

DeutschlandRadio Berlin – Unser Kulturbegriff

von Gerda Hollunder

*Er öffnet sich weit wie ein Tulpenkelch und leuchtet
wie ein holländischer Park im Frühling.*

*Unsere Kultur ist lebendig wie Wind, umschmeichelt Stirn und Bein
und pfeift schon mal um die Ohren.*

*Unsere Kultur ist verlässlich wie Fels. Sie ist bedrohlich roh
und zugleich hübsch behauen unter unseren Füßen.*

Wenn sie so ist, soll sie sich so zeigen im Programm von DeutschlandRadio Berlin. Kultur im Radio: Wenn sie sich nicht nur zeigen will, wenn sie sich mitteilen will, wenn sie verstanden werden will, wenn sie wirken will, muss sie sich, dann muss sich das Kulturradio auf die Gesetze der Massenkommunikation einlassen.

Was heißt das?

1. Kultur im Radio tritt aus der individuellen Kommunikation heraus, richtet sich an einen diffus großen Kreis von Menschen sehr unterschiedlicher Prägungen aus Bildung, Lebenserfahrung, Interessen.
2. Darauf antworten wir üblicherweise mit dem Bild vom „Stein ins Wasser werfen“. Das Kulturprogramm verursacht Wellen. Wir hoffen, dass die Bewegung, die Anstöße, die wir geben, nicht spurlos verebben. Die Mutigen unter uns greifen lieber zu einem anderen Bild, dem des Sämanns und natürlich auch der Säfrau. Täglich schütten wir Wissens-Körnchen über das Land. Irgendwo werden sie keimen, wachsen, blühen, Früchte tragen.
Und – tatsächlich – so wird es auch sein! Ohne unser Säen keine Ernte. Der Begriff der Kultur kommt nicht zufällig aus der Landwirtschaft. Kultivieren bedeutet, die Gesetze der Natur zu erkennen und ihnen folgend den Ertrag zu verbessern.
3. Auf das Kulturradio angewandt heißt besserer Ertrag: Mehr Menschen als bisher hören unserem Programm zu, mehr Menschen nehmen die Gedanken, Schilderungen, Analysen auf, lassen sich auf die künstlerische Paraphrase ein, verleiben sie sich ein, verwandeln sie in Einsichten und geben sie weiter und entwickeln mit vielen anderen zusammen daraus eine immer dicker werdende Humus-Schicht, auf der das Alte bestehen und das Neue gedeihen kann.
4. Welche Konsequenzen zieht DeutschlandRadio Berlin aus diesem Befund?
Als letztes Programm der ambitionierten Art ist es 1994 – ein Kind der Vereinigung – in die Welt von über 20 vergleichbaren Angeboten gekommen, regional trifft es auf bis zu fünf aus seiner Familie. Unser staatsvertraglicher Auftrag lau-

tet: Information und Kultur bundesweit verbreiten und zur Integration in Deutschland beitragen. Neben dem Deutschlandfunk das einzige bundesweit empfangbare öffentlich-rechtliche Programm ohne Werbung. Auch wenn die Empfangbarkeit überall in Deutschland noch Theorie ist, fußt doch unser Konzept darauf, dass DeutschlandRadio Berlin immer als Ergänzung zu anderen Varianten des Kultur- und Informationsradios auftritt, zum Deutschlandfunk und zu den Programmen der Landesrundfunkanstalten. Kommerzielle Konkurrenz ist nicht vorhanden, auch nicht zu erwarten.

DeutschlandRadio Berlin hat deswegen einen Weg gewählt, der eine Alternative zum sehr wothaltigen Deutschlandfunk (achtzig Prozent) anbietet wie zu den E-Musikbestimmten oder/und als Einschaltprogramme konzipierten Kultur- und Informationsradios der ARD.

DeutschlandRadio Berlin geht davon aus, dass auch das anspruchsvolle Radio nebenbei gehört wird bzw. dass der Kreis der Zuhörer erheblich erweitert werden kann, wenn man dieser Hörgewohnheit entgegen kommt.

Wir tun das mit folgenden Elementen:

- Wort und Musik sind gleich wichtig und machen je die Hälfte des Gesamtangebots aus.
Die Zeit zwischen morgens 5.00 Uhr und abends 18.30 Uhr ist im wesentlichen als durchmoderierte Fläche gestaltet mit drei großen, den Tageszeiten angepassten unterschiedlichen Magazinen.
- Von 5.00 bis 9.00 Uhr „OrtsZeit“ – im wesentlichen aktuelle Politik mit ebenfalls aktuellen Kulturhinweisen.
- Von 9.00 bis 12.00 Uhr „HörenSagen“ mit einem täglichen Gesprächsgast in der ersten Stunde, einem Wissensrätsel und der „KostProbe“ aus älterer populärer Literatur sowie einer Stunde mit Beiträgen zu „Natur und Wissenschaft“.
- Das dritte große Magazin ist die kulturbetonte „Galerie“ von 14.00 bis 17.00 Uhr mit Beiträgen zur Entwicklung populärer Musikgenres (Trends und Genres“), zur Geschichte in „MerkMal“, zur neuen Literatur, zur gesellschaftlichen Szene („Kompass“).
- Mittags von 12.00 bis 13.30 Uhr komprimierte Aktualität in der „OrtsZeit“ und ab 17.00 Uhr wieder eineinhalb Stunden „OrtsZeit“ mit tagesbezogenen Hintergrundbeiträgen einschließlich der „WeltZeit“, dem Blick nach draußen und von draußen.
- Als letztes Magazin des Tages kommt zwischen 23.05 und Mitternacht das Magazin „Fazit – Kultur vom Tage“. Der aktuellen Berichterstattung wird auch in der Kultur breiter Raum gegeben.

DeutschlandRadio Berlin ist also tagsüber als Begleitprogramm mit viel Musik und großen Live- Magazinen konzipiert. Der Anteil der aktuellen Berichterstattung ist hoch. Es gibt mindestens stündlich Nachrichten, zur Hauptsendezeit am Morgen halbstündlich. Ereignisbegleitende Berichterstattung ist gewährleistet. Bei Bedarf werden auch die laufenden Programme unterbrochen und verändert. Allerdings ist die Schwelle dafür sehr hoch, wenngleich nicht so hoch, dass nur Ereignisse wie der 11. September über diese Schwelle kommen. Dieses Verständnis von Aktualität kommt einem Hörerkreis entgegen, der alles Neue sofort wissen will und das Radio auch als schnelles Medium schätzt.

Zu einem überzeugenden Tagesbegleitprogramm gehören auch Moderatorinnen und Moderatoren mit hoher kommunikativer Kompetenz. Wir sind sehr streng bei ihrer Auswahl und arbeiten laufend mit ihnen. Und wir haben ihre Zahl auf das notwendige Minimum reduziert, um für die einzelnen eine hohe Präsenz vor dem Mikrofon zu

ermöglichen. Das fördert Wiedererkennbarkeit und Hörerbindung – bei der angebotenen Vielfalt der Themen und Formen ein sehr wichtiger Faktor.

Geradezu konstitutiv für den Erfolg jedes Tagesbegleitprogramms ist die Musik, besonders in den Magazinen. DeutschlandRadio Berlin wendet sich an ein Publikum – die Forscher typisieren es vor allem als die „Aufgeschlossenen“ und „neuen Kulturinteressierten“ – mit offenen Ohren für eine große musikalische Brandbreite.

- In 24 Stunden sind – unterschiedlich gewichtet – alle Musikfarben zu erleben. In der Magazinmusik, von morgens 5 Uhr bis abends 18:30 Uhr, heißt die Formel: „Populäre Musik aller Zeiten, aller Genres“. 6000 Titel sind unter diesem Aspekt im Musikcomputer gespeichert. Pro halbe Stunde wird ein Klassik-Stück gespielt neben Rock und Pop, Oldies, neuen Stücken, deutsch gesungenen, englischen, französischen, spanischen, italienischen Titeln und solchen in weniger gängigen Sprachen. Die Musik wird nach Möglichkeit moderiert. Die Mischung ist nicht ohne Tücken. Manche sagen freundlich: „gewöhnungsbedürftig“. Insgesamt scheint aber die Rechnung aufzugehen. Das Echo aus der Hörerschaft ist ungewöhnlich positiv, und zweifellos trägt die Magazinmusik zur Verjüngung des Publikums bei. Der Altersdurchschnitt von DeutschlandRadio Berlin liegt bei gut 51 Jahren. Damit sind wir am unteren Ende der Altersskala für anspruchsvolle Programme, deren Publikum üblicherweise bei durchschnittlich über 55 Jahren zu finden ist.
- Ein weiterer wichtiger Gedanke spielt bei der Musikentscheidung für den Tag eine Rolle: Die Musikmischung ist „unique“. Sie ist gut kenntlich, und sie erlaubt eine schnelle Identifikation des Programms.
- Der Abend und die Nacht folgen anderen Gesetzen des Hörens, und deswegen ändert sich auch unser Angebot. Hier fragen wir noch einmal, was machen andere nicht, wo können wir die vorhandenen Programme ergänzen? Die Antwort ist zum Beispiel: Jeden Tag um 20:00 Uhr läuft das „Konzert im DeutschlandRadio“, so oft, wie es geht, live, vorwiegend E-Musik aus deutschen Konzertsälen, natürlich auch mit einem bedeutenden Anteil eigener Konzertveranstaltungen, circa 80 pro Saison.
- DeutschlandRadio Berlin ist ein bedeutender Kulturfaktor, fördert im großen Umfang den künstlerischen Nachwuchs. DeutschlandRadio trägt mit 40 Prozent Gesellschafter-Anteil zur Existenzsicherung der Rundfunkorchester- und -chöre GmbH (ROC GmbH) bei. Das sind zwei Orchester, zwei Chöre, (RSB, DSO, Rundfunkchor und RIAS-Kammerchor) – allesamt Spitzenensembles, je zwei aus Ost und West. DeutschlandRadio Berlin arbeitet bei der Konzerteinste eng mit der EBU zusammen. So entsteht für die Hörerinnen und Hörer eine in dieser Form einzigartige Möglichkeit, täglich am nationalen und internationalen Konzertleben teilzuhaben. Der abendliche Marktanteil von DeutschlandRadio Berlin ist, wohl auch aufgrund dieses Angebotes, überdurchschnittlich hoch. Zur Zeit sind wir dabei, das Spektrum der Konzerte noch zu erweitern, also neben E-Musik, Jazz und Folk noch stärker die Chansons-Künstler einzu- beziehen.
- Nach Mitternacht ist in der DeutschlandRadio „WerkStatt“ Zeit für Neue Musik und für Klangkunst jeglicher Art.
- Die „TonArt“ von 2.00 bis 5.00 Uhr morgens bietet homogene, täglich wechselnde Spezialstrecken für Liebhaber von Folk, Chanson, Jazz etc.

Schließlich komme ich zu den bei DeutschlandRadio Berlin besonders gepflegten Hörspielen und Features.

- Die Hörspiele laufen vor allem im täglichen „WortSpiel“ von 19.05 bis 20.00 Uhr, bewusst im „Vorabend-Programm“, um Konkurrenz zu Angeboten anderer Sender zeitlich zu vermeiden und um aktive Kulturinteressierte „einzufangen“.

Die Medienforschung zeigt, dass diese Platzierung zu überraschend guten Marktanteilen von DeutschlandRadio Berlin in dieser Zeit führt. Das erreichen wir vermutlich auch damit, dass wir in unserem Vorabend-Angebot vorsichtig sind mit experimentellen, „schwierigen“ Stücken, für die Platz in der „Werkstatt“ ist, und dass wir am frühen Abend die erzählerischen Stücke bevorzugen.

- Features werden ebenfalls im „WortSpiel“ gepflegt. Sie haben darüber hinaus auch noch andere Plätze, zum Beispiel im Tagesprogramm am Sonntag. Inhaltlich offen sind die „künstlerischen Features“, die anderen sind eher politisch und zeitgeschichtlich akzentuiert. Samstagabends hat das „WortSpiel“ mit der Reihe „ZeitReisen“ 25 Minuten für originell aufbereitete Zukunftsfragen.

Es sei schließlich noch erwähnt, wie wir unser Kulturprogramm mit Besonderheiten gegen den Strich gebürstet haben.

- Mittags um halb zwei gibt es eine halbe Stunde Kinderfunk – „Kakadu“ - ein Leckerbissen für Kinder, Eltern, Großeltern und für alle Sorten Onkels und Tanten. Übrigens vor den Kinderprogrammen der Landesrundfunkanstalten, die – soweit vorhanden – ab 14.00 Uhr laufen. Ergänzung für die Kinder und eine wunderbare Entspannung und Lockerung nach neunzig Minuten mittäglicher Aktualität für alle anderen. Flächendeckende Untersuchungen gibt es nicht, aber wir wissen, dass allein in Berlin-Brandenburg mehr als 30.000 Kinder regelmäßig zuhören.
- Zu den Spezialitäten von DeutschlandRadio Berlin gehört ein stark Dialogorientierter Ansatz. Hörerinnen und Hörer können bei verschiedenen Sendungen live mitreden, können Tipps geben („Ihr Kultur-Tipp“), können sich an Wissenschafts-Literatur- und Musikrätseln beteiligen (mit klitzekleinen Geschenken als Belohnung), können in den „NachtGesprächen“ von 1.05 Uhr bis 2.00 Uhr über aktuelle politische und gesellschaftliche Fragen diskutieren.
- Großes Aufsehen haben wir erregt mit zwei mehrwöchigen Folgen einer täglichen „Live-Soap“ zum Mitspielen. Das war pfiffig, aber auch teuer und auch aus anderen Gründen nicht als ständige Programmbeigabe sinnvoll. Damit haben wir ebenfalls Jüngere „erwischt“ und solche, die nicht schon „Kultur-Radio-Hörer“ waren. Wie viele von ihnen bei unserem Programm geblieben sind, wissen wir leider nicht.
- Wir versuchen mit unserem mittäglichen „NeonLicht“ in der aktuellen „OrtsZeit“, auf feuilletonistische Weise und funkisch und ohne Hochmut oder Anbiederung „Klatsch und Tratsch“ aufzunehmen – also von den Bohlens und Naddels dieser Welt und von den Royals zu erzählen und von allen, über die auch der gebildete Mensch mitreden können will.
- Wir nehmen die Gesetze des Radiohörens sehr ernst und arbeiten intensiv an einer optimalen Vermittlung. Unser Ehrgeiz ist es, alle relevanten Themen, auch sehr schwierige, verständlich und mit allen Radio-Finessen zubereitet zu präsentieren – zum lustvollen Zuhören.

Mit diesem Format, diesem sehr reichhaltigen, anregenden und zugleich gut bekömmlichen Programm wollen wir ein großes Publikum finden. Ein Publikum jeden Alters, jeder Herkunft und Bildung, geeint durch ein waches Interesse an der Welt und Neugier auf ihre unterschiedlichen alten und neuen Formen und Farben.

Was heißt hier großes Publikum? Das heißt zunächst, mehr Hörerinnen und Hörer versammeln, als es jetzt sind, und andere auch, als die Kulturprogramme sie bisher binden konnten. Es sieht so aus, dass dies gelingen kann. Wir sind nicht ohne Erfolg. Wir haben als ein Nobody angefangen, sind nicht einmal in der Hälfte der Bundesrepublik über UKW zu empfangen und erreichen jetzt regelmäßig mehr als zwei Millionen Hörerinnen und Hörer und etwa 250.000 von ihnen pro Tag, die Zahlen wachsen. So soll es weitergehen. Dafür strengen wir uns an.