

GENESE, FOLGEN UND GEFAHREN DIGITALER MUSIKPLANUNGSSYSTEME IM RUNDFUNK. ZUR »PHILOSOPHIE« DES FORMATRADIOS

Wolfgang Rumpf

Seit Mitte der 1980er gibt es formatierte Radioprogramme privater Sender, die ein standardisiertes, auf eine bestimmte Zielgruppe abgestimmtes Musikformat anbieten: AC (= adult contemporary), Oldie-based AC, AOR (= albumorientierter ›Arena‹-Rock), DOM (= deutsch-oldie-moderat), MOR (= middle of the road) usw. Seit diese engen Formate ausgestrahlt werden, reißt die massive Hörerkritik daran nicht ab: »Ihr spielt ja immer dasselbe«, »Ich komme mir vor wie im Film ›Und täglich grüßt das Murmeltier‹«, »Jeden Morgen um 7:20, wenn ich ins Auto steige, läuft Phil Collins«, »Habt ihr als öffentlich-rechtlicher Rundfunk wirklich nur 500 Titel in der Rotation?«.

Nichtsdestotrotz setzten sich genau diese so sehr gescholtenen privaten, durch Werbung finanzierten Formatradios am Markt durch und überholten in wenigen Jahren die ARD – was Folgen hatte: Der unvorhersehbare und unübersehbare Erfolg Dutzender privater Radiostationen von *RSH* über *FFN* bis zu *Antenne Bayern* oder *Spreeradio* setzte die öffentlich-rechtlichen Sender unter gewaltigen Konkurrenzdruck und zwang sie zu Veränderungen. Formatradio avancierte zur so geglaubten [oder tatsächlich wirksamen?] Zauberformel für schnellen Quotenerfolg. Die Programmdirektoren der ARD jedoch waren zunächst ratlos, schalteten dann aber mit Verzögerung auf diesen von den Privaten erfolgreich vorexerzierten Kurs um. Allerdings verliefen diese ARD-internen Umstellungen meist schleppend bis zäh, weil in den Funkhäusern

1. keine privatwirtschaftlichen Regeln (flexible Zeitverträge, bar ausgezahlte Abfindungen) galten (und gelten), sondern festangestellte (teils unkündbare und gewerkschaftlich organisierte) Mitarbeiter auf ihre

Rechte, ihr Alter und ihren Arbeitsvertrag pochten und vom Personalrat wie von Rundfunk- und Verwaltungsrat Unterstützung erfuhren. Die Räte argumentierten damit, dass im öffentlich-rechtlichen Rundfunk journalistische Qualitätskriterien gelten und auch in den Musikredaktionen hochwertige Programme und Mitschnitte (Klassik, Jazz, Neue Musik, regionale Künstler) zum Kulturauftrag gehören und verteidigt werden müssten;

2. ältere Musikredakteure, die aus den aufgelösten Tanzorchestern oder aus der Musikwissenschaft stammten, samt ihrer Berufsbiografie sich als Elite und Spezialisten für bestimmte Musiksparten begriffen (Jazz, Oper, Schlager usw.), sich auf ihr wissenschaftlich oder journalistisch orientiertes Berufsethos beriefen und PC-gestützte Musikauswahl als unkreative Bevormundung durch eine Musikmaschine ablehnten;
3. generell eine Aversion gegen neue Technologien (wie PCs, Selbstfahrerstudios oder Musikplanungssoftware) bestand, die die Rede auf »Entmündigung« und »Technifizierung« des Redakteurdaseins brachte;
4. die neue Technologie mit der Praxis der privaten Konkurrenz in Verbindung gebracht wurde, von der man sich als öffentlich-rechtliches Haus abgrenzen wollte;
5. die Quotendiskussion für öffentlich-rechtliche Programme als nicht relevant erachtet wurde, da es die Finanzierung durch Gebühren und den »Kulturauftrag« im Rundfunkgesetz gibt;
6. die Mitarbeiter der Musikredaktion befürchteten, dass mit der (billigeren) Digital-Technik auch Personalabbau verbunden sein könnte, weil keine »eigenen« Sendungen »von Hand« mehr zusammengestellt werden müssten und so die Musikplanung erheblich schneller und effektiver vonstatten gehen würde;
7. freie Musikmitarbeiter befürchteten, dass mit der PC-gestützten Musikauswahl neue (niederere) Honorarsätze gelten und ihre Einkünfte sinken würden.

So brauchte manche ARD-Anstalt Jahre, bis die Sendetechnik und die neue »Philosophie« des Formatradios kommuniziert, teilweise akzeptiert und durchgesetzt war. Wenn hausinterne Widerstände zu stark waren, scheiterten diese Versuche mitunter auch. Dann waren Umwege nötig: Die Musikplanungssoftware wurde an einem neuen Projekt getestet, etwa einem Jugendkanal mit jungen Moderatoren und jüngeren Redakteuren, die weniger Berührungängste formulierten. Bei Radio Bremen z.B. wurde 1986/87 das junge digitale Format *Bremen Vier* installiert, um dem erfolgreichen (damaligen) Rockradio *FFN* in Niedersachsen Paroli bieten zu können. Die

zweite Massenwelle (*Bremen Eins*) und der Nachrichten-Desk hingegen wurden erst zehn Jahre später digitalisiert. Die aus *Bremen 2* hervorgegangene und mit dem NDR kooperierende Kulturwelle *Nordwestradio* schließlich folgte 2001; für ein öffentlich-rechtliches Kulturprogramm war das schon fast ein revolutionär früher Akt, andere ›gehobene‹ Programme sind davon (technisch) noch weit entfernt oder diskutieren derzeit gerade darüber.

Um die Musikplanungssoftware durchzusetzen und die Kollegen davon zu überzeugen, waren also Zwischenschritte nötig. Die mit dem Personalrat ausgehandelte Kompromisslinie sah vor, dass mit den von der Redaktion in den Stundenuhren vordefinierten Formatplätzen (z.B. Hit, Opener, 1990er, Frau) flexibel umgegangen werden könne. Es wurden mehrere (teils 30 und mehr) alternative Musiktitel für einen bestimmten Sendeplatz vorgeschlagen, zudem konnten Formatplätze vom Musikredakteur komplett verschoben werden, um den Musikfluss der Sendung besser zu steuern. Des Weiteren waren ab ca. 1998 alle Musiktitel mit Audiofiles hinterlegt, sodass am Bildschirm in jeden Titel ›reingehört‹ werden konnte.

Dass die Kritik am Formatradio bis heute nicht abgerissen ist und dass sich Moderatoren wie Musikredakteure trotz erfolgreicher Quoten über eingeschränkte kreative Spielräume beklagen, zeigt die nachhaltige Konstanz der Debatte, die trotz ihrer fast 30-jährigen Geschichte keineswegs ein abgeschlossenes Kapitel ist.

Kurz: Keine ARD-Rundfunkanstalt des Jahres 2016 existiert ohne die immer wieder aufflackernde, negativ gestimmte Grundsatzdebatte über das Formatradio, die meist in ein Bashing Richtung Kulturverfall übergeht, zumal die Diskussion inzwischen auch längst (aus Kostenersparnisgründen) die ›gehobenen‹ Kulturprogramme erreicht hat, deren Journalisten auf vermeintliche Qualitätseinbußen noch viel empfindlicher reagieren als populäre Massenwellen.

Grundzüge der »Philosophie«

Der theoretische Überbau inklusive praktischer Handlungsanweisung (von Jingle-Einsatz, Musikfarbe über Moderationsstil bis zu Stundenuhren, Off-Air-Präsentationen und absolute No-Gos) ist im Formatradio-Handbuch dokumentiert, das das Autorentrio Haas, Frigge und Zimmer 1991 herausgab. Allerdings war diese ›Bibel‹ kein Solitär, sondern nahm Bezug auf die beiden US-amerikanischen Medienexperten Howard und Kievman (1983) und übertrug deren Regeln auf die deutsche Radiowelt.

»Unter einem formatierten Radioprogramm versteht man nichts anderes, als die gezielte, auf die Bedürfnisse des spezifischen Marktes abgestimmte Wahl von Struktur, Inhalt und Präsentation. [...] Die Wahl des Formats beeinflusst alle Bereiche des Senders, sowohl den On-Air als auch den Off-Air-Bereich« (Haas/Frigge/Zimmer 1991: 158ff.).

Vier Jahre später bilanzierte Klaus Goldhammer (1995) den Stand der Dinge und warf dazu einige kritische Fragen auf: Inzwischen war aufgefallen, dass enge Rotation und ebenso enge Moderationsvorgaben die Programme oft leblos und austauschbar erscheinen ließ. Moderatorenpersönlichkeiten und individuelle musikalische Handschriften verloren sich zunehmend. Martin Busch (2007: 152ff.) konkretisierte die Folgen vorgegebener Strukturen sehr anschaulich für den Musikbereich am Beispiel des Oldiebased-AC-Formats von *Bremen eins*. Dem Formatradio-Konzept (Haas/Frigge/Zimmer 1991) folgten die neuen Radiomacher ausgesprochen konsequent, Formatradio wurde rasch zur unhinterfragten Ideologie: Digitalstudio und Selbstfahrerbetrieb, Zielgruppenbestimmung, regionale Verankerung, enge Rotation der Musiktitel, kleiner Titelpool, regelmäßige Prüfung der Akzeptanz der Musiktitel, abgefragt über Musik-Research (20-Sekunden-Hooks abgefragt per Telefon oder über Auditoriumstests, in denen ca. 150 repräsentative Hörer eingeladen werden, um in einem kleinen Saal die Hooks vorgespielt zu bekommen, die sie spontan mittels eines Abstimmungskästchens mit der Skala 1-10 bewerten dürfen).

Rückblick: Silicon Valley 1975/76

Nachdem 1973 der erste serientaugliche Computer mit grafischer Benutzeroberfläche und Maus hergestellt worden war, ahnten Insider, dass hier die Zukunft eines neuen Medienzeitalters anfang. »Neue Medien« lautete das Schlagwort. Microsoft und Apple gründeten sich 1976, der erste massenkompatible Spiele-PC (Commodore 64) kam 1982 auf den Markt. Bereits 1979 existierte die erste (noch recht primitive) Version der Musikplanungssoftware Selector, die eine computergesteuerte Rotation von Musiktiteln ermöglichte und erstmals beim NBC-Stadtradio in San Francisco ausprobiert wurde. Kleine Lokalradios nutzten die Technik, weil sie außer einigen Moderatoren und Assistenten kaum Personal im Hintergrund, geschweige denn eine eigene Musikredaktion zur Verfügung hatten. Wenn der Titelpool erst einmal stand (was bei 500 zu digitalisierenden Songs in einigen Wochen erledigt war), genügten maximal zwei Mitarbeiter, die den PC bedienten und die Musik in den Äther oder ins Kabel schickten. Erste bundesdeutsche Fir-

mengründungen wie EBH Repertoire in Bremen oder RCS Selector in Frankfurt/M. ahnten die Möglichkeiten des neuen Medienmarktes und begannen ihre Softwareprogramme ab Mitte der 1980er Jahre auszubauen, schneller und benutzerfreundlicher zu gestalten, zumal 1984 ein Kabelpilotprojekt in Ludwigshafen angelaufen war, mit dem geprüft werden sollte, ob eine Medienlandschaft jenseits von terrestrischer Ausstrahlung und jenseits von ARD und ZDF realisierbar war und überhaupt jemanden interessierte.

Die Erfindung aus Silicon Valley hatte das Startsignal zu einer post-modernen Medienrevolution gegeben, die mit Satellitentechnik im Orbit, Mobiltelefonen und dem Internet für jedermann die Vision Marshall McLuhans aus den Sixties wahr werden ließ: Das globale Dorf wurde Wirklichkeit. Für Radio und TV hieß das: Die Computerforschung und -technologie stellte (ohne großen organisatorischen und personellen Aufwand) über moderne digitale Kameras, Aufnahmegeräte, Musikplanungs- und Redaktionssysteme billige wie kommerziell einträgliche Module und Programme zur Verfügung, mit denen auf unkomplizierte Art und Weise Rundfunk- und TV-Programme installiert, inhaltlich gestaltet und gesendet werden konnten.

Betrachtet man den US-amerikanischen Markt mit seinen Hunderten von privaten, nach Region, Sound und Sparten spezialisierten Radio- und Fernsehsendern in jeder Kleinstadt und jedem Bundesstaat, dann eröffnet dieser Technologie-Schritt derart autonom produzierenden Radiostationen die Möglichkeit, mit kleiner Mannschaft, wenig Budget, einem kleinen Musikpool und einem digitalen Redaktionssystem rund um die Uhr zu senden.

*

Dieser Technologieimport hatte sich Ende der 1970er angekündigt und erreichte die Bundesrepublik Deutschland Anfang der 1980er. In den für Medien zuständigen Gremien wurde heftig diskutiert, denn jetzt konnten (kommerzielle wie politische) Zukunftsträume plötzlich Wirklichkeit werden. Peter Christian Hall bestätigt diese Chronologie:

»Die ordnungspolitischen Regelungen im Rundfunkbereich sind zumeist Reaktionen auf technische Veränderungen. [...] Mit der Zulassung privatwirtschaftlicher Programmveranstalter in den sogenannten Kabelpilotprojekten begann 1984, eingeführt durch entsprechende Landesmediengesetze, das duale Rundfunksystem, das aufgrund eines Rundfunkstaatsvertrags der Länder vom April 1987 offiziell eingeführt wurde« (Hall 1997: 21).

Bundesrepublikanische Softwarefirmen vertrieben zunächst noch ziemlich störanfällige Beta-Versionen für Musikplanung und Datenverwaltung. Waren die ersten Testversionen reine Datensatzverwaltungscomputer zur Fahrplanerstellung und GEMA-Abrechnung (sie konnten zumindest Rotationsverstöße

melden), fielen die Folgeversionen der 1990er weit komfortabler aus. Audiofiles waren angehängt, die es ermöglichten, völlig autonom am Bildschirm ohne Archivnutzung und CDs Musikprogramme zu erstellen, zu redigieren und vom Bildschirmarbeitsplatz ins Redaktionssystem und anschließend in die Sendung zu exportieren.

Auch die Geschwindigkeit der Prozessoren und die Mehrplatzfähigkeit der Software (von verschiedenen Arbeitsplätzen aus konnte jetzt zeitgleich auf dasselbe Repertoire zugegriffen werden) steigerte sich kontinuierlich: 1990 dauerte die Musikplanung für einen ganzen Radiotag ca. 30 Minuten (Goldhammer 1995: 205), heute plant das Planungssystem Musicmaster eine gesamte Woche inklusive der Nachtversorgung in knapp zehn Minuten.

Mit der Einführung des Dualen Systems wurde die Format-Terminologie zum Mainstream der Medienpolitiker und Radiovordenker und tauchte auf den Medienseiten der Presse auf. Klar, dass sich die Rundfunklandschaft in kürzester Zeit ab 1984 radikal wandelte. Die Privaten erzielten mit ihrer konsequenten Formatierung und »Entwertung«, mit ihren kleinen Musikrepertoires immensen Markterfolg, RTLplus punktete im TV mit billig produzierten Talkformaten und Spielshows. ARD und ZDF gingen jene (überwiegend jüngeren) Hörer und Zuschauer verloren, die ihrer angestammten Programme müde waren und sich dem Neuen, Modernen, weniger Anspruchsvollen zuwandten. Die neuen Formate lockten mit pausenlosen Gewinnspielen und wurden übrigens auch massiv bis aggressiv in jenen Printmedien beworben und gefeatured, die die Stationen im Hintergrund finanzierten und betrieben. Kommerzielle Medienkooperation im besten Sinn, oft fand auch ein personeller Transfer statt, d.h. Lokalreporter aus dem Pressehaus, die eine Radiostimme vorweisen konnten, wurden an den neuen Lokalsender als Moderator ausgeliehen.

Ironie der Geschichte: Populäre, zielgruppengesteuerte Musikformate eroberten bald die Marktführerschaft. Ihre Praxis: Hoher Musikanteil (80%), zugewandte launige Moderation, Verkehrsfunk und Nachrichten (20%). Ausgerechnet die formatgerechte »Entwertung« des Programms wurde zum Credo der Privatkanäle, vergessen worden war dabei die Tatsache, dass die treibenden Medienpolitiker der CDU (Stoltenberg, Barschel, Albrecht) mit der Forderung nach »Meinungspluralismus«, »mehr Ausgewogenheit« und »regionaler Repräsentanz« den Prozess angeschoben hatten. War das alles vielleicht nur ein Trick, eine vorgeschobene politische Argumentation, um die Neuen Medien und damit die Privatwirtschaft im Mediensektor zu etablieren? Auf jeden Fall war die Technologieentwicklung in die Medienpolitik eingedrungen und hatte letztlich begonnen, die Radiopraxis zu steuern.

Wie alles in Deutschland anfing – Rückblick: Sommer und Herbst 1977

Auf die unbestritten epochale Wende in der Medientechnologie (Computer, Digitalität, Datenautobahn, Internet) reagierten einige forsche Medienpolitiker auf einem zunächst ganz anderen Schauplatz: Auf der politisch-juristischen Bühne. Während die westdeutsche Öffentlichkeit durch den Terrorismus der RAF, die Schleyer-Entführung, die gewalttätigen Auseinandersetzungen um die AKWs Brokdorf und Kalkar in Atem gehalten wurde und diese Gesamtlage eine Debatte um die innere Sicherheit provoziert hatte, brachte die CDU-geführte Kieler Landesregierung am 14. Juli 1977 eine Anfrage in den Landtag ein, in der Grundsätzliches formuliert wurde: Argumentiert wurde nicht mit den Neuen Medien, dem Wunsch nach Privatisierung und Kommerzialisierung des Rundfunks und des Fernsehens (im dezentralen Mediensystem der USA war dies längst im Gang, die CDU-Medienpolitik und die Zeitungsverleger machten sich das gerade zu eigen), sondern mit Programmkritik: Viele Reportagen und Sendungen fielen durch »mangelnde Ausgewogenheit« und »eingeschränkte Meinungsvielfalt« auf, man wolle, hieß es, den NDR grundlegend »reformieren«, inhaltlich wie finanziell (Rumpf 2006: 122). Hauptadressat des von Uwe Barschel unterzeichneten Papiers war der NDR und der Staatsvertrag, den das Land Schleswig-Holstein mit der öffentlich-rechtlichen Hamburger Rundfunkanstalt 1955 abgeschlossen hatte. Eine Strategie war zu diesem frühen Zeitpunkt schon in Ansätzen zu erkennen: Wenn eine Landesregierung den Staatsvertrag kündigt, dann wird das öffentlich-rechtliche Meinungsmonopol und das gesamte föderale Konstrukt ARD prinzipiell in Frage gestellt.

Die eifrigen Befürworter eines Privatfunks, die sich überwiegend aus der Riege damals prominenter CDU-Ministerpräsidenten rekrutierten und die sich der Rückendeckung durch die Regierungspartei CDU in Bonn sicher sein konnten, griffen, um ihre eigenen medienpolitischen Ziele wie die kommerziellen Interessen der Branche durchzusetzen, zu einem rhetorischen und politischen Trick: Sie propagierten nicht die neuen Möglichkeiten der jetzt zur Verfügung stehenden Technologie oder priesen die neuen Beschäftigungsmöglichkeiten in einer künftigen kommerziellen Medienszene an, sondern argumentierten politisch mit dem Begriff der »mangelnden Ausgewogenheit«. Sei denn, so wurde in dem Papier gefragt, der NDR als zuständiger Landessender in seiner Berichterstattung (Beispiel Brokdorf) seinem »Rundfunkauftrag gerecht geworden?«, habe er der »landsmannschaftlichen Gliederung« ausreichend Rechnung getragen? Inwieweit seien bei der Pro-

grammgestaltung die Auffassungen von Gruppen und Personen berücksichtigt worden, »die durch die Berichterstattung angegriffen« werden? Nebenbei wurde die desolote Finanzsituation des Senders bemängelt und demzufolge der Wunsch nach billigeren Produktionsmodalitäten und Personalabbau laut. Am Ende wurde aus heutiger Sicht eine recht lapidare Frage gestellt: »Welche Bedeutung können neue Medientechnologien für eine Erweiterung der Medienvielfalt gewinnen?« Es wurde diagnostiziert, dass »der Staatsvertrag der Erweiterung der Meinungsfreiheit entgegen steht« (*Funk-Korrespondenz* 29/1977: 22ff.).

Wenige Tage später äußerte sich der Ministerpräsident des Landes Schleswig-Holstein Gerhard Stoltenberg (CDU) dem *Spiegel* gegenüber. In der Berichterstattung rund um das AKW Brokdorf habe er in der Berichterstattung »plumpe politische Agitation« ausgemacht, kritischer Journalismus sei das nicht gewesen. Besonders sah Stoltenberg im Politmagazin *Panorama* eine so genannte »Medien-Linke« am Werk:

»Die erste Sondersendung über Brokdorf bestand aus verdeckten und offenen Angriffen gegen die Kieler Landesregierung. Da gab es grobe Entstellungen, gegen die wir uns nicht einmal wehren konnten. Die Landesregierung kam in dieser Sendung ausschließlich durch ein paar Fernsehausschnitte aus Monate zurückliegenden Interviews zu Worte. Das war, wie in vielen anderen Fällen, eine klare Verletzung des Staatsvertrags. [...] Vor allem ›Panorama‹ und bestimmte andere Sendungen der Hauptabteilung Merseburger [Merseburger, Jahrgang 1928, war damals Chef der Abteilung Politisches Zeitgeschehen, hatte Biografien über Kurt Schumacher und Willy Brandt veröffentlicht, W.R.] sind einseitig. Des weiteren gewisse Mischformen aus Musik und aktuellen Rundfunk-Informationen. Insbesondere die Sendungen für junge Leute. Und schließlich ein wesentlicher Teil der so genannten kulturellen Wortsendungen des 3. Rundfunkprogramms, die zunehmend durch einen monotonen Marxismus bestimmt sind« (N.N. 1977: 80f.).

Der Vorstoß Stoltenbergs in Richtung Privatfunk war eindeutig keine Einzelaktion eines beleidigten Ministerpräsidenten, sondern ein Indiz dafür, dass die Medienstrategie innerhalb zumindest der Nord-CDU in Abstimmung mit Bonn kommuniziert war. Im *Spiegel*-Interview fügte Stoltenberg hinzu, dass er in dieser Frage »mit anderen Parteifreunden« wie dem niedersächsischen Ministerpräsidenten Ernst Albrecht (CDU) »in sehr engem Kontakt« stehe (ebd.).

Albrecht äußerte sich, ausgerechnet in einem Panorama-Interview, ein Jahr später: Er wiederholte den rhetorischen Kanon, diagnostizierte »mangelnde politische und regionale Ausgewogenheit«. Der NDR habe Schleswig-Holstein und Niedersachsen in der Berichterstattung vernachlässigt und sich

»zu stark als Hamburgische Anstalt etabliert« (zit. nach *Funk-Korrespondenz* 27/1978). Bei einer parteiinternen Veranstaltung in Westerstede, zu der sich ein Reporter des kritischen Politmagazins *Konkret* Zutritt verschaffen konnte, wurde Albrecht noch deutlicher:

»Sie werden sehen, dies ist eine Sache, die fast so groß ist wie Gorleben. Wir werden über den NDR das ganze Rundfunkwesen in Deutschland neu gestalten. Dies ist eine Sache, die hochinteressant ist und mir persönlich viel Vergnügen macht« (zit. nach *Konkret* 8/1978, S. 65).

1978 wurde diese Vision aus Westerstede Wirklichkeit: Der Staatsvertrag wurde nach 25 Jahren fristgemäß gekündigt, zur juristischen Feinklä rung, ob es sich um eine »Austrittskündigung« oder eine »Auflösungskündigung« handele, wurde der Fall ans Bundesverfassungsgericht nach Karlsruhe überwiesen. 1981 fiel die Entscheidung für das Duale System. Ergebnis: Ein künftiges Nebeneinander werbefinanzierter Privatkanäle (Schwerpunkt Unterhaltung) und der gebührenfinanzierten ARD (Grundversorgung an Information, Unterhaltung und Kultur).

Private Anbieter versus ARD: Goldgräberstimmung

Die Szene privater Medienanbieter explodierte in der Folge förmlich. Dutzende neue TV- und Radiostationen waren im Äther oder im Kabel, von RTLplus bis Antenne Brandenburg, von Radio Regenbogen bis Sat1 und RSH, kontrolliert mehr oder weniger intensiv von den neu geschaffenen jeweiligen Landesmedienanstalten, an deren Wirkung und Kompetenz allerdings oft gezweifelt wird. Heute (Stand 12/2014) senden knapp 250 Privatsender – gegenüber 65 ARD-Stationen.

Ab diesem historischen Moment der BVG-Entscheidung von 1981 herrschte in der kommerziellen Medienszene pure Goldgräberstimmung, jeder regionale Zeitungsverleger träumte vom eigenen Sender, bald waren überall neue Rundfunkprogramme und Lokalradios zu hören. Auch in der flankierenden Begleitforschung wurden nebenbei Hunderte Arbeitsplätze geschaffen, denn messbarer Markterfolg hatte sich als entscheidende Erfolgskategorie etabliert, nicht etwa die in den öffentlichen Debatten für ARD und ZDF oft bemühte Vokabel »Qualitätsjournalismus« oder das Merkmal teure Konzertmitschnitte im Jazz oder Aufnahmen mit dem städtischen Sinfonieorchester.

Medienforschung und Musik-Research wurden unerlässlich. Denn Widerspruch gegen die Wucht vermeintlich harter Fakten angeblicher Empirie (Musiktiteltests) wurde nicht geduldet, inhaltliche oder redaktionelle Kritik waren weitgehend tabu. Die Kriterien lauteten jetzt Wiedererkennbarkeit, Durchhörbarkeit, eindeutig definierte Musikfarbe, klares Wellenprofil, Radio als Nebenbei-, nicht als Zuhörmedium. RSH-Chef Stümpert (1940-2005), der später auch gerne von der in Quotennot geratenen ARD als Berater eingeladen wurde, umriss das musikalische Layout einer erfolgreichen Welle kurz und knapp: »Eine Playlist ist umso professioneller, je weniger Stücke sie enthält« (LaRoche/Buchholz 1991: 224) – eine diskussionswürdige Aussage, die heute mehr als zweifelhaft erscheint. Slogans wie »Die Hits aus den 80er und 90ern und das Beste von heute«, »Wir spielen das Beste von heute und die Hits von morgen« oder »Der beste Musikmix« skandierten die neuen Musikradios, die inzwischen dominierten: »Entwortung« statt Meinungspluralismus, Dudelfunk statt Ausgewogenheit – eine seltsame Bilanz.

Eine kurze Beschimpfung als Fußnote mag diesen Blick in ein wichtiges Kapitel Mediengeschichte in Deutschland abrunden: In ihr spiegelt sich der Unmut, der dadurch entstand, dass viele ARD-Radios nach dem Quotentief angefangen hatten, ihrerseits die Privaten zu kopieren. In einem verzweifelten Imitationsgestus präsentierten sie sich als der bessere Privatfunk. Den Schriftsteller und Radiohörer Jurek Becker (1937-1997) brachte das auf die Palme:

»Warum müssen die Öffentlich-Rechtlichen werden wie diese Delta-Radios und Hundertkommasechs? Welch eine Strategie steckt dahinter? Glauben sie, daß die Ununterscheidbarkeit von den Groschensendern – die nicht mehr fern ist – für sie ein Gewinn wäre? Ist es nicht ein verheerender Irrtum anzunehmen, daß ihre Daseinsberechtigung sich vor allem aus den Einschaltquoten herleitet? Warum sollen Leute Rundfunkgebühren zahlen, wenn sie dasselbe auch umsonst haben können auf der nächsten Frequenz und auf der übernächsten und auf allen folgenden?« (Becker 1995: 159).

Literatur

- Becker, Jurek (1995). »Die Worte verschwinden. Der Schriftsteller Jurek Becker über den Niedergang des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.« In: *Der Spiegel*, H. 2, S. 156-161.
- Brünjes, Stephan / Wenger, Ulrich (1998). *Radio-Report. Programme, Profile, Perspektiven*. München: TR-Verlagsunion.
- Busch, Martin (2007). *Der Radiosender als Marke. Ein ganzheitlicher Ansatz*. Hamburg: Ganser & Hanke.
- Goldhammer, Klaus (1995). *Formatradio in Deutschland. Konzepte, Techniken und Hintergründe der Programmgestaltung von Hörfunkstationen*. Berlin: Spiess.
- Haas, Michael / Frigge, Uwe / Zimmer, Gert (1991). *Radio Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten*. München: Ölschläger.
- Hall, Peter Christian (1997). »Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland. Dualer Rundfunk: ein neues System - und die Folgen«. In: *Was Sie über Rundfunk wissen sollten. Materialien zum Verständnis eines Mediums*. Hrsg. v. ARD/ZDF Arbeitsgruppe Marketing. Berlin: Vistas, S. 15-86.
- Howard, Herbert H. / Kievman, Michael S. (1983). *Radio and TV Programming*. Columbus, OH: Grid.
- La Roche, Walter von / Axel Buchholz (1991). *Radio Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk*. München: List.
- N.N. (1977). »»Da gibt es plumpe politische Agitation.« Spiegel-Interview mit Kiels Regierungschef Stoltenberg über die Kündigung des NDR-Staatsvertrages.« In: *Der Spiegel*, H. 30, S. 80f.
- Rumpf, Wolfgang (2006). *Achtung Achtung! Tanzmusik. Rundfunksounds 1923 bis heute*. Saarbrücken: Verlag Dr. Müller.

Abstract

Formatted radio programs targeted at a defined audience were established in Germany in 1985. For these, computers generate playlists which then can be controlled and modified by editors. On the one hand, programs such as AC (adult contemporary), oldie-based AC, AOR (arena, oldies, rock), DOM (deutsch, oldie, moderate), MOR (middle of the road) etc. are very successful; on the other hand they are constantly criticized for sounding all the same. In this paper I describe how the development of digital computer technology in the Silicon Valley since 1975 has influenced media politics and changed broadcasting. In Germany, it was the CDU who wanted to establish private radio and TV stations beside the federal-public system of the ARD (»dual system«) for political reasons in 1984. While the market grew from 50 radio and TV stations to more than 250, editorial journalists complain that their jobs have become meaningless.