

KULTUR

20 JAHRE 100,7

Geheimsender mit Ambitionen

Richard Graf

Neue Studios, neuer Direktor, neues Programm. Vieles ändert sich beim soziokulturellen Radio, das nach zwei Jahrzehnten den Weg aus der Nische sucht.

Aller Anfang ist schwer: Als „100komma7“ im September 1993 endlich auf Sendung gehen durfte, war seine namensgebende Frequenz eigentlich noch durch den Platzhirsch RTL Radio besetzt. Die in den 1980er Jahren für Luxemburg international ausgehandelte Zuteilung der Radio-Frequenzen trug der zu jener Zeit sich anbahnenden Liberalisierung des Radios kaum Rechnung. Als Folge davon waren die landesweit nutzbaren Frequenzen überhaupt nicht auf die, Anfang der 1990er Jahre auch rechtlich fixierte, Neugestaltung der Radiolandschaft zugeschnitten.

Die etwas früher an den Start gegangenen privaten Regionalsender hatten es daher mit kompliziert koordinierten Doppelfrequenzen zu tun; bei allen gab es mehr oder weniger große Funklöcher und andere Probleme, die bis heute andauern. Der „Sozio“ musste warten und „durfte“ dann zunächst nur außerhalb der für RTL so wichtigen Primetime auf Sendung - nachmittags ab 14 Uhr.

Kein Wunder, dass die Entwicklung des Senders nur schleppend voranging. Der erste Direktor, Jean-Marie Meyer, warf nach wenigen Monaten das Handtuch und wurde kurzfristig durch den Filmemacher Paul Kieffer ersetzt. Der saß zuvor beratend im Verwaltungsrat des neuen Radios und war bereit, für begrenzte Zeit die Leitung zu übernehmen.

Als dann Fernand Weides 1994 als „richtiger“ Direktor berufen wurde, begann die Abnabelung vom großen Bruder RTL, bei dem der Sender als Untermieter logierte. Erste eigene Studios entstanden in einem Wohnhaus in der route de Longwy, an ihre Stelle traten später die ehemaligen Gebäude der Miami-University in der avenue Monterey, die zu mehr oder weniger brauchbaren Studios umgebaut wurden.

Die Anfangsphase des Radios war geprägt durch politische Angriffe. Besonders die DP Abgeordnete Anne

Brasseur stellte die Berechtigung der Budgetdotierung des Senders, auch angesichts der niedrigen Einschaltquoten, wiederholt in Frage. Das von dem 1989 verstorbenen sozialistischen Kulturminister Krieps initiierte Projekt eines öffentlich-rechtlichen Kultursenders, als Pendant zum kommerziellen Privatfunk, war nicht wenigen ein Dorn im Auge. Dass sich das Konzept an ähnlichen Programmen in unseren Nachbarländern orientierte, die sich dort seit Jahrzehnten bewährt hatten, störte die Kritiker nicht.

„Fernand Weides hat es damals geschafft, diesen Diskussionen ein Ende zu setzen“, so der neue Direktor Jean-Paul Hoffmann, der seinen Dienst vor etwas mehr als drei Wochen angetreten hat. Der studierte Journalist war während der vergangenen 14 Jahre für die Kommunikation des Satellitenbetreibers SES verantwortlich. Davor arbeitete er als Redakteur beim Lëtzebuerger Land und war zuletzt dessen Direktor.

Seinen beruflichen Wechsel sieht Jean-Paul Hoffmann nur zum Teil als eine Art „retour aux sources“. Anders als sein Vorgänger will er nicht unbedingt auch zum Mikro greifen oder gar Journalismus betreiben. Er werde die nächste Zeit auf seine eigene Einarbeitung verwenden. Das Radio verfüge über ein breit aufgestelltes Team von professionellen MitarbeiterInnen, für die es darum gehe, die besten Voraussetzungen für ihre Arbeit zu schaffen.

Was das materielle Umfeld angeht, so kann der neue Direktor von der zwei Jahrzehnte währenden Aufbauarbeit profitieren. Die neuen Räumlichkeiten des 100komma7 auf Kirchberg sind, wie Radiomacher sie sich nur wünschen können. Zwar war das Gebäude Nummer 21A in der avenue J. F. Kennedy ursprünglich nicht fürs Radiomachen gedacht, sondern als reines Bürogebäude konzipiert worden, doch ist dem Sender nun, assistiert von ausländischen Fachfirmen und beraten von Sendeanstalten aus den Nachbarländern, eine moderne und, zeitgerecht nüchterne, Arbeitsstätte gelungen. Hier wurde wohl an alles gedacht - bis hin zu den in Luxemburgisch verfassten Hinweisschildern. Mit

dem neuen Vermieter, dem Fonds du Kirchberg, wurde ein Mietvertrag über 10 Jahre geschlossen.

„Wenn wir die ganzen anfänglichen Planungsgespräche mit einbeziehen, hat es gut drei Jahre gedauert, bis wir umziehen konnten“, erklärt der Leiter der Informationstechnologie, Pascal Tesch, der den Umzug des Radios koordiniert hat, gegenüber der woxx. 3,64 Millionen hat der ganze Spaß gekostet - Rückbau der alten Studios und Umzug inbegriffen. Für Jean-Paul Hoffmann ist die Investition ein „politisches Statement“: Mit diesen professionellen Studios gebe die öffentliche Hand ein klares Bekenntnis zu dem Sender und seiner weiteren Entwicklung ab.

4,8 Millionen

Mit einer Dotierung von 4,8 Millionen für die laufenden Kosten aus dem Budget des Kulturministeriums (Gesamtetat 2013: 105,7 Millionen) ist der Sender zwar eine der größeren, aber keineswegs die teuerste kulturelle Institution des Landes. Philharmonie und Sinfonisches Orchester - deren budgetäre Mittel 2013 erstmals gebündelt wurden - erhalten zusammen etwas über zwanzig, das nationale historische Museum 9,0 und das Mudam 6,6 Millionen Euro, um nur einige Beispiele zu nennen.

Doch so perfekt sich das Umfeld auch darstellt, so gewaltig ist der Aufgabenberg, dem sich der neue Direktor gegenüber sieht. Dass der Sender (mit zuletzt 3,5 Prozent) längst nicht die Reichweite hat, die dem bereit gefächerten Programm eigentlich zukommt, ist wohl auch auf eine hauseigene Mentalität zurückzuführen. Das von dem Satireblatt Feiertrop als „Geheimsender“ verballhornte Programm scheint erst in letzter Zeit aus seiner (selbstverschuldeten?) Isolation treten zu wollen. So wurden Affären, wie der Cargolux-Deal oder der Spätzeldängscht, von 100komma7-JournalistInnen minutiös aufgearbeitet. Dass man im Bereich Information „Gas



gegeben“ habe, sei durchaus konform mit dem gesetzlichen Auftrag des Radios, bestätigten die Verantwortlichen.

Doch die erweiterten Anstrengungen fanden im bekannten programmatischen Rahmen statt. Der Schritt zu mehr Hintergrund war keine Top-Down-Entscheidung, wie es aus dem Redaktionsteam herauszuhören ist. Vielmehr stimmten sich die KollegInnen untereinander ab, um so die eine oder andere tiefgehende Recherche möglich zu machen.

Sollte der Sender sein Informationsangebot über das bisherige Maß hinaus ausweiten wollen - etwa durch mehr Nachrichtensendungen im Laufe des Tages und ein reguläres Nachrichtenangebot an den Wochenenden - stellt sich auch die Frage nach der personellen Aufstockung, und folglich nach den budgetären Mitteln, die dafür eingesetzt werden.

Doch Hoffmann muss sich nicht nur in puncto Personal mit einem festgelegten Budget herumpflanzen: Er will als zweites Standbein des Radios dessen Internet-Plattform ausbauen. Gerade für einen Radiosender, der viel auf Hintergrund setzt und deshalb auch längere Sendeformate anbietet, sei es wichtig, Sendungen dann bereit zu stellen, wenn die potenziellen „NolauschterInnen“ Zeit haben, sie zu hören.

Doch reicht es nicht, möglichst viele Podcasts online zu stellen - der Zugang zu den Themen- und den Programmschwerpunkten muss sich für die NutzerInnen einfacher gestalten, als dies zur Zeit der Fall ist. Wie so etwas aussehen könnte, wird der jetzt anlaufende Wahlkampf zeigen: Die Spezialsendungen - wie zum Beispiel die nicht weniger als 15 geplanten „Face-à-Face“ - sollen über eine eigens eingerichtete Internetseite schnell zugänglich sein.