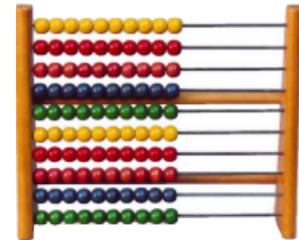


Manupulation des Hörerwillens auf NDR Kultur?

Erst legen Sie fest, dass für das System der „*kulturellen Wortbeiträge*“ ein Musikstück durchschnittlich 6 Minuten dauert, und dann behaupten Sie noch, die Hörer hätten „*nicht genügend Zeit und Muße*“ für „*längere komplexe Werke*“.

Thesen über NDR Kultur von Hörfunkdirektor Romann • Recherche der Initiative Das GANZE Werk
• Kommentar – in der Form eines fiktiven Streitgesprächs – von Theodor Clostermann

■ Radio 3 rutschte in Hamburg – in 1,1 %-Schritten pro MA-Zahlenrunde – von 2,9 % über 1,8 % auf 0,7 % im August 2002 ins Quotenloch. Niemand kann den isolierten Hamburger Fall erklären, doch der NDR rechnete schon: Klassik Radio hat in Hamburg 3,9 %, Radio 3 nur 0,7 %, so darf es nicht bleiben. Wer ist eigentlich unsere Zielgruppe?



Vielleicht hätte sich der NDR mit diesem Rechenbrett (Abakus) nicht so sehr verrechnet, Quelle: J. Luetjens, <http://www.hh.schule.de>

Rechenschritt 1

Die Klassisch Interessierten sind zwar eine Minderheit, aber doch eine interessante Gruppe für unser Projekt. Wir wollen ihre Mehrheit. Auf Kosten von Klassik Radio.

Wir brauchen einen neuen Sender, ein neues Konzept, ein neues Image: NDR Kultur, beschlossen und verkündet im Sommer 2002.

„(Es muss) Ziel und Anspruch von NDR Kultur sein, **möglichst viele** klassisch interessierte Hörerinnen und Hörer zu erreichen.“ (Thesen)

Wie schaffen wir es?

Rechenschritt 2

Wir müssen Musik senden, die unter Klassisch Interessierten **mehrheitsfähig** ist.

„Als Programmgestalter möchten wir **möglichst viele unterschiedliche Interessen und Erwartungen** unserer Hörerschaft **miteinander in Einklang bringen**.“ (Thesen)

Was ist unter den Klassisch Interessierten mehrheitsfähig? Was ist es nicht?

Rechenschritt 3

„Aus zahlreichen Untersuchungen und Studien wissen wir, dass sie in der Mehrzahl am Tage nicht genügend Zeit und Muße haben, sich (..) **komplexen Werken** zu widmen.“ (Thesen)

■ Keine „komplexen“ Werke? Halt, Programmgestalter des NDR! „Komplex“ – das soll uns an komplett und kompliziert erinnern. Aus lauter Ehrfurcht vor der Untersuchung, zu der nur Sie den Schlüssel haben, sollen wir es so akzeptieren. Ein tolles Wortspiel...

Wenn es das begrifflich aber nicht ist, was ist es dann?

Korrektur zu Rechenschritt 3

Ludolf Baucke hat ernsthaft versucht, dem „Komplexen“ auf die Spur zu kommen. Er hat verschiedene Definitionen durchprobiert, keine war sinnvoll anzuwenden (siehe Kommentar „*Norddeutscher K-Wirrwarr*“).

Programmgestalter des NDR, wenn Ihr Begriff „komplexe Werke“ irgendeinen Sinn haben soll: Meinen Sie damit anspruchsvolle Musik?

■ Das haben wir doch nicht gesagt...

Das haben wir eigentlich nicht so gemeint...

Na ja, wir sind kein Konzertsaal, auch keine Volkshochschule. Das stimmt.

Ersatzformel für Rechenschritt 3

Wir senden keine anspruchsvollen Werke.

Die sind nicht mehrheitsfähig und kommen nicht in unseren Musik-Pool.

■ Das sind normalerweise:

- Kompositionen mit Ecken und Kanten
- Alte Musik aus der Zeit vor Bachs Geburt
- zeitgenössische Musik (wenn sie nicht an Unterhaltungsmusik, Jazz oder Filme erinnert)
- Kammermusik
- geistliche Musik
- sonstige Chormusik
- Cembalo- und Orgelmusik...

Zu anspruchsvoll, nicht mehrheitsfähig, keine Chance...

Die Quote verlangt ihren Tribut.

■ Ist ein Werk, das nicht anspruchsvoll ist, dann unter den Klassisch Interessierten wirklich mehrheitsfähig?

Rechenschritt 4

*„Aus zahlreichen Untersuchungen und Studien wissen wir, dass sie in der Mehrzahl am Tage nicht genügend Zeit und Muße haben, sich **längeren (...)** Werken zu widmen.“ (Thesen)*

■ Moment mal, Programmgestalter des NDR! Welche Hördauer für einen Musiktitel ist mehrheitsfähig? Etwa 6 Minuten (Autofahrt in Hamburg vom Horner Kreisel bis zum Berliner Tor – ohne Stau) oder – mit 100 % Toleranz – 15 Minuten (gleiche Strecke mit Stau)?

Korrektur zu Rechenschritt 4

Was besagen Ihre Studien genau zu diesem Punkt? Soweit wir erfahren haben, haben Sie danach gar nicht repräsentativ fragen lassen.

Welche Gründe sollten Hörer haben, nach einem Satz oder spätestens nach 15 Minuten eine Komposition nicht weiter hören zu wollen?

Programmgestalter des NDR, wenn Ihr Begriff „längere Werke“ irgendeinen Sinn haben soll: Meinen Sie damit **einen** Satz einer Komposition?

■ Die Musik darf einfach nicht zu lang sein...

Ein Hörer kann nicht länger konzentriert zuhören...

Wir müssen auch an die Information der Hörer denken...

Wir leben in einer schnell-lebigen Zeit...

Eine Bruckner-, eine Mahlersinfonie...

Eine ganze Wagner-Oper...

Ein Autofahrer...

■ Alles klar, Programmgestalter des NDR, drucksen Sie nicht herum. Sie haben kein Argument. Es gibt auch keine sinnvolle Begründung für diesen Schnitt.

Es gibt keine mehrheitlich gewünschte Durchschnittsdauer von 6 und keine mehrheitlich gewünschte Höchstdauer von 15 Minuten.

Ihre Rechnung geht nicht auf.

Ersatzformel für Rechenschritt 4

Sie setzen Durchschnitts- und Höchstdauer willkürlich fest.

Und zwar so, dass normalerweise zwei Stücke – manchmal ist es auch ein Stück – die für Musik freie Zeit einer Viertelstunde ausfüllen. Wir werden noch sehen, warum. Wie Ihr kommerzieller Mitbewerber. Eine Kopie von Klassik Radio – 1:1.

- Wen können wir zusätzlich erreichen, gewinnen?

Rechenschritt 5

„Im Übrigen auch (die Interessen und Erwartungen) derjenigen Hörer, die an **kulturellen Wortbeiträgen** interessiert sind.“ (Thesen)

- Klar. Kulturelle Information ist wichtig, und zwar „verlässliche Information über **alle kulturell bedeutsamen Ereignisse**“, so kündigten Sie es doch, Herr Romann, im Sommer 2002 an, wenn sie in einem sinnvollen Zusammenhang erfolgt.
-

- Geht unsere Rechnung nicht blendend auf?

Rechenergebnis

„Der gefundene programmliche Kompromiss, wird (...) **allen** gerecht: NDR Kultur sendet am Tage ein musikalisch facetten- und abwechslungsreiches Musikprogramm und viele tagesaktuelle kulturelle Informationen.“ (Thesen)

- Irrtum, Programmgestalter des NDR!

Gegenwind

Da sind doch **viele Hörer aus der Rechnung herausgefallen, die Sie der Quote geopfert haben:**

- Hörer, die vollständige Kompositionen hören wollen
- Hörer, die anspruchsvolle Musik hören wollen (Kompositionen mit Ecken und Kanten, Alte Musik aus der Zeit vor Bachs Geburt, zeitgenössische Musik, Kammermusik, geistliche Musik, sonstige Chormusik, Cembalo- und Orgelmusik)
- Hörer, die tagsüber genug Zeit und Muße zum Radiohören haben (Schüler nach der Schule, Hausfrauen bzw. Hausmänner bei entsprechender Zeiteinteilung, Freiberufler zu Hause, Ruheständler...)
- Autofahrer, die auf längeren Strecken Musik hören.

Und so, wie Sie NDR Kultur **tatsächlich** betreiben, **fallen noch viel mehr Hörer heraus:**

- es nervt, dass von bestimmten Kompositionen nur bestimmte Sätze in einer immer wiederkehrenden Interpretation gesendet werden
- es nervt, dass bestimmte Sätze wie Klassik-Schlager besonders häufig gesendet werden
- es nervt, dass die Musikinformationen vor und nach einem Stück viel zu spärlich sind
- es nervt der aufdringliche Jingle mindestens alle 15 Minuten
- es nervt die „anmutige“, plauderhafte, aber musikalisch wenig kompetente Moderation
- es nervt die permanente NDR-Eigenwerbung
- es nervt, dass es Musik im Stop-and-go-Rhythmus, in einen ständigen Wechsel mit Ankündigungen in Sachen NDR gibt.

„Allen gerecht“, das ist, Programmgestalter des NDR, Ihr stiller Wunsch, dass alle Klassisch Interessierten, die nicht Klassik Radio hören wollen, sich trotz heftiger Kritik dem Sendeprinzip von NDR Kultur unterwerfen.

NDR Kultur ist beim öffentlich-rechtlichen Kulturradio in weiten Teilen des Sendegebietes Monopolist. Von oben her haben Sie Ihren Hörern ein einseitiges musikalisches

Schema verordnet, im Namen der Programmhoheit. Von einem „*gefundenen programmlichen Kompromiss*“ kann wirklich keine Rede sein.

Viele Hörer erwarten aber für ihre Gebühren, dass der Kultur- und Bildungsauftrag anders erfüllt wird.

Programmgestalter des NDR, warum ist Ihre ganze Rechnung nicht schlüssig?

Weil Sie unter der „anmutigen“ Verpackung ein anderes Projekt verfolgen.

Das pseudo-„kulturelle“ Formatradio

Warum endet in der Regel jedes zweite Musikstück genau um Viertel nach, zur halben Stunde, um Viertel vor und zur vollen Stunde? Weil die Hörer plötzlich mit einer inneren Uhr musikalisch abschalten, obwohl es keine langen Stücke mehr gibt?

Das glauben selbst Sie nicht. Sie haben es sich – dem Formatradio folgend – zum Prinzip gemacht, die Hörer ständig mit „*kulturellen Wortbeiträgen*“ zu versorgen, im Schnitt zu jeder vollen Viertelstunde, so wie es bei NDR Info neue Nachrichten gibt. Und um diese Berichte den („Nebenbei“-)Hörern noch besser ins Bewusstsein zu heben, werden sie zusätzlich eine Musiklänge vorher angekündigt und hinterher mit einem Jingle abgeschlossen. So bleiben für ein Musikstück im Schnitt 6 Minuten.

Die kulturelle Informationen sind zwar „*tagesaktuell*“, doch die Hörer erleben es Tag für Tag, dass sie **weitgehend einseitig nach einem Aktionsplan von NDR Kultur ausgewählt** sind und lautstark bis aufdringlich hinausposaunt werden.

So haben Sie NDR Kultur zu einer Plattform für Kulturwerbung umgebaut:

- für den NDR
- für NDR Kultur
- für den NDR Shop
- für die Medienpartner und
- für die Kooperationspartner.

Wir schalten hinüber zur Tochter NDR Media GmbH.

Marketing

Kooperationen

Eine Zusammenarbeit mit dem NDR **kennt keine kreativen Grenzen**. Die Kooperationen mit unseren Partnern gehen immer individuelle und oft ausgefallene Wege. **Marketingziele** und Visionen von Agenturen, Dienstleistern und Produktanbietern sind die **Basis für unsere Ideen**.

Wir zeigen Ihnen, wie **Ihre Marketingziele** optimal kommuniziert werden können; das fängt mit der **Auswahl der passenden Programmumfelder** an und hört nicht mit Vorschlägen für **gemeinsame Aktionen** auf. (...)

Marketing

Events

(...) Im Sinne der **On-Air/Off-Air-Vernetzung** entwickeln wir zusammen mit unseren Partnern eigene Eventkonzepte und auch deren Planung, Organisation, Durchführung und Dokumentation. Die **Akzeptanz** der verschiedenen Veranstaltungen gewährleisten wir mit dem Besten am Norden: dem NDR.

Marketing

Lizenzprodukte

(...) Die Produkte haben immer einen **direkten Bezug zu den einzelnen Programmen und ihren Formaten**. Beachtliche Erfolge erzielen wir, wenn Verlage schon in der Entwicklung von Büchern, CDs, CD-ROMs und Hörbüchern zu NDR-Produktionen (...) als Lizenznehmer einbezogen werden.

Wir entwerfen mit unseren Kooperationspartnern **Mediakonzepte** für die Produkte, die im Handel erhältlich sind. (...) Nicht zuletzt die Möglichkeit der **On-Air-Promotion im NDR/ARD-Programm** bietet den Kooperationspartnern interessante Plattformen für die zielgruppenorientierte Vermarktung des jeweiligen Produktes (...).

Zurück zum Rechenbrett.

■ Dafür haben Sie sich, Programmgestalter des NDR, auf NDR Kultur Anlässe, Vermittler und gute Platzierungen im laufenden Programm geschaffen:

1. Meldungen des Kultur-Tickers, von Ihren freien Mitarbeitern oder aus dem ARD-Pool
2. veranstaltungs- und produktnahe Moderation und
3. regelmäßige Sendeplätze in kurzen Abständen ohne die Hemmnisse langer Musikstücke.

Sie haben sich wegen des Systems der „*kulturellen Wortbeiträge*“, also auch wegen der Kulturwerbung, für eine durchschnittliche Musiklänge von 6 Minuten entschieden, schematisch anzuwenden. Warum palavern Sie dann noch über „*längere Werke*“, „*Zeit und Muße*“? NDR Kultur ist heute eher Hektik und Stress.

Was wäre NDR Kultur (NDR 3 resp. Radio 3) **ohne die unentwegten „kulturellen Wortbeiträge“**? Erst einmal mehr Freiheit für die Musik. Vielleicht auch Abschalten des Motors für die vorgenommenen Veränderungen bei NDR Kultur? Für Sie undenkbar, da müssten sie ja einen ganzen Servicebereich aufgeben. Einen ganzen Geschäftszweig. Die Kulturwerbung. Eben.

Ein Spinnwebgewebe breitet sich über die ganze Sendefläche aus und lässt einzelne Flächen von 6 Minuten im Schnitt frei – Flächen musikalischer Entspannung, zugleich Flächen mit weiteren inhaltlichen Bezugspunkten. Musik im Dienste der Berichterstattung. Musik im Dienst der Kulturwerbung. Missbrauch von Musik.



Offizieller Beweis: Standardschreiben von NDR MEDIA GMBH, KlassikClub zu Kündigungen der Mitgliedschaft im Club, Januar 2004

„Die **Notwendigkeit**, im Programm schnell reagieren zu können, hat allerdings zur Folge, dass eine langfristige Planung des Musikangebots und damit die Veröffentlichung der kompletten Programmfahne nicht mehr möglich ist.“

Ein anderes Bild: Die Wortbeiträge sind das tragende Gestell, die Musik ist beliebiges Füllsel.



Offizieller Beweis: Der Artikel Romanns in der WELT vom 27. Juli 2004 bzw. im Klassik-Club MAGAZIN Nr. 09/2004.

„Verlässlich und kompetent informiert das Kulturprogramm des NDR wie eh und je über alle kulturell bedeutsamen Ereignisse und unterscheidet sich **dadurch** nicht nur quantitativ, sondern **vor allem qualitativ** von der kommerziellen Konkurrenz.“

Das Zeitschema beider Sender ist gleich (siehe oben), der „qualitative“ Unterschied:

- direkte und offensichtliche Werbung bei Klassik Radio
- verpackte Kulturwerbung bei NDR Kultur. Unabhängig und sachlich? Nein.

Marktschreierisch und befangen. Ohne erkennbare Trennung von Programm und Kulturwerbung. Pseudo-„Kultur“. Subtil und irreführend.

Jeder erdrückt jeden

- ... das Wort die Musik
- ... die Musik das Wort
- ... die Einheitskost die Abwechslung.

■ Lösungsweg: Das Miteinander

Hat ein Kulturradio ein solches Korsett nötig? Warum muss es 13 Stunden lang von 6 bis 19 Uhr – mit der Unterbrechung von „Am Morgen vorgelesen“ und ein wenig 3x pro Woche von den Interviews in „Klassik à la carte“ – immer und immer das gleiche Formatradio-Schema geben?

Warum kann nicht jeder – auch getrennt – wenigstens über eine bestimmte Zeit auf seine Kosten kommen?

Warum lautet der „programmliche Kompromiss“ nicht: Es gibt getrennte Sendeflächen?

- für Musiksendungen zum Genießen
- für Kulturreportagen zum Zuhören
- für umfassende Veranstaltungstipps in einem sinnvollen Zusammenhang
- usw.

Das habe ich schon vor knapp einem Jahr in einem Artikel in der WELT vorgeschlagen.

Das GANZE Werk schlägt unverändert den Kompromiss vor, **dass NDR Kultur in der Zeit zwischen 6.00 und 19.00 Uhr täglich vier Stunden Musiksendungen mit ganzen Werken bringt, ohne Jingle und ohne sachfremde Wortbeiträge wie NDR-Eigenwerbung.**

Fertiggestellt am 4. Juli 2005

■ Thesen über NDR Kultur

NDR Kultur ist das einzige Programm des Norddeutschen Rundfunks, das klassische Musik sendet. Insofern muss es Ziel und Anspruch von NDR Kultur sein, möglichst viele klassisch interessierte Hörerinnen und Hörer zu erreichen. Aus zahlreichen Untersuchungen und Studien wissen wir, dass sie in der Mehrzahl am Tage nicht genügend Zeit und Muße haben, sich längeren komplexen Werken zu widmen. Als Programmgestalter möchten wir möglichst viele unterschiedliche Interessen und Erwartungen unserer Hörerschaft miteinander in Einklang bringen, im Übrigen auch die derjenigen Hörer, die an kulturellen Wortbeiträgen interessiert sind. Der gefundene programmliche Kompromiss, wird – denke ich – allen gerecht: NDR Kultur sendet am Tage ein musikalisch facetten- und abwechslungsreiches Musikprogramm und viele tagesaktuelle kulturelle Informationen.

Hörfunkdirektor Romann antwortet einem Hörer aus Lübeck im Namen von Intendant Prof. Plog, 21. Januar 2005