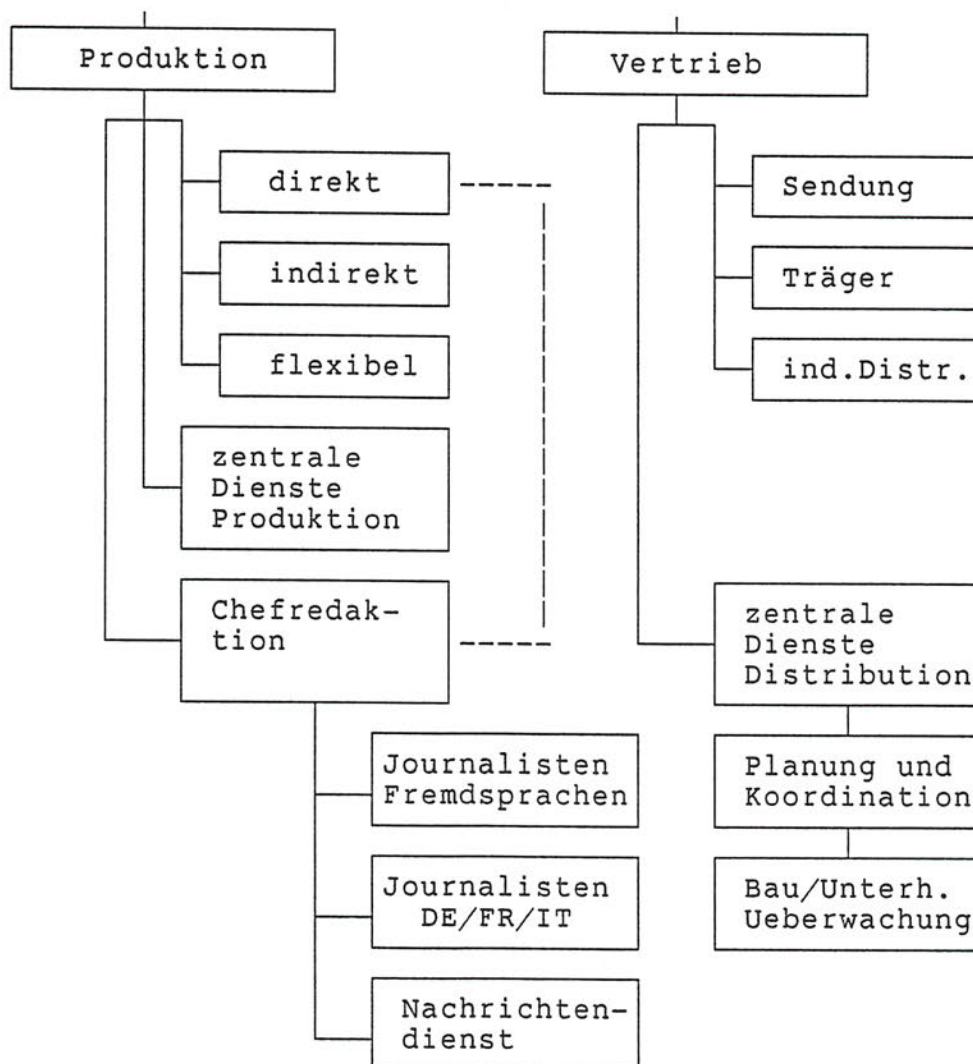


6. Angebotsgestaltung

Das Angebot wird nach folgenden Kriterien gestaltet:

- * konkurrenzfähige Form und Präsentation der hörbaren (Radioprogramme) und sichtbaren Leistungen (TV, Texte, Gestaltung von Trägern)
- * zweifelfreie schweizerische Charakterisierung
- * modulare Produktion (in sich geschlossene Elemente von standardisierter Dauer)
- * Basis-Module von 15 Minuten für Direktsendungen auf Kurzwelle
- * Angebote auf Träger (Band, Platte, CD, etc.) nach den Anforderungen des Marktes bzw. nach internationalen Normen

7. Organisation



Die "zentralen Dienste Produktion" koordinieren im Produktionsbereich Anlässe, Mittel, Wege und Abläufe. Sie sind zuständig für die Archivierung von Ton, Text, Daten und Bild für Produktionszwecke.

Die "zentralen Dienste Distribution" koordinieren Abläufe in den Bereichen Sendung, Aufzeichnung, Uebertragung und Verbreitung (inkl. Spedition der Tonträger). Sie befassen sich mit Einkauf und Unterhalt von Gerätschaften sowie mit Planung, Kontrolle, Ueberwachung und Schutz im Betrieb.

8. Zum Personal

SRI setzt sich für personalpolitische Flexibilität im Interesse eines optimalen Verhältnisses zwischen Aufwand und Ertrag ein. Es trägt dem internationalen Charakter seiner Belegschaft in allen Bereichen seiner Tätigkeit angemessen Rechnung.

9. Zu den technischen Bedürfnissen

Kurzwellensender sind bis auf weiteres das wichtigste Instrumentarium für Direktsendungen. SRI wird sich daher auch in den 90er Jahren mit allem Nachdruck für die Bereitstellung eines angemessenen Potentials einsetzen. Insbesondere wird es auf der Gewährleistung einer möglichst grossen Sendeaufonomie beharren, soweit diese von programmpolitischer Bedeutung ist.

Was den Einsatz technischer Mittel für die diversifizierte Produktion, Uebertragung und Verbreitung betrifft, strebt SRI die Nutzung zeitgemässer Technologien und eine enge Zusammenarbeit mit den technischen Instanzen von PTT und SRG an.

10. Zur Finanzierung

SRI geht vom heutigen Finanzierungsrahmen aus, und zwar ungeachtet der prozentualen Aufteilung der Kosten auf Bund und SRG. Es strebt einen möglichst wirtschaftlichen und gleichzeitig flexiblen Einsatz der Mittel an.

SRI will...

- * unverzichtbare Dienstleistungen im Rahmen seines Auftrages so kostengünstig wie möglich erbringen (z.B. Kurzwellensendungen, Programme für "Ethnic Stations", Service-Programme für Schweizer Touristen, etc.)
- * bei Leistungen für die Verbreitung durch Dritte eine von Fall zu Fall angemessene Kostenbeteiligung der Nutzer erreichen (z.B. Musik-Transkriptionen und Dokumentarserien für kommerzielle Stationen)
- * sich so flexibel wie möglich finanziell an partnerschaftlichen Produktionen im Rahmen seines Auftrags beteiligen

12.4.90 - Fk