

RUNDFUNK IN SÜDTIROL - EINE ANALYSE IM ORF-KURZWELLENPANORAMA

Vom gesamten Werbekuchen in den Medien entfallen in Italien auf die Privatradios ganze zwei Prozent. Der Kampf um die Werbeschaltungen drückt die Preise in den Keller. Die Kleinräumigkeit und die niedrigen Preise machen das Privatrado besonders für die Ereigniswerbung attraktiv. Die Spots werden entweder von Werbebüros oder von den Sendern selbst produziert. Das neue Gesetz gestattet aber nicht mehr als 12 Minuten Werbung pro Stunde. Eine weitere Programmauflage ist die Informationspflicht: mindestens 20 Prozent der Sendezeit müssen für Informationen im lokalen Interesse verwendet werden. Allerdings sagt das Gesetz nicht, was es genau darunter versteht, und so werden alle möglichen Wortbeiträge von den Sendern als "Information" erklärt. Letztendlich kommen aber alle Stationen in irgendeiner Weise ihrem Informationsauftrag nach. Einen festen Platz haben z. B. Sport-Nachrichten; auch lokal- und finanzpolitisches kommt nicht zu kurz. Oftmals werden die "Weltnachrichten" aber einfach vom Teletext abgeschrieben.

Anschließend warf der Bericht einen Blick hinter die Kulissen, und zwar zunächst bei der "Sarner Welle". Mitbesitzerin Paula Brugger erklärte den Tagesablauf im Studio des Senders und fügte hinzu, daß die Station, die sich ausschließlich aus Werbeeinnahmen finanziert, mittlerweile Gewinn abwirft. Dies kann Dr. Fleischmann von "seiner" Station Radio Tirol bislang nicht behaupten. Zu hoch seien bislang die Produktionskosten gewesen. Allerdings gestaltet Radio Tirol auch die professionellsten Informationssendungen. Im anschließenden Bericht erklärte Dr. Fleischmann dann den Tagesablauf bei Radio Tirol in Dorf Tirol. Dieser Sender gab auch den in Südtirol bislang einzigsten Reichweitentest in Auftrag. Danach ist der Auftraggeber selbst mit einer Reichweite von 25 Prozent Einschaltquote der Spitzenreiter in Südtirol (und hat somit auch die höchsten Werbetarife). Die Sarner Welle erreicht 5 Prozent, kann aber technisch 70 Prozent aller potentiellen Hörer erreichen. Übrigens dürften die Werbeeinnahmen der Privatsender bald deutlich zunehmen: das neue Gesetz sieht nämlich auch vor, daß 25 Prozent des öffentlichen Werbebudgets dem Privatfunk zugute kommen sollen. Das Land Südtirol macht derzeit etwa für 200 Millionen Lire jährlich Werbung - in Form von Büchern, Zeitungsinseraten, Plakaten usw.

Und was gab es sonst noch zu berichten? Dr. Fleischmann betonte, daß das Sendegebiet von Radio Tirol irgendwann auch auf die benachbarte Region Trentino ausgedehnt werden soll, so daß dann "das gesamte alte Tirol lokalmäßig wieder beisammen wäre". Neben den Stationsportraits von Radio Tirol und der Sarner Welle gab es noch Programm Mitschnitte von Radio 2000, Radio Holiday, einer Lokalstation in Bozen, von Radio Sonnenschein, RETE Regione NBC, Radio Tandem, einem Pfarrsender, ferner vom Südtiroler Rundfunk, aber auch von Radio Tele 3 in Innichen, das bevorzugt nach Osttirol sendet (diese Station hat also nicht - wie bereits vermutet wurde - den Sendebetrieb eingestellt!). Überraschenderweise gab es auch einen Mitschnitt einer Station namens "Radio Dolomit Pustertal". Diese Station war auch in der neuesten südtiroler Stationsliste noch nicht verzeichnet!