

Hans J. Kleinsteuber

# Radio

Eine Einführung

Unter Mitarbeit von:  
Ralph Eichmann, Uwe Hasebrink,  
Corinna Lüthje, Norman Müller  
und Frank Schätzlein



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
 Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
 Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über  
 <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

€ 114  
 2011/367  
**Hans-Bredow-Institut**  
 für Medienforschung  
 Bibliothek  
 Heimhuder Str. 21, 20148 Hamburg

EM 1  
 41

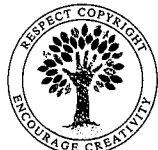
1. Auflage 2012

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2012

Lektorat: Barbara Emig-Roller

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist eine Marke von Springer Fachmedien.  
 Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.  
 www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede  
 Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist  
 ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere  
 für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspei-  
 cherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem  
 Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche  
 Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten  
 wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Umschlagbild: Hans J. Kleinsteuber, Hamburg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: STRAUSS GMBH, Mörlenbach

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-531-15326-1

## Inhalt

<b>Kapitel 1: Einführung .....</b>	<b>11</b>
<b>Kapitel 2: Radio – Versuch einer Begriffsbestimmung .....</b>	<b>15</b>
2.1 Entstehung des Begriffs Radio .....	16
2.2 Radio in Deutschland.....	17
2.3 Transkulturelle Bedeutung des Begriffs Radio .....	19
2.4 Der deutsche Sonderweg: Hörfunk .....	20
2.5 Radio als Marke .....	22
2.6 Radio als akustisches Medium.....	23
2.7 Radio als Audio-Medium .....	24
2.8 Radio und Hören.....	27
2.9 Radio als Programmmedium .....	29
2.10 Radio als unsichtbares Medium.....	31
2.11 Radio als Alltagsmedium.....	32
2.12 Bausteine zu einer Definition des Radios .....	33
2.13 Fragen zur Vertiefung .....	34
2.14 Definitionen und Erklärungen .....	35
<b>Kapitel 3: Theorien (Frank Schätzlein) .....</b>	<b>37</b>
3.1 Radiotheorien – die deutsche Perspektive .....	37
3.2 Theorie vs. Praxis – Individualtheorien – Radiotheorien.....	38
3.3 Kontexte und Fachbezüge.....	39
3.4 Reichweite und Gegenstände.....	39
3.5 Phasen und Typen.....	40
3.6 Entwicklungslinien der Radiotheorie.....	42
3.7 Einzelmedientheorien des Radios im Überblick (I): utopische, medien- und gesellschaftskritische Ansätze .....	43
3.8 Einzelmedientheorien des Radios im Überblick (II): wissenschaftlich-systematische Ansätze.....	47

3.9	Ausblick.....	52
3.10	Radiotheorien – der internationale Stand ( <i>Hans J. Kleinsteuber</i> )....	52
3.11	Fragen zur Vertiefung.....	60
3.12	Definitionen und Erklärungen .....	61
<b>Kapitel 4: Geschichte</b> ( <i>Frank Schätzlein</i> ) .....		<b>63</b>
4.1	Entwicklung der Radiogeschichtsschreibung .....	63
4.2	Felder der Radiogeschichtsschreibung .....	64
4.3	Phasen der Radiogeschichte.....	65
4.4	Vorgeschichte des Radios.....	66
4.5	Etablierung des Radios in der Weimarer Republik.....	67
4.6	Radio als Massen- und Propagandamedium im Nationalsozialismus.....	68
4.7	Radio in der Nachkriegszeit und der Umbau des Rundfunksystems.....	70
4.8	Das „Radiojahrzehnt“ in den 50er Jahren.....	71
4.9	Konkurrenz zum Fernsehen: der Wandel des Radioprogramms in den 60er und 70er Jahren.....	73
4.10	Radio im dualen Rundfunksystem.....	75
4.11	Radio im wiedervereinigten Deutschland.....	76
4.12	Perspektiven der Radiogeschichtsschreibung .....	78
4.13	Fragen zur Vertiefung.....	79
4.14	Definitionen und Erklärungen .....	80
<b>Kapitel 5: Technik</b> .....		<b>83</b>
5.1	Elektromagnetische Frequenzen.....	83
5.2	Sichtweisen von Technik.....	85
5.3	Grundlagen der Radiotechnik.....	86
5.4	Phase 1: Anfänge in den 1920er Jahren – Lang-, Mittel-, Kurzwellen.....	86
5.5	Phase 2: Neuanfang nach 1945 – Ultrakurzwellen .....	90
5.6	Phase 3: die schwierige Digitalisierung – DAB, Internetradio & Co.....	92
5.7	Fazit.....	109
5.8	Fragen zur Vertiefung.....	110

5.9	Definitionen und Erklärungen .....	111
<b>Kapitel 6: Politik</b> .....		<b>113</b>
6.1	Rechtliche Grundlagen .....	113
6.2	Grundbegriffe der Medienpolitik.....	117
6.3	Ebenen der Medienpolitik.....	119
6.4	Kurze Geschichte der Medienpolitik .....	121
6.5	Medienpolitik heute .....	123
6.6	Medien und politische Kommunikation.....	123
6.7	Medienpolitische Fallbeispiele .....	126
6.8	Fazit .....	134
6.9	Fragen zur Vertiefung.....	135
6.10	Definitionen und Erklärungen .....	136
<b>Kapitel 7: Ökonomie</b> .....		<b>137</b>
7.1	Einige Grundlagen .....	137
7.2	Grenzen ökonomischer Sichtweisen .....	138
7.3	Ebenen der Analyse .....	139
7.4	Radio als Produkt.....	145
7.5	Radiostrategien .....	146
7.6	Radiomanagement .....	146
7.7	Kommerzielles Radio .....	148
7.8	Radiowerbung.....	151
7.9	Radiomarketing .....	153
7.10	Fazit .....	157
7.11	Fragen zur Vertiefung.....	158
7.12	Definitionen und Erklärungen .....	159
<b>Kapitel 8: Organisation</b> .....		<b>161</b>
8.1	Einleitung.....	161
8.2	Das duale System.....	161
8.3	Das öffentliche Radio .....	163
8.4	Das privat-kommerzielle Radio .....	169
8.5	Radioorganisation in der Schweiz und Österreich.....	172

8.6	Standards im Radio.....	175
8.7	Konvergenz.....	179
8.8	Fazit .....	180
8.9	Fragen zur Vertiefung.....	181
8.10	Definitionen und Erklärungen .....	182
<b>Kapitel 9: Programm (Corinna Lüthje).....</b>		<b>183</b>
9.1	Einleitung.....	183
9.2	Programmelemente .....	183
9.3	Zusammenfügung der Programmelemente zu einer Programmstruktur .....	191
9.4	Programmstruktur .....	193
9.5	Medienrechtlich relevante Programmtypen .....	194
9.6	Programme in internationaler Perspektive ( <i>Hans J. Kleinsteuber</i> ) .....	202
9.7	Fazit .....	205
9.8	Fragen zur Vertiefung.....	206
9.9	Definitionen und Erklärungen .....	207
<b>Kapitel 10: Nutzung (Uwe Hasebrink/Norman Müller) .....</b>		<b>209</b>
10.1	Einleitung.....	209
10.2	Methoden der Radionutzungsforschung .....	210
10.3	Aktuelle Ergebnisse der Reichweitenforschung .....	216
10.4	Ausgewählte Einzelaspekte der Radionutzung .....	220
10.5	Radionutzung in sich verändernden Medienumgebungen .....	226
10.6	Das Radio als Bestandteil künftiger Medienrepertoires.....	231
10.7	Fragen zur Vertiefung.....	233
10.8	Definitionen und Erklärungen .....	234
<b>Kapitel 11: Journalismus (Ralph Eichmann) .....</b>		<b>235</b>
11.1	Einleitung.....	235
11.2	Die zehn radiojournalistischen Darstellungsformen .....	236
11.3	Sprache und Sprechen im Radio .....	258
11.4	Technik.....	260
11.5	Sendungen .....	261
11.6	Fazit .....	266

11.7	Weitere Quellen für diesen Text.....	266
11.8	Fragen zur Vertiefung.....	266
11.9	Definitionen und Erklärungen .....	267
<b>Kapitel 12: Community Radio.....</b>		<b>269</b>
12.1	Einleitung: Definition .....	269
12.2	Grundelemente.....	270
12.3	Theoretische Grundlagen.....	271
12.4	Anfänge .....	272
12.5	Community Radio in der Welt.....	275
12.6	Campus- und College-Radio.....	290
12.7	Fazit .....	291
12.8	Fragen zur Vertiefung.....	292
12.9	Definitionen und Erklärungen .....	293
<b>Kapitel 13: Globale Dimension .....</b>		<b>295</b>
13.1	Einleitung.....	295
13.2	Radio als globales Medium.....	295
13.3	Modelle weltweit: kommerziell versus öffentlich .....	302
13.4	Fazit .....	310
13.5	Fragen zur Vertiefung.....	311
13.6	Definitionen und Erklärungen .....	312
<b>Kapitel 14: Radio in aller Welt.....</b>		<b>313</b>
14.1	Einleitung.....	313
14.2	Ethnisches Radio .....	313
14.3	Kinder und Radio.....	316
14.4	Militär und Radio.....	321
14.5	Piratenradio.....	323
14.6	Religion und Radio .....	324
14.7	Sport und Radio .....	326
14.8	Talk und Radio .....	328
14.9	Krisen und Krieg im Radio .....	329
14.10	Katastrophen und Radio.....	332

14.11	Fazit .....	333
14.12	Fragen zur Vertiefung .....	333
14.13	Definitionen und Erklärungen.....	334
<b>Kapitel 15: Rund ums Radio.....</b>		<b>335</b>
15.1	Vereinigungen .....	335
15.2	Museen .....	335
15.3	Konferenzen.....	336
15.4	Wissenschaft.....	337
15.5	Studiengänge .....	337
15.6	Geschichten .....	338
15.7	Humor.....	340
<b>Kapitel 16: Fazit – Ein Medium der Zukunft?.....</b>		<b>342</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>		<b>345</b>
<b>Abbildungen und Tabellen.....</b>		<b>349</b>
	Tabellen .....	349
	Abbildungen.....	350
<b>Literatur .....</b>		<b>351</b>
	Zeitschriften .....	367
	Einige Websites .....	367
<b>Autorinnen und Autoren.....</b>		<b>369</b>

## Kapitel 1 Einführung

Diese Einführung geht von der These aus, dass Radio das Vielfältigste aller Medien darstellt. Dies ist u. a. der Tatsache geschuldet, dass niemand so genau weiß, wo die äußeren Grenzen des Phänomens Radio liegen. Manches nennt sich heute Radio - z. B. Internetradio oder Radio-on-Demand -, da kann man mit Recht fragen, ob dies vom Begriff eigentlich gedeckt ist? In jedem Fall aber gilt, dass das erste elektronische Medium - im Prinzip ca. neunzig Jahre alt - schon viel mitgemacht hat. Nach seinen Pionier- und Experimentaljahren wurde es zum Leitmedium der „goldenen“ Phase des Radios zwischen den 30er und 50er Jahren, es wurde später vom Fernsehen marginalisiert und erfand sich neu als Begleitmedium, wo es bis heute seine Stärke beweist. Es hat über die Jahre alle Lebensräume erobert und begleitet unsere Mobilität, es hat eine einzigartige Internationalität entwickelt und ist tief im Lokalen verankert. Es ist neben dem Fernsehen das meistgenutzte Medium in Deutschland und zeigt trotz des Siegeszugs des Internet kaum Rückgänge in der Nutzung. Mehr noch, es scheint zunehmend zum Komplementär im Internet-Zeitalter zu werden, da es wunderbar während der Arbeit am Bildschirm genutzt werden kann. Schließlich ist das Radio eine einzigartige Verbindung mit der Zivilgesellschaft eingegangen, im Unterschied zu allen anderen der klassischen Medien ist die Zugangsbarriere gering, das Selbermachen kein Problem, die Bedienung auch kleiner Zielgruppen möglich.

Eine Einführung, die ihren Namen verdient, sollte eigentlich immer transdisziplinär angelegt sein. In der vorliegenden Studie sind dennoch alle nachfolgenden Kapitel monodisziplinär angelegt (Geschichte, Politik, Wirtschaft etc.) oder sie folgen zumindest einem Leitbegriff (Theorie, Nutzung, Journalismus), damit ist ein einfaches und nachvollziehbares Gliederungsprinzip intendiert. Diese Kapitel sind als Einführungen geschrieben, sie sollen einen Überblick geben, zentrale Zusammenhänge aufweisen und Beispiele geben. Um auf die vielen transdisziplinären Querverbindungen hinzuweisen, wurden Verweise auf andere Kapitel in den Text eingebaut. Akteure mit Radiobezug (Stationen, Unternehmen, Verbände etc.) sind kursiv hervorgehoben.

Als Einführung konzipiert, ist dieses Buch kein Sammelwerk, in dem Spezialisten ihre Sicht des Radios darstellen. Vielmehr soll jedes Kapitel einen

handbuchartigen Überblick über seinen Teilbereich geben. Die Gesamtkonzeption entwarf der Unterzeichnende, allerdings ist die Abfassung einiger Kapitel an ausgewiesene Fachleute weitergegeben worden. Radiotheorien werden z. B. vor allem im Umfeld der geisteswissenschaftlichen Medienwissenschaft diskutiert, da liegt es nahe, einen Kollegen aus diesem Bereich zu bitten. Oder: Ein akademisch geprägter Sozialwissenschaftler wird die Praxis des Radiojournalismus schwerlich darlegen können, das kann ein aktiver Radioredakteur viel besser. Dennoch, die Verantwortung für den Gesamtzusammenhang verblieb beim Unterzeichnenden. Fehler sind bei ihm zu reklamieren. Der Autor ist den Verfassern der Gastbeiträge sehr dankbar.

Die Idee des Buches entstand im Zusammenhang mit der ersten Vernetzung europäischer Wissenschaftler, die ein gemeinsames Interesse am Thema Radio verband. Es handelte sich um die inzwischen aufgelöste Gruppe *International Radio Research Network* (IREN), in der Wissenschaftler aus vielen europäischen Ländern zusammenarbeiteten. Die deutschen Vertreter in IREN waren der Hamburger Kollege Uwe Hasebrink und der Unterzeichnende. Die Funktionen dieser Gruppe gingen später in der *Radio Research Section* der europäischen Vereinigung der Kommunikationswissenschaftler (ECREA) auf, die heute sehr aktiv ist. In europäischer Zusammenarbeit wurde schnell klar, dass in Europa ein erhebliches und wachsendes Interesse am Thema Radio zu vermelden ist. Es sind in mehreren Ländern außerhalb Deutschlands nationale Fachvereinigungen und Fachmagazine zum Thema entstanden. (vgl. dazu Kap. 15) Im Vergleich wird deutlich, dass in Deutschland das Medium Radio eher stiefmütterlich behandelt wird, hier erscheint es als altmodisches, geradezu gestriges Medium, dem die Digitalisierung gänzlich den Garaus bereiten wird. Die außerdeutsche Erfahrung bezeugt dagegen, dass das Radio in Geschichte und Gegenwart ein besonders vielfältiges, facettenreiches Medium darstellt, das deswegen bestens auf die Zukunft vorbereitet ist. Dieser Zusammenhang erschließt sich oft erst im internationalen Kontext. Daher wird in dieser Einführung in den hinteren Kapiteln 12 bis 14 ausführlich auf weltweite Erfahrungen und Besonderheiten eingegangen.

Die Durchgliederung folgt den naheliegenden Kriterien vom Allgemeinen zum Speziellen bzw. vom Vergangenen zum Gegenwärtigen und Zukünftigen. Im Prinzip kann man sich die Strukturen rund um das deutsche Hörfunksystem in konzentrischen Ringen vorstellen. Im äußeren Ring finden sich die sehr allgemeinen Beiträge. Zu Beginn wird der schillernde Begriff des Radios erörtert. Weil der Schlüsselterminus dieser Einführung so wenig fassbar ist, wird ihm das folgende Kapitel 2 gewidmet. Dabei kommt nicht eine präzise Definition heraus, aber doch ein gemeinsames Verständnis vom Begriff Radio, seinem Kernbereich und seinen Grenzgebieten. Darauf folgt im Kapitel 3 ein historisch angelegter Abriss der Radiotheorie in Deutschland, ergänzt um einige internationale Ansät-

ze. Das folgende Kapitel 4 ist der Radiogeschichte gewidmet, die sich auf Deutschland konzentriert (in anderen Kapiteln finden sich Hinweise auf außerdeutsche Erfahrungen). Beide Kapitel wurden von einem Wissenschaftler verfasst, der vor allem als Chronist des Radios bekannt wurde ([www.frank.schaetzlein.de](http://www.frank.schaetzlein.de)). Im Kapitel 5 steht - wiederum chronologisch angelegt - die Technik des Radiomediums im Mittelpunkt, von den vormedialen Anfängen bis zu den Perspektiven eines digitalisierten und interaktiven Radios.

In einem mittleren konzentrischen Ring werden die Rahmenbedingungen dargestellt, die hier jeweils in einem Kapitel zur Politik (inkl. einige Passagen zum Radiorecht) in Kapitel 6 und zur Ökonomie in Kapitel 7 umrissen worden sind. In dem inneren konzentrischen Ring zusammengefasst, finden wir in Kapitel 8 Darlegungen zur äußeren und inneren Organisation der Sender. Im Kern dieser zwiebelartigen Struktur findet sich das eigentliche Produkt, das Radioprogramm, analysiert im Kapitel 9, geschrieben von einer Autorin, die auch über Radio promoviert hat. Ebenso ist hier das Kapitel 10 zur Nutzung platziert, das von einem langjährigen Radioforscher verantwortet wird. Ein Praktiker, Redakteur beim NDR, schrieb dann in Kapitel 11 einen Überblick zum Handwerkszeug des Radiojournalismus und gibt dabei auch viele praktische Tipps.

Die anschließenden drei Kapitel ergänzen die deutschen Erfahrungen um die internationale Dimension, dabei wird speziell auf europäische Erfahrungen – Europa als Mutterland des öffentlichen Hörfunks – und auf die USA eingegangen – dem Entstehungsgrund der kommerziellen Variante. Radio soll aber auch als (erstes) Weltmedium erkennbar werden, das in vieler Hinsicht als Vorläufer des Weltnetzes Internet zu sehen ist. Kapitel 12 beschäftigt sich unter dem Sammelbegriff des Community Radio mit seiner nicht-kommerziellen, von Bürgern getragenen Variante. Im Kapitel 13 geht es um die globale Dimension, insbesondere den Auslandsrundfunk, im Kapitel 14 werden ungewöhnliche Radiomodelle und -genre aus der ganzen Welt beschrieben und eingeordnet.

Ein abschließendes kurzes Kapitel 15 widmet sich Informationen rund ums Radio, die eher Service-Charakter haben und keinen wissenschaftlichen Anspruch stellen. Es geht um Amateur- und Wissenschaftlervereinigungen und –aktivitäten, hier finden sich auch unterhaltsame Hinweise auf das Radio im erzählerisch-fiktiven Umfeld. All dies soll unterstreichen, wie nachhaltig dieses Medium die Menschen auf vielen Ebenen beschäftigt und inspiriert hat. Ein kurzes Fazit in Kapitel 16, ein Literatur- und Autorenverzeichnis runden das Buch ab.

Mein besonderer Dank gilt den Mitautoren und den anderen guten Geistern, namentlich Kristina Brkic und Michael Spangenberg die an dem Zustandekommen des Buches beteiligt waren.

Der Autor ist sich der Zweigeschlechtlichkeit der Welt bewusst. Wenn hier jeweils auf die Langform verzichtet wird („Redakteure und Redakteurinnen“) dann dient dies allein der Übersichtlichkeit und Platzersparnis. Alle hier besprochenen Funktionen werden von Frauen wie Männern gleichermaßen wahrgenommen.

Hans J. Kleinsteuber

Hamburg, im Oktober 2011

## Kapitel 2

### Radio – Versuch einer Begriffsbestimmung

Den Begriff Radio kennen wir aus dem Alltagsleben. Ein Hörer macht morgens das technische Empfangsgerät, das wir Radio nennen, an, hört das Programm neben anderen Verrichtungen und genießt das Musikangebot. Zudem erwartet er kurze Radionachrichten zu Politik und Verkehr. Selten ruft er beim Radio an, weil er sich an einem Gewinnspiel beteiligen oder den Leuten vom Radio seine Meinung mitteilen will. Radio ist neben dem Fernsehen eines der zwei traditionellen elektronischen Medien. Wir haben nun ein wenig den Kernbereich dessen beschrieben, was in unserer Alltagssprache Radio umfassen mag, präzise wird der Terminus damit noch keineswegs.

Dieser Kernbereich löst sich zudem angesichts neuer digitaler Herausforderungen zusehends auf: Cyberradio, Radio via Handy, Radio-Podcasts, Pay-Radio. Sie führen quasi zu einem Ausfransen des ehemals so eindeutig definiert scheinenden Phänomens Radio. Das löste in den letzten Jahren Debatten darüber aus, was denn nun eigentlich noch genuines Radio sei. Diese Frage ergibt sich auch ganz konkret angesichts unserer deutschen rundfunkrechtlichen Ausgangssituation, welche die staatliche Aufsicht über öffentliche und private Radiostationen abschließend den Bundesländern zuweist. Unterschiedliche Konvergenzprozesse lassen dabei Kollisionen entstehen, denn das Radio wird vom Landesgesetzgeber (Landesmedienanstalten) reguliert, die Telekommunikation, etwa das Handy, aber vom Bund (Bundesnetzagentur). Ist es überhaupt machbar, die neuen Radiovarianten der bisherigen Aufsicht zu unterziehen, etwa das Radioangebot aus dem Internet? Und selbst wenn es machbar wäre, wäre es auch sinnvoll?

Tatsächlich findet sich kaum eine tragfähige Definition des Radios in der deutschen und internationalen Literatur. Radio zählt offensichtlich zu den anwachsend zahlreichen Termini, die wir ständig verwenden, die aber kaum definierbar sind, weil ihre Konturen verschwimmen (gilt z. B. auch für Begriffe wie „Europa“, „Kultur“ oder „Medium“). Dazu kommt, dass Radio (anders als Fernsehen) ein Weltbegriff ist, der in vielen Sprachen verwandt wird, dabei aber transkultureller Differenz unterliegt und keineswegs Identisches beschreibt. Das Vorhaben, den Begriff so zu definieren, dass er allseits akzeptierbar ist, erscheint folglich kaum realisierbar.