

Einbindung aller Hörerkreise durch Aufbau einer Programmfamilie

→ Öffentlich-rechtliche Programmstrategien im digitalen Hörfunk

Von Heinz-Dieter Sommer*

Das „Radio ist in den allgemeinen Sog der Digitalisierung geraten“, konstatieren Ulrich Riehm und Bernd Wingert in ihrem Versuch einer Bestandsaufnahme der multimedialen Entwicklung. (1) Das sei Grund genug, so die Autoren, sich mit diesem vielleicht wichtigsten, wenn auch unauffälligsten Medium unserer Alltagskultur zu beschäftigen. Ein weiterer Grund sei, daß der Hörfunk weit weniger im öffentlichen Interesse als die anderen Massenmedien stehe und es erst in Ansätzen eine öffentliche Debatte über die anstehenden Innovationen gebe, in die beträchtliche öffentliche Mittel geflossen seien. Gemeint sind dabei nicht nur die erheblichen Aufwendungen, die in allen Funkhäusern bei der Digitalisierung der Arbeitsprozesse im Hörfunk erbracht werden, sondern auch jene Mittel, die zur Entwicklung, Erprobung und Umsetzung des digitalen terrestrischen Hörfunksystems DAB eingesetzt wurden und werden müssen.

Technische Entwicklungen allein genügen nicht zur Erschließung neuer Märkte – Inhalte entscheiden

Doch in einer Hinsicht dürften sich Riehm und Wingert irren. Das Radio ist durchaus bereits in den Blickpunkt der öffentlichen Diskussion über die Zukunft der Medien gerückt und dies auch, aber nicht nur wegen der technischen Entwicklung. Vielmehr gibt es dafür einige weitere Gründe, die ihren gemeinsamen Nenner in der Entwicklung der Programme selbst finden. Heute dürfte jedem auch aufgrund der ersten Erfahrungen mit dem digitalen Fernsehen klar sein, daß technische Entwicklungen allein nicht ausreichen, um einen neuen Markt zu erschließen.

Programminnovationen sind unabdingbar. Obwohl – wie später noch zu zeigen sein wird – die technische Seite viel mit der Akzeptanz eines Mediums zu tun hat, sind es letztlich inhaltliche Entscheidungen, die den Zuhörer oder Zuschauer dazu bewegen, neue Angebote wahrzunehmen. Diese sind aber in den letzten Jahren zumindest im Hörfunk nahezu ausgeblieben bzw. wurden bewußt ver- oder behindert, um ordnungs- und wirtschaftspolitischen Überlegungen Vorschub zu leisten. Oft genug ist dem Verbraucher nicht bewußt, wie sehr wirtschaftliches und politisches Kalkül im Hintergrund die Entwicklung gerade der elektronischen Medien bestimmen. Die Auseinandersetzungen über den

neuen Staatsvertrag im Südwesten und die dabei vorgesehene verfassungsrechtlich problematische Begrenzung der Hörfunkprogramme zeigen deutlich, daß die Neigung nach wie vor groß ist, den Hörfunkmarkt politisch zugunsten privater Anbieter umzugestalten, und dies zu einem Zeitpunkt, da mit der Satellitenabstrahlung die Vermehrung der Programmangebote technisch bequem möglich ist.

Auch die Diskussion über neue Jugendprogramme ist in diesem Zusammenhang zu nennen. Entgegen der ausdrücklich vom Bundesverfassungsgericht festgeschriebenen Entwicklungsgarantie gibt es immer wieder Versuche, diese durch die Festlegung von Programmzahl und die Festschreibung von Gebührenmitteln für technische Zwecke zu behindern oder sie durch die Absicht zu blockieren, öffentlich-rechtliche Programme auf dem Status quo einzufrieren. Programminnovationen und die Entwicklung von Angeboten für neue Zielgruppen sind für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine Existenzfrage, wenn denn der Weg ins Radiomuseum verhindert werden soll. Zudem würde eine Abkoppelung des öffentlich-rechtlichen Programms von der Zukunftsentwicklung die Ausgewogenheit der Medienlandschaft einseitig zugunsten kommerzieller Anbieter verändern. Im Hörfunksektor würde dies langfristig den endgültigen Verzicht auf qualitativ hochwertige Informations-, Kultur-, aber auch Musikprogramme zugunsten rein wirtschaftlichen Gesichtspunkten unterworfenen Musikabspielstationen mit sich bringen. Gerade der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist daher aufgefordert, zur digitalen Entwicklung mit eigenen und neuen Programmideen beizutragen.

Aus strukturellen und finanziellen Gründen sind die Möglichkeiten zur Entwicklung völlig neuer Programmangebote derzeit in den öffentlich-rechtlichen Anstalten höchst unterschiedlich. Nicht überall wird es daher gegeben sein, eine Hörfunkwelle völlig neu zu gestalten. Außerdem muß die Frage gestellt werden, ob die vorhandenen Ressourcen nicht durch intelligente Konzepte mehrfach und damit wirtschaftlich effizienter genutzt werden können. Dazu soll hier im folgenden der innere Aufbau einer Programmfamilie auf der Basis vorhandener Programmangebote skizziert werden. Hinter dieser Skizze steht die im Hessischen Rundfunk für die Hörfunkprogramme entwickelte hr-plus-Konzeption.

Funktionen des Radios

„Nachdem die neurophysiologische Forschung die funktionalen Asymmetrien, also die arbeitsteilige Wirkungsweise der beiden Hälften des menschlichen Großhirns entdeckt hat, kann man sich auch besser erklären, warum das alte Dampfradio nicht totzukriegen ist,“ meint Leo Danilenko, der stellvertretende technische Direktor des WDR: „Die Zweikammertheorie der Hirnforschung besagt, daß das Denken und

Auch ö.-r. Rundfunk muß an Programminnovationen teilhaben

* Hörfunk-Programmdirektor, Hessischer Rundfunk.

das Fühlen in zwei getrennten ‚Rechenzentren‘ in unseren Köpfen ablaufen. Alles Logische und Sequentielle, wie Lesen, Schreiben, Verstehen von Sprache sowie Sprache selbst, spielt sich bei den Rechtshändern in der linken Hirnhälfte ab. Alles Ganzheitlich-gefühlsmäßige, wie das Wahrnehmen schöner Bilder, ganzheitliches Genießen klanglicher Harmonien und Melodien, Erkennen von Gestalten und Situationen, sind Leistungen der rechten Großhirnhemisphäre, die über gekreuzte Nervenbahnen das links gelegene Herz höher schlagen lassen.“ Und Danilenko folgert, daß sich der Hörfunk – im Gegensatz zum Fernsehen – eigentlich immer nur jeweils an eine Hirnhälfte wendet, bei Musik an die rechte, bei Wort an die linke Hälfte: „Die Radiomacher der ersten Stunde haben diesen Umstand ohne die Neurophysiologen erkannt. Intuitiv gut gemischt angeboten hat diese Art, Hörfunk zu machen, ihren Niederschlag in den Rundfunkgesetzen gefunden, als Pflicht zur Information und Unterhaltung.“ (2)

Hörfunk ist von Beginn an Medium der Unterhaltung und Information

Unabhängig davon, ob man bereit ist, dieser Theorie zu folgen, beschreibt sie doch den Kern der Hörfunkentwicklung im 20. Jahrhundert – und auch ihre Probleme. Unverkennbar ist, daß der Hörfunk immer ein Medium der Musik gewesen und damit auch eines der Unterhaltung ist. Ebenso unbestritten ist, daß der Hörfunk gerade in seinen ersten Jahren und heute noch in den Entwicklungsländern eine überragende Rolle als Informationsmedium für die Massen gespielt hat, weitaus mehr als das Fernsehen, das in dieser Hinsicht das Radio erst in den letzten Jahrzehnten überflügeln konnte. Man muß nicht nur an die Funktion des Radios in der NS-Zeit erinnern, auch in anderen Ländern spielte und spielt der Hörfunk eine wesentliche Rolle beim Aufstieg und Fall der Mächtigen, bei den Versuchen, die Menschen politisch, sozial und kulturell zu beeinflussen oder zur Mündigkeit zu führen.

Die Karriere eines Juan Peron in Argentinien, die Verstörungen durch das immer wieder zitierte Beispiel des Hörspiels von Orson Welles vom 30. Oktober 1938, die Entstehung der frühen Soap operas im Radio, das fast schon verschwundene Kriminalhörspiel, die Bedeutung der durch den Armeefunk verbreiteten Rockmusik für den Vietnamkrieg oder die zahlreichen Versuche, eigene künstlerische Hörfunkgattungen neben dem Hörspiel zu entwickeln, zeigen auf ganz unterschiedliche Weise, welche zentrale Bedeutung der Hörfunk für eine Gesellschaft gewinnen konnte.

Radio verliert zunehmend Informationsfunktion und wird reiner Tagesbegleiter

Inzwischen aber hat das Radio zumindest in den westlichen Industrieländern diese Funktion verloren, es ist zu einem ganz normalen Tagesbegleiter geworden. Möglicherweise wird eines Tages zu untersuchen sein, inwieweit gerade jene in den letzten Jahren dominierende Programmform – das Magazin mit seiner Mischung aus Musik und Information – dafür verantwort-

lich zu machen ist und darüber hinaus für den Niedergang des Wertes von Informationen im Hörfunk und zugleich auch dem Bedürfnis nach Information durch das Radio. (3) Das in Abwandlung von Neil Postman formulierte warnende Wort von Klaus Berg, demzufolge wir uns zum „staatsbürgerlichen Tode amüsieren“ soll hier nochmals zitiert werden. (4) Diese Entwicklung des Radios zum reinen Unterhaltungsmedium, empirisch nachgewiesen in der Langzeitstudie „Massenkommunikation V“ (5), korrespondiert allerdings nicht automatisch mit einem Bedeutungszuwachs auf der unterhaltenen, der musikalischen Seite, da in dieser Hinsicht ebenfalls das Fernsehen zunehmend zum Hauptakteur wird. Dem Radio bleibt, will man die Studie in der Perspektive pessimistisch beurteilen, die Funktion als musikalischer Hintergrund.

Es sollte aber nicht übersehen werden, daß Musik nicht nur beim Radio, sondern auch bei der Schallplatte, der Musikkassette sowie der CD in der Tat als Abschirmung vor der realen Welt wichtig ist. Die Audiomedien sind eine akustische Insel, die einerseits insbesondere bei Jugendlichen leicht die Funktion einer Traumwelt haben kann oder sogar wie bei durch Drogen verursachten Rauschzuständen zu einer Art gesteigerten, gleichwohl verzerrten Wahrnehmungsfähigkeit führt. Andererseits kann diese akustische Insel im positiven Sinn eingesetzt werden, als Instrument der Abschirmung, die das sich Zurückziehen in eine Hörwelt erlaubt, in der gleichzeitig höchste Konzentration wie auch ein friedliches Dösen denkbar sind. So wird auch heute noch das Radio vom Publikum primär genutzt. Aufgedreht bis zur völligen Lautstärke garantiert es jenen persönlichen Raum, der gerade in den engen Wohnsystemen der Großstädte kaum noch anders zu erzeugen ist.

Dem steht das Radio als Informationsmedium gegenüber. Noch heute ist es von den verschiedenen Medien das schnellste. Und es gilt auch nach wie vor als zuverlässig. Wahrscheinlich werden erst die online übertragenen Datendienste der Agenturen in der Lage sein, dem klassischen elektronischen Informationsmedium Radio Konkurrenz zu machen. Gerade die zielgerichtete Nutzung des in kurzfristigen Abständen immer wieder die neuesten Meldungen präsentierenden Nachrichtenradios ist perfekter Ausdruck des immer noch an das Radio gerichteten Informationsbedürfnisses der Hörer. Und nicht umsonst finden solche Formen von Nachrichtenradios, wie zum Beispiel Bayern 5 aktuell gerade auch in der intellektuellen Hörschicht und bei den Entscheidungsträgern in Politik und Wirtschaft viele Befürworter.

Bedeutung von Musik im Radio als Instrument der Abschirmung

Radio weiterhin schnellstes Informationsmedium

Wenig Programminnovationen seit Einführung kommerziellen Hörfunks

An diesen beiden Grundfunktionen des Radios, Medium der Information und Instrument der Tagesbegleitung, wird sich wohl auch zukünftig nichts ändern. Die Programmentwicklung der letzten Jahre hat mit dem Aufkommen privater Anbieter kaum etwas wirklich Neues gebracht. Tagesbegleitprogramme unterschiedlicher Formate dominieren die Hörfunklandschaft neben einigen, zumeist aus der Historie der Programmentwicklung begründeten Einschaltprogrammen auf Seiten der öffentlich-rechtlichen Anbieter, einigen Zwischenformen sowie den wenigen Spartenprogrammen, von denen in der Bundesrepublik bisher eigentlich nur die Nachrichtenkanäle und die Klassikkanäle zu erwähnen sind, sofern man nicht letztere lediglich als eine Spielart eines Tagesbegleitprogramms wertet. (6)

Die Bedeutung des Hörfunks schwand natürlich auch mit dem Aufstieg des Fernsehens zum primär genutzten elektronischen Massenmedium. Für das Radio mußte die Musik das wichtigste Programmelement werden. Sie hat den Weg zum eigentlichen, nebenbei genutzten Begleitmedium geebnet. Das Magazin - Information, getragen von Musik - war seit den späten 60er Jahren in der Bundesrepublik der Schlüssel zum Programmerfolg. Die Sendungen zum Zuhören wurden zunächst immer weniger genutzt, dann in den Einschalt- oder Kulturprogrammen zusammengefaßt, die sich ihrerseits - der öffentlichen Beachtung zunehmend entzogen - nun gerne selbst der Öffentlichkeit verweigerten. Verlust und Verweigerung von Publikum spielten sich in die Hände.

Entwicklungen im Hörfunk lassen sich nicht umkehren

Diese Entwicklung mag man bedauern, umkehrbar ist sie nicht. Der Weg in die Radiozukunft führt nicht über die einfache Restaurierung alter Programmideen. Er kann nur erfolgreich sein, wenn man sich dazu entscheidet, in übergreifenden Konzepten zu denken und die Erfolgskriterien unterschiedlich zu definieren. Wenn zum Beispiel ein Nachrichtenradio mit den Meßmethoden und Untersuchungskriterien, die für ein werbetragendes Massenprogramm unverzichtbar sind, betrachtet wird, dann muß es zwangsläufig schlecht dabei wegkommen. Daß andere Kriterien, wie zum Beispiel publizistische Beachtung, Meinungsführerschaft, Zuverlässigkeit, zielgerichtete Nutzung usw. demgegenüber als positive Bewertungsmaßstäbe in Frage kommen, wird gegenwärtig zu wenig beachtet. Das Beispiel zeigt aber bereits, wie wichtig der Aufbau einer aufeinander bezogenen Programmfamilie sein kann, in der die Massenprogramme die Basis für den Publikumserfolg liefern und gleichzeitig vom Image möglicher anderer Angebote profitieren, die ihrerseits wiederum nicht den Quotendruck aushalten müssen, unter dem die Massenprogramme stehen.

Auswirkungen der Digitalisierung auf Produktion und Verbreitung

Digitalisierung im Hörfunk bedeutet zweierlei: einerseits neue Übertragungs- oder Verbreitungswege, andererseits eine Veränderung der innerbetrieblichen Prozesse bei der Entstehung von Programmen. Beides ermöglicht neue Programmformen. Bei den neuen Verbreitungswegen spielt es zunächst keine Rolle, ob man an die Satellitenabstrahlung, das DAB-System oder auch Audioangebote im multimedialen World Wide Web denkt. Entscheidend ist, daß diese neuen Verbreitungswege langfristig das alte UKW-System verändern bzw. sogar ganz ablösen werden.

Die veränderten Arbeitsprozesse in den Funkhäusern ermöglichen andere Programme, weil die neuen Techniken rationellere Formen des Produzierens erlauben, die einen schnellen und unkomplizierten Zugriff zum Beispiel auf Korrespondentenberichte gewährleisten. Mit analoger Studioteknik mußte ein eingehender Beitrag im Zentralen Überspielraum aufgenommen und dann entsprechend den verschiedenen Anforderungen der Wellen oder Sendungen gleich mehrfach kopiert werden, um dann individuell bearbeitet und den Formaten angeglichen zu werden. Im digitalen Studio ist der Weg heute viel einfacher: Der überspielte Beitrag liegt als Datensatz vor und kann zeitgleich und von beliebig vielen Redaktionen abgerufen und immer wieder bearbeitet werden. Zeitaufwendige technische Produktionen entfallen. Zudem bleibt das originale Datenmaterial unversehrt und wird in den Archiven in den entsprechenden Datenbanken abgelegt.

Damit verändert sich auch der unmittelbare Arbeitsplatz des aktuellen Redakteurs: An die Stelle des Studios, der zahllosen Gänge eines Funkhauses, auf denen er zwischen Archiv, Magazin mit Ausleihe, Studio und Überspielraum bzw. Redaktionszimmer hin- und herläuft, tritt der Schreibtisch mit dem PC. Hier werden die Beiträge direkt am Bildschirm bearbeitet, werden über ein anderes Programm die ergänzenden oder vorbereiteten Meldungen der Agenturen abgerufen, das Hintergrundmaterial der Onlinedienste gesichtet. Die so bearbeiteten und mit den entsprechenden Zusatzinformationen versehenen Korrespondentenbeiträge werden dann wiederum per Mausklick in die entsprechende Sendung eingestellt.

Der Rationalisierungseffekt ist erheblich; er erlaubt vor allem neue Zusammenstellungen und eine bessere Ausnutzung vorhandener Ressourcen. Was für das aktuell einlaufende Material gilt (Nachrichtenminuten, Korrespondentenbeiträge, Interviews, Originaltöne), kann auf den gesamten Archivbestand (ganze Sendungen, ausgewählte Teile, Musik), soweit er bereits erfaßt ist und als Audiofile (= akustischer Datensatz) vorliegt, bezogen werden. Von jeder Redaktion eines jeden Programms ist der Zu-

Digitalisierung verändert Arbeitsprozesse im Hörfunk

Erhebliche Rationalisierungseffekte

griff in einem vernetzten Funkhaus möglich, so daß sich die Spielräume erheblich erweitern. Aktuelle Meldungen, beispielsweise über eine bedeutende Auszeichnung, können sofort und unmittelbar mit den entsprechend vorliegenden Archivmaterialien ergänzt und angereichert werden bis hin zum Einsatz kompletter langer Interviews oder Sendungen. Zeitaufwendige Recherchen und Materialbeschaffungen entfallen.

Die aktive Verfügbarkeit des Programmvermögens garantiert Flexibilität, Unabhängigkeit und wird so zum positiv genutzten Kapital. Prinzipiell wären die aufgrund der internen Digitalisierung möglichen Programminnovationen auch mit analoger Technik zu leisten gewesen, allerdings nur unter erheblich größeren personellen und finanziellen Aufwendungen.

Hörfunk hat technische Innovationen des Fernsehens kaum nachvollzogen

Die neuen Verbreitungswege bieten vor allem für den Hörfunk als Medium der Musik vielfältige Perspektiven. In den letzten Jahren kam für den Hörfunk in der öffentlichen Akzeptanz neben der schwindenden Bedeutung als Informationsmedium der Verlust an technischer Kompetenz erschwerend für seine Stellung und Wertschätzung hinzu. Beides trug dazu bei, daß der Hörfunk insgesamt zu einem Low interest product wurde. Während im Fernsehen verschiedenste Innovationen durchgeführt wurden – als Stichworte seien hier nur Kabel-, Satelliten- oder Videotechnik genannt –, die das Medium selbst in einer auch technisch geprägten Diskussion hielten, verharrte der Hörfunk fast starr auf alten technischen Positionen.

Das UKW-Frequenzband wurde immer stärker strapaziert, Versuche, auch die analoge Ausstrahlung bereits zu Zusatzinformationen zu nutzen, wurden gar nicht oder nur zögerlich unternommen, an einer Konzeption, die den technischen Vorsprung der CD hätte mindern können, wurde nicht oder nur unter nicht markt- und nutzerorientierten Prämissen gearbeitet. Während im Fernsbereich die Satellitenausstrahlung fast zeitgleich zur Kabelverbreitung in Angriff genommen und aufgrund der Interessen der kommerziellen Anbieter massiv vorangetrieben wurde, haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Chance, die in der Satellitenausstrahlung für den Hörfunk liegen, gar nicht oder nur zögernd akzeptiert.

Im Musikbereich wurde Vorreiterrolle an CD und Walkman verloren

Dies gilt vor allem für die Programmverantwortlichen, die lange Zeit die Augen vor den Beziehungen des Mediums zu technischen Fragen mehr oder weniger verschlossen haben. Als Beispiel kann unter anderem der Mißerfolg des Digitalen Satelliten Radios DSR (siehe dazu den Beitrag von Gerd Pohle in diesem Heft) genannt werden, dem es auch an attraktiven Programmangeboten gefehlt hat, die in der Lage gewesen wären, die Vorteile des Systems zu untermauern. Der Hörfunk verlor so im Musikbereich seine Vorreiterrolle. (7) Nicht umsonst zählen die privat genutzte CD und der Walkman heute zu

den schärfsten Konkurrenten der Hörfunkprogramme, und obgleich fast alle Jugendlichen in den entsprechenden Studien „Musik hören“ als eine ihrer bevorzugten Freizeitbeschäftigungen nennen, nutzen nur die wenigsten von ihnen die traditionellen Hörfunkprogramme. Dies hat nicht nur mit den fehlenden Programmangeboten zu tun, mit der CD-Qualität kann das UKW-Radio einfach nicht konkurrieren. Nicht umsonst hebt die Werbung für DAB auf die Vorteile eines Musikempfangs in CD-Klangqualität ab.

Während DAB oder Satellitenprogramme also in puncto Klangqualität viel zu bieten haben, sind die Onlinemedien für die Übertragung von Musikprogrammen weniger geeignet. Derzeit muß davon ausgegangen werden, daß zum Beispiel im Internet lediglich Datenraten verbreitet werden können, die um den Faktor 50 unter denen der CD liegen und schon von daher keine wirkliche Alternative darstellen. Die eigentliche Bestimmung des Netzes – Informationsaustausch – wird sicherlich auch zukünftig die entscheidende Rolle spielen und muß im Kontext der Programminnovationen mitbedacht werden. Aber das Internet für eine Alternative zum Radio zu halten, wäre sicherlich falsch, wenn gleich in Zusammenhang mit der Entwicklung individueller Abrufmöglichkeiten von Audioangeboten (Audio on demand) die grundsätzliche Frage nach den Perspektiven einer aktiven Programmgestaltung durch den Hörer bzw. seiner interaktiven Beteiligung zu stellen ist.

Von daher zeichnet sich schon jetzt folgende Entwicklung ab. Musikprogramme werden auf die hochwertigen Übertragungswege angewiesen bleiben. Dabei spielt es keine Rolle, ob sich DAB und ADR bzw. andere konkurrierende, aber in der Leistung vergleichbare Verfahren durchsetzen werden. Entscheidend dürfte sein, daß alle geeignet sind, die Mängel der gegenwärtigen UKW-Abstrahlung (eingeschränkte Klangqualität vor allem im mobilen Empfang, Überlastung des UKW-Bandes, begrenzte Möglichkeit der Übertragung von Zusatzinformationen) zu beheben und damit den Radioprogrammen eine der CD nahe kommende Qualität und die Möglichkeit weitreichender Zusatzinformationen zu bieten. Damit werden die Hörfunkprogramme für die Musik wieder neu interessant, und es ist zu erwarten, daß viele Anbieter diese Chance nutzen werden.

Die anfängliche Euphorie über die Möglichkeiten des DAB-Systems, über seine auch von Skeptikern oder Kritikern nicht bestrittenen Vorzüge gegenüber dem alten UKW-System, ist inzwischen allerdings einer vorsichtigeren und nüchterneren Einschätzung gewichen, insbesondere was den Zeitpunkt des Ersatzes von UKW durch

Internet für Hörfunkempfang von untergeordneter Bedeutung

Anfängliche Euphorie über Möglichkeiten von DAB gewichen

DAB angeht. In der DAB gegenüber grundsätzlich positiv eingestellten Fachillustrierten info-sat heißt es, daß „in den nächsten zwanzig Jahren DAB den UKW-Bereich nicht ablösen“ wird. (8) Andere Autoren betonen die Notwendigkeit eines langfristigen Simulcast-Betriebes, der die sowieso schon hohen Kosten für die Einführung eines flächendeckenden DAB-Systems nochmals erhöht. Und die Perspektiven für eine Durchsetzbarkeit dieser Technik beim Verbraucher sind eher verhalten bis negativ zu beurteilen, vor allem auch, weil „der Erfolg einer allein an technischen Kriterien orientierten Fortentwicklung (bessere Hörfunkqualität) der Hörfunktechnik nicht automatisch garantiert“ (9) ist und es „in erster Linie die neuen Inhalte und Angebote sind, die neue Systeme attraktiv machen“ (10).

Interesse an Programminnovationen durch DAB muß auch über eingeführte Techniken geweckt werden

Neue Angebote aber, die nur über ein neues System zu hören sind, können nicht allein den Erfolg desselben garantieren. Deshalb werden die Programmverantwortlichen darauf zu achten haben, daß die für die Beförderung der DAB-Technik vorgesehenen programmlichen Innovationen zumindest über Satellit, besser aber noch auch über normale terrestrische Systeme abgestrahlt werden, um so die Vorzüge der neuen Technik in der Verbindung von Empfangs- und Angebotsqualität dem Publikum näherzubringen.

Denn es dürfte eine Illusion sein, nur auf die Überzeugungskraft des neuen Programms mit der neuen Technik zu vertrauen. Kann der Hörer dagegen die Programminnovation auch mit seinen bisherigen Geräten nachvollziehen, wird er eher geneigt sein, sich der diese neuen Angebote begleitenden und initiierten Technik zuzuwenden. Dabei muß es aber darauf ankommen, dem Nutzer auch die Grenzen der bisherigen Technik im traditionellen Programmangebot vorzuführen. Bei DAB und UKW wären zum Beispiel die programmbegleitenden Dienste ein möglicher Weg. Zwar kann der Hörer das neue Programm auch über den normalen Übertragungsweg empfangen, die Zusatzdienste – auf die er immer wieder hingewiesen wird – erhält er aber nur bei einem Einstieg in die neue Technik.

Gerade das aber scheinen die bisherigen Programmangebote in den DAB-Pilotversuchen nicht herzugeben. Neue Musikangebote, vorwiegend für jüngere Hörer, dominieren eindeutig auf seiten der kommerziellen Veranstalter. (11) Auf seiten der öffentlich-rechtlichen Anbieter scheint dagegen auch die Vorsicht gegenüber der noch nicht eindeutig abschätzbaren Zukunft von DAB eine Rolle bei der Entwicklung von innovativen Programmen zu spielen. Allerdings hat mit der verstärkten Nutzung der vorhandenen Satelliten neben dem primär auf den mobi-

len Empfang zielenden System DAB auch der stationäre Empfang von Hörfunkangeboten eine neue Dimension erhalten, von der aus vielleicht sogar einmal die Frage nach den für den mobilen Empfang geeigneten Übertragungswegen neu gestellt werden muß. (12) Unabhängig davon dürfte aber klar sein, daß schon jetzt Anbieter die Koppelung von DAB-Pilotprogrammen und Satellitenabstrahlung als Chance begreifen, neue innovative Programmangebote zu entwickeln.

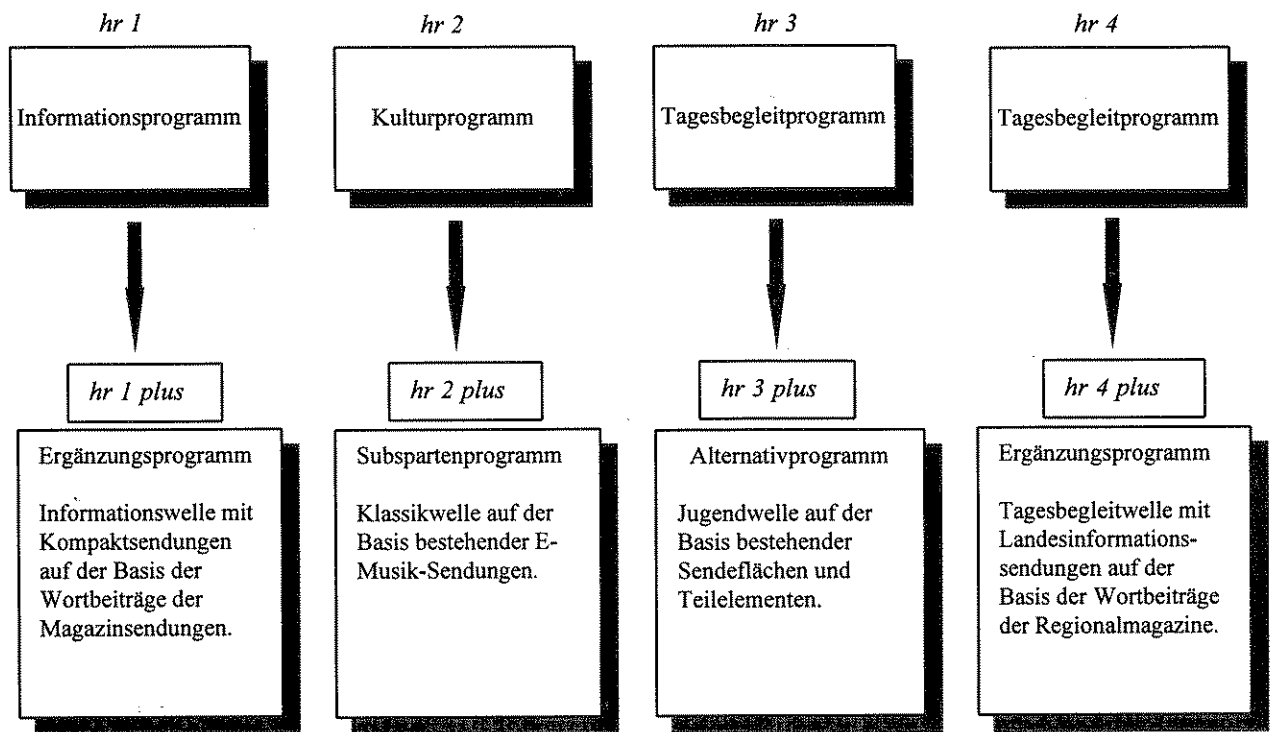
Demgegenüber sind das Internet, die multimedialen Möglichkeiten überhaupt, ein Weg, um weitere Informationen noch besser und gezielter zu verbreiten, dabei gleichzeitig den Eigenaktivitäten der Nutzer Rechnung zu tragen. Und hier kommen nun auch jene internen Abläufe ins Spiel, die als Digitalisierung oder Veränderung der Arbeitsprozesse zu beschreiben sind. Die vielfältige Verfügbarkeit von Audio- bzw. ergänzenden Informationen erlaubt einerseits eine Vernetzung im Angebot bis hin zum digitalen Bouquet. Das Schlagwort „Vernetzen statt Versparten“ trifft also durchaus auch für den Hörfunk zu und läßt sogar den Aufbau von stringent aufeinander bezogenen Programmfamilien eines Anbieters zu. Andererseits aber ermöglicht die interne Digitalisierung einen mehrfachen Umgang mit dem Ausgangsmaterial, der so vor kurzer Zeit noch nicht vorstellbar gewesen wäre bzw. nur mit erheblichem Aufwand hätte realisiert werden können.

DAB-Programme des WDR und des hr nutzen beispielsweise bereits vorliegende Informationsbeiträge ihrer Standardprogramme, um sie in einem anderen Musikumfeld (WDR) bzw. völlig neu sortiert, nämlich kompakt zusammengefaßt, in einem ebenfalls veränderten Umfeld (hr) wieder zu verwenden. Die Automatisierung derartiger interner Speicher- und Ausspielprozesse läßt einen kostengünstigen Betrieb zu, der vielfältige Möglichkeiten auch und gerade für das Internet bietet. Ergänzt durch Hintergrundberichte nur im Netz, durch den Verweis auf andere Sendungen zum Thema, durch Buch- oder Veranstaltungstips entsteht hier um den eigentlichen Kern des traditionellen Informationsbeitrages ein ganzes Umfeld weiterer oder neu sortierter Informationen, die dem Medium Hörfunk neue Chancen als primäres Informationsinstrument eröffnen. Daß diese Informationen auch gezielt abrufbar sind, versteht sich von selbst.

Eine Zwischenbilanz könnte daher folgendermaßen aussehen. Während es im Musiksektor darauf ankommen wird, die Vorteile der privat genutzten Tonträger durch neue Verbreitungswege auszugleichen und durch die Entwicklung neuer Musikformate den Verbraucher besser zu bedienen, wird die Programmentwicklung im Informationsbereich sich an den schon jetzt vorhandenen Möglichkeiten der multimedialen Informationsvermittlung zu orientieren haben, um hier Alternativen aufzubauen.

Digitalisierung macht auch im Hörfunk „Vernetzen statt Versparten“ möglich

Abb. 1 Aufbau einer Programmfamilie am Beispiel des Hessischen Rundfunks (hr-plus = Arbeitstitel)



Perspektiven einer Programmfamilie

Die Entwicklungen in der Welt des Radios lassen sich nicht zurückdrehen. Es ist daher müßig, den Verlust an Informationskompetenz zu beklagen und dabei zugleich die Wiedereinführung der guten alten Mischprogramme einzufordern, die die erfolgreichen Jahre des Radios in den fünfziger und sechziger Jahren bestimmt haben. Familienprogramm kann nicht die Antwort auf die Fragen der Radiozukunft sein. Zutreffend stellte Bernd-Peter Arnold 1991 fest: „Man wird sich im modernen Radio stets entscheiden müssen, ob man ein Begleitradio- oder ein Einschaltprogramm anbieten will. Der Versuch, beides in einem Kanal zu realisieren, muß scheitern.“ (13) Dies galt zumindest für die letzten fünfzehn Jahre und wird wohl auch weiterhin von Bedeutung sein, zumindest wenn man an die Basisprogramme einer Programmfamilie denkt.

Beispiel hr plus zeigt Möglichkeiten des modularen Aufbaus einer Programmfamilie

Aber die veränderten Perspektiven lassen heute Programmkonzeptionen zu, die keinesfalls mehr vor dieser lange Zeit gültigen Alternative stehen. Dabei kann die Idee von der Vernetzung statt Verspartung auch auf den Hörfunk Anwendung finden. Dem Prinzip Begleit- oder Einschaltprogramm ist der Aufbau von einander sinnvoll ergänzenden Programmgruppen zu einer Programmfamilie entgegensetzen, so wie dies der Hessische Rundfunk mit seiner hr-plus-Konzeption versucht. In diesem Konzept werden Bausteine, Module aus den vorhandenen Programmen genommen, um in einem anderen Umfeld, als größeres Teilstück oder als Einzel-element wiederverwendet zu werden (vgl. Abbildung 1).

Auch in der Industrie ist dieses Prinzip ja längst bekannt. Verschiedene Produkte werden heute oftmals aus verschiedenen Bestandteilen gefertigt, die auch in anderen Erzeugnissen Verwendung finden, ohne daß damit das für die öffentliche Wirkung und den Verkaufserfolg bestimmende Prinzip der Produktidentität verletzt würde. Zudem hat der Kunde zuweilen sogar die Möglichkeit, sein individuelles Modell nach bestimmten Vorgaben aus den verschiedenen Bausteinen modular zusammenzustellen.

Das heißt, daß zunächst bestimmte Grunderwartungen der Rezipienten zu erfüllen sind: Tagesbegleitprogramme, massenhaft über alle technischen Möglichkeiten verbreitet, dürften daher auch für die Zukunft das Bild der Hörfunklandschaft bestimmen. Dabei müssen nach wie vor aufgrund der außerordentlichen Bedeutung der Musik für das Rezipientenverhalten klar die Altersstrukturen berücksichtigt werden. Der drei-, ja vielleicht sogar vierschichtige Aufbau der Hörerschaft ist bei der Musikauswahl und der Anlage des Formates auf jeden Fall zu beachten.

Die Definition der Massenprogramme über die Musikkategorie sollte allerdings nicht nur als eine Frage der Generationen verstanden werden, denn zumindest eine Musikkategorie – deutscher Schlager, harmonische Instrumentalmusik bis hin zur sogenannten volkstümlichen Musik –

Tagesbegleitprogramme dürften auch zukünftig dominieren, allerdings Ausdifferenzierung nach Musikrichtung

findet auch bei einem Teil der jüngeren Hörerschaft Zuspruch. Daher sind heute wohl vier grobe Musikrichtungen als massenattraktiv zu bezeichnen und zwar im generationsspezifischen Aufbau Popmusik im weitesten Sinn für die jüngere (14 bis 29 Jahre), mittlere (25 bis 45 Jahre) und ältere Hörerschaft (über 40 Jahre) sowie die sich vorwiegend in Abgrenzung zur angloamerikanischen und damit auch stark rhythmisch geprägten populären Musik verstehende deutsche Schlagermusik, für die Begriffe wie Melodie, Harmonie und deutscher Text als Kennzeichen genannt werden können.

Neue Perspektiven für Einschaltprogramme

Auch werden diese Massenprogramme, obwohl sie als Tagesbegleitprogramme konzipiert werden, nicht auf das notwendige Mindestmaß an Information auf Dauer verzichten können. Daneben aber stehen die Einschaltprogramme, die Informations- oder Kulturradios, für die insbesondere neue Perspektiven entwickelt werden müssen.

Die Alternative für weitere Programmangebote besteht nach dem Beginn der Digitalisierung nun darin, daß verschiedene Programmelemente neu zusammengeführt werden können. Dabei sind verschiedene Modelle oder Typen, nämlich Ergänzungs-, Subsparten-, Alternativ- und Vernetzungsprogramme, denkbar, die im einzelnen vorgestellt werden sollen.

Ergänzungsprogramme

Fast jedes Hörfunkprogramm – ob Einschalt- oder Massenprogramm – hat bestimmte Elemente, die für Hörer einen Grund darstellen, eine Welle nicht kontinuierlich oder nur partiell zu nutzen. So ist jedem Radiomacher das Problem in den Informationswellen vertraut: Musikauswahl und Wortangebot stoßen aufeinander. Der eine Teil der Hörerschaft will ein noch dichteres Wortangebot (ohne prinzipiell ein komplettes Wortprogramm zu befürworten), der andere befürwortet eine andere Sortierung des Wortangebotes (nämlich in Blöcken und nicht als Magazin), der dritte Teil schließlich präferiert die Magazinform, lehnt aber die Musikfarbe ab. Bisher haben die Anstalten zwei Auswege versucht, nämlich die Wortspartenkanäle bzw. die Nachrichtenwellen, die allerdings den Nachteil haben, nicht kontinuierlich, sondern allenfalls sehr punktuell genutzt zu werden und damit kaum eine größere Hörerschaft erreichen. Eine andere Alternative war die Durchmagazinierung der Informationsangebote. Diese führte in die Nähe der Tagesbegleitwellen, was erstens der Information selbst nicht bekam und aufgrund der Unvereinbarkeit mit den Interessen der Nutzer eines Tagesbegleitprogrammes auch bei den Hörern keine größere Akzeptanz mit sich brachte.

Problem unterschiedlicher Erwartungshaltungen an Informationswellen

Der Ausweg aufgrund der neuen Techniken kann nun in dem gezielten Aufbau eines Ergänzungsprogrammes bestehen. Bestimmte Bestandteile des Grundprogrammes – zum Beispiel die Wortbeiträge der Magazine – werden zusammengefaßt und gegebenenfalls neu sortiert bzw. durch Informationen aus anderen Wellen der Programmfamilie ergänzt noch einmal zu einer anderen Sendezeit angeboten und zwar auf einer eigenen Frequenz oder als Satellitenkanal. Möglich wird diese sehr kostengünstige Form durch die inzwischen fast überall betriebenen digitalen Aktualitätenspeicher. Denkbar ist auch die Aufschaltung einer anderen Musikfarbe, die – automatisch abgewickelt – dem Hörer erlaubt, die Informationen in der ihm bekannten Form zu hören, dazwischen aber eine andere Musik seiner Wahl.

Diese Form der Programmergänzung stellt auch vor dem Hintergrund der neuen, digitalen Möglichkeiten und der daraus erwachsenden Konkurrenz der Onlinedatendienste natürlich eine wichtige Alternative zum bisherigen Programmangebot dar. Es dürfte klar sein, daß im Informationssektor die Zukunftsperspektiven eher für eine individualisierte Nutzung sprechen, das heißt, die eigenständige Zusammenstellung von Programm- und Beitragsangeboten. Gerade deswegen ist es von Bedeutung, schon jetzt durch Ergänzungen Teile dieser möglichen individualisierten Handhabung vorwegzunehmen, bzw. diese selbst zielgerichtet zu unterstützen. Die Aufarbeitung für Ergänzungsprogramme kann zugleich Basis eines eigenständigen Onlineangebotes sein.

Charakteristikum der Ergänzungsprogramme ist daher die Änderung des Programmumfeldes bzw. die neue Sortierung. Der Kern des Programmes bleibt dagegen weitgehend unangetastet.

Subspartenprogramme

Bisher werden Spartenprogramme thematisch oder musikalisch geordnet: Klassik-, Nachrichten-, Kinderkanal. Der Versuch dagegen, das Wort an sich als Sparte zu definieren, macht kaum einen Sinn, denn das bloße Wort ist keine inhaltlich verbindende Kategorie. Bei den traditionellen Kulturprogrammen konnte man davon ausgehen, daß die Hörer nicht primär an Hörspielen, klassischer Musik oder Features interessiert waren, sondern ein Interesse an hochwertigen Wort- und Musiksendungen gleichermaßen hatten.

Doch das Hörverhalten hat sich geändert. Im Gegensatz zu einem reinen musikalischen Spartenprogramm – zum Beispiel Jazz oder Klassik – zielt daher die beim Hessischen Rundfunk vorgesehene Entwicklung zwar nach wie vor auf diesen Hörertypus, berücksichtigt dabei aber gleichzeitig den Umstand, daß auch dieser Hörer innerhalb seines Hörverhaltens bestimmte, aber eben nicht nur eines der Angebote präferiert. Zum Beispiel werden klassische Musik und politische Sendungen gerne gehört, Hörspiele dagegen abgelehnt. In einem traditionellen Klassik-

Ergänzungsprogramme mit neuen Musikfarben oder Programmorientierungen bieten individuellere Nutzung

Auch Hörverhalten der Kulturprogramme von individuellen Präferenzen geprägt

spartenprogramm würde dieser Hörer deshalb nur einen Teil seiner Radiobedürfnisse erfüllt sehen und deswegen die Welle immer wieder verlassen.

Subspartenprogramme können unterschiedliche Interessen gezielter bedienen

Während also ein traditionelles Spartenangebot nur auf eine ganz bestimmte Interessenlage abzielt und die Möglichkeit des Bestehens unterschiedlicher Erwartungshaltungen negiert, können auf der Basis von Mischprogrammen entwickelte Subsparten eher dazu geeignet sein, die Bandbreite der Interessen insgesamt abzudecken. Das Basisprogramm bleibt als Mischangebot bestehen, die Sparte stellt eine Spezifizierung dieses Grundangebots dar. Gegenüber den traditionellen Spartenangeboten haben diese Subspartenprogramme den Vorteil, daß sie variabler, vielfältiger und damit effizienter sind. Und der Hörer bleibt dem Gesamtangebot verbunden, was für die Akzeptanz eines Kulturangebots heute von nicht zu unterschätzender Bedeutung ist.

Auf der Basis eines traditionellen gemischten Kulturprogrammes lassen sich beispielsweise gleich mehrere Varianten von Subspartenangeboten vorstellen. Indem zum Beispiel die Wortangebote durch weitere klassische Musiksendungen ersetzt werden, entsteht aus dem kulturellen Mischprogramm eine Klassikwelle. Dieses Prinzip läßt sich ebenso auch für den Jazz oder die Literatur bzw. gegebenenfalls das Hörspiel weiterführen. Der entscheidende Unterschied bei diesem Verfahren gegenüber der Etablierung eines eigenständigen Spartenkanals besteht darin, daß ein primär breites Angebot als Basis genutzt wird, die mögliche Vielfalt der Sparten größer wird und das Basisangebot immer wieder neu ins Spiel gebracht werden kann. So können gegebenenfalls sogar regionale Besonderheiten berücksichtigt werden, in dem der Jazzkanal zum Beispiel ausschließlich einer Großstadtfrequenz vorbehalten bleibt.

Alternativprogramme

Hörfunkprogramme leiden zuweilen heute immer noch unter dem Zwang, spezielle Informationen, Musikfarben, Sendeangebote aus dem bestehenden Kontext verdrängen zu müssen, um das Grundformat nicht zu gefährden. Als Beispiel kann der Sport genannt werden. Die fast übermächtige Konkurrenz des Fernsehens hat dazu geführt, daß der Sport als Hörfunkangebot nicht mehr die frühere Bedeutung hat. An die Stelle der großflächigen Sportübertragungen ist der Kurzbericht oder die Highlightberichterstattung getreten. Fast alle Massenprogramme verzichten inzwischen darauf, ein besonderes Fußballspiel, ein Tennismatch oder einen Leichtathletikwettkampf über die gesamte Zeitdauer zu übertragen. Dennoch wird der interessierte Hörer die Gattung Sport möglicherweise in gerade diesem Programm zuerst suchen. Es macht deshalb wenig Sinn, das Programmangebot innerhalb einer Programmfamilie grundsätzlich auf eine andere Basiswelle zu verlegen.

Statt großflächiger Übertragungen findet sich heute hauptsächlich Highlightberichterstattung

Dagegen ist eine Erweiterungskonzeption, die sich der oben geschilderten technischen Möglichkeiten bedient, sinnvoll. So kann beispielsweise eine großflächige populäre Welle gestaltet werden, die aus der traditionellen Magazininform lebt. Im Hintergrund aber laufen auf eigenen Frequenzen, als Alternativprogramm, ausführliche Berichte, die im Hauptprogramm nur als Kurzbericht zu hören sind. Dieses Modell wird heute bereits ansatzweise bei den Landtags- oder Bundestagsübertragungen, meist auf zu diesem Zweck auseinandergeschalteten Mittelwellenfrequenzen, praktiziert.

Dieses Verfahren ließe sich auch auf Livekonzerte anwenden, die nicht komplett auf der eigentlichen Mutterwelle gesendet werden sollen oder können. Für den Hörer hätte dieses Verfahren den Vorteil, daß er nur auf die jeweiligen Alternativen wechselt, dabei aber innerhalb der einen Welle bleibt. Die Produktidentität bliebe gewahrt. Auch zur Einführung neuer Programmelemente, die zum Beispiel eine bestimmte Altersgruppe, etwa Jugendliche, schrittweise ansprechen, sie aber dem Gesamtangebot nicht entfremden sollen, läßt sich dieses Verfahren anwenden.

Vernetzungsprogramme

Schließlich soll noch eine letzte Variante kurz angesprochen werden, die ein Verfahren selbst vorwegnimmt, das der Hörer gleichwohl auch selber ausüben könnte. Die Digitalisierung wird sehr bald schon die Vernetzung des Gesamtangebotes erlauben. Der Hörer wählt anhand bestimmter Kategorien sein Programmangebot selbst aus ganz verschiedenen Wellen aus und betätigt sich somit als sein eigener Programmchef. Ob es dazu Angebote von den Radiosendern geben wird, also einen Programmguide, der gegebenenfalls sogar die Angebote des Fernsehens einschließt, oder ob von Softwareanbietern entsprechende Angebote entwickelt werden, bleibt abzuwarten. Vorstellbar ist prinzipiell beides, da schon jetzt die Programmartenkennungen entsprechende Verfahren ermöglichen und die Zusatzdienste noch weitergehende Möglichkeiten zulassen.

Near audio on demand, der Zugriff auf Archive, scheint im Hintergrund durch. Dieser Gefahr, die eine Programmplanung alten Stils und damit den Gedanken der Integration durch Programme ad absurdum führt, läßt sich entgegengetreten, indem in der Zusammenführung bestimmter Rubriken so etwas wie eine Vernetzung geschaffen wird.

Beispielsweise läßt sich dies für übergreifende Kategorien wie Service oder Regionalität gut darstellen. Die in verschiedenen Wellen enthaltenen Beiträge über ein Land oder zum Thema Verbraucher werden automatisiert zusammengeführt und kompakt auf einer Welle an

Erweiterung populärer Wellen um Alternativprogramme bietet wieder Raum für längere Übertragungen

Vernetzung von Programmen bringt individuellere Zugriffsmöglichkeiten

anderer Stelle angeboten. Auch hier ist die Palette der denkbaren Möglichkeiten außerordentlich groß. Kulturnachrichten oder Veranstaltungshinweise, auch als Abrufservice, sind ebenso denkbar wie die Zusammenführung sämtlicher regionaler Sendungen der verschiedensten Lokalstationen zu einem Gesamtprogramm. Indem diese Angebote zielgerichtet und genau plaziert angeboten werden, beugt der Radiomacher der Vernetzung durch die Hörer vor, einer Vernetzung, die - konsequent zu Ende gedacht - letztlich den Weg in die komplette Verspartung vorzeichnen würde, da das Gesamtangebot seinen Sinn verloren hätte.

Ö.-r. Rundfunk muß auch weiterhin alle Bevölkerungskreise ansprechen

Die hier dargestellten Programmideen sind vor dem Hintergrund des Aufbaues einer Programmfamilie zu sehen. In dieser ist die Perspektive angelegt, daß es letztlich das Ziel einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt sein muß, mit ihrem Programmangebot möglichst alle Bevölkerungskreise und Interessengruppen anzusprechen. Der Vervielfältigung jeweils neuer, einzeln gestalteter Programme oder Wellen wird die Idee einer zusammengehörigen Programmfamilie entgegengestellt, deren Sinn es ist, die gegenseitigen Chancen zu nutzen und somit auch im Sinne der Crosspromotion den Hörer innerhalb der Familie zu halten. In der Programmfamilie liegt daher gleichermaßen die Chance zur sinnvollen Ausnutzung aller Kapazitäten und zur Einbindung aller potentiellen Hörerkreise. Sie stellt insbesondere für mittlere Rundfunkanstalten eine Alternative dar, mit der auch sie weiterhin am Markt konkurrenzfähig bleiben, auf die Teilhabe an neuen Entwicklungen nicht verzichten müssen und gleichwohl jederzeit ein spezifisch öffentlich-rechtliches Angebot entwickeln können.

Anmerkungen:

- 1) Riehm, Ulrich/Bernd Wingert: Multimedia - Mythen, Chancen und Herausforderungen (2). Mannheim 1996.
- 2) Danilenko, Leo: Künftige Verbreitungswege für digitale Musik im Onlinezeitalter. In: Deutscher Musikrat (Hrsg.): Musikforum Nr. 85. Mainz 1996, S. 18.
- 3) Das legendäre Hörspiel von Orson Welles, eine Dramatisierung des Romans von H.G. Wells (Krieg der Welten), in dem ein Angriff von Marsbewohnern auf die Erde geschildert wird, konnte seine beeindruckende Wirkung wohl auch nur deswegen entfalten, weil damals Information und Unterhaltung, sprich Musik oder auch Hörspiel im Radio streng getrennt waren. Information zur Unterhaltung, als Show, als reine Tagesbegleitung war für den Hörer undenkbar. Auch die Wirkung des Propagandainstrumentes Radio partizi-

pierte von dieser Grundeinstellung des Hörers, in der die absolute Glaubwürdigkeit des Informationsmediums Radio noch unangefochten war.

- 4) Vgl. Berg, Klaus/Marie-Luise Kiefer (Hrsg.): Massenkommunikation V. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1995. Baden-Baden 1996, S. 6.
- 5) „Dem Hörfunk wurde in den alten Bundesländern eine Unterhaltungsfunktion spätestens seit 1980 deutlicher bestätigt als seine politische Informationsfunktion, das gilt auch für 1995. Daß er die stärksten Imageeinbußen gegenüber 1985 und früher - bei stagnierender Publikumsgröße - gerade im Bereich der politischen Information erfuhr, verweist darauf, daß auch bei diesem elektronischen Medium eine (weitere) Imageverschiebung in Richtung Unterhaltungsmedium stattgefunden hat, die von einem vorwiegend als Begleitmedium konzipierten Angebot wohl ebenso mitbeeinflusst wird, wie von primär auf die Begleit- und Unterhaltungsfunktion des Mediums gerichteten Rezipientenerwartungen“. Berg/Kiefer (Anm. 4), S. 272.
- 6) Udo Reiter hat als eine Hauptaufgabe von Bayern 4 Klassik die Erfüllung der Erwartungshaltung des Hörers zu jeder Tageszeit genannt, nämlich „die größtmögliche Erwartungssicherheit“ die aus der Differenzierung des früher einen Kulturprogrammes in Bayern 2 Wort und Bayern 4 Klassik für den Hörer resultiert, wobei Bayern 4 Klassik zudem die Aufgabe habe, daß „hier der ‚normale‘ Liebhaber klassischer Musik auf seine Kosten kommen“ solle und „ein kulinarisches, ‚schönes‘ Programm empfangen“ könne: „Mozart, Beethoven, Bach, Brahms, Mahler - all das eben, was sich 95 Prozent der Hörer wünschen, wenn sie klassische Musik hören wollen“; vgl. Reiter, Udo: Bayern 4 Klassik. In: Arnold, Bernd-Peter/Siegfried Quandt: Radio heute - Die neuen Trends im Hörfunkjournalismus. Frankfurt 1991, S. 107ff. Ziel- und Aufgabenbeschreibung lassen eindeutig den Schluß zu, daß Bayern 4 als Tagesbegleitprogramm bezeichnet werden kann.
- 7) Besonders stark waren die klassischen Musikprogramme von diesen Entwicklungen betroffen. Die Strapazierung des UKW-Bandes, die rücksichtslose Politik privater Anbieter bei der Aussteuerung der Programme drängten die Klassikprogramme auch technisch gegenüber der CD klar an die Wand. Vgl. dazu: Sommer, Heinz-Dieter: Klassische Musik im Radio der Zukunft. In: Ehrmann-Herfort, S. (Hrsg.): Musikwissenschaft und Berufspraxis. Darmstadt 1996, S. 110ff.
- 8) Vgl. infosat 2/97, S. 134.
- 9) Riehm/Wingert (Anm. 1), S. 223.
- 10) Ebd., S. 234
- 11) Kurioser Höhepunkt dieser Musikabspielprogramme in den DAB-Pilotprojekten dürfte VIVA II Radio sein, das im Großraum München im L-Band zu hören ist, ebenso aber auch über EUTELSAT verbreitet wird. Es handelt sich dabei um eine simple Übernahme des Fernsehens von VIVA II. Deutlicher kann sich die Tendenz, die neuen Verbreitungswege zur Etablierung immer neuer, reiner Musikstationen kaum noch enthüllen. Vgl. dazu auch: Breunig, Christian: Pay radio - ein neues Hörfunkangebot. Anbieter, Inhalte und Marktchancen. In: Media Perspektiven 7/96, S. 375ff.
- 12) Als mögliche Konkurrenz für DAB werden momentan neben dem amerikanischen IBOC-Verfahren auch Zukunftsentwicklungen genannt, die einen mobilen Satellitenempfang ermöglichen sollen. Ob es hier zu einer realistischen Alternative kommen kann, ist derzeit - trotz laufender Versuche - ungewiß. Wichtig scheint aber zu sein, daß ein Verbreitungsweg für den stationären und mobilen Empfang in seiner Durchsetzungsfähigkeit auf jeden Fall bessere Chancen haben dürfte, als wenn sich der Verbraucher an die Nutzung verschiedener Wege gewöhnen müßte. Nicht von ungefähr dürfte auch der schon jetzt beachtliche Erfolg des ADR-Systems gegenüber dem DSR auf der weiten Verbreitung und Bekanntheit aus dem Fernsehen und damit einer offenbar notwendigen Vertrautheit resultieren und nicht nur aus den ebenfalls eine Rolle spielenden Kostengründen und der Programmvierfalt.
- 13) Arnold, Bernd-Peter: Die Perspektive der Praxis. In: Arnold/Quandt (Anm. 6), S. 15.

