

„Nur starke Marken bestehen“

Rundfunk gerüstet für den Kampf

Dietmar Timm ist der Online-Beauftragte des Deutschlandradios. Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt ist mit ihren beiden bundesweiten Programmen Deutschlandradio Kultur und Deutschlandfunk führend bei der Digitalisierung und der Erprobung neuer Vertriebswege.

SZ: Wird der klassische Vertriebsweg des Radios über UKW, Lang- und Mittelwelle sowie per Kabel und Satellit noch lange eine entscheidende Rolle spielen?
Timm: Auf absehbare Zeit sicherlich. Aber man muss sich jeden Monat neu Gedanken über Verbreitungswege machen.

SZ: Was bieten Deutschlandradio Kultur und Deutschlandfunk derzeit an?

Timm: Inzwischen sind auch die Live-streams im Internet etabliert, mit ständig steigenden Zugriffszahlen. Wir haben für beide Programme zusammen mehr als 400 000 Zugriffe im Monat. Die Verweildauer ist hoch, im Schnitt liegt sie bei mehr als einer Stunde.

SZ: Wie sieht die Zukunft bei mobilen Geräten aus?

Timm: In Kürze werden wir als erstes Öffentlich-rechtliches Radio die Übertragung auf UMTS-Handys anbieten. 2007 wird etwas passieren beim Digital Multimedia Broadcasting, kurz DMB. Zur Fußball-WM hat es erste Versuche mit Fernsehübertragungen gegeben, der Hörfunk spielte da noch keine große Rolle. Das wird aber kommen. Wir sind gewappnet.

SZ: Wie groß ist die Gefahr, dass man sich technisch verzettelt?

Timm: Man darf nicht auf jeden fahrenden Zug aufspringen. Für Laien ist es kaum noch möglich durchzublicken. Da werden einem Begriffe wie UMTS, DAB oder DVB-T nur so um die Ohren geschlagen. Unsere Hörer müssen den Überblick behalten können. Man muss schon schauen: Wo sind zukunftsstrahlende Entwicklungen? Wir haben aber auch darauf zu achten, die Kosten neuer Technologien gering zu halten.

SZ: Erhoffen Sie sich durch neue Vertriebswege mehr Hörer? Oder braucht man diese Angebote, um die aktuellen Hörerzahlen überhaupt halten zu können?

Timm: Wir haben so schon einen stetigen Zuwachs. Aber wenn Hörer neue Vertriebswege nutzen, muss man uns dort möglichst empfangen können. Auch wollen wir natürlich neue, junge Zielgruppen gewinnen. Hinzu kommt, dass unsere klassische Frequenz-Ausstattung nicht ausreicht, um – wie es vorgesehen ist – das gesamte Bundesgebiet zu erreichen. Auch deshalb sind wir angewiesen, alle sinnvollen Vertriebswege zu nutzen.

SZ: Wirkt sich das auf die Inhalte aus?

Timm: Nein. Alle Podcast- und Audio-on-demand-Angebote sind vorher im Radio zu hören gewesen.

SZ: Entwerfen Sie doch bitte ein Zukunftsszenario.

Timm: Was analoger Vertrieb angeht, ist das auch eine politische Frage. Beim Fernsehen wurde ein Datum festgesetzt, danach gab es kein analoges Fernsehen mehr. Das ist beim Radio nicht absehbar. Insofern würde ich zu heute aus gesehen prognostizieren, dass wir noch mindestens zehn Jahre beide Verbreitungswege verhalten werden. Im digitalen Bereich wird sich eine Menge tun. Wir werden bald Endgeräte haben, mit denen können Sie fernsehen, Filme bestellen, Radio hören, Podcasts empfangen, und ganz nebenbei werden sie damit auch telefonieren können. Da besteht man nur als starke Marke.

SZ: Ist Ihnen bang ums Qualitätsradio?

Timm: Gar nicht. Die Entwicklung ist eine Chance, zumal für Wortprogramme.

Interview: Stefan Fischer

Die Funkausstellung in Berlin zeigt es wieder: Immer neue Technologien bedrohen Herkömmliches. Musik aus dem Internet, dann Podcasts, also digitale Wortdateien,

Die Zukunft des Radios

und der Zugriff auf Programme weltweit machen es vielen Radiosendern schwer,

sich auf dem Markt zu behaupten. Trotzdem können einzelne Stationen sogar Hörer hinzugewinnen: nicht nur mit populären Angeboten, sondern auch mit Kulturellem.

Antennen, ausgerichtet auf Erfolg

Trotz der Konkurrenz aus dem Internet behaupten sich die anspruchsvollen Stationen erstaunlich gut

Von Stefan Fischer

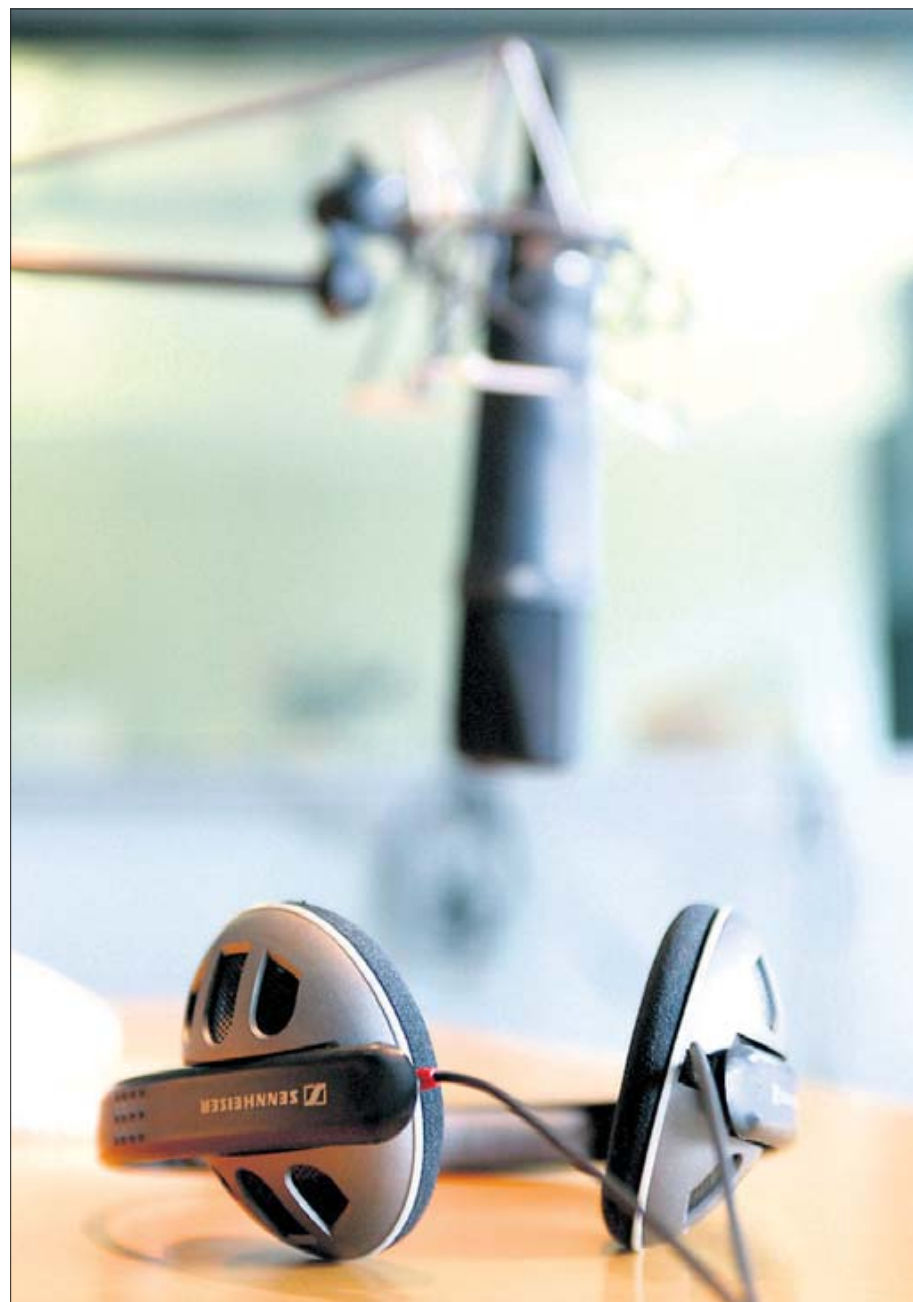
Mitte Juli hat die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) wieder einmal Zahlen vorgelegt. Zahlen, die einen seit Jahren anhaltenden Trend bestätigen: Sie besagen, dass immer weniger Menschen hierzulande Radio hören. Und wer einschaltet, stellt den Empfang je nach Wohnort vorzugsweise auf Radio NRW oder Antenne Bayern. Wobei die Nordrhein-Westfalen nicht unter eigenem Namen senden, sondern 45 lokale Stationen mit einem Mantelprogramm beliefern. Ob Aachen 100,1 oder Radio Wuppertal – rheinauf, rheinab wird von vielen das Gleiche ausgestrahlt.

Der größte Einzelsender Deutschlands ist Antenne Bayern mit durchschnittlich 1,14 Millionen Hörern pro Stunde. Sein Programm bestreitet das Privatrado zunehmend mit Gewinnspielen, an denen sich die Hörer über kostenpflichtige Anrufe beteiligen können – eine zusätzliche Einnahmequelle des Senders.

Dennoch gibt es wenig Grund für einen kulturpessimistischen Aufschrei. Immer noch hören vier von fünf Deutschen täglich Radio, und zwar jeweils länger als vier Stunden. Der Zuspund wird auch keineswegs geringer, je jünger die Menschen sind. Denn die 30- bis 49-Jährigen sind es, die am häufigsten einschalten, und nicht etwa Ruheständler. Obendrein – und das mag eine überraschende Erkenntnis sein – gehören beileibe nicht die Kulturradios zu den Verlierern der aktuellsten Media-Analyse. 341 Sender hat die ag.ma darin erfasst, ein Verein, zu dessen Mitgliedern Rundfunkstationen oder deren Werbetöchter, Online-Medien, Werbeagenturen sowie Zeitschriften- und Zeitungsverlage zählen, darunter die Süddeutsche Zeitung GmbH.

Unter dem Dutzend Sendern, die im Vergleich zur vorangegangenen Analyse prozentual am meisten Hörer verloren haben, finden sich mit Energy München, Charivari, Radio Gong 96,3 und Radio Galaxy vier direkte Konkurrenten von Antenne Bayern. Überdies hat der öffentlich-rechtliche Erzrivale der Antenne, Bayern 3, nach absoluten Zahlen die größten Einbußen zu verkraften: Durchschnittlich 50 000 Hörer weniger als vor einem halben Jahr schalten die Pop-Welle des Bayerischen Rundfunks ein, sie hat inzwischen weniger als halb so viele Hörer wie Antenne Bayern.

Was oft als Dudelfunk verunglimpft wird, hat also nicht zwingend Erfolg. Auf



Sorgen bereiten den Sendern vor allem die jungen Hörer, die mehr als andere von den Angeboten im Internet Gebrauch machen.

Foto: vario-images

Bayern 3 zum Beispiel läuft sonntags nach 20 Uhr die Sendung „Hits & Classics“ – beliebiger kann das Musikkonzept selbst bei einer Sendung mit populärem Anspruch kaum sein. Den Radiomachern dämmert: Auch innerhalb des Main-

streams müssen sich die Anstalten profilieren, denn aufgrund von immer mehr Vertriebswegen wie Satellit oder Internet-Livestream, die keinen regionalen Beschränkungen unterliegen, wird die Konkurrenz riesig. „Stars & Hits“ am

Con brio mit Mozart und Morricone

Programm für Businessleute, nicht für Geigenspieler: Wie Klassik Radio zum meistgehörten nationalen Kultursender wurde

Von Ralf Wiegand

Es ist Viertel nach zehn am Freitagmorgen, und im Konferenzraum des Sendehauses von Klassik Radio läuft Klassik Radio. Holger Wemhoff nimmt am wuchtigen Tisch Platz, Wemhoff ist der Chefmoderator von Klassik Radio. Er ist jünger als sechzig und auch jünger als fünfzig, was erwähnenswert ist, denn es geht ja um klassische Musik und damit unausweichlich um Klischees. Wemhoff ist demnach einfach viel zu jung, jünger jedenfalls als die meisten seiner Hörer. Der durchschnittliche Klassik-Radio-Hörer ist 52 Jahre alt, was ein bisschen blöd ist, da die Werbebranche Menschen ab 49 für tot hält oder zumindest für uninteressant. „Wenn Hörer mich kennen lernen, haben sie meistens einen älteren Herrn erwartet“, sagt Wemhoff, 37.

Nun, jung sind sie alle beim Hamburger Sender, die Moderatoren sind zwischen 28 und 38 Jahre alt. Das dürfte schon eines der Geheimnisse des erfolgreichsten deutschen bundesweit sendenden privaten Radiosenders für klassische Musik sein. Das nämlich ist Klassik Ra-

dio allein schon deshalb, weil es keinen zweiten solchen Sender gibt. „Wir sind quasi konkurrenzlos“, sagt Wemhoff. Aber auch im Vergleich mit allem anderen, was sich als Radio on air übers Land verbreitet, stehen die Hamburger glänzend da. Während Radiohörer insgesamt etwas weniger geworden sind, werden die Hörer von Klassik-Radio immer mehr. Für den in der Mediaanalyse „ma 2006 Radio II“ erfassten Zeitraum der letzten zwölf Monate steigerte sich die Reichweite des Senders um 29,4 Prozent – der Topwert unter allen deutschlandweit sendenden Radios. Die Zahl der Hörer stieg um 7,7 Prozent auf knapp 1,3 Millionen pro Tag.

Während Wemhoff erklärt, warum Klassik Radio seiner Meinung nach so erfolgreich ist, läuft im Hintergrund noch immer das aktuelle Programm von Klassik Radio. „E.T. – Flying Theme“ von John Williams, eine Filmmusik. Es stört kein bisschen, was wiederum direkt zu der Kritik führt, die dem Sender immer wieder zuteil wird: Das Programm sei zu populär; zu beliebig; ein Klangteppich; Hintergrundmusik; Endlosschleife –

und, besonders boshaft: Kaufhausmusik. „Ich kenne das alles“, sagt Wemhoff. Und lächelt tapfer. Im Kulturbetrieb ist das ein sehr widerstandsfähiges Klischee: Was populär ist, muss schlecht sein. Was alle hören, kann nichts Besonderes sein. „Ich reagiere auf das meiste schon nicht mehr“, sagt Wemhoff, „denn wer uns vorwirft, einen Klangteppich auszubreiten, beleidigt Beethoven und Bach und all die anderen Komponisten.“

Entspannung auf der Straße

Klassik Radio ist wahrscheinlich deshalb ein Boom-Sender, weil er ein bisher in der Nische des öffentlich-rechtlichen Kulturauftrags verstecktes Genre ins Küchen- und Autoradio holt: die klassische Musik. „Wir haben eben keinen Kulturauftrag“, sagt Wemhoff. Ziel seines Senders sei es, die klassische Musik „vom Sockel zu holen und anfassbar zu machen“. Das soll die Hörer entspannen – im Auto nicht das Schlechteste. Aus Hörerreaktionen glaubt Wemhoff zu wissen, dass viele Taxifahrer im täglichen Kampf auf den Asphaltwegen des Großstadt-Dschungels Klassik Radio hören.

Sonntagvormittag ist so eine zukunfts-trächtige Marke von Bayern 3: Über drei Stunden hinweg wird ein Interview mit einem Prominenten scheinbar ausgestrahlt, die Musikauswahl nimmt Rücksicht auf die Vorlieben des Gastes. Ohne dass man die ganze Sendung über dabei bleiben müsste, wird man unterhaltsam informiert – die Hörer goutieren das.

Sorgen bereiten den Sendern die jungen Hörer. Zwar zeigt sich, dass diejenigen, die im Alter von 15 oder 20 Jahren kein Radio hören, nicht auf alle Zeit für das Medium verloren sind. Doch selbst die Radiointeressierten finden offenbar immer weniger Wellen nach ihrem Geschmack. Der BR zum Beispiel bastelt an einem neuen Jugendsender, weil Bayern 3 das schon lange nicht mehr ist. WDR Eins live wiederum hat zwar ein recht junges Publikum, verliert aber in hohem Maß an Reichweite.

Im Gegenzug hat eine digitale Graswurzelbewegung in den vergangenen Jahren einen respektablen Bestand an Sendungen herangezogen: Auf sogenannte Podcasts – akustische Dateien, die im Internet bereitgestellt werden – greifen in Deutschland inzwischen eine halbe Millionen Nutzer regelmäßig zu. Experten rechnen damit, dass sich diese Zahl in den nächsten zwei bis drei Jahren vervierfachen wird. Längst sind es nicht mehr nur Hobbybastler, die am Küchentisch Radiobeiträge produzieren. Öffentlich-rechtliche wie auch private Sender bieten inzwischen Downloads ihrer Programme an. Tabu sind allerdings Hörspiele, sofern die Lizenzrechte von Verlagen berührt sind. Und vor allem dürfen Podcasts keine Musik enthalten, für die nicht bei der Gema bezahlt wird.

Der Erfolg des Podcastings hängt ganz entscheidend damit zusammen, dass eine Generation von potenziellen Radiohörern durch die gängigen juvenilen Musikprogramme nicht mehr zufrieden gestellt wird. Was sie nicht zu hören bekommt, produziert sie demnach selbst. Diese Entwicklung zeigt, dass Wortprogramme – denn das sind die meisten Podcasts – stark nachgefragt werden. Zumal da mit dem Siegeszug der von Sendern unabhängigen Podcasts ein Aufschwung des Kulturradios einhergeht: Die aktuelle Media-Analyse bescheinigt etwa Bayern 2 und dem Deutschlandfunk erhebliche Zuwächse. Die 20 Kultur- und Informationswellen der ARD erreichen täglich 5,3 Millionen Hörer – 400 000 mehr als bei der vorhergehenden Media-Analyse.

Aktuelles Lexikon

Expressionismus

Expressive Tendenzen hat es in allen Kunstepochen gegeben, ja ohne Expression, ohne Ausdruck, verliert Kunst jeglichen Sinn. Dennoch war es etwas grundsätzlich Neues, als W. Woringer, in bewusster Absetzung vom Begriff „Impressionismus“, 1911 das Wort „Expressionismus“ für die „fortschrittlichen Tendenzen der Zeit“ einführte. Es war genau die Stimmungskunst des Impressionismus und die verlogene Repräsentationskunst des Fin de Siècle, gegen die ganze Gruppen junger Künstler vor dem Ersten Weltkrieg aufbegehrt. In Deutschland war der revolutionäre Impuls am stärksten. In ihrem Drang, dem eigenen Gefühl mit neuen Formen und Farben Ausdruck zu geben, ersetzten die Maler der „Brücke“ und des „Blauen Reiters“ das gültige Ideal der Naturähnlichkeit durch einen gezielten Primitivismus, wie er nur in außereuropäischen Kulturen zu finden war. In Frankreich ließen die Neuerer, die als „Fauves“ titulierte wurden, die Farben heftig explodieren. Für sie alle waren die Malereien von Gogh und Gauguin der Ausgangspunkt für eigene Experimente. Das große Vorbild in der eigenen Generation aber war der Norweger Edvard Munch, der mit seinen grell ausgeleuchteten, von psychischen Stürmen bewegten Ausdrucksmalereien – Werken wie dem jetzt wiederaufgetauchten „Schrei“ – früh schon alle akademischen Regeln übertrat, die expressionistische Bewegung aber nur begleitete. G.K.

Korrekturen

□ In dem Artikel über amerikanisches Ökobenzin vom 24. August auf Seite 8 wurde eine Plakataufschrift, die auf dem Foto zu sehen war, im Bildtext falsch übersetzt. Statt „Von wem würden Sie lieber Ihr Gas kaufen?“ muss es richtig heißen: „Von wem würden Sie lieber Ihr Benzin kaufen?“

□ In der Ausgabe vom 28. August war auf der Titel-Seite zu lesen, dass der Hurrikan Ernesto sich mit einer Geschwindigkeit von 120 Kilometern pro Stunde der Küste Floridas näherte. Dabei wurde die Zug-Geschwindigkeit mit der Wind-Geschwindigkeit innerhalb eines Hurrikans verwechselt. Wirbelstürme legen in der Regel nur zwischen acht und 80 Kilometern in der Stunde zurück.

□ Am 30. August war in einer Reportage auf der Seite Drei von einem deutschen Hilfswerk die Rede, das mit der methodistischen Kirche in der Diözese Jaffna zusammenarbeitet. Bei diesem Hilfswerk handelt es sich um die Kindernothilfe und nicht um das Deutsche Kinderhilfswerk.

□ Die Ausstellung über die Wachsbilder des Münchner Hofbildhauers Wolfgang Leuthner im Bayerischen Nationalmuseum endet nicht, wie es im Feuilleton vom 31. 8 auf Seite 13 hieß, Ende August, sondern am 7. Januar 2007.

Sie finden Rubrik-Anzeigen

in dieser Ausgabe auf folgenden Seiten:

Ärzte	–	Kfz-Markt	V2/4–V2/11
Baumarkt	41	Kunsthandel	20
Bekanntmachungen	26	Maschinen	41
Beteiligungen/	26	Motorräder	V2/11
Geld		Reisemarkt	38–39
Bewerbermarkt		Stellen-	V2/14–V2/31
	V2/32	teil	
Flugsport	–	Tiermarkt	26
Geschäftsanzeigen	33	Unterr./Seminar/	V2/11+
Geschäftsverb.	26	Weiterbildung	V2/12
Gesundheits-	–	Veranstaltungen/	47,
und Körperpflege	–	Theater/Kino	54+56
Heilpraktiker	–	Verkäufe	41
Heiraten/	40+41	Verschiedenes	33
Bekanntschaften	–	Versandgeschäfte	–
Kaufgeschäfte	41	Wassersport	V2/11

Immobilien Kauf- und Mietmarkt erscheint in der Freitag-Ausgabe
Anzeigenschluss für Samstag:
Bewerbermarkt: Mittwoch, 12 Uhr
Kfz-Anzeigen: Donnerstag, 16 Uhr
Stellenanzeigen: Donnerstag, 11 Uhr
Übrige Rubriken: Donnerstag, 16 Uhr B

Außenansicht

Kumpanei der Unterdrückter

Die USA haben recht behalten: Der neue UN-Menschenrechtsrat ist genauso schlimm wie das Vorgänger-Gremium

Von Thorsten Benner

lutionen verurteilen Israels Menschenrechtsverletzungen im Gaza-Streifen und im Libanon – ohne auch nur mit einem Wort die Hamas oder die Hisbollah, deren Aktivitäten oder Israels Recht auf Selbstverteidigung zu erwähnen. Beschämend ist auch, dass dies die bislang einzigen Resolutionen des Rates zu Situationen in einzelnen Ländern sind. Sondersitzungen oder Resolutionen zu Darfur, zum Kongo, Tschetschenien, Birma oder Somalia? Fehlanzeige.

Nach der jüngsten Resolution verurteilten nun auch Menschenrechtsorganisationen den neuen Rat, die über den Verdacht der Israelfreundlichkeit erhaben sind. Human Rights Watch bezeichnete die „einseitige und politisierte Resolution“ als „Schlag gegen seine Glaubwürdigkeit und eine Abdankung seiner Verantwortung, die Menschenrechte aller zu schützen“. Amnesty International bedauerte, die Resolution habe es versäumt, „die vom Menschenrechtsrat erwarteten Prinzipien der Unparteilichkeit und Objektivität zu beachten“.

Von der Beachtung dieser Prinzipien ist der Rat gegenwärtig weit entfernt. Bislang hat es die Gruppe der arabischen und islamischen Staaten – mit Unterstützung von Kuba, Südafrika, China und Russland sowie einigen Staaten Südamerikas – geschafft, mit ihren 27 Stimmen den Rat zu dominieren. Auf der anderen Seite stehen sieben EU-Länder (darunter derzeit auch Deutschland) sowie Rumänien, die Ukraine, Japan und Kanada, die mit elf Stimmen in einer klaren Minderheit sind. Der neue Menschenrechtsrat befindet sich fest im Griff der Mehr-

heit und setzt damit ein Muster fort, das seine Vorgängerin, die UN-Menschenrechtskommission, zu Fall brachte. 30 Prozent aller Resolutionen dieses Organs nahmen allein Israel ins Visier. Beim Rest der Arbeit schützten sich Menschenrechtsverletzer wie Iran und Simbabwe, welche die Mehrheit des Gremiums stellten, gegenseitig vor kritischen Nachfragen zu ihren Menschenrechtsbilanzen.

Das bisherige Scheitern des neuen Menschenrechtsrats ist eine Folge der neuen Blockkonfrontation in den Vereinten Nationen, welche jegliche Reformbemühungen der Vereinten Nationen zu untergraben droht. Statt Ost und West (wie in Zeiten des Kalten Krieges) stehen sich nun Industriestaaten sowie Schwellen- und Entwicklungsländer gegenüber, die sich in der 132 Staaten umfassenden „Gruppe der 77“ oder anderen Foren wie der im Menschenrechtsrat aktiven *Organization of the Islamic Conference* (OIC) und der Gruppe der arabischen Staaten organisieren. Aus machtpolitischen Kalkül schlagen sich die aufstrebenden Großmächte wie China und Indien meist auf die Seite der G 77. Die reform- und menschenrechtsfreundlichen Staaten finden sich im Menschenrechtsrat ebenso wie in der Generalversammlung in einer klaren Minderheit.

Wie sollte Deutschland zusammen mit seinen Partnern angesichts der beschränkten Bilanz des neuen Rats reagieren?

Erstens sollte Deutschland versuchen, durch eine Politik der Anreize einzelne Staaten aus den für die fehlgeleitete Politik des Menschenrechtsrats verantwortlichen Blöcken herauszulösen. Dies könnte beispielsweise geschehen, indem Entwicklungszusammenarbeit oder die Gewährung von Handelsvorteilen auch an das Abstimmungsverhalten im Menschenrechtsrat gekoppelt werden. Ein solches Vorgehen nähme es nicht als naturgegeben hin, dass sich (wie jüngst) Staaten wie Südafrika oder Argentinien in Abstimmungen auf die Seite von notorischen Menschenrechtsverletzern schlagen.

Zweitens sollte Deutschland angesichts der Ineffektivität des Menschenrechtsrats versuchen, die Menschenrechte zu fördern, indem es sich der Hilfe anderer Organisationen bedient, wie zum



Thorsten Benner ist stellvertretender Direktor des Global Public Policy Institute (GPPPI), einer privaten Politikberatung, mit Sitz in Berlin und Genf.
Foto: Genf

Beispiel der Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE), oder der Stiftungen der deutschen politischen Parteien oder Nichtregierungsorganisationen.

Drittens sollte Deutschland mit seinen Verbündeten klarmachen, dass sich nur durch ein dramatisches Umsteuern das endgültige Scheitern des neuen Menschenrechtsrats verhindern lässt. Zum Beispiel, indem endlich das so genannte *peer-review*-Verfahren umgesetzt wird, in dem die Mitglieder wechselseitig die Menschenrechtsbilanz beurteilen. Oder, indem der Rat endlich seine einseitige Israel-Obsession aufgibt und sich ausgewogen in den menschenrechtlichen Not-situationen in der Welt befasst.

Wenn dies bis zum Ende des Jahres nicht geschieht, sollten sich alle Staaten, denen es ernst ist mit der Förderung der Menschenrechte, aus dem Gremium zurückziehen. So würde ihm wenigstens der Anschein genommen, die Werte der Vereinten Nationen zu verkörpern. Anders als bei der UN-Menschenrechtskommission sollte es nicht Jahrzehnte des Verfalls bedürfen, bis das Gremium auch offiziell diskreditiert und delegitimiert wird. Ohne einen radikalen Kurswechsel in Genf wird die Welt weiter auf die Gründung eines UN-Menschenrechts-gremiums warten müssen, das sich seines Namens sowie der Grundwerte der Vereinten Nationen als würdig erweist.