

VI Hörfunk und Fernsehen

Stephan Brünjes, Ulrich Wenger: Radio-Report. Programme – Profile – Perspektiven

Bonn: TR-Verlagsunion 1998. 254 S., ISBN 3-8058-3352-0, DM 32,–

Den Anspruch an diesen „Report“ benennt Barbara Kamutzki von der Bundeszentrale für politische Bildung (Bonn) in ihrem Vorwort – in gutem Radiojargon heißt es „Intro“ – so: „Dieses Buch will ein kompetenter und kurzweiliger Führer durch die Täler und Höhen der heutigen Radiolandschaft sein.“ (S.7) Dieser Anspruch wird für die deutsche Radioszene überzeugend eingelöst.

Aus zwei Gründen ist der mit historischen Reminiszenzen unterlegte Überblick nützlich. Erstens wird Radio in der Bundesrepublik vorwiegend als regionales Medium verbreitet und genutzt. Ein bundesweiter Überblick ist mithin akustisch nicht zu gewinnen – die Autoren leisten ihn schriftlich. Zweitens ist das Angebot seit der Zulassung privater Veranstalter in den achtziger Jahren so umfangreich geworden, daß es selbst Experten schwer fällt, Trends, Erfolgsrezepte und Flops zu verfolgen. Gut lesbare Diktion, viele Einblicke der beim Radio arbeitenden Autoren in ihr Medium und die Illustrationen machen das Buch weit über Expertenkreise hinaus interessant.

Der Band enthält eine breite Themenpalette. Er skizziert die Entwicklung des bundesdeutschen und des ostdeutschen Rundfunksystems, er informiert (vorwiegend anhand der Media Analyse) über aktuelle Nutzungsbefunde, er enträtselt die gängigen Radioformate (wie AC für adult-contemporary, also internationale Popmusik für 25- bis 49jährige, oder DOM für deutsch-orientierte-melodiöse Musik), er stellt Spartenkanäle vor (etwa Informations-, Kultur- oder Klassikprogramme), er porträtiert in einer Zeitreise prominente Radiomacher (vom Berliner Theaterkritiker Friedrich Luft bis zum einstigen BR-Star Thomas Gottschalk), er erklärt anschaulich die Veränderungen der Aufnahme-, Studio- und Verbreitungstechnik und die Modifizierungen der Berufsbilder, und er endet mit einer Übersicht („most wanted“) zu den erfolgreichsten Radiosendern in den einzelnen Bundesländern.

Bemerkenswert konträr fallen die abschließenden Expertenprognosen für das „Radio 2010“ aus. Sowohl die Chancen für Internet-Radio als auch für Digital Audio Broadcasting werden von führenden Radiomachern und Beratern kontrovers beurteilt. Auch sind sie uneinig, welche Musikformate und welche Spartenkanäle in gut zehn Jahren am Markt erfolgreich sein werden. Derlei Unsicherheiten haben einen plausiblen Grund. Die heutigen Chefredakteure und Geschäftsführer sind in ihrer Jugend maßgeblich durch das Radio und sein Musikangebot beeinflusst worden. Die nachwachsenden Generationen sind stärker von Fernsehen, Computer und Multimedia-Angeboten geprägt. Wie sich diese Mediensozialisation langfristig auf das Hörverhalten auswirken wird, ist offenbar nur schwer abschätzbar. Zudem, notie-

ren Brünjes und Wenger, „ist das Lebensalter als klassischer Rahmen für Zielgruppen aus Sicht einiger Medienforscher nur noch bedingt tauglich.“ (S.36)

Zwiespältig bewertet der Rundfunkhistoriker die visuellen Quellengattungen im *Radio-Report*. Die Nachkriegszeit wird in dem reich bebilderten Buch bevorzugt durch Produktionsfotos dokumentiert. Je näher die Autoren der Gegenwart rücken, desto stärker dominiert grelles, marktchreierisches PR-Material die Illustrationen: Plakate der Radiosender, Buch- und Plattencover, unvermeidliche Merchandising-Produkte, mehr oder weniger gelungene Slogans. Einerseits illustriert dieser Kontrast präzise den Wandel von der stabilen öffentlich-rechtlichen Rundfunkordnung zu den heftig umkämpften Radiomärkten der neunziger Jahre. Andererseits sollte sich eine Analyse aktueller Radiostrukturen etwas distanzierter zu den Selbstdarstellungen ihrer Objekte verhalten – so wie es von jeder (Zeit-)Geschichtsschreibung erwartet wird.

Leider fehlt dem knappen und brauchbaren Literaturverzeichnis ein Hinweis auf Periodika und Branchendienste, aus denen sich der Interessent fortlaufend über den Radiomarkt, seine Programme und Sendungen informieren kann. Dies wäre wünschenswert, weil sich die Radiolandschaft permanent verändert und somit einige Informationen des Buches bereits wenige Monate nach dessen Erscheinen überholt sind.

Rolf Geserick (Münster)