

Humboldt-Universität zu Berlin

Philosophische Fakultät I
Institut für Geschichtswissenschaften

Wintersemester 2005/2006

Hauptseminar: Geschichte der Medien in Europa, 1945-2000

Dozent: Prof. Dr. Hartmut Kaelble

Thema der Seminararbeit:

Der Weg des Radios vom Informations- zum Unterhaltungsmedium am Beispiel des RIAS Berlin

Autor:

Andreas Greger

Knorrpromenade 3

10245 Berlin

Telefonnummer: 030 / 322 977 97

E-Mail: andreas.greger@gmail.com

12. Semester Magisterstudiengang:

Hauptfach: Geschichte, Neuere und Neueste (12. Semester)

1. Nebenfach: Politikwissenschaften (11. Semester)

2. Nebenfach: Betriebswirtschaftslehre (11. Semester)

Matrikelnummer: 166256

Einleitung	2
Die Anfänge des RIAS	3
Der Aufstieg des Radios in der BRD der 1950er Jahre	9
Der Weg zum Formatradio in den USA	11
Die Ausdifferenzierung der Programme in der BRD ab den 1960er Jahren	14
Das Programm des RIAS ab 1960	16
Fazit	23
Literatur	25

Einleitung

Als der RIAS Berlin am 31.12.1993 für den letzten Tag auf Sendung ging und um Mitternacht die Fusion mit dem Deutschlandsender Kultur (DS Kultur) zum DeutschlandRadio Berlin vollzogen wurde, konnte der Sender auf gut 48 Jahre bewegte Geschichte zurückblicken. Neun Monate nach Kriegsende als Drahtfunksender DIAS gestartet, folgte der zügige Ausbau zur Rundfunkstation und damit eine Erfolgsgeschichte, die vor allem durch den gerade in den 1950er Jahren rapide wachsenden Radiomarkt begünstigt wurde. Einen großen Anteil hatte ebenfalls das markante Programmprofil, welches über die Grenzen Berlins hinaus – und auch in der DDR – eine treue Zuhörerschaft an sich binden konnte.

Die Konkurrenz durch das Fernsehen ließ nicht lange auf sich warten, daher mussten ab Mitte der 1960er Jahre Lösungen in die Praxis umgesetzt werden, um der Verlagerung der Medienrezeption Paroli bieten zu können. In den USA wurde bereits in den 1950er Jahren, in denen die Verbreitung der Fernsehgeräte hierzulande trotz des Wirtschaftswunders erst begann, das Prinzip der „Formatradios“ erfolgreich umgesetzt, welches sich der Kurzlebigkeit des Fernsehens anpasste und ein Programm zur bloßen Hintergrundbeschallung mit wenig Wortbeiträgen und viel Musik bot. Stichworte wie „Amerikanisierung der Medien“ legen nahe, dass dieses Prinzip ohne Umschweife importiert wurde, zumal der RIAS als bis zum Ende unter amerikanischer Ägide stehender Sender zum idealen Prototyp des „neuen“ Radios hätte werden können.

Es ist daher zu fragen, inwiefern das Modell „Formatradio“ auf den RIAS übertragen wurde, bzw. ob die Gründung seines auf die jugendliche Zielgruppe zugeschnittenen Senders RIAS 2 ein Zugeständnis an die neuen Ansprüche gegenüber des Radios war. Dazu soll zunächst die Gründung des RIAS inkl. dessen Sendeauftrag kurz skizziert werden, um im folgenden einen Überblick der Programmvielheit von den Anfangstagen bis in die 1960er Jahre und über die Entwicklung des Hörfunks in der BRD zu geben. Danach folgt ein Exkurs zum amerikanischen Formatradio-Modell, welches schließlich mit der allgemeinen Entwicklung des Radioprogramms in der

BRD nach dem medialen Umbruch in den 1960er Jahren und mit der Reaktion des RIAS in den 1970er bis 80er Jahren abgeglichen wird.

Der Forschungsstand ist als ideal zu bezeichnen. Mit der Gründung des RIAS beschäftigten sich Petra Galle¹ und der ehemalige Programmdirektor bzw. stellvertretende Intendant Herbert Kundler². Letzterer präsentiert mehrere feste Größen des Programms neben den oftmals historischen Großereignissen, über die im RIAS berichtet wurden. Im Sammelband von Manfred Rexin³, kommen zahlreiche an der Geschichte des Senders Beteiligte zu Wort, was die fehlende ausführliche Programmgeschichte ansatzweise auszugleichen vermag. Das Modell des amerikanischen Formatradios wird von Wolfgang Hagen⁴ intensiv beleuchtet.

Die Anfänge des RIAS

Am 13. Mai 1945, also bereits fünf Tage nach Kriegsende, nahm der Berliner Rundfunk unter dem Kommando der sowjetischen Alliierten im Haus des Rundfunks an der Masurenallee den Sendebetrieb wieder auf⁵ und schuf damit ein vorübergehendes Monopol hinsichtlich nicht vorhandener Radioprogramme und als Instrument zur Verbreitung sowjetischer Propaganda. Dies erklärt auch, weshalb die Sowjetische Militäradministration in Deutschland (SMAD) den Status des Berliner Rundfunks als lokale Rundfunkeinrichtung für Groß-Berlin nicht anerkennen und den westlichen Besatzungsmächten keine festen Sendezeiten einrichten wollte. Auch die Einrichtung eines „Multipartite Radio-Committee“ scheiterte im August 1945

¹ Petra Galle: RIAS Berlin und Berliner Rundfunk 1945-1949. Die Entwicklung ihrer Profile im Programm, Personal und Organisation vor dem Hintergrund des beginnenden Kalten Krieges, Münster 2003 (im folgenden: Galle, 2003).

² Herbert Kundler: RIAS Berlin. Eine Radio-Station in einer geteilten Stadt, Berlin 1994 (im folgenden: Kundler, 1994).

³ Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) / Manfred Rexin (Hrsg.): Radio-Reminiszenzen. Erinnerungen an RIAS Berlin (Schriftenreihe der MABB; Bd. 13), Berlin 2002 (im folgenden: Rexin, 2002).

⁴ Wolfgang Hagen: Das Radio. Zur Geschichte und Theorie des Hörfunks – Deutschland / USA, München 2005 (im folgenden: Hagen, 2005).

⁵ Vgl. Galle, 2003, Seite 15.

an den gegensätzlichen Auffassungen über die Zuständigkeit⁶. Der Konflikt über Medienfragen spitzte sich im darauffolgenden Herbst noch weiter zu, als die drei nichtsowjetischen Alliierten durch die SMAD weiterhin am Aufbau eines nationalen Rundfunkdienstes gehindert wurden⁷. Auch die Begünstigung kommunistischer Haltungen und deren Verbreitung durch „eine weiche, die Deutschen vereinnahmende und sie dadurch gegen die Westmächte ausspielende Propaganda“⁸ über den Berliner Rundfunk wurde mit Sorge betrachtet⁹. Daher wurde am 21. November 1945 seitens der amerikanischen und britischen Militärregierung die Inbetriebnahme eines Drahtfunksystems in ihren Sektoren angeordnet¹⁰. Der „Drahtfunk im amerikanischen Sektor“ (DIAS) ging am 7. Februar 1946 auf Sendung, und verbreitete fortan täglich von 17 bis 24 Uhr sein Programm¹¹. Bis zur Umwandlung des Drahtfunk- in ein Mittelwellenprogramm (und damit zum RIAS) am 4. September 1946¹² konnte dem Programm ein festes Gefüge gegeben werden. Zur musikalischen Vielfalt trugen erworbene gebrauchte Schallplatten (zu Beginn des Sendebetriebs konnte man lediglich auf eine Handvoll Platten der US Army oder Spenden aus Privatbesitz zurückgreifen¹³), Aufnahmen mit Kammermusikgruppen oder erste kleine Konzertveranstaltungen bei. Die Wortbeiträge konnten ebenfalls einen großen Programmanteil für sich verbuchen. Zu nennen sind Sendereihen wie „Bücher, die wir nicht lesen durften“, „Fremde Dichtung“ oder „Die Tischrunde“, die den Zuhörern die 12 Jahre lang vorenthaltene Literatur nahe brachten¹⁴. Dies fügte sich in das US-Konzept der sogenannten „weißen Propaganda“ ein, in deren Zuge die Absichten der Amerikaner nicht verschleiert, sondern die Ziele der Informationskontrolle offen dargelegt werden sollten. Die Berichterstattung sollte ausnahmslos faktenbezogen und objektiv erfolgen, um die Deutschen vom Unrecht des nationalsozialistischen Regimes und ihrer Verantwortung für das Geschehene zu überzeugen. So

⁶ Vgl. Arnulf Kutsch: Rundfunk unter alliierter Besatzung, in: Jürgen Wilke (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Köln 1999, Seite 67 (im folgenden: Wilke, 1999).

⁷ Ebd.

⁸ Ebd.

⁹ Ebd.

¹⁰ Ebd.

¹¹ Vgl. Kundler, 1994, Seite 42.

¹² Ebd., Seite 45.

¹³ Ebd. Seite 42.

¹⁴ Ebd., Seite 48.

sollten ihnen einerseits die demokratische Medienkultur nähergebracht und andererseits ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit „*bei der Propaganda gewohnten und ihr misstrauisch gegenüberstehenden deutschen Bevölkerung*“¹⁵ erreicht werden¹⁶. Dieser Ansatz wurde nach den Beobachtungen der sowjetischen Konkurrenz um einen wichtigen Zusatz ergänzt: Meinungsfreiheit und Pluralismus waren zwar weiterhin garantiert, aber mit Einschränkungen versehen. Im Endeffekt wurde keine Kritik an der Politik der Besatzungsmächte zugelassen und die Informationskontrolle stellte faktisch eine Begrenzung der freien Meinungsäußerung und -bildung dar¹⁷. Dennoch wurde seitens der Amerikaner kein Einfluss auf das aktuelle Programm genommen, sondern Raum für Experimente und Improvisationen für Reporter und Redakteure gelassen¹⁸. In der „Erklärung über Rundfunkfreiheit in Deutschland“ wurde lediglich die „Förderung der menschlichen ideale von Wahrheit, Toleranz, Gerechtigkeit, Freiheit und Achtung vor den Rechten der individuellen Persönlichkeit“ festgelegt¹⁹.

Bis der RIAS den Berliner Rundfunk bei den Hörerzahlen überflügeln konnte, sollte es allerdings bis zur Blockade 1948 dauern. Zum einen ist dies auf die technischen Voraussetzungen zum Empfang zurückzuführen: Erst ab Juni 1947 war der Sender im Umkreis von 75 km zu hören, die südlichen Teile der sowjetischen Besatzungszone (SBZ) wurden mit Hilfe eines Mittelwellensenders in Hof ab November 1948 versorgt²⁰. Zum anderen lieferte die Hörerumfrage der amerikanischen Militärregierung (OMGUS) im Sommer 1947 ein klares Bild der Hörerpräferenzen: Demnach lehnte das Publikum Jazz und Klassik zu einem großen Teil ab, wohingegen es Operetten und leichte Unterhaltungsmusik, gefolgt von der Voice of America und den Nachrichten bevorzugte²¹. Die von der Berliner Bevölkerung wahrgenommene Ausweitung der politischen Krise, gepaart mit der Ablehnung der sowjetischen Besatzungspolitik, führte zur

¹⁵ Galle, 2003, Seite 41.

¹⁶ Vgl. Ebd.

¹⁷ Vgl. Galle, 2003, Seite 42.

¹⁸ Vgl. Peter Schultze: „Sie waren eine wunderbarer Team!“, in: Regin, 2002, Seite 55.

¹⁹ Vgl. Konrad Dussel: Deutsche Rundfunkgeschichte, Konstanz 1999, Seite 188 (im folgenden: Dussel, 1999).

²⁰ Vgl. Ebd., Seite 238.

²¹ Vgl. Ebd., Seite 247.

„antikommunistischen Medienoffensive“²², die der Hörerschaft ein anderes Bild zur Identifikation vermitteln konnte²³. Amerika sollte mit der wahren Demokratie assoziiert und der „American Way of Life“ als idealer Gegenentwurf zum Kommunismus begriffen werden²⁴.

Mit dem Umbau des Programms wurde ab 1948 begonnen: Zielsetzung war es, allen Hörerbedürfnissen entgegenzukommen und nicht ausschließlich für eine bürgerliche Elite zu senden. Deren Interessen sollten mit Sendeplätzen am Abend zufriedengestellt werden. Das Massenprogramm sollte populäre Unterhaltung und klare politische Aussagen bieten, daher folgte der Ausbau zu einem ganztägigen Programm und die Umgestaltung der Unterhaltungs-, sowie Zielgruppensendungen²⁵. Beim politischen Programm wurde die Zusammenarbeit zwischen der Aktuellen Abteilung, der Nachrichtenabteilung, dem Monitordienst und dem Reporterteam verbessert und damit der Grundstein für eine schnelle und aktuelle Berichterstattung gelegt²⁶. Während der Blockade ab 1948 betrafen die strukturellen Neuerungen des politischen Programms fast ausschließlich die Sendungen für oder über die SBZ/DDR, die nach der Gründung der Bundesrepublik durch Sendungen wie „Die Stimme des Westens“ oder den „Kommentar aus Bonn“ ergänzt wurden. Dazu wurde im Spätsommer 1949 ein Studio in der neuen Hauptstadt eingerichtet²⁷.

Bei den Zielgruppenprogrammen wurde ebenfalls stärker diversifiziert. Zu nennen ist die Trennung des Kinder- und Jugendfunkbereiches im Juli 1948²⁸. Nach amerikanischem Vorbild wurde eine frische, moderne Linie entwickelt, die Texte in einer ganz natürlichen, nicht gekünstelten Sprache verfasst und die Kinder in die Sendungen integriert. So wurde die Reihe „Die RIAS-Kinder besuchen Onkel Tobias“ ab Juni 1947 zur beliebtesten im Kinderfunk und behauptete diesen Platz für viele Jahre²⁹. Den Jugendlichen wurde im Frühsommer 1947 mit den „Schlagern der Woche“ eine Reihe geboten, die regelmäßig an jedem Freitag Abend die neuesten

²² Galle, 2003, Seite 250.

²³ Vgl. Ebd.

²⁴ Vgl. Ebd., Seite 291.

²⁵ Vgl. Ebd., Seite 292.

²⁶ Vgl. Ebd., Seite 294 f.

²⁷ Vgl. Ebd., Seite 311.

²⁸ Vgl. Uta Hartmann-Beth: „Wie Onkel Tobias zum Panther kam“ – Der Kinderfunk, in: Rexin, 2002, Seite 200.

²⁹ Vgl. Kundler, 1994, Seite 95 ff.

amerikanischen Schlager vorstellte, zu einer der erfolgreichsten und langlebigsten RIAS-Sendungen avancierte und damit als Vorläufer der Hitparaden gelten kann³⁰. Der Schulfunk spielte ab September 1947 eine wichtige Rolle bei der Organisation des Schulalltags in Westberlin, ihm folgte im Januar 1948 das RIAS-Schulfunk-Parlament und der Pädagogische Funk im Oktober³¹. Für die Hausfrauen wurde ab Mai 1948 „Man nehme... Allerlei Kurzweil für die Hausfrau“ am späten Vormittag ausgestrahlt³². Als letzte Zielgruppe folgte die ländliche Bevölkerung, die ab Juli 1949 mit einer eigenen Reihe („Sendung für die Landbevölkerung“) bedient wurde.

Dem Unterhaltungsprogramm wurde – im Gegensatz zum Berliner Rundfunk – erst ab 1948/49 eine größere Priorität eingeräumt. Gründe dafür waren der bereits genannte Mangel an Tonträgern und das fehlende Orchester, sowie die Begünstigung von Literatur und Theater seitens des damaligen Programmleiters Franz Wallner-Basté. Daher musste ein Großteil des Musikprogramms aus amerikanischen Plattenbeständen bestritten oder live produziert werden. Dementsprechend war das Repertoire geprägt – mit der Absicht, den Hörern Jazz, Swing, oder amerikanische Interpreten näher zu bringen³³. Auch deutsche Tanzkapellen, Orchester, Kabarett- und Unterhaltungskünstler hielten Einzug in das Abendprogramm, wobei der RIAS erst ab 1947 Veranstaltungen im großen öffentlichen Rahmen durchführte³⁴. Ab September gleichen Jahres wurde eine Wunschsendung namens „Lieblingsstücke unserer Hörer“ ins Programm genommen, deren Sendezeit bereits im Mai 1948 auf anderthalb Stunden am Montag Abend verdoppelt wurde und ein Jahr später mit Live-Anrufen von Hörern als Novum aufwarten konnte.

Im kulturellen Programm spiegelte sich vor allem die Literatur wider. Zeitgenössische internationale Werke wurden gefördert, die Auseinandersetzung mit klassisch-humanistischer deutscher Literatur fand in kulturhistorischen Sendungen statt. Besondere Aufmerksamkeit galt der „Funkuniversität“, die ab November 1949 zahlreiche Geistes- und Naturwissenschaftler (z.B. Theodor W. Adorno, Oswald Spengler oder

³⁰ Vgl. Galle, 2003, Seite 325.

³¹ Vgl. Ebd., Seite 326.

³² Vgl. Ebd., Seite 326 f.

³³ Vgl. Ebd., Seite 349.

³⁴ Vgl. Ebd., Seite 350.

Jürgen Habermas) zu Wort kommen ließ. Auch Film- und Theaterkritiken, bei denen Friedrich Luft mit einem neuen, lockeren, betont unpolitischen Stil große Popularität genoss, hielten Einzug in das Programm, welches die musikalische Bildung oder die Förderung musikalischer Hochkultur auch trotz der Verlagerung des Schwerpunktes auf die Unterhaltung nicht vernachlässigte³⁵.

Frühzeitige Formen des Entertainment wurden bereits 1948 mit dem Quiz „Mach mit“ (nach dem amerikanischen Vorbild „People are funny“ mit Hans Rosenthal in der Aufnahmeleitung³⁶) ins Programm eingeführt, welches auch in der Berliner Waldbühne auf große Publikumsresonanz stieß³⁷. Das Funkkabarett „Günter Neumann und seine Insulaner“ wurde genau wie die Übertragungen der Sechs-Tage-Rennen oder Jazz-Veranstaltungen aus dem Sportpalast zu einer festen Größe des Programms³⁸.

All diese Umstrukturierungen und das klare politische Profil machten sich schnell bei den Hörerzahlen bemerkbar. Waren es im gesamten Berlin im Juni 1947 nur 27% der Hörer, die laut Umfrage am häufigsten den RIAS einschalteten (der Berliner Rundfunk rangierte mit 64% an erster Stelle), stiegen die Quoten bereits im Januar 1948 auf 52%, und im Mai 1949 während der Blockade in den Westsektoren der Stadt sogar auf 91%. Sie fiel im darauffolgenden Dezember jedoch wieder auf 76% zurück³⁹. Mit der Ausrichtung des Programms war allerdings die Basis geschaffen worden, womit der RIAS in den 1950er Jahren vom Aufschwung des Radios zum Massenmedium profitieren konnte. Der erste Schritt zu einer künftigen Programmerweiterung fand bereits am 1. November 1953 statt, nachdem die Sendekapazitäten bereits beträchtlich erweitert waren: Das zweite RIAS-Programm sollte mit Wiederholungen aus dem Hauptprogramm den durch sowjetische Störsender beeinträchtigten Empfang ausgleichen⁴⁰.

³⁵ Vgl. Ebd., Seite 368 ff.

³⁶ Vgl. Christian Bienert: Hans Rosenthal (1925-1987) – Star der Unterhaltung, in: REXIN, 2002, Seite 311.

³⁷ Vgl. Kundler, 1994, Seite 131.

³⁸ Vgl. Kundler, 1994, Seite 120 f.

³⁹ Vgl. Galle, Seite 240 ff.

⁴⁰ Vgl. Kundler, Seite 171.

Der Aufstieg des Radios in der BRD der 1950er Jahre

War der Radioempfang in der Nachkriegszeit noch mit zahlreichen Empfangsschwierigkeiten verbunden, änderte sich dies ab Beginn der 1950er Jahre durch die Verbesserung der Sendeanlagen und durch die Erneuerung der Geräte. Mehr als die Hälfte der Rundfunkteilnehmer (52%) benutzten Geräte aus der Vorkriegszeit, weitere 18,2% den Volksempfänger. Bereits 1956 hatte die Mehrheit der Bundesbürger ihren Gerätebestand erneuert, wobei die Einführung des UKW-Rundfunks zunächst nur wenige Impulse liefern konnte, da dieses Angebot nur zögerlich von den Hörern angenommen wurde. Ein Grund hierfür liegt gewiss in der Höhe des Einkommens. Die Dominanz dieser neuen Technik war allerdings absehbar: Schon 1952 wurden die meisten Geräte mit einem UKW-Empfangsteil ausgestattet, so dass deren Anteil bis April 1954 auf 58% anstieg⁴¹ und zu Beginn des neuen Jahrzehnts bereits bei 80% lag⁴².

Weitere technische Neuerungen, veränderte Geräteformen und sinkende Preise unterstützten das Wachstum: Den Musikschränken, -truhen und -vitrinen war der feste Platz im Wohnzimmer sicher, die Transistorentechnik ermöglichte die „*Miniaturisierung und Mobilisierung des Rundfunkgeräts*“⁴³ und eröffnete neue Absatzchancen bei einer zahlungskräftigen (jungen) Minderheit⁴⁴.

Die Hauptrolle des Radios bestand in der abendlichen Unterhaltung. Zur Hauptsendezeit versammelte sich die Familie vor dem Apparat, um „Bunte Abende“ mit immer mehr Quiz-Elementen (dieses Prinzip war bereits Anfang der 1950er Jahre importiert worden⁴⁵), Unterhaltungsmusik oder unterhaltsame Familienserien zu verfolgen⁴⁶, sich nebenbei anderweitig zu beschäftigen oder eine Geräuschkulisse für den Hintergrund zu schaffen. Danach folgte die Begleitung des hausfraulichen Alltags durch den

⁴¹ Vgl. Axel Schildt: *Moderne Zeiten. Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist“ in der Bundesrepublik der 50er Jahre*, Hamburg 1995, Seite 217 ff. (im folgenden: Schildt, 1995).

⁴² Vgl. Dussel, 1999, Seite 208.

⁴³ Schildt, 1995, Seite 220.

⁴⁴ Vgl. Ebd.

⁴⁵ Vgl. Schildt, 1995, Seite 237.

⁴⁶ Vgl. Horst O. Halefeldt: *Programmgeschichte des Hörfunks* (im folgenden: Halefeldt: *Programmgeschichte*), in: Wilke, 1999, Seite 213.

Rundfunk⁴⁷, obwohl auch die Übertragung sportlicher, politischer oder gesellschaftlicher Ereignisse auf große Resonanz stieß⁴⁸. Aus der mangels Alternativen häuslich dominierten Freizeitgestaltung resultierte die lange Einschaltdauer, die bspw. beim Süddeutschen Rundfunk (SDR) in den gesamten 1950er Jahren bei relativ konstanten drei Stunden pro Tag lag, wobei wenigstens zwei Drittel der Hörer das Radio täglich einschalteten⁴⁹. Für sie sollte das Programm in erster Linie der Ablenkung dienen. Bereits Anfang der 1950er Jahre standen die Nachrichten an der Spitze der Beliebtheitsskala, gefolgt von den „Bunten Abenden“, Volksmusik, Operetten und Tanzmusik⁵⁰.

In ihrem Erfolg bestätigt, begannen einige Stationen den Aufbau zweiter Programmketten. Nach dem Vorbild der BBC strahlte der NWDR Ende 1954 und zum Jahreswechsel 1955/56 versuchsweise ein kulturell geprägtes Programm aus. Konkreter wurde die Neuordnung der Rundfunkprogramme beim SDR formuliert, deren Hörfunkdirektor Peter Kehm die Konkurrenz durch das Fernsehen rechtzeitig erkannte und dessen Sendezeiten zwei Hörfunkprogramme mit gegensätzlichem Charakter entgegenstellen wollte. Das eine sollte als Bildungsprogramm, das andere der (vor allem musikalischen) Unterhaltung dienen, ohne den Bildungsanspruch zu vernachlässigen. Das Konzept wurde beim SDR schrittweise von 1958 bis 1964 umgesetzt, von manchen Stationen aber nicht beachtet, bis die Veränderungen in der Mediennutzung für jeden offensichtlich wurden⁵¹. Maßgeblichen Anteil daran hatte die Stereophonie (Ende 1958 zunächst als Experiment des Sender Freies Berlin und flächendeckend ab 1963 eingeführt⁵²): Radios, Plattenspieler und Tonbandgeräte konnten Jahr für Jahr deutliche Wachstumsraten verbuchen, was nicht zuletzt auf einen niedrigeren Preis bei gleichzeitigen technischen Verbesserungen zurückzuführen ist. So wurden diese Geräte in den 1960er

⁴⁷ Vgl. Schildt, 1995, Seite 224 ff.

⁴⁸ Vgl. Halefeldt: Programmgeschichte, Seite 215.

⁴⁹ Vgl. Schildt, 1995, Seite 224.

⁵⁰ Ebd., Seite 233 ff.

⁵¹ Vgl. Dussel, 1999, Seite 208 ff.

⁵² Vgl. Halefeldt: Programmgeschichte, Seite 219.

Jahren zu festen Bestandteilen des medialen Interesses, dessen dominierende Stellung das Radio nach und nach einbüßte⁵³.

Der Weg zum Formatradio in den USA

Lange bevor hierzulande an die Formatierung des Radioprogramms gedacht wurde, vollzog sich der Umbruch in den USA bereits ab 1946, als das Fernsehen den Siegeszug antrat. Die Anzahl der Geräte stieg innerhalb von acht Jahren von 10.000 (1946) auf 27 Millionen (1954), was sich entsprechend auf die Sehdauer auswirkte, die bis zu fünf Stunden pro Tag erreichen konnte. Der Abend war komplett für das Fernsehen reserviert, das Radio – welches neben dem Zeitungsmarkt von der Verlagerung der Aufmerksamkeit betroffen war – wurde morgens, nachmittags und am Vorabend eingeschaltet. Als Reaktion wurden die Serien und Shows ins Fernsehen ausgelagert, das Radio geriet damit in seine historisch tiefste inhaltliche Krise, die sich durch die Gründung neuer Stationen noch verschärfte. Dennoch verzeichneten die überwiegend kommerziellen Radiostationen in den Nachkriegsjahren weiterhin steigende Einnahmen. Zwar nahm die Hördauer kontinuierlich ab, allerdings wurden mehr Radiogeräte denn je verkauft (zwischen 1946 und 1953 jeweils 2 Millionen neue pro Jahr). Der Absatz wurde durch die Einführung der Transistor- (ab 1953) und spätestens mit den Autoradios ab Mitte der 1950er Jahre noch gesteigert⁵⁴.

Bereits 1950 existierte eine Studie der Universität Omaha, in der das Hörverhalten genauer analysiert wurde. Die Erkenntnis, dass die Hörer vor allem der Musik eine große Bedeutung beimaßen, war nicht neu, allerdings hatte die Single den Markt der Popkultur seit den frühen fünfziger Jahren so gravierend verändert, dass diese Entwicklung neue Ergebnisse zutage fördern konnte. Die Hitparaden-Sendungen erfuhren einen nochmaligen Anstieg ihrer Popularität – vor allem diejenigen mit den Originaltiteln, welche die Hörer bereits als Tonträger besaßen. Daraus entstand die Idee, diese

⁵³ Vgl. Schildt, 1995, Seite 221 ff.

⁵⁴ Vgl. Hagen, 2005, Seite 295 ff.

Titel nicht mehr isoliert im Rahmen dieser Sendung zu spielen, sondern sie im Tagesprogramm rotieren zu lassen. Entgegen den Erwartungen wurden die Hörer vom mehrmaligen Einsatz der Titel nicht abgeschreckt, sondern angezogen⁵⁵. War das gesamte Tagesprogramm bisher in horizontale Serien von Sendungen aufgeteilt, wurde nun das gesamte Tagesprogramm zur Serie und die „Top 40“-Formel von Todd Storz zum Erfolgsmodell zahlreicher Stationen⁵⁶. Dazu trugen sowohl der für jede Station charakteristische Sound und die Stundenuhr bei: Nachbearbeitungen des Audio-Signals wurden zum Standard, Einleitungen und Verabschiedungen für jeden DJ oder jede Nachrichtensendung verwendet, selbst die Stimme des Moderators wurde mit Effekten belegt. In der Stundenuhr lag die wesentliche Neuerung des Formats: In ihr wurden 13 bis 18 Musikplätze festgelegt, zwischen ihnen Platzhalter für Nachrichten, Wetter und Verkehr fixiert und die Einsatzzeiten für Werbung definiert. Die Musikplanung erfolgte wiederum mit Hilfe von „Song-Karten“, die ihrerseits in nach Genres unterteilten Karteikästen eingeordnet wurden und die Planung gab vor, aus welchem Kasten an welchem Minutenplatz in welcher Uhr man sich bedienen musste. Die DJs mussten dieses Prinzip realisieren, jedes Element der Stundenuhr mit dem Namen der Station verbinden (z.B. „WHB-Wetter“) und zugleich den Anschein wahren, als würden sie tatsächlich gerade ihre Favoriten vorstellen, wobei ihnen immerhin noch die letzte Wahl blieb⁵⁷. Ein weiteres Charakteristikum waren die Werbeblöcke, die wie gleichberechtigt neben den restlichen Programmblöcken wie der Musik oder den Nachrichten standen und Ende der 1950er Jahre bis zu 20 Minuten pro Stunde einnahmen⁵⁸.

Dieses Konzept wurde Anfang der 1960er Jahre verändert, nachdem die Jugendkultur bereits ökonomisch relevant geworden war und eigens für sie entwickelte Produkte auf den Markt gelangten. Philip Yarbrough alias Bill Drake modifizierte die „Top 40“-Formel an einer entscheidenden Stelle: Es sollte mehr und vor allem aktuelle Musik anstelle von Oldies gespielt werden. Die Moderationen sollten auf Anfang und Ende eines Songs begrenzt, Nachrichten verkürzt und manche Titel direkt hintereinander gespielt werden.

⁵⁵ Ebd., Seite 303 f.

⁵⁶ Ebd., Seite 318 f.

⁵⁷ Ebd., Seite 329 f.

⁵⁸ Ebd., Seite 334.

Die Zielgruppe bestand insbesondere aus den geburtenstarken Nachkriegsjahrgängen und der Erfolg ließ nicht lange auf sich warten. Drake hatte damit den Anfang zur demographischen Segmentierung der Hörerschaft und zur Ausdifferenzierung der Radioformate gemacht⁵⁹.

Mit der Einführung des FM-Radios geriet das „Top 40“-Modell ins Wanken, obwohl es zunächst nur von einem kleinen, gehobenen Publikum zum Hören klassischer Musik verwendet wurde. Erst im Zuge der drohenden Überfüllung des Mittelwellenbandes im immer noch wachsenden Markt der „Top 40“-Stationen wurde FM für die Betreiber attraktiver, so dass Mitte der 1960er mehr kommerzielle FM-Stationen auf den Markt drängten. Dies schlug sich schnell bei den Verkaufszahlen für FM-Geräte nieder, von denen bereits 1966 40 Millionen im Besitz der Amerikaner waren⁶⁰. Interessanterweise nutzte diese technische Verbesserung in erster Linie den neuen „Underground-Radios“ mit deren Pionier Tom Donahue, der von 1961 bis 1965 in San Francisco für Bill Drake arbeitete und seiner Rolle als „Roboter“ überdrüssig war, so dass er sich 1967 erfolgreich um eine eigene Radioshow auf einem brachliegenden FM-Sender bemühte. Darin wurden ausschließlich Album-Titel (häufig mit Überlänge) gespielt, keine Hitparaden-Stücke, dafür Konzertmitschnitte, wenig Werbung – und in wenigen Monaten eine große Hörerschaft an diese Sendung gebunden. Als eine tragende Säule für den Erfolg dieses FM-Radios gilt die Stereo-Langspielplatte, die durch Massenproduktion für breite Kreise erschwinglich wurde und mit einem „High Fidelity“-Klang aufwarten konnte. Dieser Klang kam erst über die Breitbandkanäle des FM-Radios zur Geltung, Donahue wurde schnell zum Geheimtipp und sein Format in den nächsten Jahren von zahlreichen Stationen kopiert⁶¹. Sie wurden zum Grundstein für das Wachstum der Musikindustrie ab den 1970er Jahren⁶².

Daher gewann ein klares musikalisches Profil der Sender an Bedeutung, da sich 80% der Hörer aufgrund der Musik für oder gegen ein Programm entschieden. Es entstanden rund 100 Musikformate, von denen sieben sich am erfolgreichsten erwiesen. Das am häufigsten gewählte ist

⁵⁹ Ebd., Seite 337 f.

⁶⁰ Ebd., Seite 341 f.

⁶¹ Ebd., Seite 343 f.

⁶² Ebd., Seite 359.

„Adult Contemporary“ (AC) mit Titeln aus der Jugendzeit der heutigen Erwachsenen, was aktuelle und bis zu fünf Jahre alte Hits nicht ausschließt. An zweiter Stelle steht das „Contemporary Hit Radio“ (CHR) als Umsetzung des klassischen „Top 40“- oder „Top 100“-Formats, das die jüngere Zielgruppe im Alter von 14 bis 24 Jahren bedient. Ihm folgt Country für ländliche Gegenden, im Kontrast dazu „Album Oriented Rock“ (AOR), welches auf Tom Donahue zurückgeführt werden kann. Der Rest entfällt auf Oldies, „Urban Contemporary“ (UC) für die schwarze und spanische Bevölkerung in den USA und „Easy Listening“⁶³.

Insgesamt hatte das Formatradio ab den 1950er Jahren in den USA die Position des Begleitmediums eingenommen, nachdem das Fernsehen in puncto Nutzungsdauer und Aufmerksamkeit zum Primärmedium geworden war. Damit war nicht nur ein Epochenwechsel des Mediums Radio, sondern bezüglich der Nutzung der Massenmedien erfolgt. Niemand war mehr gezwungen, das Radio zu einer bestimmten Zeit einzuschalten, da die Stationen ihr Profil quasi Rund um die Uhr betonten⁶⁴. Im Jahre 2005 waren vier von fünf kommerziellen Stationen von Musik dominiert – sie beansprucht einen Anteil von 70 bis 80% des Programms für sich. Beinahe alle Stationen verfahren nach dem „Drake“-Prinzip mit umfassenden Jingles und wenig Moderation⁶⁵.

Die Ausdifferenzierung der Programme in der BRD ab den 1960er Jahren

In der BRD sorgte das Fernsehen ab 1959/60 für einen tiefgreifenden Wandel bei der Medienrezeption: Der Anteil an Kurzhörern stieg in dem Maße an, wie derjenige der Dauerhörer abnahm. Hierfür ist die analog zu den USA stattfindende Entwicklung der in den 1950er Jahren noch beliebten

⁶³ Vgl. Friedmar Lüke: Formatradio – unsere Zukunft? Amerikanische Rezepte, deutsche Perspektiven, in: Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD): ARD Jahrbuch 94, Hamburg 1994, Seite 44 ff (im folgenden: Lüke, 1994).

⁶⁴ Vgl. Hagen, 2005, Seite 333.

⁶⁵ Ebd., Seite 362.

„Bunten Abende“ bezeichnend, welche durch ihre Verlagerung auf die audiovisuelle Ebene und das damit entstehende Potential zur Weiterentwicklung an Popularität einbüßten⁶⁶. Allerdings sind auch die durch technische Verbesserungen gestiegenen Möglichkeiten zum Umschalten und andere Präferenzen bei der Freizeitgestaltung keine unerheblichen Gründe für den Rückgang der Hördauer⁶⁷.

Die Verbreitung des Fernsehens und die damit entstandene Konkurrenz für das Radio in der Hauptsendezeit zwischen 19 und 22 Uhr⁶⁸ zog eine Umstrukturierung der Hörzeiten nach sich, die als Basis zu den ersten Schritten der Formatierung diente. Sendeplätze mit niedrigen Quoten sollten mit attraktiveren Programmen für Hausfrauen und anderen Personen im Haushalt gefüllt werden, die Verbreitung von UKW machte das Angebot regionaler Programme möglich. Die Bedeutung des Abendprogramms – insbesondere am Wochenende – verschwand, wohingegen man im sich schrittweise durchsetzenden arbeitsfreien Samstag neue Hörerpotentiale vermutete⁶⁹.

Unterschiedliche Programmprofile waren das Ergebnis dieses Prozesses: Das Radio wurde vom Einschalt- zum Begleitprogramm, damit ging die repräsentative Bildungs- und Informationsfunktion zugunsten der Unterhaltung verloren. Neue Hörergruppen wurden erschlossen, auf die sich die einzelnen Sender spezialisierten⁷⁰. So blieb bspw. das erste Programm des NWDR nach wie vor als klassisches „Mischprogramm“ bestehen, die zweiten Programme (NDR 2 und WDR 2) wurden komplett auf Unterhaltung und aktuelle Informationen ausgerichtet. Sie gaben die bisher dominierende Kästchenstruktur zugunsten großflächiger Magazine mit internationaler und regionaler Berichterstattung auf, Nachrichten wurden zum Stützpfeiler dieser Programme und stündlich gesendet⁷¹.

Als weitere Parallele zu den USA ist die sich in der zweiten Hälfte der 1950er Jahre herausbildende Jugendkultur zu erwähnen: Deren

⁶⁶ Vgl. Schildt, 1995, Seite 237.

⁶⁷ Ebd., Seite 224 ff.

⁶⁸ Vgl. Dussel, 1999, Seite 208.

⁶⁹ Vgl. Schildt, 1995, Seite 227.

⁷⁰ Vgl. Fabian Baar: Von der Abendunterhaltung zum Leitmedium – vom Familienzentrum zur Geräuschkulisse. Funktionenwandel der Medien Fernsehen und Radio, in: Werner Faulstich (Hrsg.): Die Kultur der 60er Jahre, Seite 236.

⁷¹ Vgl. Halefeldt: Programmgeschichte, Seite 217.

Freizeitverhalten koppelte sich von dem der Eltern ab und orientierte sich an den Gleichaltrigen, die Auflehnung gegen die Elterngeneration wurde durch das Bild des „American Way of Life“ und den dadurch in den Mittelpunkt des Interesses gelangenden Rock'n'Roll verstärkt. Durch die Entdeckung der Jugendlichen als kaufkräftige Zielgruppe wurden von der Musikindustrie beträchtliche Summen umgesetzt. Filme, Schallplatten (vor allem Singles) und Zeitschriften waren die Formen dieser neuen Medienkultur⁷². Die Popularität von Soldatensendern wie AFN, die als einzige derartige Musik in ihr Programm aufnahmen, steht damit in direktem Zusammenhang⁷³, ebenso die steigende Akzeptanz und Beliebtheit der Amerikaner im letzten Drittel der 1950er Jahre⁷⁴. Auch der in den 1950er Jahren noch verpönte Jazz fand nicht nur bei den Jugendlichen Anklang⁷⁵. Um gegenüber der Konkurrenz nicht ins Hintertreffen zu geraten, wurde diese Entwicklung vom Jugendfunk aufgegriffen und in Magazinen am Vorabend auf den Musikgeschmack der Teenager eingegangen⁷⁶. Es blieb aber – trotz teilweise begeisterter Resonanz – bei halbherzigen Versuchen, die Jugendlichen ans Radio zu binden. Als Gründe wurden „mangelndes Niveau“ oder die fehlenden Unterschiede zum sonstigen Programm angegeben⁷⁷.

Der neuen Funktion des Radios als „Begleiter des Einzelnen“ entsprechend, entstanden neue Programme für Fernfahrer oder andere nachts arbeitende Hörer. Die Autofahrer wurden vor dem Hintergrund des stetig zunehmenden Autoverkehrs für den Rundfunk interessant, und damit mehr Sonder- oder Verkehrsnachrichten bzw. generell eine Auflockerung des Programms erforderlich⁷⁸.

Das Programm des RIAS ab 1960

⁷² Vgl. Werner Faulstich: Die neue Jugendkultur. Teenager und das Halbstarkeproblem, in: Werner Faulstich (Hrsg.): Die Kultur der fünfziger Jahre, München 2002, Seite 281 ff.

⁷³ Vgl. Schildt, 1995, Seite 232.

⁷⁴ Ebd., Seite 422.

⁷⁵ Ebd., Seite 246.

⁷⁶ Vgl. Halefeldt: Programmgeschichte, Seite 218.

⁷⁷ Vgl. Schildt, 1995, Seite 252.

⁷⁸ Ebd., Seite 260.

Trotz eines klaren politischen Profils und eines dem Bildungsauftrag verpflichteten Programms gingen die Umbrüche in der Mediennutzung nicht spurlos am RIAS vorüber. Nach dem Mauerbau am 13. August 1961 wurde innerhalb weniger Tage mit „Was gibt's Neues – Aktuelles und Musik aus Berlin“ ein Morgenmagazin entwickelt, und damit ein neuer Programmtypus geschaffen, in dem schnelle Informationen, Nachrichten und Interviews mit einer populären Musikauswahl verknüpft wurden⁷⁹. Den Mauerbau selbst nahm der RIAS allerdings nicht zum Anlass, den ganzen Tag ununterbrochen über die Ereignisse zu berichten. Es sollte der Anschein der Normalität gewahrt bleiben, daher wurden die aktuellen Reportagen der Redakteure gesammelt und in Blöcken ausgestrahlt. Auch der Kinderfunk blieb im Programm, und Friedrich Luft ließ es sich in seiner „Stimme der Kritik“ nicht nehmen, die Geschehnisse zu kommentieren⁸⁰.

Während des Übergangs zu neuen Programmstrukturen führte der RIAS die Beobachtungen der sich wandelnden Ost-West-Beziehungen fort und wurde zum publizistischen Begleiter der Entspannungspolitik⁸¹, dennoch fand die erste Programmphase mit der Einführung der Magazine ihr Ende. Die einst strikte Trennung von politischer Information und Unterhaltung wurde durch erste Spielarten des „Infotainment“ mit dem „Programm-Moderator“ am Mikrofon ersetzt. Die zunehmenden Live-Schaltungen zu Interviewpartnern oder Reportern vor Ort bedeuteten eine Steigerung der Dynamik: *„Das Radio wurde lebendiger und direkter, oft auch oberflächlicher, sprachlich unpräziser und salopper.“*⁸² Dem Morgenmagazin folgten am 10. April 1967 die RIAS-Aktuell-Magazine „Rundschau am Mittag“, „Rundschau am Abend“ und „Rundschau am Morgen“, was der Intendant Roland Müllerburg explizit als Reaktion auf die wachsende Popularität des Fernsehens in West und Ost bezeichnete. Die Magazinprogramme sollten der schnellen Information, und damit einer der wesentlichen Aufgaben des Hörfunks dienen. Sie nahmen statt 2 ½ nun neun Stunden an allen Wochentagen ein und sollten die Neuigkeiten aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Unterhaltung präsentieren. Mit der Gestaltung des Programms

⁷⁹ Vgl. Erich Nieswandt: Lehrjahre eines Reporters, in: Rexin, 2002, Seite 138.

⁸⁰ Vgl. Kundler, 1994, Seite 208 f.

⁸¹ Ebd., Seite 223.

⁸² Kundler, 1994, Seite 244.

wurde die Aktuelle Abteilung beauftragt. Die „Rundschau am Morgen“ wurde mit vier Stunden zur längsten Magazinsendung, deren Hälfte aus Live-Beiträgen bestand. Weitere feste Bestandteile waren die Nachrichten zur halben Stunde, der „Pressespiegel“, die „Berliner Notizen“, die über das Stadtgeschehen informierten, und zuweilen auch Sondersendungen, in denen bspw. Großbetriebe innerhalb und außerhalb der Stadt mit Reportagen, Interviews und Live-Konferenzen vorgestellt wurden. Einen noch größeren Anteil an Live-Beiträgen hatte die „Rundschau am Mittag“, die eng mit dem Westdeutschen Rundfunk zusammenarbeitete und einen beinahe täglichen gegenseitigen Austausch von Beiträgen pflegte. In der „Rundschau am Abend“ ließ man die Ereignisse des Tages noch einmal Revue passieren und im „Abendkommentar“ das bedeutendste politische Ereignis des Tages analysieren. Dem Sport wurde ebenfalls ein eigener Beitrag gewidmet⁸³.

Die Sendezeit des Kinderfunks wurde allerdings im Oktober 1968 halbiert. Das bisher traditionell gehaltene Programm sollte durch ein zeitgemäßeres ersetzt werden, wobei man in den Beiträgen der Kinder nichts dem Zufall überließ und lieber die Funkkinder sprechen ließ, anstelle authentische Diskussionen mit tatsächlich Betroffenen zu führen. Zeitgleich wuchs das Interesse an der jungen Zielgruppe auch in anderen Programmen: So regte Hans Rosenthal ein Magazin für Schüler an, welches unter dem Namen „Bei uns funkt's“ auf Sendung ging und dem bald ein Sport-Magazin von Schülern für Schüler („Flick-Flack“) folgte. Der Dialog mit Kindern wurde erfolgreich von Uta Beth ab 1985 in „Panther & Co“ umgesetzt und zugleich ein generationenübergreifender Kinderfunk verwirklicht⁸⁴.

Zu einer weiteren beliebten Sendereihe entwickelten sich die Verbraucher- und Service-Sendungen, die zum Teil Aufgabe der Unterhaltungsabteilung bzw. der Hauptabteilung Kulturelles Wort waren. Es ergaben sich Kooperationen mit den Berliner Verkehrsbetrieben, der Post und der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte, die ihren Beraterstab für Direktschaltungen zu Auskünften in Rentenangelegenheiten verstärkte. Des weiteren entstanden Sendungen zur Information über dubiose Praktiken im

⁸³ Vgl. Kundler, 1994, Seite 244 ff.

⁸⁴ Vgl. Uta Hartmann-Beth: „Wie Onkel Tobias zum Panther kam“ – Der Kinderfunk, in: Rexin, 2002, Seite 207 ff.

Immobiliengeschäft oder „Mit der Verbraucher-Polizei unterwegs“. Ab November 1973 verfolgten die Hörer das „Verbraucher-Studio“ im Vormittagsprogramm mit Annette Pfeiffer mit wachsendem Interesse. Ein Einspruch der Anwaltskammer gegen die Sendereihe im Februar 1975, durch den die Ratgeber-Sendungen unter Zuhilfenahme des Rechtsberatungsmissbrauchgesetzes von 1935 aus dem Programm entfernt werden sollten, scheiterte nach dem schlechten publizistischen und politischen Echo. Das „Verbraucher-Studio“ wurde thematisch erweitert und ab 1985 in ein „Telefon-Studio“ umgewandelt⁸⁵.

Das wachsende Interesse an Popmusik erfuhr natürlich auch im Programm des RIAS seinen Niederschlag. Dem Jugendfunk-Ressort wurden immer größere Sendeplätze eingeräumt, in welchem Richard Kitschigin die Programmgestaltung für die neuen Musikgenres und die Verantwortung für politische Bildung übernahm. Wurde das „Jugendjournal“ – nach dem Vorbild der „Rundschau am Morgen“ als Live-Magazin – ab Herbst 1962 lediglich einmal pro Monat am Nachmittag ab 16:40 Uhr mit der Dauer von 75 Minuten gesendet, weitete sich das Programm kontinuierlich auf den wöchentlichen und ab Oktober 1968 schließlich täglichen „RIAS-Treffpunkt“ beim für Wiederholungen konzipierten RIAS 2 aus⁸⁶. Der Personalstab wurde durch die später populären Moderatoren Gregor Rottschalk und Nero Brandenburg ergänzt, der Geschmack jedes einzelnen sollte in das Repertoire einfließen⁸⁷. Mit Erfolg: Die Mischung konnte die Jugendlichen begeistern, auch – bzw. gerade – in der DDR, wo Ende der 1960er Jahre bis zu 98% der Jugendlichen den „RIAS-Treffpunkt“ einschalteten⁸⁸ und Marathon-Sendungen wie „Rock over RIAS“ in den Abend- und Nachtstunden einer Programmwoche Mitte der 1970er zu ausverkauften Leerkassetten führten. Daher wurden in der DDR regional genutzte Frequenzen requiriert, um das Programm der Jugendwelle DT 64 auszuweiten, während es dem RIAS wegen mangelnder Frequenzen neben finanziellen und arbeitsrechtlichen

⁸⁵ Vgl. Kundler, 1994, Seite 248.

⁸⁶ Vgl. Richard Kitschigin: Neun-vier-drei: Treffpunkt RIAS 2!, in: REXIN, 2002, Seite 222 (im folgenden: Kitschigin, 2002).

⁸⁷ Vgl. Nero Brandenburg: Musik und die jungen Wilden, in: REXIN, 2002, Seite 248.

⁸⁸ Vgl. Wilfried Schulz: 1945 – „bis zur Wiedervereinigung“, in: REXIN, 2002, Seite 160.

Problemen zunächst nicht gelang, das Jugendprogramm auszubauen⁸⁹. Im Westteil Berlins schwand der Vorteil des RIAS gegenüber dem SFB bis Mitte der 1970er Jahre. Er konnte von der generell gestiegenen Hörfunknutzung mehr profitieren, da er sein Programm bereits in das anspruchsvollere SFB 1 und dem unterhaltungsorientierten SFB 2 umstrukturiert hatte⁹⁰.

Spätestens in den 1980er Jahren wurde die Diskrepanz im Musikgeschmack der Generationen auch im RIAS immer offensichtlicher, die klassische Programmgestaltung des „Rundfunks für alle“ erwies sich als antiquiert. Der Problematik stellte sich der ab 1984 amtierende Intendant Peter Schiwy, der zunächst den Münchener Publizistikwissenschaftler Klaus Schönbach um ein Gutachten bat. Dieser ging von einer Mehrzahl an „Nebenbei“-Hörern aus und forderte für RIAS 2 – das bis dato mit Klassik am Vormittag, dem Jugendfunk am Nachmittag und abendlichen Kulturprogrammen mehrere Zielgruppen ansprach – *„eine einheitliche Programmfarbe mit geringem, knappen Wortanteil und breitenwirksamer Musik.“*⁹¹ Innerhalb des Senders spitzte sich die Diskussion auf die zwei Standpunkte „Qualität“ und „Quoten“ zu: Manche RIAS-Redakteure argumentierten mit dem fehlenden Druck zur Optimierung der Einschaltquoten, da der Sender sich nicht aus Werbemitteln finanzieren musste, die anderen wollten den journalistischen Anspruch trotz eines reduzierten Wortanteils bewahren⁹². Letztlich setzte sich angesichts der auch im Hörfunkbereich aktiven Privatsender und der Konkurrenz durch DT 64 die Erkenntnis durch, dass ein gehobenes Programm für wenig Hörer nicht sinnvoll sei, daher wurde RIAS 2 am 30. September 1985 auf der Frequenz 94,3 MHz UKW in einen Popmusik-Kanal mit aktueller Information umgewandelt. Er sollte sich an Hörer im Alter von 18 bis 35 richten, wobei die Grenzen nach oben und unten hin offen blieben, und mit zahlreichen Live-Schaltungen rund um die Uhr senden. „Radio-Personalities“ mit eigenen Programmblöcken sollten ihre individuelle Note in das Team einbringen. Das Konzept des „Treffpunktes“ wurde auf das gesamte Programm angewendet

⁸⁹ Vgl. Kundler, 1994, Seite 255.

⁹⁰ Vgl. Hansjörg Bessler: Hörer- und Zuschauerforschung, in: Hans Bausch: Rundfunk in Deutschland, Band 5, Seite 170 f, München 1980.

⁹¹ Kundler, 1994, Seite 257.

⁹² Vgl. Manfred Regin: Eine historische Skizze, in: Regin, 2002, Seite 38.

und dadurch ab Mai 1987 obsolet⁹³. Informationen und Hintergrundberichte, bzw. Features wurden ausgeweitet, so dass RIAS 2 bei aktuellen Ereignissen oftmals am schnellsten reagierte: Über das Attentat auf die Berliner Diskothek „La Belle“ im April 1986 wurde dort zuerst berichtet und die Reportagen von der ARD übernommen⁹⁴, selbiges gilt für die Tage unmittelbar nach dem Mauerfall⁹⁵. Dem stets präsenten Vorwurf des „Dudelfunks“ begegnete man im Sommer 1990 mit einem Zeitungsexemplar, welches die Wortbeiträge eines 24-Stunden-Programms zusammenfasste⁹⁶. Zu weiteren Aktionen des Senders zählen das dreitägige „Concert für Berlin“ anlässlich der 750-Jahr-Feier der Stadt im Jahre 1987 vor dem Reichstag in unmittelbarer Nähe der Berliner Mauer oder Konzertpräsentationen in der Waldbühne⁹⁷.

Entgegen mancher Erwartungen fand das junge Programm auch bei der älteren Generation Anklang. Selbst Kritiker des Programmstils mussten eingestehen, dass die Kurzbeiträge der Qualität mancher Zeitungsberichte entsprachen. Mit dieser Mischung erzielte der Sender die höchsten Einschaltquoten im Westteil Berlins und ein enormes Echo aus der DDR, was sich nach dem Fall der Mauer anhand der ungefilterten Hörerpost oder durch repräsentative Umfragen feststellen ließ. Demnach stand RIAS 2 mit 34% an der Spitze der Lieblingssender, gefolgt vom RIAS 1 mit 18% und SFB 1 (11%)⁹⁸. Das Programm von RIAS 1 blieb tagsüber bis 18 Uhr von großflächigen Programmeinheiten dominiert, mit unterhaltender Musik und Wortbeiträgen im Wechsel, abends folgten anspruchsvolle Wort- und Musiksendungen: Features wie das „Abendstudio“, die „Langen Nächte“ am Sonnabend oder die Journalistenrunde dienten der differenzierten politischen und kulturellen Information mit dem Raum für Diskussionen⁹⁹.

Mit der Wiedervereinigung war schließlich auch der Programmauftrag erfüllt und bei den Beteiligten wuchs die Erkenntnis, dass die Ideen in dieser

⁹³ Vgl. Kitschigin, 2002, Seite 225.

⁹⁴ Vgl. Christoph Lanz: Die neue junge Welle: RIAS 2, in: Rexin, 2002, Seite 349 (im folgenden: Lanz, 2002).

⁹⁵ Ebd., Seite 354.

⁹⁶ RIAS 2 im Wort: Dudelfunk. Ein Vorurteil (1990)

http://www.radiotreff.de/rias2/d/download_rias2_dudelfunk.gif

⁹⁷ Vgl. Kundler, 1994, Seite 253 ff.

⁹⁸ Ebd., Seite 291.

⁹⁹ Ebd., Seite 262 f.

Form nicht weiter bestehen bzw. modifiziert würden. So bemühte man sich in den folgenden zwei Jahren um eine Privatisierung von RIAS 2, was nach dem erfolgreichen Zuschlag für die alte Frequenz, einer zwangsläufigen Umbenennung in r.s.2 – wegen eines Einspruchs seitens des RIAS – und der Gründung einer entsprechenden GmbH auch gelang. Um Mitternacht am 31. Mai 1992 stellte RIAS 2 den Betrieb ein und der neue Sender begann aus neuen Studios mit seinem Programm. Dies war zwar erfolgreich, konnte allerdings nicht genügend Hörerzahlen an sich binden, so dass die finanziellen Rücklagen nach weiteren zwei Jahren aufgebraucht waren und der Sender nur durch den Verkauf einer Mehrheit der Anteile fortbestehen konnte¹⁰⁰. Die Gründe sind auf die wiederholte Änderung der Mediennutzung zurückzuführen: Die gleichzeitige Nutzung von Fernsehen und Hörfunk nahm zwar bis Mitte der 1990er zu, die Exklusivnutzung des Fernsehens jedoch ebenfalls. Bei den Jugendlichen vollzog sich die Entwicklung am gravierendsten: War der Hörfunk 1985 bei 21% von ihnen das Primärmedium, lag dessen Anteil 1995 bei 6%. Die Fernsehnutzung war längst nicht mehr ausschließlich auf den Abend beschränkt, sondern dehnte sich deutlich bis zum Mittag aus, wobei die privaten Angebote dominierten¹⁰¹. Damit übernahm das Fernsehen die in den vergangenen Jahrzehnten angepasste Rolle des Radios als „Begleitmedium“¹⁰². Dem Hörfunk wird seitdem ein noch größerer Unterhaltungswert beigemessen, die Differenz zwischen dem Interesse an politischer Information und an Unterhaltungsangeboten nahm in der ersten Hälfte der 1990er deutlich zu¹⁰³. Parallel dazu sank die Zustimmung gegenüber des Hörfunks als Informationsmedium – eine Konsequenz des nicht mehr vorhandenen Aktualitätsvorsprungs, den nun das Fernsehen inne hatte¹⁰⁴.

¹⁰⁰ Vgl. Lanz, 2002, Seite 355.

¹⁰¹ Vgl. Klaus Berg / Marie-Luise Kiefer (Hrsg.): Massenkommunikation V. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1995, Frankfurt am Main 1996, Seite 78 (im folgenden: Berg / Kiefer, 1996).

¹⁰² Ebd., Seite 179.

¹⁰³ Ebd., Seite 228.

¹⁰⁴ Ebd., Seite 261.

Fazit

Der deutsche Radiomarkt ist längst nicht so umfassend, und daher auch nicht so segmentiert wie in den USA. Deshalb sind die Formate hierzulande weiter gefasst als die amerikanischen. Auch hier wird am ehesten auf das AC-Format, in Städten vermehrt auf die europäische Version des CHR (hier: „European Hit Radio“) zurückgegriffen, was zur Gründung einiger erfolgreicher Jugendprogramme im öffentlich-rechtlichen Radio geführt hat. Die Musikgestaltung wird heutzutage so gut wie ausschließlich durch den Computer und nicht mehr von Programmgestaltern übernommen. Ihnen bleibt die Entscheidungsgewalt durch das Festlegen der Kriterien in der Software, aus denen diese wiederum die Programmvorschläge errechnet. Die ersten Schritte zum Formatradio erfolgten allerdings auch ohne das amerikanische Vorbild. Durch die Abkehr vom „Radio für alle“ hin zur Ausweitung des Angebots auf mehrere Programme wurde rechtzeitig auf die Entwicklungen im veränderten Rezeptionsverhalten reagiert. Erst durch die Konkurrenz des privaten Rundfunks in den 1980er Jahren rückten die amerikanischen Modelle verstärkt ins Interesse – nun musste man sich auch hierzulande mit einem klaren Programmprofil von den anderen Sendern abheben, um sich Marktanteile zu sichern¹⁰⁵.

Für den RIAS bedeutete dies, die zweite Programmschiene zu lockern und den jüngeren, an der Verbindung von Unterhaltung und Service interessierten Hörern ein attraktives Programm zu bieten. Gehobenere Ansprüche wurden weiterhin bei RIAS 1 bedient. In beinahe sieben Jahren avancierte RIAS 2 zum erfolgreichsten Sender in Berlin und weiten Teilen der DDR – zwar vom amerikanischen Vorbild der Formatradios inspiriert, aber bei weitem nicht als Prototyp zu bezeichnen. Lediglich in Hinsicht auf die Gestaltung des Musikprogramms und des lockeren, unverbindlicheren Moderationsstils sind Parallelen zu erkennen, aber dieses Konzept hatten sich bereits mehrere öffentlich-rechtliche Sender in Westdeutschland zueigen gemacht. Eine Reduzierung des Wortanteils zugunsten von Musik und Werbung fand zwar statt, allerdings nicht in dem Umfang wie beim „Drake“-Format. Ein Übergang hierzu ist erst mit der Konkurrenz durch die

¹⁰⁵ Vgl. Lüke, 1994, Seite 47.

Privatsender zu beobachten, zu denen r.s.2 seit 1992 gehört und sich spätestens nach dem Verkauf des Großteils der Anteile den Anforderungen an ein reines Unterhaltungsradio anpassen musste. Im Jahre 2002 betrug der gesamte Wortanteil 16,2%¹⁰⁶, in dem sich zwischen 1994 und 2002 das Verhältnis zwischen Nachrichten- und Serviceanteil umkehrte: 1994 lag der Nachrichtenanteil noch bei 60% und bei 15% für den Serviceanteil, 2002 hingegen bei 28,3% für die Nachrichten und 60,2% für den Service¹⁰⁷. Die Nachrichten werden immer noch rund um die Uhr ausgestrahlt – in ihnen dominiert der regionale Bezug¹⁰⁸. In der Kategorie „Buntes“ (die 10,1% der Wortbeiträge ausmacht) rangiert die Boulevard-Berichterstattung, welche sich von fast 30% im Jahre 1996 auf fast 90% für 2002 verdreifacht hat, weit vorne¹⁰⁹. Sämtliche private Rundfunkangebote in Berlin können nicht als Informationsmedium, sondern als Unterhaltungsangebote mit einem reinen Musik-Nachrichten-Format und Gewinnaktionen bezeichnet werden¹¹⁰. Das musikalische Profil von r.s.2 ist im Laufe der Jahre von „AC Oldie based“ (also den Hits aus der Jugendzeit der heutigen Erwachsenen) zu „Hot AC“ (größerer Anteil aktueller Titel) umgewandelt worden¹¹¹, und es wird – wie bei allen privaten Stationen – verstärkt auf den Einsatz von „Top 50“-Titeln zurückgegriffen¹¹². Die Umsetzung des amerikanischen Modells wurde somit erst Jahre nach dem Ende von RIAS 2 durchgeführt, es wäre allerdings nicht verfehlt, den Sender als eine Vorstufe zum Formatradio – mit Format – zu begreifen.

¹⁰⁶ Vgl. MABB (Hrsg.): Lothar Wichert: Radioprofile in Berlin-Brandenburg. Die privaten und zwei öffentlich-rechtliche Programme im Vergleich (Schriftenreihe der MABB, Band 17), Berlin 2004, Seite 22.

¹⁰⁷ Ebd., Seite 24 f.

¹⁰⁸ Ebd., Seite 76.

¹⁰⁹ Ebd., Seite 51.

¹¹⁰ Ebd., Seite 81.

¹¹¹ Ebd., Seite 93.

¹¹² Ebd., Seite 108 f.

Literatur

Fabian Baar: Von der Abendunterhaltung zum Leitmedium – vom Familienzentrum zur Geräuschkulisse. Funktionenwandel der Medien Fernsehen und Radio, in: Werner Faulstich (Hrsg.): Die Kultur der 60er Jahre, München 2002.

Klaus Berg / Marie-Luise Kiefer (Hrsg.): Massenkommunikation V. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1995, Frankfurt am Main 1996.

Hansjörg Bessler: Hörer- und Zuschauerforschung, in: Hans Bausch: Rundfunk in Deutschland, Band 5, München 1980.

Konrad Dussel: Deutsche Rundfunkgeschichte, Konstanz 1999.

Werner Faulstich: Die neue Jugendkultur. Teenager und das Halbstarkenproblem, in: Werner Faulstich (Hrsg.): Die Kultur der 50er Jahre, München 2002.

Petra Galle: RIAS Berlin und Berliner Rundfunk 1945-1949. Die Entwicklung ihrer Profile im Programm, Personal und Organisation vor dem Hintergrund des beginnenden Kalten Krieges, Münster 2003.

Wolfgang Hagen: Das Radio. Zur Geschichte und Theorie des Hörfunks – Deutschland / USA, München 2005.

Horst O. Halefeldt: Programmgeschichte des Hörfunks, in: Jürgen Wilke (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Köln 1999.

Herbert Kundler: RIAS Berlin. Eine Radio-Station in einer geteilten Stadt, Berlin 1994.

Arnulf Kutsch: Rundfunk unter alliierter Besatzung, in: Jürgen Wilke (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Köln 1999.

Friedmar Lüke: Formatradio – unsere Zukunft? Amerikanische Rezepte, deutsche Perspektiven, in: Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD): ARD Jahrbuch 94, Hamburg 1994.

Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) / Manfred Rexin (Hrsg.): Radio-Reminiszenzen. Erinnerungen an RIAS Berlin (Schriftenreihe der MABB; Bd. 13), Berlin 2002.

Medienanstalt Berlin-Brandenburg (Hrsg.): Lothar Wichert: Radioprofile in Berlin-Brandenburg. Die privaten und zwei öffentlich-rechtliche Programme im Vergleich (Schriftenreihe der MABB, Band 17), Berlin 2004,

Axel Schildt: Moderne Zeiten. Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist“ in der Bundesrepublik der 50er Jahre, Hamburg 1995.