

## **Wem gehört das Radio?**

*Thesen zur Notwendigkeit, das Radio zu retten*

**Nachdenken** - Die beispiellose Resonanz, die die Initiative der „Radioretter“ gefunden hat, gibt Anlass zum Nachdenken. Ganz offenbar ist das Radio ein wichtiger Ausschnitt unserer intellektuellen Umwelt und unserer besorgten Weltaufmerksamkeit, für das es sich einzutreten lohnt, mit gleicher Beharrlichkeit und Hartnäckigkeit wie für die natürliche Umwelten. Das Radio bildet eine elementare soziale Hörwelt, und man hat rechtzeitig darauf zu hören und zu sehen, ob die große kritische und intellektuelle Tradition des WDR nicht einer hörerfernen Planungsrationaltät weichen muss wie alte Wohnsiedlungen oder Hauptbahnhöfe.

**Was ist das Radio?**- Fragt man sich nach Philosophenart: „Was ist das Radio?“, dann ist die Antwort heute nicht mehr einfach. Denn kaum ein Ding hat seit seiner Erfindung vor gut 100 Jahren einen vergleichbaren medialen Wandel und eine solche proteische Gestaltvervielfachung erlebt wie der Hörfunk. Was ist aus dieser langen Geschichte hervorgegangen? Die technischen Pionierleistungen, Guglielmo Marconis drahtlose Funkübertragung, John Flemings Vakuumröhre, Lee de Forests Triode, hätten bereits um 1914 zu einem Radionetzwerk in Europa und den USA führen können. Aber dazu kam es erst nach dem Ersten Weltkrieg, als Militärfunkgeräte nutzlos herumlagen und zum Gebrauch einluden. Jetzt erst, mit einiger Verspätung, war das neue Medium für den zivilen Gebrauch geboren. Während das Radio in den USA Sache privater Unternehmen wurde, bemächtigten sich in Deutschland und im übrigen Europa staatliche Institutionen des Rundfunks. In Deutschland war es die damalige Reichspost, die 1920 von der ehemaligen Militärfunkstation in Königs Wusterhausen die ersten Sendungen übertrug. Auch wenn diese funkischen Staatsmonopole von einigen europäischen Diktaturen grauenhaft missbraucht wurden, verdanken wir ihnen heute noch das Himmels Geschenk der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten. In Deutschland wurde das Staatsmonopol der Funkübertragung zwar im Rahmen der geistig-moralischen Wende Helmut Kohls 1984 gebrochen, aber der öffentlich-rechtliche Sendeauftrag ist noch nicht vollständig durch die Konkurrenz privater Anbieter korrumpiert. Dennoch ist diese Gefahr nicht zu leugnen. Heute sind rund 50 öffentlich-rechtliche und 200 private Sender bemüht, Kohls geistig-moralische Wende in Zielgruppen, Reichweiten und Werbung umzurechnen. Inzwischen schalten durchschnittlich 80 % der deutschen Bevölkerung rund 3 Stunden am Tag das Radio ein. Sie hören mit dem alten Röhrenempfänger in der Küche oder mit dem angestaubten Transistorgerät oder mit digitalen Autoradios, über Glasfasernetze, Mobiltelefone, Webradios, auf MP3-Playern oder Tablet-PC's. Nicht nur das Radio ist seiner technischen Gestalt nach ein polymorphes Wesen,

auch der Hörer ist nicht mehr der alte. Die Jahrtausende, die die Evolution der auditiven Telekommunikation von der Trommel bis zum Smartphone durchlaufen hat, haben auch immer wieder neue Medientypen hervorgebracht. Die Leute unserer Zeit sind durch den Gerätepark der Telekommunikation andere und verschiedene geworden

**Auditive Heimat** - Heute verstehen wir unter Radio nicht mehr in erster Linie funkwellensensible Geräte, die über Raum- und Zeitabstände hinweg Informationen, Musik, Gespräche und Blabla hörbar macht, sondern wir verstehen darunter *Programme*. Das Radio, das technische Produkt des Zufalls und der Militärkommunikation, ist heute als Hörfunkprogramm ein unverzichtbares Medium der demokratischen Kommunikation, es zählt zu den fundamentalen Bedürfnissen und Notwendigkeiten der Bildung, Information, Kritik und Unterhaltung. Und es ist Sache dieser Gesellschaft, über das Radio zu wachen wie über sich selbst. Da ist Hans-Joachim Lenger mit allem Nachdruck zuzustimmen. Eine solche Wachsamkeit steht im Zeichen der beiden Zeitdimensionen der modernen Welt: des Wandels und der Kontinuität. Denn wenn es heute möglich ist, über das Internet mehrere tausend verschiedene Radioprogramme aus allen Winkeln des Globus zu empfangen, so sind wir damit nicht wirklich reicher oder gar besser informiert. Wer die vierzig Speicherplätze seines Internetradios mit Programmen der ganzen Welt belegt hat, der weiß, dass er diese Möglichkeit zwar spielerisch ausprobiert, am Ende aber bei den wenigen Programmen bleibt, die seinen Bedürfnissen und Erwartungen entsprechen. Die dazu gehörige Erkenntnis besagt: Radioprogramme sind auditive Heimaten.

**Hörfunk ist Sprechfunk** - Die kürzlich erhobenen neuesten Daten der Arbeitsgemeinschaft Medien-Analyse, wonach nahezu 80 % der deutschen Menschen, die älter sind als zehn Jahre, täglich rund drei Stunden Radioprogramme hören, macht die gewachsene Bedeutung dieses Mediums klar. Dabei wissen wir, dass die mediale Überlagerung des öffentlichen und privaten Raumes, die das Radio ist, darum funktioniert, weil sie gespaltene Aufmerksamkeit erlaubt. Das Radioprogramm bildet die akustische Umwelt von arbeitenden Handwerkern, rasenden Autofahrern, zähnebohrenden Ärzten, lernenden Schülern, dösenden Reisenden, forschenden Wissenschaftlern, entscheidenden Politikern. Es sorgt auch für den Muzak-Smog in allen öffentlichen und privaten Räumen. Aber obwohl der erste deutsche Sender am 22. Dezember 1920 seine Übertragungspremiere gleich mit einem Weihnachtskonzert bestritten hat, so ist der Hörfunk, vor allem der öffentlich-rechtliche Hörfunk, nicht mehr der wichtigste Kanal zur Verbreitung von Musik. Hier kann er der Konkurrenz mit dem Gedröhn der zahlreichen Regional- und Privatsender, den Internetforen, dem MP3-Playern etc. nicht mehr Stand halten. Musik ist heute der aufdringlichste Geräuschkonkurrent des Sprechens. Damit wird aber die Funktion des Hörfunks, die Verbreitung von informierenden, kritischen, unterhaltenden, intellektuell und ästhetisch anspruchsvollen Wortprogrammen, nur noch dringlicher. Das heißt natürlich nicht, dass die Taktierung der Aufmerksamkeit durch Wechsel von Wortbeiträgen und Musik am Ende wäre. Es steht auch nicht zur Debatte, dass

das Radio über neue Musik, über musikalische Ereignisse oder neue Einspielungen zu berichten hat. Aber Musik ist kein Programm mehr.

**Piratenpartei des Radios** - Der leichte Zugriff hat jede Form von Musik in ihrem Wert herabgesetzt. Und da das Radio allüberall zur Verfügung steht und sich verfügbar macht, da nahezu jeder, den es gelüstet, selbst Musik über das Internet verbreiten kann, stellt sich leicht der Eindruck ein, dass auch die Bedeutung des Radios schwindet. Nichts aber ist falscher. Sehr viel dringlicher als eine Piratenpartei des Netzes, benötigten wir eine Piratenpartei des Radios, eine demokratische Bewegung, die dieses Elementarmedium der Freiheit, der Information, Erfahrungs- und Meinungsbildung politisch fordert und protegert.

**Der Hörer als Sorgentier** - Wir wissen nicht, wie sich der Zeitgenosse unter der Bedingung dauernder Veränderung durch Technik, Medien und soziale Evolution fühlt. Ich glaube nicht, wie Hans-Joachim Lenger meint, dass er ein Leidender ist, der unter den „sozialen Unsicherheiten“, den Risiken von Arbeitsplatz, Partnerschaft, Renten, Gesundheit depressiv oder psychotisch wird. Depression und Psychose sind Erosionen von Erfahrung und Information. Und selbst wenn es so wäre, so könnte das kein Medium, kein Radio, keine pastorale Stimme auffangen. Erst recht ist der Radiohörer keine Datensenke, kein nachrichtentechnisches Monstrum, in das Inhalte eingespeichert werden wie Suppe in einen Teller. Wir können vielmehr davon ausgehen, dass der radiohörende Zeitgenosse nach wie vor einer ist, der, mit Martin Heidegger zu sprechen, sich sorgt. Der Radiohörer ist der Prototyp des ewigen Sorgentiers, das mit Augen und Ohren, nämlich mit Blicken und horchender Aufmerksamkeit die Oberfläche der Welt abtastet und nach Zeichen sucht, die ihm Gutes und Schlechtes in Aussicht stellen. Diese allgemeine Sorge gilt allerdings der Wohlfahrt, der Gesundheit, dem Beruf, dem Geld, den Kindern, dem Frieden. Während in der „guten alten Zeit“ die Sorge sich auf das Elementare richtete, die Ernte, das Wetter, Leben und Tod, so sind es heute immer mehr nahe und ferne Beobachtungsfelder, wo sich die Kontingenz der Dinge abzeichnet, Börse, Stau, Krieg, Benzinpreis, Steuer, Kino, Fußball, Skandal, Parteien, Inflation, Unfälle, Gesundheit, Katastrophen, Theater, Wetter, Forschung, Werbung, Atommüll und das Dauerirritation der Vorhersagen. Der Radiohörende ist einer, der als Sorgender täglich mehrere Stunden lang den Nachrichtenauswurf der Ereignisse hört. Das Radio, das seine akustische Oberfläche immer noch schneller aufbaut als das Internet seine optische, das Zeugen schneller zu Wort kommen lässt als und TV und Zeitung, erlaubt diese Beobachtung der Welt faktisch in Echtzeit und auch im Zustand der Halbaufmerksamkeit. Denn gerade weil sich die Welt durch die dichte Nachrichtenlage heutzutage unablässig in der Krise befindet, da die Nachrichten fast immer Krisen-Nachrichten sind, ist die Beobachtung auf diese globale Echtzeit hin ausgelegt. Niklas Luhmanns Feststellung: Was wir von der Welt wissen, wissen wir aus Medien, ist trivial, aber sie bringt die verantwortlichen Direktoren und Programmieren in die Zwangslage oder vielmehr in die Verantwortungslage, nicht nur die Zuverlässigkeit der Informationen zu

garantieren, sondern auch die Zuverlässigkeit und Dauerhaftigkeit der Formate, in denen sie übertragen werden.

**Recht auf Hörgewohnheiten** - Aber mehr noch ist das Radio das Medium der Reflektion und des Nachdenkens. Wenn in diesen Wochen eine überwältigend Zahl von Radiohörern sich dafür einsetzt, dass ihre WDR-Programme, ihre akustischen WDR-Heimaten und das ganze Angebot an Reflektion, Kommentar, an aktuellen Wortbeiträgen, erhalten bleibt, dann ist dies ein Ereignis, das die Profis der Einschaltquotenideologie in Alarmstimmung versetzen muss. Es sind dann zwei Alarmstimmungen, die aufeinander stoßen. Diese Hörerdemonstration ist der Ausdruck dafür, dass wir seriöse Informationen und zugleich die Gewissheit benötigen, dass die Medien, denen wir vertrauen, nicht unablässig umgemodelt werden. Dass sich die Moderne auf das Prinzip des Neuen und der dauernden Aktualisierung ihrer Designs eingeschworen hat, ist bekannt. Wir brauchen jedes Jahr neue Kleider, neue Autos, neue Gedanken, neue Bücher, neue Urlaubsreisen, aber wir wechseln weder das Ohr noch die neuronalen Netzwerke, die uns hören und verstehen lassen. Wir benötigen auch ein Kontinuum in der Organisation unserer Wahrnehmung. Hörfunkprogramme dürfen daher nicht dauernd umgebaut werden wie die Schaufensterauslagen. Tatsächlich hängen die Nutzer von Radio und Fernsehen an Hör- und Sehgewohnheiten. Dies liegt aber nicht daran, dass die Leute zu alt und unflexibel sind, um in die schöne neue Welt seichter Formate abzutauchen, sondern weil die Stabilität der Formate die Struktur ihrer Weltwahrnehmung mitbestimmt. Wenn die Produzentin der *Gottschalk live*-Show das Publikum, das dieses Geplapper überflüssig findet, anklagt, an alten „Sehgewohnheiten“ zu hängen, dann hat sie exakt das nicht begriffen.

**Das Radio gehört den Hörern** - Das Radio retten heißt: 1. Erstklassige Redakteure, die in Eigenverantwortung Programme machen. Es heißt: 2. erstklassige Direktoren und Intendanten, die sich als Hüter der öffentlich-rechtlichen Medien verstehen und nicht als Moderatoren eines auf Dauer gestellten Umbaumanagements. Es heißt : 3. Das Controlling des Hörfunks ist nicht allein Sache der Unternehmensberater, sondern es ist Sache der kritischen Öffentlichkeit, zu der auch Sender gehören. Daraus folgt : 4. Sender- und Programmgestaltung sind öffentlich zu präsentieren und zu debattieren. Sie gehen unmittelbar die demokratischen Gesellschaft an, die auf die „Hörgewohnheiten“ von Information, Kritik, Debatte, Streit, Kunst und Experiment angewiesen bleibt. Das Radio gehört den Hörern.