

Horst Ohde

Radio in Deutschland

1997

<https://doi.org/10.25969/mediarep/1179>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Ohde, Horst: Radio in Deutschland. In: *Augen-Blick. Marburger Hefte zur Medienwissenschaft*. Heft 26: Radioästhetik – Hörspielästhetik (1997), S. 88-102. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/1179>..

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Horst Ohde

Radio in Deutschland.

1. Zur aktuellen Radiolandschaft

Die Radiolandschaft Deutschland ist nicht sonderlich groß. Mit kleinen Schwankungen hat sich ein Spektrum von 230 Hörfunkprogrammen etabliert, wobei rund 50 öffentlich-rechtliche Programme 180 privaten gegenüberstehen. Im Vergleich mit den USA (über 10.000), aber auch im europäischen Vergleich ist dies nur wenig. Griechenland und Spanien etwa weisen neben den (staatlich oder öffentlich-rechtlich kontrollierten) Programmen jeweils rund 1.000 lokale und regionale Privatsender auf, Berlusconi Italien sogar ca. 2.000, die allerdings in 15 größeren nationalen Networks verbunden sind¹. Die Vergleichsdifferenzen kommen durch unterschiedliche mediengeschichtliche Entwicklungen zustande, sie sagen zunächst auch wenig über die nationalen Besonderheiten aus.

Für Deutschland gilt, daß die Nutzung zu ungefähr 60% auf die öffentlich-rechtlichen und zu 40% auf die privaten Sender entfällt, wobei noch ein kleiner Anteil für nichtkommerzielle Anbieter abgeht. Auch für Deutschland gilt die den Marktstrategen ärgerliche Feststellung, daß nicht nur die Menge der Hörer konstant bleibt, sondern auch die Nutzung des Mediums. Denn trotz des gewachsenen Angebots hat sich die Hördauer selbst nur unwesentlich verändert. Seit Anfang der neunziger Jahre zeigen repräsentative Erhebungen, daß der Durchschnittsdeutsche täglich knapp 170 Minuten Radio hört.² Auffällig dabei ist – im Unterschied zum 'Zapping'-Verhalten beim Fernsehen – eine eigentümliche Programmtreue, wechselt doch statistisch nur jeder Dritte im Laufe des Tages das Programm.

1 Quelle: *tendenz*. Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien Nr.1, 1995 und 1, 1996.

2 Jenke, Manfred, Vielfalts-Strategie. Öffentlich-rechtliches Radio: Abschied von den Fettringen. In: *epd/Kirche und Rundfunk* 6/1995, S.3f. Neueste Quelle ist die Media Analyse 1996, s. dazu: *Media Perspektiven* 8, 1996, S.442ff.

Die Entwicklungen im Hörfunk wiederholen mit einer gewissen Verzögerung und in sehr viel geringerem Zahlenpotential die Verhältnisse beim Fernsehfunk dieser Jahre. Dennoch spielt das Radio nicht allein die Rolle des kleinen Bruders des Fernsehs, sondern es hat in seinem Sektor von Massenmedialität, sozialer Kommunikation und Kulturproduktion eigene Positionen und Profile behalten oder neu entwickelt. Immer wieder wurde dem Radio in Deutschland seit den sechziger und siebziger Jahren angesichts der Ausbreitung des Mediums Fernsehen der Untergang prophezeit, doch sind diese Stimmen fast verstummt. Ganz im Gegensatz zu so düsteren Prognosen wird für die Zeit seit Ende der siebziger Jahre sogar von einer „Renaissance des Hörfunks“³ gesprochen. Das Radio hat einen neuen Platz innerhalb der Mediennutzung gefunden. Wesentlich war dafür ein Wandel der Hörgewohnheiten. Da der erste Platz für Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse weithin vom neuen Bildmedium besetzt worden ist, veränderte sich die Radionutzung. Statt 'Primärmedium' zu sein wie bis dahin, mußte sich der Hörfunk mit der Funktion als 'Sekundärmedium' zufriedengeben. Den idealen Nur-Radiohörer ohne Nebenbeschäftigung gibt es kaum noch⁴. Die Rolle als Nebenbeimedium hat sich für die statistische Messung der „Verweildauer“ jedoch als günstig erwiesen. Dies hängt mit spezifischen Vorteilen des Mediums gegenüber dem Fernsehen (aber auch der Zeitung) zusammen. Der Hörer muß nicht – oder meistens nicht – einen Teil seiner (Frei-)Zeit aufwenden, er ist nicht an einen bestimmten Ort oder eine bestimmte Situation gebunden, um das Hörerlebnis zu haben. Diese Mobilität hat sich auf der Empfängerseite als besonders wichtig für die Alltagsnutzung erwiesen, weil mit immer kleineren und bedienungskomfortableren Geräten eine Nutzung praktisch überall möglich geworden ist.

2. Regulierung oder Deregulierung?

Das westdeutsche Rundfunksystem nach 1945 verdankt sich zur Hauptsache dem gemeinsamen Impuls aller an seiner Gründung Beteiligten, einen politisch dirigierten Staatsrundfunk, wie er gerade überwunden worden war, nicht wieder zuzulassen. Dennoch ist der Weg zu den heutigen Verhältnissen mit politischen Auseinandersetzungen um Medienmacht gepflastert gewesen und oft

³ so etwa Merten u.a. 1995, S.6.

⁴ Von den 160 gehörten Radio-Minuten pro Tag finden nur rund 10 Minuten ohne irgendeine Nebenbeschäftigung statt.

genug als Grundsatzstreit vor Gerichten ausgetragen worden. In keinem anderen europäischen Land ist die Rundfunkordnung so stark durch richterliche Entscheidungen bestimmt gewesen wie in Deutschland⁵. Lange Zeit ging es um die Durchsetzung bundespolitischer – also 'Bonner' - Interessen gegenüber landespolitischen der einzelnen Bundesländer. Ergebnis dieser Querelen ist vor allem die Sicherung des öffentlich rechtlichen Systems als spezifische Konstruktion zur Wahrnehmung des Rundfunks als einer „öffentlichen“, d.h. dem Gemeinwohl dienenden, durch den Staat zu garantierenden Aufgabe, an der alle gesellschaftlichen Gruppen angemessen zu beteiligen seien. Doch war der Druck, auch privatwirtschaftlichen Rundfunk zuzulassen, schon früh vorhanden und verstärkte sich mit den grenzüberschreitenden Sendemöglichkeiten von Global-Technologien und den Wirtschaftsinteressen multinationaler Unternehmen. Die achtziger Jahre sollten in Deutschland die Wende bedeuten. Mit dem Machtwechsel 1982 in Bonn waren die politischen Weichen gestellt, eine Änderung zu erreichen: das duale System, hier öffentlich-rechtlicher Rundfunk, dort Privatrundfunk, wurde in Deutschland durchgesetzt.

Diese Entwicklung – nicht nur in Deutschland, auch in Österreich und anderen europäischen Ländern – war absehbar. Sie war notwendig, weil sie eine überfällige Anpassung des Rundfunks an die bestehenden medienökonomischen Verhältnisse bedeutete. Immerhin blieben einige gesetzliche Schutzwälle erhalten, um ein Überhandnehmen kommerzieller Medienbeeinflussung zu vermeiden. Verschiedene Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts bis in die letzte Zeit haben die Funktionsfähigkeit des bisherigen gemeinnützigen Rundfunks abgesichert. Mit Bestands- und Entwicklungsgarantien auch für den technologischen Standard von morgen und für eine programminhaltliche Aufgabe der 'Grundversorgung' wurden Vorkehrungen getroffen, daß der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht einem brutalen wirtschaftlichen Verdrängungskrieg zum Opfer fiel und weiterhin strukturell in der Lage bleibt, seinen 'klassischen Auftrag' zu erfüllen.

Mit diesen Regelungen wurden auch tragfähige Lösungen für die Zulassung und Stützung der nichtkommerziellen Kommunalradios gefunden. Mit der Einrichtung von Landesmedienanstalten entstanden Kontroll-Institutionen in den einzelnen Bundesländern, die in unmittelbarer Nähe zu regionalen Besonderheiten, Möglichkeiten und Bedürfnissen nicht nur kommerzielle Radios zulassen und überwachen, sondern auch 'freie' Sender von kleineren Initiativen und alternativen Gruppen. Da diese nicht immer Vollprogramme bestreiten

5 Hoffmann-Riem, Wolfgang, Stadien des Rundfunk -Richterrechts. In: Glotz, Peter/Kopp, Reinhold (Hrsg.): Das Ringen um den Medien-Staatsvertrag der Länder, 1987.

können, senden sie häufig Programmblöcke in sogenannten 'Offenen Kanälen' oder erhalten 'Fenster' auf Frequenzen größerer Sender. Solch ein 'Channel sharing' ist vor allem in den Ballungszentren der Großstädte notwendig, weil die UKW-Frequenzen dort besonders knapp sind.

Durch die gesetzgeberischen Anpassungen an die veränderten Strukturen der Medienlandschaft hat sich das duale System des Rundfunks, das nun seit ungefähr zehn Jahren besteht, gefestigt. Wichtig ist, daß der öffentlich-rechtliche Rundfunk Leitgröße bleibt, woran sich private Kommerz- und Nichtkommerzsender in weiten Teilen orientieren. Doch sind Zweifel an der Sicherheit dieses Zustandes berechtigt. Radio in Deutschland geriet zum einen in das Feld einer medienpolitischen Regulierung als nationaler und zunehmend auch europäischer Aufgabe und Durchsetzungsmöglichkeit, zum anderen aber auch in das Spannungsfeld einer wachsenden Globalisierung, die jede bloß nationale Regulierungsform zu unterlaufen beginnt. Entwicklungen im Internet deuten an, was noch zu erwarten ist.

Vor diesem Hintergrund sind Bestrebungen zur De-Regulierung zu sehen, die eine Freigabe des Gesamtsystems an das freie Spiel der Marktkräfte fordern. Ziel ist die Reduzierung und letztlich die Auflösung des öffentlich-rechtlichen System. Unter dem Titel *Ist Amerikas Vergangenheit die Zukunft Europas?* warnte 1996 der amerikanische Medienbeobachter William F. Fore in Düsseldorf⁶ vor der „kulturellen Katastrophe“, die die USA bereits erreicht habe und nun auch Europa drohe. Er warnt vor einer Legalisierung monopolistischer Kontrolle über alle Massenmedien und der Entbindung des Rundfunks von öffentlicher Verantwortung⁷. Ähnliche Bestrebungen sind auch in der deutschen Politik wiederzufinden. Unter dem Vorwand eines zu großen Kostendruckes forderten die Ministerpräsidenten von Bayern und Sachsen, Edmund Stoiber und Kurt Biedenkopf, im Frühjahr 1995 in dem von ihnen lancierten Thesen-Papier⁸ eine „Verschlankung“ der ARD, Verzicht auf das Erste Fernsehprogramm, Konzentration auf die regionalen Aufgaben der Dritten Programme und einen Zusammenschluß der kleineren Anstalten. In der Tendenz hätte dies auch die Hörfunkprogramme betroffen. Durch eine neuerliche Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts scheint dieser Vorstoß vorläufig abgeblockt, doch werden mit Sicherheit weitere Versuche folgen, das bestehende Rundfunksystem zu verändern.

6 Fore, William F., Kommerz-TV: Ist Amerikas Vergangenheit die Zukunft Europas? In: *epd/Kirche und Rundfunk*, 1996, H.43., S.8ff.

7 Ebd. S.12.

8 Quelle: *Media Perspektiven* 3, 1995, S.104-108

3. DAB und die Perspektiven für das Radio

Unter dem Kürzel DAB (Digital Audio Broadcasting) hat sich in Europa ein neues Hörfunk-Normsystem angekündigt, das den terrestrischen Hörfunk – wenn es sich durchsetzt – revolutionieren wird. Es soll das seit einem halben Jahrhundert betriebene Standardsystem des analogen Ultrakurzwellen-Hörfunks (UKW) ablösen⁹. DAB wurde als europäisches Forschungsprojekt EU-REKA mit über 140 Millionen DM bis zum erfolgreichen Abschluß entwickelt. In Deutschland hat das Bundesforschungsministerium die Interessenten – das sind öffentlich-rechtliche und private Rundfunkveranstalter, sowie Unternehmen der Elektronikindustrie – in einer „DAB-Plattform“ versammelt, um die Marktfähigkeit abzusichern, die für dieses aufwendige Umrüsten – man spricht allein für Deutschland von Einführungskosten in Höhe von 500 Millionen DM – gewährleistet sein muß.

Wie die UKW-Technik im Nachkriegsdeutschland durch den Druck entstanden ist, auf die von den Siegermächten aufgezwungene Einschränkung der Mittelwellennutzung zu reagieren, so reagiert die Entwicklung von DAB auf den Druck knapper Frequenzen und die gestiegenen Anforderungen durch die digitalen Speichermedien CD und DCC. Wichtigstes Element dieses neuen Systems ist zunächst das technisch aufwendige MUSICAM-Verfahren (Masking-pattern Universal Subband Integrated Coding And Multiplexing). Damit ist die Komprimierung der stereophonen Hörfunksignale auf ein Zehntel und weniger der Datenmenge möglich, das heißt, die notwendige Datenrate beträgt nur noch 160 kbits/s oder weniger, was die Übertragung einer erheblich größeren Datenmenge erlaubt. Ein zweites wichtiges Element des Systems ist sein Übertragungsverfahren COFDM (Coded Orthogonal Frequency Division Multiplex), das ebenfalls zu einer äußerst ökonomischen Frequenz-Ausnutzung beiträgt und überdies noch durch eine hohe Störfestigkeit ausgezeichnet ist.

Zwar sind in Deutschland mit DSR (Digital Satellite Radio) und ADR (Astra Digital Radio) bereits zwei wirksame digitale Übertragungssysteme eingeführt, doch bleiben diese an stationäre Empfänger gebunden, weil sie vom Kabelanschluß oder von einer Satellitenanlage abhängig sind. DAB in der terrestrischen Anwendung ist dagegen davon unabhängig und kann deshalb von mobilen Empfänger genutzt werden. Die Vorteile betreffen also vor allem einen Bereich des auditiven Mediums, in dem dieses sowieso seine höchste Alltags-Akzeptanz unter allen Massenmedien besitzt, dem Radiohören im

⁹ Hierzu z.B. Breunig, Christian, Digitales Radio: Industriepolitik gibt den Ton an. Neue Übertragungswege im Hörfunk und ihre Perspektiven. In: *Media Perspektiven*, 1995, H. 10, S.461-475.

Auto und mit tragbaren Geräten. Gepriesen werden auch kleine Vorteile, daß z.B. Störungen durch Reflexe und umständliche Frequenzabstimmungen beim Verlassen der Reichweite eines UKW-Senders entfallen, weil jedes Programm in seinem gesamten Verbreitungsraum auf ein und denselben Frequenz verfügbar ist.

Eine interessante Weiterentwicklung, mit der inzwischen hauptsächlich für das neue System geworben wird, besteht in der Möglichkeit der kostengünstigen Übertragung von Zusatzinformationen, die als Display auf der Fernbedienung oder – etwa als Verkehrsinformation und Verkehrsleitsystem – im Display des Autoradios optisch gezeigt werden können. Hier deutet sich eine Entwicklung an, die das Radio vom bloßen Audioempfänger zu einem dem Fernsehen ähnlichen visuellen Empfangsgerät verändert, allerdings scheint hier auch eine Gefahr zu liegen, das Radio als Audiomedium zu einer bloß untergeordneten Funktion zu degradieren.

Es wird länger als erwartet dauern, bis das neue System als Regelbetrieb eingesetzt werden kann, da der anfängliche Optimismus inzwischen sehr viel gedämpfter ist. Besonders die Industrie setzt angesichts eines enger werdenden Marktes andere Prioritäten. Dennoch sind wohl in diesem Bereich für das Radio am ehesten Innovationen zu erwarten.

4. „Mach mal lauter!“¹⁰ oder Was wird gesendet?

Der Hörfunk wird inzwischen – trotz verschiedener Fernseh-Musikkanäle wie *MTV*, *VIVA* oder *VH 1* – hauptsächlich als Musikvermittler genutzt. Die Tonträgerindustrie hat sehr früh erkannt, welche Bedeutung dieses Medium für das 'Pushen' von neuproduzierten Musiktiteln, von Star-Interpreten und musikalischen Trends überhaupt besitzt. Auf dem Markt der Privaten ist wohl nichts wichtiger für die Erkennbarkeit eines Senders und seine Fähigkeit, bestimmte Hörergruppen an sich zu binden, als die 'Farbe' des Musikformats. Doch weil es immer schwieriger wird, aus diesem ja nicht unerschöpflichen Spektrum von musikalischen Formatmöglichkeiten Unverwechselbarkeit zu profilieren, gewinnen andere Strategien an Bedeutung. Damit rücken seit einiger Zeit die Wortbeiträge wieder in das Blickfeld der Macher. Nicht unwichtig ist dabei die in den Landesmediengesetzen festgeschriebene Forderung an die Privatsender, bestimmte Prozentanteile eigenredaktioneller Wort-Beiträge zu garantieren, meist zwischen 10 und 15%. So bleibt eine alte Aufgabe des Rundfunks

10 Werbeslogan eines Privatsenders

sogar im Kommerzfunk erhalten, 'Grundversorgung' in Information und Bildung zu betreiben, wenn auch in marginaler Weise. Auf Konsumentenseite, und dort vor allem für das Informationsbedürfnis, wird offensichtlich die Aktualität des Radios immer noch geschätzt, seien es Verkehrsmeldungen, Unwetterwarnungen oder lokale Veranstaltungstips.

Im weiteren hat die Einführung des dualen Rundfunksystems in den achtziger Jahren zu einer Vielzahl von Programm-Innovationen geführt, die zwar zumeist unter kommerziellen Gesichtspunkten angeboten werden, aber dennoch durch Befriedigung alter und Weckung neuer Hör-Bedürfnisse das Medium attraktiver gemacht haben. Das meint nicht nur den Bereich der Privatsender, sondern ebenso den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der sich – spätestens seit Anfang der neunziger Jahre – zunehmend in Konvergenzstrategien den Präsentationsformen des Privatfunks anzugleichen suchte oder aber durch gezielte Gegenstrategien neue (und alte) Positionen in der Hörerwahrnehmung besetzte. Programmumstellungen und Neuformatierungen haben in der Folge solcher Maßnahmen die Senderstrukturen auch der öffentlich-rechtlichen Anstalten tiefgreifend verändert. Es soll dies im folgenden exemplarisch an einem Programmtyp gezeigt werden, der sich speziell um Jugendliche bemüht.

5. Zum Beispiel Jugendradios

Mit der ständig zunehmenden Aufsplitterung der Radiolandschaft werden die Bedingungen härter, unter denen es gelingt, Hörer ans Programm zu binden. Für die privaten Sender werden unter kommerziellen Gesichtspunkten die Marktsegmente schmäler, in denen noch gewinnbringende Werbeumsätze möglich sind. Mit der 'Formatierung' werden – vor allem ausgerichtet am Musikgeschmack und Informationsbedürfnis – unterschiedliche Zielgruppen durch Programm – 'Farben' angepeilt und mit entsprechenden Programmprodukten bedient. Einfachste (und effektivste) Unterscheidung ist dabei die nach Altersgruppen, da hierfür von der Konsum – und Sozialforschung die am besten handhabbaren Definitionen und Eingrenzungen angeboten werden.

Jugendsender können z.B. aus einem vergleichsweise großen Nutzerpotential schöpfen, für das das Radiohören einen wichtigen Bestandteil des kulturellen Aktionsraumes darstellt. Die neueste Reichweitenuntersuchung¹¹ hat ergeben, daß die Hörfunknutzung insgesamt in der BRD auf sehr hohem

¹¹ Media Analyse 1996, zitiert nach Keller, Michael/Klingler, Walter, Jugendwellen gewinnen junge Hörschaften. In: *Media Perspektiven* 1996, H. 8, S.441

Niveau stabil geblieben ist, während die Präferenzen der Jugendlichen erstaunlicherweise besonderen Schwankungen unterliegen. Hatten in den Anfängen der neu und anders formatierten Privatradios vor allem Jugendliche überproportional deren Programmangebot genutzt, so konnten die öffentlich-rechtlichen Sender durch Einführung neuer Spartenkanäle mit konzentrierter Ausrichtung auf jugendliche Zielgruppen deutlich Hörer zurückgewinnen. Beispielhaft für solch schwankendes Hin und Her der Präferenzen ist der norddeutsche Raum, wo nach Einführung der Privatsender-Konkurrenz die Media-Analyse 1987 zunächst zwar noch hohe Prozentanteile jugendlicher Hörer zwischen 70 und 75% bei den öffentlich-rechtlichen Programmen auswies, dann aber dieser Anteil bis 1994 auf einen Anteil von nur noch 25%, im besonders heiß umkämpften Hamburger Stadtraum sogar auf 13% absackte¹².

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk reagierte mit der Einrichtung eines werbefreien Vollprogramms für Jugendliche (Altersgruppe 14 bis 19 Jahre) mit eigener Frequenz aus einem eigenen volldigitalisierten Studio, *N-joy Radio*, das seit seiner Gründung 1994 starke Zugewinne verzeichnet. Der Westdeutsche Rundfunk in Köln (WDR) hat mit einem ähnlich erneuerten Jugendprogramm *Eins live* seinen Anteil verdreifachen können, was bedeutet, daß im Sendegebiet die Tagesreichweiten bei 1,7 Millionen jungen Hörern liegen¹³. Dies sind zum großen Teil von den Privaten zurückgewonnene Hörer, aber in nicht unerheblichen Anteilen auch ehemalige Nicht-Hörer. Ähnliche Entwicklungen sind in anderen Bundesländern zu beobachten.

Man kann mit Recht von einem neuen Jugendstil im Radio sprechen¹⁴. Hinter dem juvenilen Programm des „kalkulierten Blödsinns“¹⁵ wird eine „Lust an der Außenseiterrolle“ spürbar, die sich in krassen Unterscheidungsgesten von 'Ingroup-Chiffrierung' eine eigene Erlebniswelt aus Musik und Wortwitz aufbaut, wobei es wichtig ist, daß die Macher so jung sind (oder zumindest erscheinen) wie ihre Hörer. Nirgendwo ist die Identität von Programm und Publikum so auffällig wie in den Programmen von *Eins live*, *N-Joy-Radio* oder *Radio Fritz* (Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg/Sender Freies Berlin). Die lockere Programm-Atmosphäre solch „hörbarer Jugentlichkeit“ darf nicht darüber hinwegtäuschen, daß die Programmstruktur selber streng reglementiert ist. So wird z.B. *N-Joy-Radio* nach einer 'Programmuhr'

12 Vgl. *Media Perspektiven* 3/96, S. 134ff

13 . Anm.2.

14 so auch das Thema der „Frankfurter Hörfunkgespräche“ vom 28./29. November 1996.

15 Volker Lilienthal in einem gleichnamigen Beitrag. In: *epd/Kirche und Rundfunk*, 1996, H 96, S.3ff.

formatiert, die alle Sendeelemente jeweils für eine Stunde festlegt. Dazu gehören neben den exakt formatierten Musikblöcken spezifische Wortanteile. Es gibt Crew-Moderationen mit erkennbaren Einzelprofilen, *Comedy & News*, Talkradio, Hörspiel-Krimis u.ä.. Die Themen der Beiträge konzentrieren sich natürlich auf die Interessen der jugendlichen Zielgruppe. Die Präsentation ist wichtiger als der Inhalt, es geht um die Vermittlung eines 'Lebensgefühls'. Jingle und Trailer sind häufige Erkennungssignale, charakteristisch nicht selten die Musik- oder Geräuschunterlegung auch bei den News und Service-Informationen. Mag dies im ganzen ein sehr eigenes Profil ergeben und für andere Programmkonzepte kaum übertragbar sein, so sind doch gewisse Beeinflussungen benachbarter Programme erkennbar, nicht zuletzt mit der Folge, daß gewisse „Verkrustungen in Sprache und Sendeformen“¹⁶ aufgebrochen worden sind.

6. Das Konzept eines nationalen Radios

Ein anderes Beispiel aktueller Radioentwicklung zeigt die Möglichkeiten eines 'anspruchsvollen' Vollprogramms sowie die Auswirkungen des Jahres 1989 für die deutsche Radiolandschaft. Für das Zusammenwachsen der beiden Teile Deutschlands nach der Vereinigung hat im Bereich des Hörfunks die Fusion dreier Sender zur Sendereinheit *Deutschlandradio* mit zwei bundesweit und werbefrei ausgestrahlten Programmen *Deutschlandfunk* und *Deutschlandradio Berlin* eine wegweisende Bedeutung bekommen. Hervorgegangen aus dem Kölner Sender *DLF* und den beiden Berliner Sendern *RIAS* (Berlin-West) und *DS Kultur* (Berlin-Ost), entstand eine Körperschaft öffentlichen Rechts unter dem Dach von *ARD* und *ZDF*. Während aus Köln vornehmlich die Tradition eines Informationsprogramms mit nicht nur räumlicher Nähe zu Bonn eingebracht und weiter gepflegt worden ist, galt es in Berlin aus dem Personalbestand des 'abgewickelten' DDR-Senders *DS Kultur* und den alten *RIAS*-Mitarbeitern im ehemaligen *RIAS*-Gebäude ein neues Programm-Team zu bilden. Seine ausdrückliche Aufgabe sollte sein, die „Einheit des föderalen Staates in ganz Deutschland hörbar zu machen“, wie es der sächsische Ministerpräsident Biedenkopf formuliert hat¹⁷. Das meinte natürlich vor allem die Aufgabe der Integration der 'neuen' mit den 'alten' Bundesländern, es bedeutete die Zusammenführung von 'Ossis' und 'Wessis' in konkreter Programm-Arbeit

16 Ebd.

17 zitiert nach dem Jahresbericht 1994 des Deutschlandradios, Köln 1994, S.7.

auf der Senderseite, auf der Empfängerseite durch mannigfaltige Identifikationsangebote in den Beiträgen.

Das neue Programm (mit über 50% Eigenproduktionsanteil) vor allem von „Deutschlandradio“ zeigt ein ausgeprägtes kulturelles Profil und hat trotz noch bestehender Frequenzmängel eine beachtliche Akzeptanz gewonnen, gerade auch im Westteil der Republik. Viele haben geglaubt, daß die Herkunft aus unterschiedlichen politischen Kulturen mit den oft sehr verschiedenen Einzelbiographien der Macher ein Zusammengehen schwermachen würden. Trotz mancher Querelen und schmerzlicher Trennungen von Altem aber ist ein Vorbild innovativer Programm-Mischungen entstanden, das zum Bezugspunkt vieler der neuen Überlegungen auch bei anderen Sendern der *ARD* geworden ist.

Ein Beispiel ist die „Lange Nacht“, eine insgesamt dreistündige Live-Sendung um einen Themenschwerpunkt herum, die jeden Freitag von 23:00 Uhr bis 2:00 Uhr von Berlin ausgestrahlt und Samstagnacht im *DLF* wiederholt wird. Die Kooperation mit den Hörfunksendern der *ARD* und *ZDF*, sowie der weltweit operierenden „Deutschen Welle“ bewirkt zusätzlich Synergieeffekte. So gibt es z.B. seit Mai 1995 eine bemerkenswerte Programm-Kooperation mit der Fernsehanstalt *ZDF*: die sogenannte „Nachtlücke“ des *ZDF* vom nächtlichen Sendeschluß bis zum morgendlichen Programmstart wird geschlossen, indem über alle Frequenzen und Satellitenkanäle des *ZDF* wechselnde Kamerafahrten durch Deutschland als Bild und dazu das Programm von „Deutschlandradio Berlin“ als Tonunterlage gesendet wird. Die schöne Metapher vom Radiohören als „Tonspur für das Lebenskino“ des Autofahrers wird auf diese Weise zu einem eigenen Programm¹⁸.

8. „Das Hörspiel – gibt's das noch?“

Was im vorigen als besondere Entwicklung eines nationalen Vollprogramms in der historischen Linie der deutschen Vereinigung gezeigt worden ist, lenkt zugleich den Blick auf die Rolle von kulturell 'anspruchsvollen' Wortbeiträgen und damit auf einen Programmbereich, der wegen seiner hohen Produktionskosten und seiner geringen Reichweite nur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein Zuhause hat, aber deswegen auch hier unter hohem Legitimationsdruck steht: das Hörspiel als *die* genuin literarische Form von Radiokunst.

¹⁸ Rutschky, Michael, Wetterbericht als Poesie. Radiohören als Tonspur für das Lebenskino. In: *epd/Kirche und Rundfunk*, 1988, H. 18, S.3ff.

„Das Hörspiel – gibt’s das noch?“ lautete die skeptische Frage eines aktuellen Zeitungsartikels¹⁹. Um dann festzustellen, daß diese „einzig noch verbliebene, in der Öffentlichkeit gleichwohl kaum beachtete reine Radiokunstform“ aus dem Alltag verschwunden und „im Medientheater ohne Rolle“ sei, obwohl im Senderverbund der *ARD* alljährlich etwa 500 neue Stücke produziert würden und es bei jedem Sender feste Sendeplätze gebe, auf denen wöchentlich Hörspiele erscheinen. Aufgerundete Schätzungen kommen auf einen Bestand von 25.000 Produktionen, die in den verschiedenen Schallarchiven der Sender lagern. Dies ist ein Kapital, das sinnvoll zu nutzen vor allem ein kompliziertes Urheberrecht verhindert. Auch der Hinweis auf fehlendes Marktinteresse erscheint vorgeschoben. Eine florierende privatwirtschaftlich organisierte Hörspiel-Produktion von Tonkassetten für Kinder und Jugendliche mit erstaunlichen Verkaufszahlen zeigt, daß hier durchaus ein Markt vorhanden ist. Dasselbe für den Erwachsenen-Markt riskiert zu haben, ist das Verdienst von Klett-Cottas „Hörbühnen“-Reihe, in der verschiedene Produktionen aus der Geschichte des westdeutschen Originalhörspiels erschienen sind. Doch war dieser Reihe nie ein durchschlagender Erfolg beschieden, was an schlechter Werbung, an der geringen Anzahl von Titeln und an mangelnder Marktmacht gelegen haben mag. Die Situation verändert sich, seitdem MCs und CDs mit Lesungen literarischer Texte durch bekannte Interpreten (z.B. Gert Westphal) sich allmählich durchsetzen und mit dem „Hörverlag“ ein finanzstärkerer Verlagsverbund gegründet worden ist.

Ein zukunftsweisendes Beispiel, wie auch der öffentlich-rechtlicher Rundfunk seine Bestände einer größeren Öffentlichkeit zugänglich machen könnte, ist die Weitervermarktung der wohl aufwendigsten *ARD*-Hörfunksendung *Der Krieg geht zu Ende*, eine Bearbeitung des Sammelwerks *Echolot* von Walter Kempowski unter der Regie von Walter Adler. In dieser Produktion lesen 220 Schauspieler und Schauspielerinnen aus Notizen, Briefen und Tagebüchern jener Zeit des Kriegsendes. Verschiedene *ARD*-Anstalten haben das Werk im Mai 1995 zum 50. Jahrestag des Kriegsendes gesendet, teilweise oder ganz. Das bedeutete 14 Stunden Lesung im Radio, nur unterbrochen durch kurze Nachrichtenprogramme. Dieses Ereignis ist für sich schon eine radiogeschichtliche Besonderheit. Vor dem sonst üblichen Verschwinden in den Senderarchiven bewahrt diese Produktion der Glücksfall, daß sie auf acht CDs im „Hörverlag“ für jeden zur Verfügung steht.

Doch dies ist – noch – ein Einzelfall. Noch bleiben die Schwierigkeiten mit den öffentlich-rechtlichen Sendern, deren bürokratische Schwerfälligkeit und

19 Esser, Michael, Kino für die Ohren., *Die Zeit*, Nr.13 v. 22.3.1996.

geringes Interesse an wirtschaftlicher Weiternutzung eine flexiblere und großzügigere Verbreitung der vorhandenen Produktionen ver- oder behindern. So fristet diese Gattung, die mit zu den interessantesten der neueren deutschen Literaturgeschichte gehört, immer noch ein Nischen-Dasein²⁰. Daran haben auch verschiedene Aktivitäten, variierte Formen von Öffentlichkeit herzustellen, wenig ändern können. Es gibt eine jährliche *Woche des Hörspiels*, regelmäßige Matineen, Hörspiel-Preise und Tagungen zum Thema, doch kann dies alles nicht an die sentimental erinnerten großen Erfolge aus den fünfziger Jahren anknüpfen. Es bleibt das Ereignis im Hallraum eines kleinen engagierten Publikums. Das ist angesichts der Möglichkeiten zu wenig. Eine grundsätzliche Änderung aber wäre wohl nur zu erreichen, wenn sich die Sendeproduktionen generell für den Markt öffnen würden. – Oder wenn, eines Tages, 'Radio on demand' auch eine mediale Nutzungsform innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geworden ist.

9. Radio als Text.

Die Nische des Hörspiels ist nicht allein aus marktstrategischen und Reichweitenüberlegungen interessant. Ähnlich wie bei den Jugendradios sollte auch für diesen Bereich hochstilisierter Audiokunst ihre osmotische Wirkungsmöglichkeit für andere Programmsparten des Rundfunks bedacht werden. Die medientheoretischen Anstrengungen, die Gattung unter radioästhetischen Gesichtspunkten zu begreifen, sind für den Rundfunk insgesamt und seine weitere Entwicklung interessant. Im Grenzbereich zwischen Literatur- und Medienwissenschaft ist man seit langem bemüht, Beziehungen und Grenzen zu bestimmen. Dabei ist die Definition eines Begriffs von 'Text' ein zentrales Thema. Es gibt einen sehr weiten Textbegriff, er umfaßt das gesamte Signal – und Zeichensystem des Radiophonischen, so wie es Friedrich Knilli in der Modellzeichnung eines „Schallspiels“ entfaltet hat²¹. Daran anknüpfen müßte ein umfassender Textbegriff, der die Gesamtveranstaltung Rundfunk als Text versteht und der die Sprache der Worte nicht grundsätzlich scheidet von der Sprache der Musik oder der Geräusche. Er bietet die Möglichkeit, eine eigene, sehr medienspezifische Radioästhetik zu entwickeln.

20 Vgl. Ohde, Horst, Das Hörspiel. Akustische Kunst in der Nische. In: Briegleb, Klaus und Sigrid Weigel, *Gegenwartsliteratur seit 1968* (=Hansers Sozialgeschichte der deutschen Literatur vom 16. Jahrhundert bis zur Gegenwart). München 1992, S.586-615.

21 Knilli, Friedrich, Das Schallspiel. Ein Modell. In: ders.: *Deutsche Lautsprecher. Versuche zu einer Semiotik des Radios*, Stuttgart 1970, S.44-72.

Ende der sechziger Jahre unternahm Helmut Heißenbüttel den interessantesten Versuch einer Neubestimmung des Hörspiels als der konzentriertesten Form von Radioliteratur. 1968 auf einer internationalen Hörspieltagung in Frankfurt entwickelte er unter dem Titel „Horoskop des Hörspiels“²² Thesen, die sich kritisch auf eine sehr viel ältere Radioästhetik gleichen Titels aus dem Jahr 1932 bezog. Ihr Autor Richard Kolb führte das Hören gleichsam auf ein Urerlebnis zurück, Thesen, die wiederum als Elemente eines Radioverständnisses auftauchen, das in den fünfziger Jahren die Hörspiel-Produktionen beherrschte und in der Philosophie vom Hörspiel als einer „Inneren Bühne“ dominierte.

Heißenbüttels sich kritisch an solcher Position abarbeitenden Überlegungen kreisen um einem 'offenen' Radiotextbegriff, der auch heute noch Gewicht besitzt. Wichtigster Bezugspunkt ist die „Hörsensation“. Heißenbüttel gewinnt seinen Begriff – zeitgemäß – aus einer Kritik am traditionellen Hörspiel und dessen Intention, die Illusion poetischer Innerlichkeit als eine Art akustischer Halluzination zu inszenieren. Schon 1960 aber hatte Friedrich Knilli Ergebnisse einer rezeptionsästhetischen Befragung von Hörspielhörern ausgewertet und festgestellt, daß weniger die visuellen Vorstellungen beim Hörer dominieren und daß – so Heißenbüttels Schlußfolgerung – „die spezifische Imagination der poetischen Verinnerlichung nur eine beiläufige Rolle spielt“. Vielmehr gehe die Wirkung von etwas Allgemeinerem aus, „was man eher mit der Entrückung des Musikhörers vergleichen“ könne, „von einem halluzinativen Element, das nicht durch Rollenspiel oder Geräuschmetaphern erreicht wird, sondern eher durch Sublimation und Raffinesse der akustischen Mischungen; Mischungen, in denen der reine Klang einer Stimme, ihre Klangfarbe, eine ... große Rolle spielt ..., in denen aber auch der pure Inhalt einer überraschenden, schockierenden oder bestätigenden Information ebenso einen feststellbaren Einsatzwert hat wie etwa die Metrik eines Geräusches.“²³ Heißenbüttel gelangt so zu einer Art von rahmensetzender Definition: „Man könnte sagen: Hörsensation hat zwei Grenzpole: die pure Nachricht auf der einen und die musikalische Sublimation des Sprachlichen auf der anderen Seite.“²⁴

Aus der Distanz von nun auch schon bald dreißig Jahren sieht man der Position Heißenbüttels natürlich eine gewisse Alterung an. Das hängt mit der Geschichte des sogenannten Neuen Hörspiels und seinem Anspruch zusam-

22 Heißenbüttel, Helmut, *Horoskop des Hörspiels*. In: Schöning, Klaus (Hg.), *Neues Hörspiel. Essays, Analysen, Gespräche*. Frankfurt/M., 1970, S.18-36.

23 Ebd., S.33f.

24 Ebd. S.35.

men, das Radio und seine Texte verändern zu wollen, mindestens im Kunst-raum der Hörspiele und von da aus auch das Übrige. Das Unternehmen ist schiefgegangen, auch dieses, aus verschiedenen Gründen. Die Verbannung in die Nischen abgelegener Programmecken schien das Schicksal dieser Textform für alle Zukunft zu sein.

Und dennoch soll man nicht unterschätzen, wie sehr Erprobungen der Hörspielkunst als Ergebnisse in den alltäglichen Programmteilen genutzt werden, bei der Feature-Produktion, bei Trailern, Inserts und bei verschiedenen anderen Elementen der Präsentation und Moderation von Radiotexten – und nicht zuletzt bei der Werbung, die oft genug aus kleinen Hörspielen besteht. „Inneres Erleben“, „Schallspiel“, „Hörsensation“: Die Begriffe aus der scheinbar esoterischen Nische des Hörspiels können sehr wohl über die Grenze einer experimentellen Radiokunst hinaus Beachtung beanspruchen. Sie müssen nur als Analyse, als Kritik und als innovative Anregung für andere Bereiche des Radios umgesetzt werden, um dort eine aktuelle Wirkung zu entfalten. Hier sind sie zunächst als Argument eingeführt worden, Anstrengungen aus einem Bereich anzuerkennen, der nicht elitär sein muß, sondern auch Reservoir einer neuen Radio-Avantgarde sein könnte. Oder Ort eines Gedächtnisses, das nicht nur an große Leistungen, sondern auch an merkwürdige Verführungen erinnert. Richard Kolbs mystifiziertes „Erleben“ etwa kann zeigen, daß zwischen ihm und dem Lebensgefühl-Radio „aus dem Bauch“ gar nicht so große Unterschiede über den weiten Zeitenabstand hinweg bestehen.

10. Chance für das Radio

Es scheint, daß Nicholas Negropontes These von der säkularen Bedeutung des Sprunges „vom Atom zum Bit“²⁵ auch für das Radio und seine Weise des Eintritts in das digitale Zeitalter gilt. Veränderungen und Neuentwicklungen werden vor allem in Abhängigkeit von diesem Technologiesprung zu erwarten sein – oder sind bereits eingetreten. Abzuwarten bleibt, welche Auswirkungen sich für die Inhalte ergeben. Auf einiges, was bereits Bestandteil unseres Radio-Alltags ist, wurde hingewiesen. Anderes ist noch unvollständig ausgewerteter Teil von Pilotprojekten. Manches ist nur Zukunftsmusik optimistischer Prognosen oder düsteres Bild pessimistischer Warnungen. Die besondere Situation in Deutschland bleibt die eigentümliche Konstruktion des Rundfunks mit seinem dualen Säulensystem. Es scheint so, daß vorerst und zumindest für

25 Negroponte, Nicholas, *Being digital*, New York, 1995.

den staatlichen Geltungsbereich der Bundesrepublik eine institutionelle Sicherung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks garantiert ist.

Aber keine legalistische Bestandsgarantie kann die Überzeugung durch Leistung ersetzen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat auch weiterhin eine Chance. Sie liegt nicht so sehr in konvergenzstrategischen Versuchen, sich mit den Angeboten der privaten gleichzuschalten, sondern viel mehr in kontrastiven und alternativen Programmen.

Die Zeiten des alten „Dampfadios“ (waren sie wirklich so schön?) sind passé, neue und sich verändernde Gebrauchs- und Wahrnehmungsformen sind zu entwickeln. Walter Benjamin hat schon früh auf die Notwendigkeit hingewiesen, geschichtliche Veränderungen mit solchen der Ästhetik in Beziehung zu setzen²⁶. Und er hat dem Nebenbei der „Zerstreuung“ eine wichtige kulturelle Funktion als zeit- und mediengemäß moderne Form der Wahrnehmung zugesprochen. Das gilt für das Radio in einem besonderen Maße noch und schon wieder: es ist seine Chance.



Gerd David in dem Hörspiel *Unter Aufsicht* von Jean Genet.
Photo Werner Bethsold

26 Benjamin, Walter, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: ders.: s.o. 1955.