

Objekt: FILM SOUND & MEDIA
Ausgabe: Juni 2012
Ressort: Kolumne „Grob Gröber Gröbchen“
Autor: Walter Gröbchen
Länge: 3000 Zeichen

Trost & Rat

**Der ORF sucht seit Jahren „Einsparungspotential“. Und wird
zuvorderst – leider – bei engagierten MitarbeiterInnen fündig.
Dabei liegt das wahre Potential ganz woanders. In den Bereichen
Stil, Respekt, Stars und Sendeflächen für lokale Musik nämlich.
Willkommen in Wulkaprodersdorf!, sagt WALTER GRÖBCHEN.**

Stellen Sie sich vor – die Macht der Phantasie lässt solche Kapriolen dankenswerterweise zu –, Sie werden Programmdirektor eines Radiosenders. Sagen wir mal: in Wulkaprodersdorf. Ihr kleiner, feiner Radiosender trägt also naheliegenderweise den Namen „Radio Wulkaprodersdorf“. Es gibt einige Konkurrenten in Ihrem Gebiet, kleine, lästige, private Konkurrenten, aber so ist das nun mal in der Radiolandschaft. Seit Mitte der neunziger Jahre schon, als Österreich – als eines der allerletzten Länder Europas – quasi jedem dahergelaufenen Medienunternehmer erlaubte, sich ebenfalls zum Programmchef eines Radiosenders aufzuschwingen. Allerdings nur, wenn er oder sie denn auch eigenes Geld in die Hand nahm und in den Aufbau, die Marke, die Belegschaft und das Programm investierte.

Sie selbst sind da in einer unvergleichlich besseren Situation. Radio Wulkaprodersdorf firmiert nämlich, kraft der Tradition und Gesetzeslage des Landes, als „öffentlich-rechtlicher“ Sender. Die Hörerinnen und Hörer Ihres Senders bezahlen Sie und Ihre MitarbeiterInnen durch die Überweisung eines monatlichen Programmentgelts – in durchaus verschmerzbarer Höhe, aber nicht ganz freiwillig. Wer immer ein Radiogerät besitzt (bzw. wer immer im Empfangsgebiet einen Haushalt führt), zählt zu den Finanziers Ihres Unternehmens. Damit aber Butter aufs Brot kommt, holen Sie sich zusätzliche Einnahmen von der Werbewirtschaft. Weil solchermassen genug Budget da ist und Sie nicht jeden überschüssigen Cent einem raffgierigen Besitzer abliefern müssen – Ihr Sender gehört ja quasi sich selbst –, können Sie ein opulentes Programm gestalten. Information, Lokal-Reportagen, Star-Moderatoren, alles da, auch Events, Werbeplakate und weich gepolsterte Bürodrehstühle. So lässt es sich leben – Sie gelten als durchaus erfolgreich, die Markt-Kennzahlen stimmen und nur selten beschwert sich ein Hörer oder Konkurrent.

Was sendet Radio Wulkaprodersorf? Richtig: Information, also
zuvorderst Nachrichten, und Wetterinformationen, allerlei launige Lokal-
Reportagen, das Wortgeklingel von Star-Moderatorinnen und
-Moderatoren. Und Musik. Natürlich!, Musik. Unter uns: das tun aber
alle. Nachrichten, Wetter, Moderation, Musik. Kennen Sie irgendeinen

Radiosender, der ohne diese Elemente auskommt? Doch, ja, Ihre generöse finanzielle Grundausstattung erlaubt es Ihnen, die besten Leute zusammenzukaufen, die teuersten Beratungsfirmen zu engagieren und die aufwändigste journalistische Berichterstattung zu betreiben. Nur bei der Musik kochen alle mit Wasser. Jeder kann und darf Hits von gestern, heute und morgen, eventuell sogar von vorgestern und übermorgen, abspulen und abspielen, wie es ihm beliebt. Die spezielle „Rezeptur“ wird immer als Geheimwissenschaft gehandelt (zuvorderst von Radio-Consultern und Research-Unternehmen, die daran Millionen verdienen), ist aber eigentlich banal. Ganz nach dem Motto: Sie wünschen, wir spielen.

Was aber wünschen sich die Hörerinnen und Hörer in Wulkaprodersdorf? Naheliegenderweise: Lokalkolorit. Denn sollte man zufälligerweise mal das Bedürfnis haben, die grosse, weite Welt zu empfangen, gibt es dafür andere Stationen. Dutzende, hunderte, wenn nicht mittlerweile sogar – dem World Wide Web sei dank – abertausende. Radio Wulkaprodersdorf punktet mit Nachrichten aus dem Umkreis, mit lokalem Zungenschlag, mit Neuigkeiten und Informationen, die den Lebensalltag seiner Hörer-Klientel bereichern. Und natürlich mit Musik, die man im Sendegebiet gerne hört, macht, lebt. Musik in, aus und für Wulkaprodersdorf. Natürlich nicht ausschliesslich. Da der Ort aber in dieser Hinsicht als kultureller Brennpunkt gilt (und das sogar weltweit), eine grosse, eigenständige und vitale Szene aufzuweisen hat und sowohl seinem Selbstverständnis nach als auch in der Aussendarstellung Musik geradezu aus allen Poren verströmt, haben Sie eine tolle Ausgangsposition. Sie können auf wunderbare Produktionen zurückgreifen, über eine lebendige Musik-Landschaft berichten, prominente Künstlerinnen und Künstler einladen, Pop, Rock, Blues und zeitgemässe Heurigen-G'stanzln aus Wulkaprodersdorf rauf und runter spielen. Täglich. Stündlich. Natürlich fein abgestimmt mit Hits und News von jenseits der Wulkaprodersdorfer Gemeindegrenze.

Theoretisch. Denn in der Praxis läuft auf Ihrem Sender dieselbe 08/15-Musik wie auf allen anderen Stationen. Die üblichen Oldies, eine Handvoll Superhits, die Klassiker aus dem Fundus der Musikberater, die nicht nur für Sie eine „einmalige“ Tonspur zusammenschustern, sondern ungeniert auch für die Konkurrenz. Gewiss: der Erfolg gibt Ihnen recht. Auch wenn in Ihrem tiefsten Inneren vielleicht Zweifel an Ihnen nagen, ob dieser Erfolg eventuell nicht doch zuvorderst der Abgestumpftheit und Trägheit Ihres Publikums geschuldet ist, den Senderspeicher des Empfangsgeräts neu zu programmieren. Wie immer auch: es gibt da ja noch den ominösen Status des „Öffentlich-Rechtlichen“, der zur bequemen Finanzierung Ihres Unternehmens entschieden beiträgt. Gelegentlich quälen Sie Konkurrenten und Hörer sogar mit Schlagworten wie „Kulturauftrag“, „Identitätsstiftung“, „lokaler Musikanteil“ oder „Public Value“. Irgendwo in der hintersten Schublade Ihres Schreibtisches haben Sie allerlei Fibeln, Broschüren und Denkschriften versammelt, in denen davon auch irgendwie die Rede ist.

Aber was hat das mit der Musik zu tun, die - „Chirpy Chirpy Cheep Cheep“ - Radio Wulkaprodersdorf täglich in den Äther hinausstrahlt?

Ihnen fällt das alles mächtig auf die Nerven. In einem Anflug von unbedingter unternehmerischer Entschiedenheit durchforsten Sie Ihr Programm nach Restbeständen lokaler Musikkultur. Da hätten wir zum Beispiel einen Wulkaprodersdorfer Superstar, der Alt & Jung anspricht, unter Künstlern als entdeckungsfreudiger und verständiger Kollege gilt und längst über ein schlichtes Musikanten-Dasein hinausgewachsen ist. Zusammen mit einem kongenial agierenden Redakteur Ihres Senders gestaltet er seit Jahren eine wöchentliche Sendung. Sie gilt als Aushängeschild von Radio Wulkaprodersdorf. Sensibleren Geistern aber auch als eine der letzten Alibi-Randflächen für die lokale Musikkultur. Ihnen gehen die Haltung, die stolze Eigenständigkeit, der latente Widerstandsgeist dieser letzten Mohikaner schon lange gegen den Strich. Sie ziehen also den Redakteur der Sendung - „das Leben ist kein Wunschkonzert“ - von der Sendung ab, wohl wissend, dass dann der Star-Moderator auch den Hut drauf haut. Sie verkriechen sich in Ihrem Büro, wenn der gute Mann um eine persönliche Unterredung bittet. Und Sie erklären jenen, die Trost & Rat suchen auf Radio Wulkaprodersdorf, dass zeitgemässer Rundfunk sowieso ganz anders zu klingen habe. Und Musik in, aus und für Wulkaprodersdorf nur die Hörerinnen und Hörer verschrecke. Punktum.

Sie warten auf die Pointe dieser phantastischen Geschichte? Drehen Sie doch einfach mal den Sender Ihrer Heimatstadt auf.

walter.groebchen@monkeymusic.at