

„Stell Dir vor, wir machen ein Kulturradio und immer weniger hören hin.“

von Detlef Rentsch

Spätestens zur nächsten Media Analyse wird unsere Leidenschaft und die der Geschäftsleitungen wieder einmal auf eine harte Probe gestellt. Doch mein Eindruck ist, dass in den einzelnen Anstalten nun erhebliche Anstrengungen unternommen werden, den medialen Teufelskreis von steigender Irrelevanz und sinkenden Einnahmen aufzubrechen. Patentrezepte gib es dafür nicht, schon gar nicht senderübergreifende.

Wir haben uns in Leipzig 1997 auf den Weg gemacht, die Inhalte von MDR KULTUR mit den Formen des modernen Radios der Tagesbegleitung zu verquicken und darüber hinaus die Einschaltprogramme am Abend und am Wochenende zu profilieren.

Die Gelegenheit für eine schrittweise Neuausrichtung der Welle war damals günstig. Die Akzeptanz von MDR KULTUR als Programm für wechselnde Minderheiten lag unter einem Prozent, der Altersdurchschnitt unseres Publikums bei über 65 Jahren und die neue Geschäftsleitung war bereit, in die Lösung des Problems zu investieren. Vor allem wurde nun die Markt- und Medienforschung ins Boot geholt, die fortan das „Bauchgefühl“ der Radiomacher mit Fakten anreicherte und Hörerpotentiale aufzeigte. So kamen nun die sogenannten „neuen Kulturinteressierten“ und „Leistungsorientierten“ ins Visier, jene Medien-Nutzertypen zwischen 30 und 49, die ein hohes Allgemein-Interesse haben, sich mit kulturellen Angeboten aus ganz unterschiedlichen Bereichen beschäftigen und neben Klassischer Musik auch Classic-Rock, aktuellen Pop, Crossover und Jazz hören.

Diesen auf die Zukunft gerichteten neuen Publikumserwartungen hatten sich die Redakteure zu stellen, wie auch der mehr oder wenigen schmerzhaften Erkenntnis, das auch Kulturradios vor allem über den Tag „nebenbei“ gehört werden, mit für die neuen Zielgruppen relevanten Themen und Emotionen.

Das klingt abstrakt und theoretisch. Ich werde Ihnen kurz skizzieren, welche Konsequenzen wir daraus gezogen haben bzw. noch ziehen werden.

Über den Tag wurden vier großflächige Programmstrecken installiert, in denen über Kultur im weitesten Sinne geredet wird und dazu nicht nur klassische Musik erklingt.

Die morgendliche Primetime zwischen 6.00 und 9.00 Uhr und der Nachmittag zwischen 16.00 und 18.00 Uhr sind den Journalen „Figaro“ vorbehalten. Neben den klassischen Hochkulturbereichen werden in den beiden Magazinen auch allgemein interessierende Themen aus den Bereichen politische Kultur, Gesellschaft, Bildung,

Wissenschaft, Familie, Zeitgeist, Medien und Lifestyle aufgegriffen – Tabuthemen gibt es nicht. Vielmehr wollen die Journale aufgeschlossen integrieren und schauen, was sich hinter den zumeist schrillen Schlagzeilen des Tages verbirgt, mit einem originären Seiteneinstieg in ein Thema, für das man sich auch am Morgen bzw. am Nachmittag ein bisschen mehr Zeit als 1.30 Minuten lassen kann, um dem Hörer Orientierung zu geben. Neben einigen Rubriken werden Gespräche, Reportagen, Kommentaren und Glossen entsprechend den aktuellen Erfordernissen ins Programm genommen und täglich auf feste Sendeplätze neu verteilt. Drei Beiträge pro Stunde in einer Länge bis 4.30 Minuten kommen zur Sendung. Darunter befinden sich in der Regel zwei bis drei vom Moderator geführte aktuelle Interviews, die – wenn sie interessant verlaufen und auch noch rhetorisches Vergnügen bereiten – auch einmal bis zu sechs Minuten dauern können. Beim Publikum gut ankommen Themen-Schwerpunkte, die die Redaktion selbst setzt, über Tage und Wochen auf-fächert und kontrovers diskutiert.

Aktuelles Beispiel: Das Programm hat sich nicht nur in die sehr hitzig geführte Diskussion um den Wiederaufbau der Leipziger Universitätskirche mit eingebracht, sondern die Debatte im Medium vorangetrieben.

Zur bunten Mischung der Sendungen gehören die Veranstaltungshinweise, die in der Regel auch Freikarten für die Hörer nach sich ziehen. Darüber hinaus kommen ständig moderierte oder „getrailerte“ Hinweise auf herausragende Konzerte, Diskussions-Runden, Hörspiel- und Feature-Produktionen im Programm von MDR KULTUR vor.

Einen breiten Raum nehmen die Medien-Partnerschaften mit regionalen Kultur-Veranstaltern ein. Insgesamt fünfzig werden es in diesem Jahr sein. Dieses Kooperationen bringen den Veranstaltern On-Air-Werbung für die Events in der Zielgruppe ein und wir bekommen bei ihnen kostenlose Anzeigenschaltungen und die Möglichkeit, das Programm vor Ort zu präsentieren. Dieser ausführliche Service wird über den ganzen Tag angeboten, steigert den Gebrauchswert von Radio und schafft Hörerbindung. Der Wortanteil in den beiden Journalen an Morgen und Nachmittag beträgt 50%.

Dazwischen geschaltet sind bis 16.00 Uhr zwei moderatoren-gestützte Musikflächen mit kleinteiliger, populärer Klassik sowie einem erweiterten Informations- und Service-Angebot. Selbstverständlich gibt es stündlich Nachrichten, Wetter, Verkehr, um die Mittagszeit Politik und Zeitgeschehen kompakt und – wenn es die Nachrichtenlage erfordert – werden die Flächen auch für das politische und kulturelle Geschehen geöffnet.

Ich würde Ihnen gern noch etwas über unsere Hörspiel-Produktionen erzählen, von denen ca. achtzig auch als Hörbuch zu haben sind, auch über unsere guten Beziehungen zum Feature von SFB und ORB, mit denen wir seit dem Programmstart am 1. Januar 1992 inhaltlich, personell und finanziell kooperieren, oder über die jährlich 200 Mitschnitte und Produktionen mit regionalen Klangkörpern und Musikgruppen.

Aber das auch Kulturradio hören in erster Linie Musikhören heißt und die Frage, „Welche Musik spiele ich zu welcher Tageszeit“ unter den Kollegen in der ARD kontrovers diskutiert wird, möchte ich abschließend die Musikfarbe von MDR KULTUR kurz beschreiben.

Mit Klassik und Jazz allein war es uns nicht gelungen, ein jüngeres Publikum für das Programm zu interessieren und auf Dauer zu binden. Für die Öffnung des Musikformats brauchte es dann nicht nur Mut und Beharrungsvermögen, sondern vor allem die Medienforschung als Partner, die kontinuierlich Musikpräferenzen, sowie

Informationen über Lebensgewohnheiten, Tagesablauf, Bildungsstand und kulturelle Orientierung unseres potentiellen Publikums zuliefern mussten.

Gerade in diesen Tagen wurden uns die Ergebnisse eines repräsentativen Musikpooltests für das Sendegebiet vorgelegt. 267 Teilnehmer mussten sich insgesamt 210 Musiktitel anhören und bewerten. Diesem Test folgten insgesamt acht Gruppendiskussionen mit Stammhörern, Hörern aus dem weiteren Hörerkreis und Hörern, die das Programm bisher kaum kannten. Inhalt der Befragung waren die Bekanntheit und die Passfähigkeit der Musik zu verschiedenen Tageszeiten und Wochentagen.

Die intensive Auswertung der Ergebnisse steht noch aus. Aber schon jetzt zeichnet sich ab, dass der Weg, den wir seit 1997 eingeschlagen haben, über den Tag kleinteilige, frische klassische Musik mit populären Angeboten aus den Bereichen Crossover, Jazzstandarts, Klassikbearbeitungen, gehobene U-Musik mit Klassikanmutung, Film-Musik und aufgewählten Rock/Pop-Titeln zu mischen, für unser Sendegebiet Erfolg verspricht.

Bemerkenswert: Klassisch orientierte Stammhörer zeigen sich sehr aufgeschlossen gegenüber diesen Musikrichtungen. Sie sind sich mit den Gelegenheitshörern im Prinzip einig, dass um einen klassischen roten Faden populäre Musikrichtungen vor allem am Morgen und über den Tag gut passen. Am Abend und am Wochenende, da, wo Zeit ist zum Zuhören, werden die klassischen Genres eingefordert.

Diese Mischprogramme befreien die einzelnen Stile aus ihren Ghettos. Sie sind lebendig und anregend zugleich, vor allem nicht nur für die mittlere Hörer-Generation, wie die Studie gezeigt hat. Und sie bedürfen eines neuen Typs von Musikredakteur, der zunächst einmal über ein breites Repertoire-Wissen verfügen muss. Aber er ist auch als Musik-Psychologe gefragt, sollte die musikalischen Strukturen und die stimmungs-bezogenen Anmutungs-Qualitäten der einzelnen Stücke kennen, um Übergänge zu komponieren, ohne zu polarisieren. Nicht der interessante Einzeltitel ist wichtig, sondern der in sich geschlossene Sound einer Stunde, einer Programmstrecke wird Hörer über einen längeren Zeitraum an die Welle binden. Denn gleichgültig, um welche Musikrichtung es sich handelt, erreichen heiter anmutende melodische Titel beim Hörer die besseren Noten als komplexe Stücke mit düsterer Grundstimmung.

Damit aus diesem farbigen Musikteppich kein Flickenteppich mit allzu großen Überraschungen wird, braucht es für die Musikauswahl klare Vorgaben und Richtlinien, ganz abgesehen davon, dass der Erfolg einer Strecke natürlich auch noch von der Qualität der Moderation und der journalistischen Beiträge abhängt.

Ich bin sicher, dass die Formatierung der Tagesstrecken nicht gleich den Untergang des kulturellen Abendlandes einleitet. Wir Kulturradio-Macher sollten uns die Legitimation unseres Handelns nicht nur von den Staatsverträgen und Gremien bestätigen lassen. Das Potential an Hörern ist viel größer, als wir im Moment erreichen.

Wie gesagt, Patentrezepte gibt es nicht. MDR KULTUR hat mit dieser knapp beschriebenen Neuausrichtung des Programms seine Hörer nahezu verdoppelt. Im kulturellen Kernland Sachsen liegen wir mittlerweile bei 2,6% und was für meine Begriffe noch viel erfreulicher ist, der Altersdurchschnitt unserer Hörer konnte in den letzten Jahren auf 52,1 Jahre gesenkt werden. Damit gehört MDR KULTUR mittlerweile zu den jüngsten Kulturprogrammen in der ARD.