Olaf Zimmermann - 1. November 2021

Tor, Tor, Tor

Radio als Tor zur Welt

Der Held in der 1994 veröffentlichten Erzählung von Friedrich C. Delius „Der Sonntag, an dem ich Weltmeister wurde“ erlebte am 4. Juli 1954 eine Art Befreiung. Er, der evangelische Pfarrerssohn, hörte die Radio-Übertragung des Endspiels der Fußballweltmeisterschaft. Der hymnische Ton der Übertragung, die Vergleiche der Spieler mit Helden, fast mit Göttern und der Ruf „Tor, Tor, Tor“ machten aus dem verschüchterten, stotternden elfjährigen Jungen einen selbstbewussten Jungen, der seine Schüchternheit abstreifte und zu Worten fand. Delius fängt in seiner Erzählung nicht nur die Atmosphäre der Nachkriegszeit ein, sondern vermag es auch, den spezifischen „Radio-Sound“ sprachlich zu fassen.

Die Sportreportage gehört zu den klassischen Genres des Radios. Sportreporter stehen vor der Aufgabe, ein Geschehen, das die Zuhörerinnen und Zuhörer nicht sehen, sondern nur hören, und bei dem es mitunter um Minuten, manchmal sogar nur um Sekunden geht, sprachlich zu fassen. Ihre spezifische Leistung besteht darin, die Zuhörerinnen und Zuhörer für das Geschehen, was auf dem Platz stattfindet, zu fesseln. Die Bundesliga-Übertragung der öffentlich-rechtlichen Sender am Samstagnachmittag ist legendär und hat für manche einen Kultstatus.

Nun gehört Sport – und gar noch Fußball – nicht zu den Themen, für die ich mich besonders interessiere. Das Radio hat aber auch für mich eine besondere Bedeutung. Ich kann mich noch sehr gut daran erinnern, dass ich als Kind, wenn ich krank war und im Bett lag, Radio hören durfte. Das Radio hören und spielen mit Legos tröstete mich bei meinen Ohrenschmerzen und anderen Malaisen. Später als Kunsthändler habe ich auf meinen Fahrten zu Kundinnen und Kunden im Auto oft stundenlang Radio gehört und immer wieder Neues entdeckt. Und noch heute geht es mir in den seltenen Fällen, in denen ich mit dem Auto fahre, so, dass ich sofort das Radio einschalte und mich überraschen lasse.

Das überraschen lassen, das Entdecken von Neuem – oder manchmal auch Altbekanntem – fasziniert mich am linearen Radio. Ich lasse mich gerne mitnehmen von den Redakteuren, den Moderatorinnen und Reporterinnen. Wenn mir etwas gefällt, bleibe ich dabei, wenn mir etwas missfällt, drehe ich weiter zum nächsten Sender. Das lineare Programm verführt mich dazu, das kennenzulernen, worauf ich selbst nie gekommen wäre, wenn ich mir im non-linearen Programm selbst etwas zusammenstellen müsste – also mein eigener Programmchef wäre.

Für die Kulturpolitik ist das Radio von unschätzbarem Wert. Berichterstattung über Kulturpolitik, längere Interviews, die es ermöglichen, einen Sachverhalt zu erläutern und ein Thema vertiefend darzustellen, finden fast nur im Radio statt. Kulturpolitik spielt im

Olaf Zimmermann - 1. November 2021

Fernsehen fast gar keine Rolle und auch die Journalistinnen und Journalisten der Printmedien schreiben lieber über Ausstellungen, Bücher, Aufführungen, gesellschaftliche Diskurse und so weiter als über harte politische Themen wie die Entwicklung der Künstlersozialversicherung, die Einbeziehung von Selbständigen in die Arbeitslosenversicherung, die Verästelungen des Urheberrechts, die Wirksamkeit von Wirtschaftshilfen und anderen relevanten, die Rahmenbedingungen des Kulturbetriebs betreffenden Themen. Im Radio finden diese Fragestellungen ihren Platz, und zwar nicht nur in den verschiedenen Sendungen, sondern auch in kulturpolitischen Diskussionsrunden, die im Radio übertragen werden. Zu nennen sind etwa Wortwechsel von Deutschlandfunk Kultur, das Kulturpolitische Forum bei WDR3, die Diskussionssendungen beim Inforadio des rbb und viele andere mehr. Diese Diskussionen ermöglichen, Themen auf den Grund zu gehen und sie von verschiedenen Seiten zu betrachten. Genau das ist eine Stärke des Radios.

Das Radio leistet aber noch mehr. Das Radio ist ein wichtiger Promoter von Musik. Egal, ob Schlager, ob Pop, ob Rock, ob Jazz. Egal, ob vor allem unterhaltende oder ernste Musik. Egal, ob innovativ oder altbekannt. Musik im Radio ist unverzichtbar und für so gut wie jeden Geschmack ist etwas dabei. Was im Radio gespielt wird, hat eine entsprechende Reichweite und kann dazu beitragen, dass der Musiker, die Musikerin oder die Band an Bekanntheit gewinnt. Nicht von ungefähr veranstalten viele Hörfunksender, egal ob öffentlich-rechtlich oder privat, auch Konzerte. Dies trägt zur Publikumsbindung bei, schafft Aufmerksamkeit und nicht zuletzt Einkommen für die Künstlerinnen und Künstler. Die öffentlich-rechtlichen Sender unterhalten überdies Orchester, Chöre und teilweise auch Bigbands. Sie pflegen nicht nur die Musikkultur, sondern spielen auch neue Musik ein.

Nach wie vor liegt das Radio an zweiter Stelle, was die Mediennutzung betrifft, wie die jüngste ARD/ZDF-Langzeitstudie „Massenkommunikation“ belegt. Das Fernsehen erreicht bei den über 14-Jährigen eine Tagesreichweite von 80 Prozent und das Radio von 74 Prozent. Erst danach folgt die Internetnutzung mit 46 Prozent und das Lesen der Tageszeitung mit 33 Prozent. Das Radio hat also einen stabilen Platz in der Mediennutzung. Das enthebt die Radiomacherinnen und -macher aber nicht der Verantwortung, das Angebot immer wieder auf den Prüfstand zu stellen und weiterzuentwickeln. Gerade der letztgenannte Aspekt ist am heikelsten. Denn wer nimmt schon gerne von lieb gewordenen Gewohnheiten, von vertrauten Sendeplätzen und gewohnten Präsentationsformen Abschied. Gerade beim Radio entsteht sehr schnell ein Sturm der Entrüstung, wenn Veränderungen anstehen – auch dies ein Zeichen dafür, welche enge Bindung das Radio erzielen kann.

Ich bin mir sicher, dass bei allen Veränderungsanforderungen und allem Veränderungswillen das hundertjährige Radio eine Zukunft hat – auch im linearen Programm. Allein die legendäre Bundesligaschalte zeigt, dass der unverwechselbare Ruf „Tor, Tor, Tor“ über Jahrzehnte hinweg begeistern kann.

Olaf Zimmermann - 1. November 2021

Dieser Text ist zuerst erschienen in Politik & Kultur 11/2021.

Copyright: Alle Rechte bei Deutscher Kulturrat