

Prof. em. Dr. Klaus Kreimeier

Berlin, April 2012

Offener Brief an die Geschäftsleitung und die Gremien des WDR

Die angekündigte Reform von WDR 3 ist zum Scheitern verurteilt. Sie setzt eine im WDR seit etwa zehn Jahren anhaltende Tendenz des Kulturabbaus fort und verabschiedet sich damit von einer großen Tradition.

Das in der Frühzeit der ARD entwickelte Konzept des Kulturradios verstand das Medium nie als Spartenradio oder Nische für elitäre Minderheiten, noch weniger als „Kulturinfo“- und Service-Maschine. Kulturradio: das war – und *ist* in seinen Rudimenten bis heute – ein Forum für die geistigen, politischen und kulturellen Fragen der Zeit. Für intensives Zuhören und Nachdenken. Ein Medium der Selbstbeobachtung und Selbstreflexion der Gesellschaft, Resonanzraum ihrer Probleme ebenso wie ihrer Vielfalt und Kreativität. So wurden die Kulturwellen der ARD, allen voran WDR 3, für Jahrzehnte zu einer demokratischen, die Demokratie befördernden Instanz der Republik. Hörspiel und Radiofeature, Dokumentation und Reportage, das Streitgespräch, der kritische Kommentar und der Funkessay boten dem Eigensinn, der politischen Phantasie, dem Querdenken und der sinnlichen Intelligenz der Poesie eine Heimat – sie vermieden den platten Gemeinplatz und das Nachplappern politischer Phrasen.

Seit 2004 haben die „Reformen“ im WDR 3 diese Errungenschaften sukzessive reduziert, teilweise unkenntlich gemacht. Herausragende, vielbeachtete Sendeformate wie das „Kritische Tagebuch“ (Wikipedia: das „Flaggschiff intellektueller Zeitkritik in der ARD“), „Gedanken zur Zeit“, „Am Abend vorgestellt“ wurden abgeräumt oder bis zur endgültigen Einstellung zu Schrumpfprodukten verkleinert („Tageszeichen“). Das Problem besteht nicht darin, dass es diese (und andere) Sendungen nicht mehr gibt. Das Problem ist, dass die „Reformen“ nicht die Kraft aufgebracht haben, an ihrer Stelle etwas Neues zu schaffen: Programmstrukturen, Inhalte und Sendeformen, die mit Fug und Recht den Anspruch erheben können, den sozialen, kulturellen und technologischen Veränderungen zu Beginn des 21. Jahrhunderts und dem

steigenden Reflexionsbedarf gewachsen zu sein. Der Hinweis der Hörfunkdirektion, der Anteil des Politischen am Kulturprogramm WDR 3 bleibe erhalten, man sende ja regelmäßig „Nachrichten mit ergänzenden O-Tönen“, ist eine intellektuelle Kapitulation. Er belegt eine trostlose Verflachung des Kultur- wie des Politikbegriffs und enthüllt die ganze Misere jener, die heute von „Reformen“ reden. Vor dem Begriff ist zu warnen. In der Regel kündigt er Reduktion und Verarmung an.

Die Reform ist zum Scheitern verurteilt. Sie geht von einem administrativen Kulturbegriff aus und sucht ihn nach betriebswirtschaftlichen Kriterien durchzusetzen.

Die prozentuale Aufteilung von Wort- und Musikprogrammen und ihre Verteilung auf WDR 3 und WDR 5 ist nichtssagend. Wenn unter „Wort“ alles Gesprochene subsummiert wird – vom Hörspiel über die Nachrichten bis zu den regionalen Kulturterminen und dem Geplapper der Telefon-Interviews –, sagt dies über die Qualität des Gebotenen wenig aus. Die geplante Streichung der bewährten „Politischen Journale“ hingegen gibt über den Abbau von Qualität beredete Auskunft. Wenn die Programmgruppe Musik aufgelöst und damit Bildung und Erfahrung der Fachredakteure missachtet werden, kann von einer Qualitätssteigerung im Musikprogramm schwerlich die Rede sein. Im Gegenteil: konsequenterweise kündigen die Verantwortlichen an, dass Programmplanung und Sendeablauf künftig noch mehr von Computern generiert werden sollen. Sie geben damit zu erkennen, dass sie nicht mehr an Musikkultur, allenfalls an einem gefälligen Klangteppich interessiert sind.

Den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen werden die geplanten Neuerungen in der verdinglichten Sprache des Marketings und PR-Consultings erklärt. Begriffe wie „Formatierung“, „Controlling“, „Magazinierung“, „Synergieeffekt“ oder „Durchhörbarkeit“ sollen das Kulturradio neu definieren – in Wirklichkeit pervertieren sie Geist und Inhalt des Mediums zu jener akustischen Plastikware, die heute auf so vielen kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Kanälen mit halbem Ohr und ausgeblendetem Verstand konsumiert werden kann. Es ist verständlich, dass sich Redakteure, Autoren und Programmgestalter gegen den Jargon von Unternehmensberatern zur Wehr setzen: Sie sehen sich notorisch unterfordert – nicht anders als die WDR-Hörer, denen die Programmverantwortlichen „veränderte Mediennutzungsgewohnheiten“ eines

„kulturrainen Publikums“ verordnen und dort, wo sich Widerstand regt, den Starrsinn eines verkalkten „Bildungsbürgertums“ wittern. Es ist eine Zumutung für jeden Radiohörer, mit „idealtypischen“ Phantomen aus den Statistiken der Konsumforschung wie „Susanne und Andreas“ identifiziert zu werden, denen sich jede gewünschte Publikumspräferenz unterschieben lässt. Kultur und Marketing sind nicht kompatibel.

Die Reform ist zum Scheitern verurteilt, wenn die Verantwortlichen die Argumente der eigenen Mitarbeiter und den Widerstand zahlreicher engagierter Hörer in den Wind schlagen.

Die Entscheidungsträger sollten sich darüber im klaren sein, dass diese „Reform“ viele Redakteure und Redakteurinnen, Autoren und Autorinnen, die Tag für Tag ihr Bestes geben, entmutigen wird. Sie sollten zur Kenntnis nehmen, dass die Menschen, die sich jetzt zu Tausenden zu Wort melden – soziologisch ein Querschnitt unserer Bevölkerung – leidenschaftliche WDR 3-Anhänger und somit ihre treuesten Hörer sind. Wenn WDR 3 diese Hörer verliert, wird es über kurz oder lang auch seine Bedeutung als kulturelle Instanz in der regionalen und überregionalen Medienlandschaft verlieren. Der Rückgang der Hörerzahlen wird sich fortsetzen – nicht weil WDR 3 „elitär“ geworden wäre, sondern weil es beliebig geworden ist.

Es bleibt eine Alternative: Die Verantwortlichen des WDR-Hörfunks sollten ihre Schritte noch einmal überdenken und gemeinsam mit ihren Mitarbeitern eine wirkliche Reform initiieren, die strukturell, inhaltlich und gestalterisch auf die realen Anforderungen der Gegenwart und die Umbrüche in unserer Medienkultur angemessen reagiert. Es geht um ein modernes Kulturradio: um einen Rundfunk, der die Errungenschaften der neuen Medien zu würdigen weiß, anstatt dem populistischen Wahn zu erliegen, der „Mediennutzer“ von heute, angeblich vom Internet terrorisiert, begnüge sich mit Häppchen, kurzatmigen „Infos“ und beliebig verwendbaren Fragmenten. Oder er gehöre zu jenen „leistungsorientierten“ Party-Typen, „die das Radio einschalten, um morgens eine Buchbesprechung zu hören, damit sie abends auf der Party mitreden können - auch wenn sie das Buch selbst gar nicht gelesen haben.“ (WDR-Hörfunkdirektor Wolfgang Schmitz in der FAZ über die von ihm gewünschte Kundschaft).

Es besteht der Verdacht, dass die gegenwärtigen Entscheidungsträger im WDR über die neuen Medien wenig wissen. Dem Internet ist nicht nur eine neue Attraktivität des Textes, sondern auch des gesprochenen Worts und der Musikkultur zu verdanken – Qualitäten, von denen das alte Dampfradio lernen kann. Die neuen Netzstrukturen ermöglichen es, auch im Programm mit anspruchsvollen Internetradio-Initiativen zu kooperieren – zumindest lohnt es sich, über diese und andere Optionen nachzudenken. Eine Reform, die diesen Namen verdient, wäre jede Anstrengung wert. Die ARD und ihre Sender gehören nicht den Intendanten, Hauptabteilungsleitern oder Wellenchefs. Sie sind öffentliches Kulturgut, das die jeweils Verantwortlichen treuhänderisch verwalten. Niemand hat ihnen den Auftrag erteilt, mit fiktiven oder realen (in der Regel kommerziellen) Wettbewerbern um die beste „Durchhörbarkeit“ zu konkurrieren.

Prof. Dr. Klaus Kreimeier (1997 – 2004 Leiter des Studiengangs Medienplanung, -entwicklung und -beratung an der Universität Siegen)