

4/ 18. JAN. 1989

„So wie es ist, kann es nicht bleiben“ / Seite 1

Zur Reformdiskussion des öffentlich-rechtlichen Radios / Von Michael Wolf Thomas

epd Im vergangenen Jahr haben wir (bis auf den Deutschlandfunk) die Radioprogramme der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in ausführlichen Hörbeobachtungen vorgestellt und beurteilt. Diese Reihe der kritischen Bestandsaufnahme soll nun theoretisch ergänzt werden: mit Programmachern, Verantwortlichen und Kritikern in perspektivischer Diskussion der Grundlagen, Bedingungen, Forderungen, Aussichten, die mit Radio in den 90er Jahren verbunden sind. Nachdem wir im Dezember (Kifu 99/88) ein Referat von Hörfunk-Programmdirektor Friedmar Lücke zu dieser Grundfragestellung veröffentlicht haben („Radio öffentlich-rechtlich: Anpassen? Ausdünnen? Aufgeben?“), eröffnen wir jetzt die programmatische Reihe mit einem Beitrag von Michael Wolf Thomas. Dieser Beitrag hat besondere Aktualität, weil der Norddeutsche Rundfunk ab April eine Reform seiner Hörfunkprogramme realisiert (Kifu 1/89). Mit Beginn dieser Reform wird Michael Wolf Thomas (bislang Leiter der Redaktion „Medien und Kommunikation“ beim NDR) die Redaktion „Medien und Programmentwicklung“ in der NDR-Hörfunkdirektion leiten (und daneben weiterhin den „Medienreport“ und andere Mediensen-dungen verantworten).

Wenn am 1. April 1989 um 0.00 Uhr beim NDR-Hörfunk die Sendeschalter umgelegt werden, oder genauer die Sendestraßen computergesteuert ihre neuen Wege nehmen, dann ist eine mehrfache Reform im Hause vollzogen und für den Hörer — endlich — nachvollziehbar. Die Einrichtung von NDR 4 auf bisher teilweise oder anders genutzten Frequenzen hat nicht nur eine Programmreform zur Voraussetzung, sondern eine Organisationsreform. Teilweise ist daraus dann auch ein Generationswechsel geworden. Sicherlich aber führte die Diskussion bei vielen zu neuen Erkenntnissen und Umdenken.

Manche Äußerungen forscher Reformphilosophen der Radioszene, die einem klipp und klar erklären, wie Radio gemacht werden muß, und die entsprechenden Reaktionen ihrer Kritiker, die noch immer dem Rundfunksystem der 50er Jahre verhaftet sind, lassen vermuten, daß es eigentlich nur zwei Möglichkeiten gibt, Radio zu machen. Alles muß bleiben wie es ist. Oder: Alles muß flotter werden. Die Wirklichkeit der Radioszene Ende der 80er Jahre ist schwieriger, viel komplizierter und verzwickter, als daß sie sich solch schlichten Denkschemata unterordnen ließe.

Die Ausgangslage

Es ist nicht gerade neu, daß der öffentlich-rechtliche Rundfunk immer wieder unter Beschuß steht und zunehmend politisch-finanziell unter Druck gesetzt wird. Aber auch dies gilt es zu erwähnen, wenn über Reformen berichtet wird. Reformen werden von Rundfunkleuten erarbeitet, denen im Alltag ständig gesagt wird, daß weniger Geld ausgegeben werden soll, daß aber ausführlich und gründlich recherchiert, daß der Rundfunkauftrag eingehalten werden soll, daß möglichst noch standortpolitischen Wünschen Rechnung getragen werden soll. Das ungeliebte Kind soll Musterschüler sein.

Neu ist ebenfalls nicht, daß ein Großteil der Tagespresse, aber auch Teile der Wochenpresse den Hörfunk zugunsten des Fernsehens und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zugunsten des von ihnen mitbetriebenen Privatfunks vernachlässigen oder grob benachteiligen. Oder aber auf Stars und Sternchen reduzieren.

Schließlich auch nicht zu vergessen: Natürlich schleifen sich in Funkhäusern Verfahren und Schemata ein, die zu ändern schwierig ist. Sei es, weil so manche Personalien eher

Seite 2

4/ 18. JAN. 1989

an Weltanschauungen festgemacht werden (was übrigens bei Privaten nicht sehr viel anders ist), sei es, weil der Erfolg von Sendungen u.U. über deren innere Abnutzungserscheinungen hinwegtäuscht.

Die Mediennutzung

Das Radio ist nicht mehr unbedingt ein Gerät, an dem man mit Hilfe eines Drehknopfs seinen Sender suchen und einstellen muß — was dazu führte, daß rund 70 Prozent der Bevölkerung nie den Sender wechselte —, sondern: Das moderne Radio hat Stationstasten, die den leichten Programmwechsel ermöglichen. Und die Programme werden gewechselt. Zunehmend.

Hörfunkgerät, trotz langer Einschaltzeiten, zunehmend mehr in den Schatten des Fernsehens. Je mehr Fernsehprogramme über den Tag es geben wird, je mehr das Fernsehen die Rolle des Tagesbegleitmediums übernehmen wird, desto mehr könnte das Radio an Bedeutung verlieren.

Bedeutungswandel des Radios

Hinzu kommt die Gefahr eines zumindest äußerlichen — Bedeutungsverlustes der öffentlich-rechtlichen Medien. Sie, die Jahrzehnte das Veranstaltungs- (nicht das Meinungs-) Monopol hatten, haben nun private Konkurrenz in Hörfunk und Fernsehen. Für den öffentlich-rechtlichen Hörfunk heißt dies: Nicht nur die zunehmende *Nutzung des Fernsehens* (öffentlich-rechtlich und/oder privat) verändert die Hörfunknutzung, sondern auch das *Angebot der Privaten*. Wo mehr Programme sind, verteilen sich die Hörer auf diese Programme.

Diese rein quantitative Relativierung ist jedoch nicht alles. Auch eine qualitative Relativierung findet statt. Wenn, wie z.B. im Großraum Hamburg, statt zweier eher popmusikorientierter Wellen und eines klassik- und kulturorientierten dritten Programms vom NDR, die in einem weitgehend aufeinander abgestimmten Konzept arbeiten, plötzlich zusätzlich sechs popmusikorientierte Programme ausgestrahlt werden, verändern sich die Gewichtungen im *Angebot* für den Hörer. Und das färbt natürlich auch ab auf das *Gesamtimage* des Radios. Radio wird — noch mehr als bisher — Unterhaltungsmedium. Zumindest in den Augen und Ohren der Bevölkerung, die ohnehin schon einen längeren Veränderungsprozeß des Radios miterlebten.

Der Radioboomb der 60er Jahre

War früher das eine Mittelwellenprogramm *das* Informations-, Unterhaltungs- und Bildungsprogramm in einem, so differenzierte sich das mit der Zahl der UKW-Programme immer weiter aus: Ein Serviceprogramm, ein Kulturprogramm (meist mit alten klassischen Formen wie Feature und Hörspiel und klassischer Musik), ein Mischprogramm mit festen Sendungen. Die Hörschaft verteilte sich zunehmend. Die *Differenzierung* in verschiedene Programme verbreiterte das Angebot zweifellos, nun war es nicht mehr das eine einzelne Programm, das einen Integrationsauftrag hatte, sondern die Summe der Programme. Und doch: Alle Anstalten versuchten zumindest in jedem Programm auch wieder eine Integration aller Elemente beizubehalten, jedes auf seine Weise: Servicewellen mit Kurzinformationen, Programme mit herkömmlichen Formen sowie Programme mit Mischformen.

Die dahinterstehende Ideologie scheint verständlich: Man wollte und will Hörer in ihren verschiedenen *Hörsituationen*, in ihrem je verschiedenen Bildungsstand bedienen, berücksichtigen, „abholen“. Mancher Bildungsbürger meinte nun, Servicewellen seien für Hauptschüler, 1. Programme für Realschüler und 3. Programme für Abiturienten. Sie vergaßen dabei nur, daß die Hörsituation und die damit verbundenen Interessen und Bedürfnisse eben beinahe genauso wichtig wie der Bildungsfaktor ist, anders sind die bei Umfragen festgestellten Durchmischungen der Programme mit allen Bildungsgruppen nicht zu erklären.

Nach dem rasanten Erfolg der Servicewellen überall in der Republik, wo die Rundfunkanstalten gewaltige Zunahmen erreichten, wandern nun aber wieder Hörer ab. Von NDR 2 zu RSH, von Bayern 3 zu den Münchner Privaten usw. Ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk so schlecht, daß ihm die Hörer davonlaufen? Es gibt Gründe, sogar relativ einfache: Die *Servicewellen* werden für viele, die mehr Musik oder nur *Musikberieselung* oder andere Musik wollten, eine *Notlösung* gewesen sein. Nun haben sie eine Alternative und nutzen sie.

Seite 3

4/ 18. JAN. 1989

Das Magazin-Radio

Natürlich gab und gibt es Widerstände gegen die Veränderungen im Hörfunkangebot, gegen die Schaffung von „Magazinwellen“. Doch zu einem guten Teil artikulierte sich hier weniger das Interesse am öffentlich-rechtlichen Rundfunk als eine elitär-arrogante Uneinsichtigkeit, die ein 30-Minuten-Feature als kulturelle Großtat wertet, einen 3-Minuten-Kurz-Magazin-Beitrag aber als Selbstkommerzialisierung.

Die gefundenen *Magazin*-formen, die Mischung von Musik, Information, Service und Unterhaltung wurde angenommen. Bei der Vorliebe der Deutschen für generelle, bürokratische und damit oft unflexible Lösungen wurde teilweise bis ins Detail vorgeschrieben, wie lange welche Themen sein dürften, welche Längen Moderationen haben dürften und sollten. Die Hörfunkrenaissance wurde jedoch nicht durch ein bürokratisches Magazinschema bewirkt, sondern durch den Versuch, mit neuen formalen Elementen die Hörer in ihrer, wie es neuhochdeutsch heißt, „Befindlichkeit“ abzuholen. Also auf ihre Gewohnheiten, Arbeitsabläufe Rücksicht zu nehmen. Man kann eben beim Bügeln und bei der Hausarbeit nicht ständig neben dem Radio stehen und ein Stundenfeature konsumieren. Die Kurzform ist sicherlich das entscheidende Merkmal. Aber: es kommt darüber hinaus auf die Sache, das Thema, den Inhalt und die Form an. Ein abwechslungsreiches O-Ton-Stück kann die Hörer vergessen machen, daß es so etwas wie Zeit gibt. Die *Betroffenheit*, der *Gebrauchswert*, der *Alltagsbezug*, die *Lebensnähe* ist entscheidend. Nicht die Bonner Aufgeregtheiten und die Aktualitätenticker von dpa, nicht die internationalen Media-Schlagzeilen und die Pressemitteilungen aller möglichen Institutionen sind entscheidend. Entscheidend ist, bei Berücksichtigung dieser natürlich vorhandenen Vorgaben des Tagesgeschehes, die Umsetzung. Dazu gehört dann ebenso, daß der Hörfunk auch Ereignisse schaffen kann, etwa indem er vor Ort Kontroversen oder schlicht nur Interessantes mit Betroffenen und Beteiligten übermittelt: „Hast du gestern gehört...?“

Magazinradio muß also kein seichtes Radio sein. Die Programme der ARD beweisen dies landauf und landab, wenn auch der eine oder andere Kritiker sich grausend wendet, wenn auch Kritik generell immer angebracht ist.

Wie aber nun reagieren auf Programme, die von den privaten Anbietern ausgestrahlt werden?

Das Radio-Angebot der ARD

Die Antwort muß für jede ARD-Anstalt unterschiedlich gegeben werden, denn: Die Situation ist jeweils verschieden. Auch dies muß in Erinnerung gerufen werden. Im Norden gibt es den Norddeutschen Rundfunk und Radio Bremen als öffentlich-rechtliche Anstalten, im Westen den Westdeutschen Rundfunk. Und im Süden den Hessischen Rundfunk, den Südwestfunk, den Saarländischen Rundfunk, den Süddeutschen Rundfunk und den Bayerischen Rundfunk. Allein diese Aufzählung zeigt schon strukturelle Unterschiede in der Rundfunkszene auf, die historisch begründet sind. Hatten nämlich im Norden die Briten versucht, den Nordwestdeutschen Rundfunk als Vierländer-Anstalt zu etablieren, um eine große und unabhängige Rundfunkanstalt zu bekommen, die staatlichen Einflüssen trotzen kann (eine vergebliche Hoffnung, wie man heute weiß), so war im Süden aufgrund der anderen Gegebenheiten eine andere Struktur gewählt worden, mit der Folge, daß sich die Sendengebiete der Anstalten teilweise sehr weit überlappten. So macht der Bayerische Rundfunk dem Hessischen Rundfunk Konkurrenz in diesen Überlappungsgebieten, der Südwestfunk dem Süddeutschen und so fort. Es ist dies eine Konkurrenz um Hörer und auch um Werbung. Denn, dies ist die zweite Besonderheit des Südens: Während im Norden lange Jahre nur Radio Bremen Hörfunkwerbung machte, der NDR erst seit 1981 auf NDR 2 wenige Minuten am Tag werben darf und der WDR erst im November 1987 erstmals Hörfunkwerbung ausstrahlte, herrscht im Süden-munteres Werbegetümmel.

Radio im Norden

Bis zum Juli 1986 hatte der NDR, der Norddeutsche Rundfunk, im Hörfunkbereich ein *Monopol*, ein Veranstaltungsmonopol für die Länder Schleswig-Holstein, Hamburg und Niedersachsen. Dessen Ministerpräsident Ernst Albrecht hatte schon früh deutlich gemacht, daß er das Rundfunksystem ändern wollte. Den Worten folgten Gesetze, und doch hatte zum Schluß Schleswig-Holstein die Nase vorn, bzw. die erste auch tatsächlich sendende Privatstation: Radio Schleswig-Holstein, RSH. Anfang '87 folgten in Hamburg „Radio Hamburg“ und in Niedersachsen „ffn“, das steht für Funk und Fernsehen Nordwestdeutschland. Im Juli '87 schließlich begab sich noch „Radio 107“ auf den Hamburger Konkurrenzpfad.

Seite 4

4/ 18. JAN. 1989

Vier private, jeweils landesweite Sender also, die sich anschicken, dem NDR Konkurrenz zu machen. Insbesondere NDR 2, dem für jüngere und mittlere Altersgruppen konzipierten Magazinprogramm mit Verkehrsservice und Werbung. Rund 65 Prozent der Hörer im NDR-Sendegebiet hatten Mitte 1986 diesen Sender eingestellt, in Schleswig-Holstein wegen der mangelnden Konkurrenz von Nachbarsendern mehr, in Niedersachsen wegen der Einstrahlung von Radio Bremen, WDR und HR weniger. Die große Frage war nun: *Wieviel* würde NDR 2 verlieren, denn daß es Verluste geben würde, war klar. Eine erste gründliche Umfrage, die auch mit früheren Umfragen vergleichbar ist, ergab für NDR 2 eine Reichweite von 35 Prozent, während die drei privaten Sender zusammen auf 29 Prozent kamen. Mit diesen 35 Prozent ist NDR 2 also nach wie vor dominant, der NDR insgesamt mit 55 Prozent, wenngleich nicht übersehen werden kann, daß noch Veränderungen eintreten können. Es hat also die erwarteten Verluste gegeben, wenngleich die Verluste von NDR 2 nicht automatisch Gewinne der Privaten sind, sondern auch Gewinne der Landesprogramme des NDR.

Die NDR-Programme

Schon eine Betrachtung der NDR-Landesprogramme zeigt, warum jeder Versuch, für alle Rundfunkanstalten ähnliche Reformen zu empfehlen, scheitern muß. Nach NDR-Staatsvertrag sind die Landesfunkhäuser (Welle Nord, Hamburg Welle, Radio Niedersachsen) programmlich autonom. Dennoch sind sie in ein Gesamtkonzept des Hauses eingebunden, das naturgemäß Kompromißcharakter hat. Die Landesprogramme (früher NDR 1) verstehen sich ebenso wie NDR 2 als massenattraktive Programme, als Programme also, die versuchen wollen, möglichst viele Hörer zu gewinnen. Dabei haben die Landesprogramme die Schwerpunkte „Regionalinformation“ und „Musik eher für die mittlere und ältere Generation“ und NDR 2 die „überregionale Information“ und „Musik für eher jüngere und mittlere Jahrgänge“. (Daß die Aufteilung der Musikfarben damit nur grob umschrieben ist, sei gleich gesagt, um Mißverständnisse gar nicht erst aufkommen zu lassen.) NDR 2 hat darüber hinaus die 42 werktäglichen Werbeminuten auszustrahlen (weniger hat keine andere ARD-Anstalt, was den NDR zum „öffentlich-rechtlichsten Sender“ der Republik macht).

Da sich auch die *Privatprogramme* als massenattraktive Programme verstehen, die möglichst viele Hörer haben wollen, ergibt sich nun also die bizarre Konkurrenzsituation, daß die landesweiten Privatsender in der Musik und der Werbung gegen den überregionalen Sender NDR 2 antreten, während sie im regionalen Informationsbereich eher mit den Landesprogrammen konkurrieren. Und innerhalb des NDR ergibt sich insofern eine Konkurrenzsituation, als natürlich jene Hörer, die eher die Musikfarben der Landesprogramme goutieren, dorthin umschalten. Da die Landesprogramme nach und nach von der ursprünglichen Konzeption des Blockprogramms alter Machart abgekommen und zum Magazinformat gewechselt haben — mit wachsenden Einschaltquoten (!) —, ergab sich nach und nach für die übrigen Programme des NDR die Notwendigkeit, Sendungen (u.U. etwas verändert) zu übernehmen. Das neue Angebot der drei Landesprogramme führte zu neuen Themen und Sendungen (und das eben gleich dreimal), während die Zentralprogramme NDR 2 und 3 zwar immer wieder reformiert, aber nicht grundsätzlich neu konzipiert wurden. Ein Großteil des Reformeifers ging seit 1980 in die Einrichtung, dauernde Reformierung und allmähliche Ausweitung der Landesprogramme bis hin zu nun stattlichen Ganztagsprogrammen. Die Installation von Privatsendern im Norden brachte dann den endgültigen Reformschub für die Zentralprogramme.

Die NDR-Hörfunkreform

Reaktion auf Landesprogramme und Privatprogramme — das ist sicherlich der wesentliche Grund für die Neustrukturierung des Angebots. Andererseits muß der NDR auch im Konzert der bis zu 20 anderen Programme *auffindbar* sein. Man muß sofort oder doch nach wenigen Minuten wissen, welchen Sender man eingeschaltet hat. So sind z.B. in Hamburg außer den drei NDR-Landesprogrammen (die sich hier überschneiden) sowie NDR 2 und 3 zu empfangen: DLF, Radio Bremen 1-4, RSH, Radio Hamburg, ffn, Radio 107, OK-Radio, Frequenz 97, 1 (z.Z. nach Korah-Pleite unbesetzt) sowie diverse DDR-Programme. Außer der besseren Erkennbarkeit führte auch die Überlegung, spezifisch öffentlich-rechtliche Möglichkeiten in jeder Form zu nutzen, zu dem Ansatz, zwei Programme verschiedener Schwerpunkte zu installieren.

○ Das bisherige NDR 3 Programm mit Klassik und Kultur, aber auch diversen anderen Sendungen (Kinderfunk, Sozialpolitik, Familienfunk u.a.m.) wird ein musikdominiertes (70 Prozent) Klassikprogramm mit Kultur (Hörspiel, Feature, Bildungsfunk, Kulturelles Wort).

Seite 5

4/ 18. JAN. 1989

○ NDR 4 wird ein wortdominiertes Programm (70 Prozent) mit kompakten Blocksendungen (Aktuelle Information, Sozialfunk, Kinderfunk, Familienfunk, Wirtschaftsfunk, Schul- und Bildungsfunk, Sportreport, Medienreport u.v.a.m.) und mit gebündelten Musikangeboten (also nicht ständiger Wechsel wie in Magazinprogrammen, sondern z.B. 30 Minuten Chansons, Swing o.ä.).

Während NDR 3 seine Frequenzen behält, wird NDR 4 auf den bisherigen Frequenzen für die Gastarbeitersendungen (die dort von 19.00 bis 22.00 Uhr als Bestandteil von NDR 4 bleiben) und den Mittelwellen des NDR laufen.

Für den Hörfunknutzer ergibt sich nach der Reform eine klare Wahlmöglichkeit:

○ Wer Magazinsendungen hören will, findet diese jede Stunde nach den Nachrichten auf NDR 2.

○ Wer Klassik und Kultursendungen hören möchte, kann sie klar erkennbar immer auf NDR 3 hören.

○ Wer vornehmlich an Wort oder an kompakten Musiksendungen interessiert ist, kann NDR 4 nutzen.

Viele gewohnte Sendungen müssen nun an einem anderen Sendeplatz gesucht werden, entweder im anderen Programm, aber auch an anderen Tagen oder zu anderen Tageszeiten. Die Umstellung wird sicherlich allerlei Zeit brauchen und Reibungsverluste bringen — auch bei den Redaktionen, die nun den einzelnen Wellen zugeordnet werden —, andererseits scheinen die Vorteile deutlich:

- Klare Erkennbarkeit der Programme nach Formen und Inhalten
- Mehr Wortangebot insgesamt
- Mehr Musikangebot insgesamt

Daran soll kein Zweifel sein: Die geschilderten Veränderungen der Vorjahre zuvor hatten auch Defizite entstehen lassen, die nun wieder ausgeglichen werden können. Quantität und Qualität der klassischen Musik können gesteigert werden; volkstümliche Musik, Musik wie Swing, Chanson und anderes mehr, die zwar in den Magazinprogrammen vorkamen, aber als geballtes Angebot zu bestimmten Tageszeiten wegfallen mußten, werden nun in einer neuen Konzeption angeboten. Und nicht zuletzt: Platz für aktuelle Dokumentationen bei Bedarf, Platz für Archivsendungen (das NDR-Schallarchiv ist eine wahre Schatzkammer), Platz für Experimente — alles das gibt es jetzt wieder.

Natürlich kommt letztlich alles auf die inhaltliche Füllung an, auf die konkreten Angebote, auf den Gebrauchswert, das Interesse die Aufmerksamkeit, die die Programme finden. Das Profil des jeweiligen Programms und damit der Zugang zu ihm erscheint klarer und — trotz aller Kompromisse — sinnvoller.

Die segmentierte Gesellschaft und der Integrationsfunk

Ist das alles nun die große Segmentierung des Publikums, die Parzellierung der Hörerschaft in Teilpublika und Interessensklüngel? Spaltet der Rundfunk mit seinen unterschiedlichen Angeboten die Bevölkerung? Wer so fragt (und aus Diskussionen um die Zukunft der Medien kennt man diese Frage) hat — mit Verlaub — noch immer nicht begriffen, daß die Bevölkerung, daß die Gesellschaft, was den Medienkonsum angeht, bereits gespalten ist und gespalten werden sollte. Die Entautorisierung des Rundfunks war gewollt. Jetzt muß der Rundfunk sehen, wie er damit klar kommt, wie er, nach dem Verlust des Monopols sich unentbehrlich macht sowohl bei jenen, die im Radio eher ein Unterhaltungs- und Begleitmedium sehen als auch bei jenen, die das Radio als Hörfunk nutzen wollen. Die unterschiedlichen Nutzungsinteressen verlangen unterschiedliche Angebote. „Das eine tun ohne das andere zu lassen“, muß zwangsläufig das Motto sein. Die Zeit der Programme mit absoluten Hörermehrheiten ist endgültig vorbei. Es gilt jetzt mit mehreren Programmen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk die absoluten Mehrheiten zu sichern.

Und der Integrationsrundfunk? Gibt es ihn überhaupt noch? Natürlich gibt es ihn noch. Vielleicht nach den Reformen sogar mehr denn je. Innerhalb der Funkhäuser hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, daß die Schwerpunktsetzung in den einzelnen Programmen, in denen aber jeweils in angepaßter formaler Aufbereitung Informationen aus den Nichtschwerpunktbereichen ihren Platz haben (im Kulturprogramm z.B. Politik und Unterhaltung), nicht zu einer Desintegration führen muß. In jedem der Programme kann der „kanaltreue“ Hörer, wenn es ihn denn überhaupt noch geben sollte, mit Daten, Fakten, Trends, Meinungen aus Bereichen konfrontiert werden, die vielleicht nicht sein primäres Interesse haben.

Seite 6

4/ 18. JAN. 1989

Wie gesagt, er *kann* konfrontiert werden, wenn er selbst es will. Denn die Vorstellung, daß man ihn zu seinem Glück zwingen kann, wäre sowieso vermessen und überheblich. Nein, da kann man es durchaus schon mit den Politikern halten, die da fordern: „Jeder soll das hören, was er will.“ Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und geradezu prototypisch der Hörfunk sollten zu ihrer Maxime machen, daß — in der ganzen Bandbreite des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags — jeder hören *können* soll, was er will. Denn daran wird es in Zukunft viel eher hapern (zumal im Fernsehen bei immens steigenden Kosten).

Es gibt sie also, die Features und die Magazine, die Dudelmusik und die hehre Klassik, die volkstümliche Operette und die Zwölftonmusik, den Jazz und das Chanson, den deutschen Schlager und den Uraltodie. Es gibt die politische Tagesinformation (Kurzbeiträge in Magazinen auf NDR 2 in den Kurieren, kürzere und längere Beiträge in Blocksendungen auf NDR 4 in den Echos). Es gibt die politischen Hintergrundinformationen (in Features, Dokumentationen und Gesprächen). Es gibt die Fachinformation, die Hörspiele, Lesungen, Mitschnitte, Konzerte. *Es ist alles da.* Das Angebot ist *klarer sortiert, klarer unterscheidbar*. Unterscheidbar innerhalb der öffentlich-rechtlichen Angebote, aber auch zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Angebot: NDR 3 und 4 sind ohnehin ganz anders als die kommerziellen und NDR 2 ist durch die Art der Strukturierung mit großflächigen Magazinen, die ihrerseits Schwerpunkte haben (Kuriere, NDR 2 am Vormittag, Radioboulevard, Espresso) durch Inhalte und Präsentation und durch die Musik klar unterscheidbar und erkennbar gegenüber dem kommerziellen Angebot.

Jeder *kann* alles kennenlernen. Jeder *kann* alles nutzen.

Werbung tut not

Allerdings aber: Niemand kann etwas nutzen, was er nicht kennt, von dem er gar nicht weiß, daß es das gibt. Hier, in der *Information über sich selbst*, liegt eine der wesentlichen Zukunftsaufgaben des öffentlich-rechtlichen Hörfunks, ja des öffentlich-rechtlichen Rundfunks insgesamt. Gewiß, das Thema ist alt, aber es wird nichtsdestotrotz täglich aktueller. Dem Verbund der Medienkonzerne haben die öffentlich-rechtlichen Funker durchaus einiges entgegenzusetzen, was aber auch ein Umdenken in den eigenen Reihen voraussetzt. Werbung für die eigene Sache, also die Arbeit und die Programme z.B. auch in Werbespots, kann ja wohl nicht anstößig sein, wenn auf kommerzieller Seite Millionen für Reklame, für eine Ansammlung von Plattenspielern, genannt Privatradio, gemacht wird. ARD und ZDF werben für die „erste Reihe“, manches scheint geglückt, anderes weniger, aber das Prinzip ist richtig. Das Mehr an eigenen Publikationen gehört dazu, müßte um tausende Prozent verstärkt werden. Das Werben für sich selbst, das Herausstellen von eigenen Leistungen (z.B. durch Nachrichten über selbstrecherchierte News, so wie auch der „Spiegel“ zitiert wird), das Sich-ins-Gespräch-Bringen ist für den Hörfunk angesichts der zunehmenden Übermacht des Fernsehens von lebenswichtiger Bedeutung.

Wichtiger aber noch scheint die Öffnung für neue Vermittlungsformen, für eine neue Ansprache des Publikums — in allen Programmen. Sicher sind die „massen“-attraktiven Programme — schon allein wegen der Werbung — wichtig. Daß die Akzeptanz des Funks beim Gebührenzahler lebenswichtig ist, ist eine bare Selbstverständlichkeit. Mehr aber noch, so scheint es, muß die Aufmerksamkeit der Macher den etablierten eher konventionell gestrickten Programmen gelten: *Neue Formen der Ansprache, Versuche mit veränderten Vermittlungsmustern* (etwa die „Aufbereitung“ von Themen durch Einbeziehung von Hörern), neue Formen der Live-Reportage und Produktion von Sendungen vor Ort (wieso heißen Sendungen vor Ort eigentlich immer „Außen-Übertragung“), eine offenerere Präsentation von (klassischer) Musik — alles dies kann auch den Nicht-Pop-Programmen neue Hörer zuführen, ohne daß es zu inhaltlichen Abstrichen oder Trivialisierungen kommen müßte. Erfahrungen, neue Gewohnheiten der Hörer sind zu berücksichtigen, Generationen von Platten-, Musikkassetten-, Video-, CD-Nutzern und Zeitschriftenlesern sind herangewachsen. Sie müssen umworben werden, herangeführt werden. Sie müssen zum ersten Schritt, zur bewußten Programmwahl verleitet werden. Die verschiedenen Programme (und mit ihnen die verschiedenen Programmformen) werden (noch?) unterschiedlich intensiv genutzt, aber sie sind nichtsdestotrotz gleichwertige Bestandteile des Gesamtangebots.

„Rundfunk für alle“ kann ja nicht die Annahme auch nur zulassen (für die Programmgestaltung), daß die einen besser, weil klüger, und die anderen schlechter, weil dümmer sind. Wenn es danach ginge, müßten die Magazinprogramme die blitzgescheitesten und besten Programme sein, weil sie von überdurchschnittlich viel formal besser Gebildeten gehört werden.

Programmreformen hat es alle Jahre gegeben. Immerzu wird irgendwo reformiert. Anders machen, neu machen, ist das Lebenselixier des Funks. Nur: Jetzt treten Systeme gegeneinander an, deren Arbeitskriterien strenggenommen gar nicht vergleichbar sind. Deshalb: So wie es ist, kann es nicht bleiben.