

Hänel, Sebastian

Stellenwert des Hörspiels im Radio

Diplomarbeit

Hochschule Mittweida (FH)

University of Applied Sciences

Fachbereich Medien

Mittweida, 2009

Hänel, Sebastian

Stellenwert des Hörspiels im Radio

eingereicht als

Diplomarbeit

an der

Hochschule Mittweida (FH)
University of Applied Sciences

Fachbereich Medien

Mittweida, 2009

Erstprüfer: Professor Horst Müller MBA

Zweitprüfer: Professor Doktor-Ingenieur Michael Hösel

vorgelegte Arbeit wurde verteidigt am:

Bibliographische Beschreibung:

Hänel, Sebastian:

Stellenwert des Hörspiel im Radio

– 2009 – 71 S.

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien,
Diplomarbeit

Referat:

Die hier vorliegende Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Geschichte des Hörspiels, seiner momentanen Situation und den möglichen Perspektiven. Der geschichtliche Abriss soll aufzeigen welche Entwicklung das Hörspiel im Rundfunk gemacht hat. Um in dieser Arbeit die gegenwärtige Situation und die mögliche zeitnahe Entwicklung der Kunstform Hörspiel beschreiben zu können, werden Gespräche mit Vertretern aus den Bereichen Redaktion, Onlinevertrieb, Messe und Festival, sowie einem Autor geführt. Gezeigt werden soll, welche Verbreitungswege aktuell und in absehbarer Zukunft genutzt werden. Weiterhin wird verdeutlicht, welche Rolle alternativen Verbreitungswegen zugeschrieben wird und welchen Stellenwert das Hörspiel als Events bei den Anstalten des öffentlichen Rechts hat.

| | |
|---|-----------|
| 1 Einleitung | 1 |
| 2 Hauptteil | 3 |
| 2.1 Definition | 3 |
| 2.2 Historie des Hörspiels | 5 |
| 2.2.1 Die Weimarer Zeit - 1923 bis 1933 | 5 |
| 2.2.1.1 Das sozialistische Hörspiel | 9 |
| 2.2.1.2 Das Kriegshörspiel | 10 |
| 2.2.1.3 Das Arbeitslosenhörspiel | 12 |
| 2.2.2 Das Hörspiel im Nationalsozialismus - 1933 bis 1945 | 15 |
| 2.2.2.1 Nationalsozialistisches und nichtnationalsozialistisches Hörspiel | 23 |
| 2.2.3 Hörspiel im Nachkriegsdeutschland - 1945 bis 1960 | 25 |
| 2.2.3.1 Die Situation in der sowjetischem Besatzungszone | 25 |
| 2.2.3.2 Die Situation in der westlichen Besatzungszone | 26 |
| 2.2.3.3 Das Nachkriegshörspiel | 30 |
| 2.2.3.4 Das Kriminalhörspiel | 30 |
| 2.2.3.5 Das Kinderhörspiel | 31 |
| 2.2.3.6 Hörspielstudie des NWDR 1955 | 32 |
| 2.2.3.7 Der Hörspielpreis der Kriegsblinden | 34 |
| 2.2.4 Vom „Neuen Hörspiel“ zum dualen System - 1960 bis 1986 | 36 |
| 2.2.4.1 Das Originaltonhörspiel | 38 |
| 2.2.4.2 Das stereofone Hörspiel | 38 |
| 2.2.4.3 Das neue Hörspiel | 39 |
| 2.2.4.4 Das Pop-Hörspiel | 39 |
| 2.2.4.5 Das Sciencefiction Hörspiel | 40 |
| 2.2.4.6 Hörspiel in der Deutschen Demokratischen Republik | 41 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.5 Das Hörspiel ohne Radio - 1986 bis 2000 | 43 |
| 2.2.5.1 Der politische Wandel 1989 | 45 |
| 2.2.5.2 Das Hörspiel im Handel | 46 |
| 2.2.5.3 Das Ammer – Hörspiel | 48 |
| 2.2.5.4 Romanverarbeitung | 49 |
| 2.2.5.5 Digitale Technik | 49 |
| 2.2.5.6 Entwicklung der Programmanteile | 50 |
| | |
| 2.3 Hörspielsituation von 2000 bis 2009 | 51 |
| 2.3.1 Der ARD Radio Tatort | 54 |
| 2.3.2 Mediennutzung | 55 |
| 2.3.3 Das Hörbuch | 56 |
| | |
| 2.4 Perspektiven | 58 |
| 2.4.1 Vorbetrachtungen | 58 |
| 2.4.2 Rundfunkstaatsvertrag | 59 |
| 2.4.3 Interviews | 61 |
| 2.4.4 Auswertung | 63 |
| | |
| 3 Schlussbetrachtung | 69 |
| | |
| 4 Literaturverzeichnis | 72 |
| | |
| 5 Anhang | 77 |
| 5.1 Interviews | 77 |
| | |
| 6 Selbständigkeitserklärung | 97 |

1 Einleitung

Das Hörspiel hat in Deutschland eine lange Tradition. Als Kunstform hat es seit den frühen Radiotagen, in denen das Hörspiel in den Studios noch live aufgeführt wurde, viele Veränderungen erlebt.

Diese Arbeit möchte einen Überblick über die Entwicklung des Mediums Hörspiel geben – von den Anfängen in den 1920er Jahren bis in die multimediale Gesellschaft des 21. Jahrhunderts hinein. Betrachtet werden sollen die Entwicklung und die Geschichte des Hörspiels in Verbindung mit dem Stellenwert im Rundfunk. Die technischen Voraussetzungen finden in diesem Zusammenhang ebenso Berücksichtigung wie die gesellschaftlichen und politischen Umstände, unter denen die Hörspiele produziert und verbreitet werden. Weiterhin soll untersucht werden, wie sich das Hörspiel in Gestaltung und Produktion verändert, welche Mittel zum Transport von Emotionen genutzt werden und was sich diesbezüglich geändert hat.

Mit Hilfe von Gesprächen mit Fachleuten aus dem Bereich Messe und Event und Verantwortlichen aus Hörspielredaktionen wird der Versuch unternommen, einige aktuelle Probleme aufzugreifen sowie Prognosen zur Entwicklung des Hörspiels im Rundfunk zu geben. Erwartet wird eine verstärkte Konzentration auf die Onlinemedien, wobei hier durch den Rundfunkstaatsvertrag klare Grenzen gesetzt werden. Weiterhin ist davon auszugehen, dass der öffentlich rechtliche Rundfunk sich intensiver an Hörspielveranstaltungen für ein öffentliches Publikum beteiligt und eigene Initiativen weiter ausbauen wird. Dem privaten Rundfunk wird in dieser Arbeit keine Aufmerksamkeit geschenkt, da das Hörspiel dort nicht in den Programmen vertreten ist.

Die Arbeit beginnt mit einer Definition des Hörspiels. Die Einteilung der Kapitel danach wird vom Autor durch ihren zeitgeschichtlichen Inhalt festgelegt. Das Kapitel der Jahre 1923 bis 1933 stellt die erste Blütezeit des Hörspiels in der Weimarer Republik dar. Das Hörspiel im

Nationalsozialismus wird im Kapitel 2.2.2 zusammengefasst. Danach folgt eine Auflistung der Ereignisse in den Nachkriegsjahren. Vom „Neuen Hörspiel“ bis zur Einführung des dualen Mediensystems handelt das Kapitel über die Jahre 1960 bis 1986. Im Anschluss wird die Entwicklung bis in das Jahr 2000 geschildert. Eingegangen wird hier unter anderem auf die Einführung der Digitaltechnik und deren Vorteile. Im anschließenden Zeitabschnitt bis 2009 wird die Situation des Hörspiels dargestellt, welches nunmehr unabhängig von der Ausstrahlung im Radio konsumiert werden kann. Im Kapitel Perspektiven wird auf Grundlage der Gespräche mit Fachleuten versucht eine Prognose in Bezug auf Verbreitungswege und Darstellungsformen des Hörspiels zu geben. Der Schlussteil der Arbeit soll dazu dienen, die gesammelten Erkenntnisse zusammenzufassen.

2 Hauptteil

2.1 Definition

"Was ist ein Hörspiel?"

"Das gleiche wie ein Stummfilm, nur umgekehrt."

"Aah!"

"Und wer schaut sich des an?"

"Niemand, man hört es - Hör-Spiel!"

"Aah!"¹

Das Hörspiel ist eine der Literatur und des Theaters entlehnte Kunstform. Dabei ist hervorzuheben, dass das Hörspiel eine originäre Kunst des Rundfunks ist, also ohne den Rundfunk nicht existent wäre. Das Hörspiel hat sich seit 1924, dem Beginn des deutschen Unterhaltungsrundfunks, mehrmals verändert. Es handelt sich um ein auditives Ereignis, das anders als das Theater, Fernsehspiel oder die geschriebene Literatur, eine akustische Emotion im Zeichensystem des Klangs vermittelt. Die ersten Hörspiele im Radio waren Adaptionen von Theaterstücken, die live im Radio-Studio vorgetragen wurden. Sprecher, Musiker und Tontechniker waren für die gesamte akustische Kulisse verantwortlich. Die Hörspiele waren Live-Sendungen, da es an Aufnahme- und Abspieltechniken in den frühen 1920er Jahren fehlte. Ein damaliger britischer Radiomacher der BBC, Douglas Cleverdon, sagte über das Hörspiel: „Ein Hörspiel ist ein dramatisches Werk, das sich aus der Tradition des Theaters herleitet, aber auf das Radio bezogen ist.“²

Ein Hörspiel im Rundfunk ist ein erdachtes oder authentisches Ereignis, welches mittels elektromagnetischer Wellen von einem Sender zu einem Empfänger abgestrahlt werden kann. Die Sprache, in Form von Dialogen und Monologen, dient im Hörspiel als Vermittler von Botschaften und Emotionen. Durch verschiedene Lautstärken, Intonationen, Rhythmen und Dynamiken des Sprechers können ganz unterschiedliche emotionale Ebenen

¹ Stan Laurel und Oliver Hardy im Gespräch mit dem Autor Urs Widmer (08.04.09)

² vgl. Hörburger (1996), Geschichte des Hörspiels, Pdf (30.01.09)

geschaffen werden. Bei der Dramaturgie des inszenierten und kunstvollen Sprechens handelt es sich oft um nachahmende Rede, Nachahmung von Wirklichkeitsebenen, Lebenssituationen oder Gefühlswelten.³ Durch die menschliche Stimme wird auch Vorsprachliches vermittelt, wie Schreien, Weinen oder Lachen, um gewisse Eindrücke zu verstärken. Die Verwendung der menschlichen Stimme galt lange Zeit als wichtigstes Mittel, um Emotionen zu transportieren. Das hat sich mit dem „Neuen Hörspiel“ in den 1960er Jahren, mit jungen Hörspielmachern und neuen Ideen, geändert. Musik und Geräusche wurden aus ihrer Hintergrundrolle heraus gehoben und ebenfalls zur Erzeugung von Stimmungen genutzt.

Der Schriftsteller und Kritiker Helmut Heißenbüttel sagte 1968 über den Begriff Hörspiel, man solle „die Mehrdeutigkeit des deutschen Worts Hörspiel als ein Zeichen dafür nehmen, dass die Sache Hörspiel, die mit diesem Wort benannt werden soll, immer noch etwas nicht Festgelegtes ist.“⁴ Das Zitat verdeutlicht sehr anschaulich, dass es keine klaren Grenzen für das Genre Hörspiel gibt. Musik, Töne, Geräusche und Sprache spielen allesamt im Hörspiel eine zentrale Rolle, wenngleich ihr Anteil je nach Geschmack des Regisseurs unterschiedlich gewichtet ist.

³ vgl. Hörburger (1996), Geschichte des Hörspiels, Pdf (30.01.09)

⁴ vgl. Hörburger (1996), Geschichte des Hörspiels, Pdf (30.01.09)

2.2 Historie des Hörspiels

2.2.1 Die Weimarer Zeit - 1923 bis 1933

„Achtung! Hier Sendestelle Berlin Voxhaus Welle 3.000. Wir bringen die kurze Mitteilung, dass die Berliner Sendestelle Voxhaus mit dem Unterhaltungsrundfunk beginnt.“⁵

„Die Benutzung ist genehmigungspflichtig.“⁶

Das war am 29. Oktober 1923, ein Tag, an dem seit 6 Wochen Ausnahmezustand herrschte, das Zwei-Pfünder-Brot offiziell 5.000 Millionen Mark kostete und fast 50% der Menschen ohne Arbeit waren.

Fast auf den Tag genau ein Jahr danach, am 24. Oktober 1924, strahlte der Frankfurter Sender in der Zeit von 21:30 Uhr bis 21:55 Uhr den „Versuch einer Grotteske“, wie es in der Programmankündigung heißt, aus. Das Ensemble dieser Darbietung bestand aus allen bei der Frankfurter Sendestation beschäftigten Personen, Dingen und Instrumenten.⁷ Auf diese Ausstrahlung wird die Geburtsstunde des deutschen Hörspiels datiert, da es das erste Hörstück im Rundfunk war. Autor des Stückes, das später unter dem Titel „Zauberei auf dem Sender“ in die Annalen der Rundfunkgeschichte einging, war Hans Flesch, der Intendant des Südwestdeutschen Rundfunks. Er hatte das Ziel, eine rundfunkspezifische Kunstform zu schaffen, die sich nicht vom Theater herleitet, sondern mit den technischen Mitteln des Rundfunks funktioniert. Das Stück handelt von einer Panne im Sender, für die ein Zauberer verantwortlich ist und spiegelt Spannungsmomente des Verhältnisses Rundfunkträger - Rezipient wider. Komponenten der Handlung sind Sprache, Musik und Geräusche. Flesch wollte die Institution, die er entscheidend mitprägte, nicht infrage stellen. Er vertrat die Meinung, „keine Rundfunkzensur, sondern das Verantwortungsgefühl des Leiters beeinflusst das Programm.“⁸ Im Jahre

⁵ vgl. Krug (2008), S.17

⁶ vgl. Pohle (1955), S.43

⁷ vgl. Hörburger (1977), Zum Problem der literarischen und rundfunkpolitischen Anpassung der Hörspielautoren der 20er Jahre an das Medium Rundfunk, Pdf (30.01.09)

⁸ vgl. Bräutigam (2005), S.432

1974 wurde das Hörspiel, welches als Manuskript vorlag, vom Hessischen Rundfunk neu produziert.⁹

Das Hörspiel im heutigen Sinne gab es in der Anfangsphase des Rundfunks in Deutschland nicht. Deutlich wird das durch die Ergebnisse einer Hörerumfrage aus dem Jahr 1924. Die Zeitschrift „Der Deutsche Rundfunk“ veröffentlichte im Mai und Juni 1924 eine vierteilige Anzeigenserie mit der Fragestellung: „Was wollen Sie vom Rundfunk hören?“. Etwa 8.000 Rundfunkteilnehmer antworteten mit 76.000 Einzelangaben.¹⁰ Die Auswertung ergab folgende Programmwünsche:

1. Operette mit 83,3%
2. Tagesneuigkeiten mit 72,8%
3. Zeitansage mit 71,3%
4. Kammermusik mit 63,8%
- ...
8. Oper mit 48,2%
- ...
- 24. Sendespiel mit 15%**
25. Predigten mit 9%¹¹

Dieses Ergebnis zeigt auch, dass der Begriff „Hörspiel“ noch nicht existent war. Funkspiel oder Sendespiel waren geläufige Synonyme.

Das Sendespiel, also das Hörspiel, nahm 1925 etwa 2% der Programme ein. Mit der Zunahme an täglicher Sendezeit des Rundfunks, bekam auch der Programmpunkt Hörspiel mehr zeitlichen, aber nicht mehr anteiligen Raum. Dennoch waren Hörspiele ein fester Bestandteil der Programme. Im Jahr 1926 wurden 600 Werke von 280 Dramatikern im Hörfunk gesendet.¹² Bis

⁹ vgl. Bräutigam (2005), S.432

¹⁰ vgl. Koch, Glaser (2005), S.21

¹¹ vgl. Döhl (1997), Geschichte und Typologie des Hörspiels, Pdf (30.01.09)

¹² vgl. Krug (2008), S.19

1930 wurden die Hörspiele aufgrund fehlender Technik live gespielt und waren daher vom Medium Radio abhängig. Die ersten Sendemasten hatten einen Senderadius von 150 km.¹³ Mit dieser eher regionalen Rundfunkversorgung beginnt die lange Tradition des regionalen Mundarthörspiels. Auch wenn das Hörspiel heute nicht mehr ausschließlich über das Radio verbreitet wird, sondern ebenso über das Internet überregional erhältlich ist, haben Mundarthörspiele im Rundfunkprogramm Bestand. Exemplarisch kann hier die Folge „Irmis Ehre“ aus dem Jahr 2008 des ARD Radio Tatort benannt werden. Sie spielt in Südostbayern und die Protagonisten sprechen den dortigen Dialekt.

Im Jahr 1928 gab es bereits mehr als 3 Millionen registrierte Hörer, 36 Millionen Mark fielen für den deutschen Rundfunk ab. Das war für damalige Verhältnisse eine riesige Summe. Der Rundfunk war zu einer Macht geworden.¹⁴ Der Betrag setzte sich zusammen aus den Beiträgen der Hörer, die 2 Reichsmark im Monat bezahlen mussten. Die Reichspost gab den Sendegesellschaften pro gemeldetem Teilnehmer des jeweiligen Sendegebietes 50% der Gebühren, also eine Reichsmark. Eine dritte Einnahmequelle speiste sich aus den Geldern für Werbesendungen und -durchsagen im Rundfunk.¹⁵

¹³ vgl. Krug (2008), S.20

¹⁴ vgl. Krug (2008), S.28

¹⁵ vgl. Koch, Glaser (2005), S.18

Mit dem Jahr 1929 beginnt eine „Blütezeit“ für das deutsche Hörspiel. Bereits 1930 wurden 854 Hörspiele, 1932 sogar 1400 Hörspiele gezählt. Der Programmanteil bleibt allerdings konstant bei 2%, wobei der Rundfunk gegen Ende der 1920er Jahre ein 24-Stunden-Medium geworden ist. Als Hauptsendezeit galten die Abendstunden nach 20 Uhr. Das Hörspiel wurde unter anderem mit damals prominenten Schauspielern als Sprecher zum „Straßenfeger“.¹⁶

Das Hörspiel im Rundfunk verstand sich als Zeitspiegel und war, wie es für die Rundfunkinhalte damals generell zutraf, politisch neutral. Die gesendeten Hörspiele der 1920er und der früheren 1930er Jahre können, in Anlehnung an Hans-Jürgen Krugs „Kleine Geschichte des Hörspiels“ in folgende Gruppen eingeteilt werden:

- Das sozialistische Hörspiel
- Das Kriegshörspiel
- Das Arbeitslosenhörspiel

¹⁶ vgl. Krug (2008), S.30

2.2.1.1 Das sozialistische Hörspiel

Vertreter wie Bertold Brecht, Walter Benjamin, Friedrich Wolf oder Johannes R. Becher hatten mit ihren Werken einen sehr geringen Einfluss auf das Programm des Weimarer Rundfunks. Dennoch ist es wichtig, diese Hörspiele zu erwähnen, da sie den politischen Zeitgeist dieser Jahre widerspiegeln. Der Schriftsteller Friedrich Wolf schrieb am 29. Juli 1930 in einem Brief an die „Schlesische Funkstunde“: „Schließlich hat jede Funkstunde doch tausende von Arbeiterhörern.“ Für Autoren des linken Spektrums war es aufgrund der stets drohenden Zensur wichtig, ihre Botschaften nicht direkt zum Ausdruck zu bringen, um eine Aussicht auf eine Realisation bei einem Sender zu haben. Friedrich Wolf in einem Brief an einen befreundeten Autor: „Wollen wir da etwas erreichen, ich meine zu Worte kommen, so müssen wir nicht direkt aus offener Stellung heraus schießen, sondern taktisch aus verdeckter Stellung im Bogenschuss.“¹⁷ Die meisten Stücke wurden vom Rundfunk abgelehnt. In einer gesellschaftlich und politisch hochbrisanten Zeit sieht es der Rundfunk als seine Aufgabe neutral gegenüber politischen Themen zu sein, das heißt links- oder rechtspolitischen Argumenten keine Sendezeit zu geben. Da im sozialistischen Hörspiel meist der Staat als Grund für die soziale Not der Bevölkerung angeklagt wird, kommt es zu kaum einer Produktion.

Friedrich Wolf gilt auch im internationalen Vergleich als der erfolgreichster Autor dieses Genres. Seine Stücke greifen die damalige Mode der dokumentarischen Darstellung auf. Bei anderen Autoren ist die Verlagerung der Geschichte ins Ausland auffällig. Mit einer gesuchten stofflichen Entfremdung sollte in einer Gesellschaft, deren Medienkritik ungleich schwächer war als heute, doch Gehör gefunden werden.¹⁸

¹⁷ vgl. Hörburger (1977), Zum Problem der literarischen und rundfunkpolitischen Anpassung der Hörspielautoren der 20er Jahre an das Medium Rundfunk, Pdf (30.01.09)

¹⁸ vgl. Hörburger (1977), Zum Problem der literarischen und rundfunkpolitischen Anpassung der Hörspielautoren der 20er Jahre an das Medium Rundfunk, Pdf (30.01.09)

2.2.1.2 Das Kriegshörspiel

Es beschreibt die erste Blüte des Hörspiels. Im zeitgenössischen Kriegshörspiel stand nicht das Individuum im Mittelpunkt, der einfache Soldat wurde zum Helden in einer Gemeinschaft. Dargestellt wurden oftmals Szenen aus den letzten Kriegstagen, die letzten Kämpfe sowie die ersten Tage in Freiheit nach dem Ende des 1. Weltkriegs. Ein häufig verwendetes Stilmittel war dabei die Dunkelheit, also Szenen in finsternen Bunkern oder in der Nacht. Der Krieg wurde in den Hörspielen als gegeben dargestellt, Kritik an den Kriegsmächten gab es nicht. Auch wurden die individuellen Probleme vieler heimgekehrter Soldaten nicht thematisiert. Dem Massenschicksal wurde hier eine Bedeutung verliehen, die vom Weimarer Hörspiel auch in Bezug auf die vorherrschende Massenarbeitslosigkeit bislang verweigert wurde. Damit ging eine Politisierung des Hörspielprogramms einher, was damals nicht selbstverständlich war. Die Autoren waren sehr vorsichtig, gar ängstlich bei der Themenaufarbeitung für den damals unpolitischen Rundfunk. Das Kriegshörspiel vollzog auf dem Wege der literarischen Retrospektive nach, was der Weltkrieg als heuchlerisches Trugbild eröffnete, nämlich, folgt man Benjamin, „Massenbewegungen größten Maßstabs unter Wahrung der überkommenen Eigentumsverhältnisse ein Ziel zu geben“.¹⁹

Als ausschlaggebender Sender für die Politisierung der Programme und des Hörspiels kann die „Deutsche Welle“ angesehen werden. Seit 1929 waren tagespolitische Themen und Diskussionsbeiträge Teil des Sendeschemas, nicht zuletzt wegen der um sich greifenden Weltwirtschaftskrise.

¹⁹ vgl. Hörburger (1977), Zum Problem der literarischen und rundfunkpolitischen Anpassung der Hörspielautoren der 20er Jahre an das Medium Rundfunk, Pdf (30.01.09)

Das berühmteste Hörspiel dieser Tage ist Ernst Johannsens „Brigadevermittlung“, erstmals gesendet am 17. Oktober 1929 in München. Die Zeitschrift „Der Deutsche Rundfunk“ nannte es im Jahr 1931 einen „Welterfolg, wie er bei Werken der Film- und Bühnenkunst vorkommt.“ Das Stück wurde über 50 Mal in elf Ländern gesendet.²⁰ Ähnlich wie Remarques „Im Westen nichts Neues“ (1929) erfreute sich das reportageähnlich gestaltete Hörspiel enormer Beliebtheit.

„Brigadevermittlung“ beschreibt die letzten Tage einer Telefonvermittlungsstelle an der Westfront, deren Einheit durch französische Truppen überrannt wird. Als dramaturgisches Mittel wurden Dunkelheit sowie die verzweifelten Telefonate des einzig Überlebenden eingesetzt. Im Stück wird das Leben der Soldaten aufgezeigt, Banales wird mit dem Sterben gleichgestellt. Es wird allerdings nicht Partei ergriffen, daher wurde das Hörspiel in der Zeit zwischen 1933 und 1945 im nationalsozialistischen Rundfunk mehrmals gesendet.²¹

²⁰ vgl. Krug (2008), S. 32

²¹ vgl. Bräutigam (2005), S.78

2.2.1.3 Das Arbeitslosenhörspiel

Die Zahl der Erwerbslosen stieg Ende der 1920er Jahre stetig an und erreichte 1932 ihren Höhepunkt. Lange vorher waren die Sender mit unterschiedlichen Strategien bemüht, zur psychologischen Stabilisierung der arbeitslosen Menschen beizutragen. Kostenlose Sprach-Lehrgänge oder Arbeitsmarktberichte waren Teil solcher Bemühungen. Die literarische Schicht griff dieses Problem auch für Hörspielproduktionen auf. Im Rahmen einer Solidaritätswoche für Arbeitslose wurde am 23. Oktober 1931 das Hörspiel „Toter Mann“ von Karlaugust Düppengießer bei der Westdeutschen Rundfunk AG (WERAG) ausgestrahlt. Regie führte der Intendant Ernst Hardt.²² Das Stück erntete, obwohl nur einmal im Bereich der WERAG mit 800.000 möglichen Hörern gesendet, ein überwältigendes Echo.

Ein Textauszug verdeutlicht die Stimmung:

„So ein Arbeitsloser kommt in einen schlechten Ruf, man bekommt quasi mit der Entlassung den Stempel des Verbrechens auf die Stirn gedrückt. Da steht drauf: Vorsicht, das ist einer der gar nichts hat, ein Lump.“²³

Der Protagonist Hannes Rader verliert seine Arbeit als Schmied in einer Fabrik. Mit dem Vater verstritten und von der Freundin verlassen, stumpft Hannes ab, so dass er letztendlich vor ein Auto springt und im Krankenhaus verstirbt. Dem Autor ging es darum, die psychische Verwahrlosung des Individuums darzustellen. Für die Aufführung allerdings wurde das dramatische Ende durch ein Happy End ausgetauscht.²⁴ Raders Krise wird so letztlich in eine Scheinlösung geführt: Seine Verlobte kehrt zurück, gemeinsam schöpfen sie neuen Mut. Worin dieser Mut begründet liegt, bleibt offen. Dieses Ende entspricht der Typologie des Weimarer Arbeitslosenhörspiels.²⁵

²²vgl. Hörburger (1977), Zum Problem der literarischen und rundfunkpolitischen Anpassung der Hörspielautoren der 20er Jahre an das Medium Rundfunk, Pdf (30.01.09)

²³vgl. Bräutigam (2005), S.381

²⁴vgl. Bräutigam (2005), S.381

²⁵vgl. Hörburger (1977), Zum Problem der literarischen und rundfunkpolitischen Anpassung der Hörspielautoren der 20er Jahre an das Medium Rundfunk, Pdf (30.01.09)

Als weiteres Beispiel kann Hermann Kasacks „Der Ruf“ angeführt werden. Auch hier verliert der Protagonist, Martin Keller, seine Anstellung und anschließend sich selbst im Alkohol und im Spiel. Im Verlauf des Stückes kommt Kellers innere Stimme dazu, die Ruferin. Mit Sätzen wie „Du besitzt kein eigenes Schicksal. Du hast das Schicksal von Millionen. In Dir ist die Not und Sehnsucht von allen Menschen, die ohne Arbeit sind.“ oder „Auf den Willen kommt es an! Die Gemeinschaft marschiert zur Arbeit. [...] Wir stampfen Arbeit aus dem Boden!“²⁶ wollte Kasack das Menschliche in seinem Hörspiel zum Ausdruck bringen. Zwar garantierte die Weimarer Verfassung nach Artikel 118 die Freiheit der publizistischen Betätigung, die gängige Praxis gestaltete sich dennoch anders. Die Überwachungsausschüsse der Sender sortierten aus, was zu politisch war. Somit war auch „Der Ruf“ in neutralen Worten verfasst, die sich von den Nationalsozialisten sehr bequem adaptieren ließen. Das Stück wurde am 12. Dezember 1932 durch die Reichsrundfunkgesellschaft erstmals ausgestrahlt. Es folgte eine erneute Ausstrahlung am 20. März 1933. Zu diesem Zeitpunkt allerdings mit deutlichen Änderungen, die von Kasack nicht signiert waren. So wurden Zitate von Adolf Hitler hinzugefügt und der Nationalsozialismus als Ausweg aus der Arbeitslosigkeit propagiert.

In den 1920er Jahren kamen etwa 60% der Hörspielautoren aus Journalistenkreisen. Das Hörspiel war in allen Gesellschaftsebenen angekommen, jährlich erreichten 1000 bis 2000 unaufgeforderte Hörspielmanuskripte die Sendeanstalten, lediglich 2% wurden davon verarbeitet.²⁷ Zu einigen wenigen Hörspielen konnte ein Begleitheft erworben werden. Technisch gesehen, war es nahezu allen Menschen möglich, Rundfunk zu empfangen. Aufgrund der räumlichen Enge war es jedoch den meisten Menschen nicht möglich, wirklich konzentriert Radio zu hören. So entstand schon früh in der Geschichte des Mediums der Wunsch nach leichter Unterhaltung, nach einem Programm, das „nebenbei“ gehört

²⁶ vgl. Bräutigam (2005), S.381

²⁷ vgl. Krug (2008), S.25

werden kann. Diesen Konsumentenwünschen mussten sich die Hörspielmacher beugen. Experimentelle Stücke waren nicht gefragt. Das Hörspiel war gebunden an Lyrik, Epik und Dramatik. Daher wurde es eher als literarisches Werk angesehen. Dies hat sich bis heute nicht geändert: In den Förderungsanstalten wird das Hörspiel unter der Rubrik „Literatur“ geführt.²⁸

²⁸ vgl. Hörburger (1977), Zum Problem der literarischen und rundfunkpolitischen Anpassung der Hörspielautoren der 20er Jahre an das Medium Rundfunk, Pdf (30.01.09)

2.2.2 Das Hörspiel im Nationalsozialismus - 1933 bis 1945

Hörspiele gab es auch zur Zeit der nationalsozialistischen Herrschaft. Jedoch sank der Anteil an Hörspielen im NS-Rundfunk kontinuierlich ab 1933 von 2% auf unter 1% Prozent im Jahr 1945.²⁹ Die Hörspiele sollten nicht mehr künstlerisch sein; nicht mehr mit Tönen, Geräuschen und Klängen experimentieren. Das Wort, also Dialog und Monolog, standen im Vordergrund. Sie sollten „Unterhaltung und künstlerische Erbauung“ bieten, sowie „Bekanntnis, Gelöbnis, Aufruf, Kampfansage, Empörung“ sein.³⁰ Fast alle Sendeanstalten hatten am Beginn dieser tragischen Epoche eine eigene Hörspielabteilung. Die regionale Prägung lies nach, die Bedeutung des auf Langwelle sendenden „Deutschlandsender“ wuchs, begründet durch die überregionale Nutzung für die Nazipropaganda. Das Hörspiel blieb seiner literarischen Linie treu, das sozialistische Hörspiel verlor aber gänzlich an Bedeutung bis in die Zeit des DDR-Rundfunks hinein. Prägende Hörspielmacher der Weimarer Zeit wie die Regisseure Friedrich Bischoff, Harald Braun, der Intendant des WDR Ernst Hardt oder der Intendant der Berliner Funkstunde Hans Flesch, waren fristlos entlassen worden.

Im Zuge der „personellen Säuberung“ wurde 1933 etwa jeder neunte Mitarbeiter und 98 leitende Angestellte des gesamten Rundfunks, meist jüdischer Abstammung in Deutschland entlassen.³¹ Autoren, die dem linken Spektrum zugeordnet werden konnten, so zum Beispiel Bertold Brecht, Hermann Kesser oder Alfred Döblin, wurden nicht mehr gesendet. Neue Autoren erlangten Popularität, Peter Huchel beispielsweise gehörte im Nationalsozialismus zu den meistgesendetsten Autoren. Das beliebteste Hörspiel des Jahres 1935 war nach einer Umfrage „Verwehte Spuren“, gesendet am 3. Juni 1935 beim Deutschlandsender. Das Hörspiel wurde zur besten Sendezeit ins Programm genommen, von 19 Uhr bis 20 Uhr.³² Im Jahr 1938 wurde es sogar verfilmt. Die Popularität des Stückes war auch

²⁹ vgl. Krug (2008), S.40

³⁰ vgl. Schneider (2003), S.8

³¹ vgl. Dussel (2004), S.88

³² vgl. Krug (2008), S.41

nach dem 2. Weltkrieg vorhanden und es wurde in den Radioprogrammen der Rundfunkanstalten gesendet.

Wie bereits erwähnt, setzte schon 1933 insgesamt eine stete Verringerung der Sendezeit der Hörspiele ein. Bis 1939 sank der Anteil der Hörspiele im Programm auf 0,7%, in den Kriegsjahren gegen Null. Übrig blieben die kurzen Propagandaspiele. 1942 hatten die Stücke eine Länge von circa 40 bis 45 Minuten. Propagandistische und rein politische Stücke dauerten nicht länger als 20 Minuten.³³

Um das antidemokratische Machtgefüge des Rundfunks im Nationalsozialismus zu veranschaulichen, folgt ein kleiner Überblick über die strukturellen Veränderungen des Rundfunks in den ersten Tagen der nationalsozialistischen Herrschaft.

Nach der Machtübernahme Adolf Hitlers am 30. Januar 1933 war parteipolitische Werbung im Rundfunk generell verboten. Dadurch war es keiner Partei gestattet, sich im Rundfunk zu äußern oder eine klare Position zu beziehen. Ministerreden oder politische Berichte waren jedoch zulässig. Das heißt also, die Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei (NSDAP) nutzte den Rundfunk als einzige Partei für ihre agitatorischen Zwecke. Der Rundfunk unterstand dem neu installierten Ministeriums für Volksaufklärung und Propaganda, die Leitung übernahm am 13. März 1933 Dr. Joseph Goebbels. Die Vorgaben für das neue Ministerium waren recht vage formuliert. Der Erlass des Reichspräsidenten schrieb lediglich vor „Aufklärung und Propaganda unter der Bevölkerung über die Politik der Reichsregierung und den nationalen Wiederaufbau des deutschen Vaterlandes“ zu betreiben.³⁴ Alles weitere war dem Reichskanzler überlassen, der Minister Goebbels weitestgehend freie Hand bei der konkreten Umsetzung ließ. Durch die politische und personelle Programmüberwachung durch das Ministerium für Volksaufklärung und Propaganda, wurden die beiden bisherigen Rundfunkkommissare

³³ vgl. Krug (2008), S.42

³⁴ vgl. Dussel (2004), S.83

überflüssig.

Am 30. Juni 1933 erließ Hitler die „Verordnung über die Aufgaben des Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda“, die unter anderem Goebbels Position stärkte und die Länderbefugnisse klar hinter die Reichsinteressen am Rundfunk stellte.³⁵ Die regionalen Rundfunkgesellschaften mussten am 8. Juli 1933 ihre Geschäftsanteile an der Reichs-Rundfunk-Gesellschaft an das Propagandaministerium übergeben. Somit gab es keinen Ländereinfluss auf den Rundfunk mehr. Die Sendegesellschaften der Länder wurden Teil des Reichssenders und somit „Filialen“ der zentralen Reichs-Rundfunk-Gesellschaft. Aus dem Geschäftsverteilungsplan des Ministeriums vom 10. Februar 1936 geht hervor, dass die gesamte Abteilung acht Mitarbeiter zählte, die auf fünf Referate verteilt waren. Referat 1 war zuständig für politische und organisatorische Angelegenheiten, Referat 2 für kulturelle Angelegenheiten, Referat 3 für Rechts- und Verwaltungsangelegenheiten, Referat 4 für technische Angelegenheiten. Das Referat 5 nahm eine Sonderstellung ein für die NS-Gemeinschaft „Kraft durch Freude“. Es gab einen Abteilungsleiter, je ein Mitarbeiter leitete ein Referat. Für alle Referate zusammen gab es zwei Helfer. Konkret heißt das, dass für das Referat 2 – kulturelle Angelegenheiten, dem auch das Hörspiel untergeordnet war – eine Person zuständig war.³⁶

³⁵ vgl. Dussel (2004), S.84

³⁶ vgl. Dussel (2004), S.87

Das Rundfunkprogramm während der nationalsozialistischen Diktatur kann nach Dussel in 5 Phasen eingeteilt werden:

Phase 1 – 1933

Phase 2 – 1934

Phase 4 – 1939 bis 1941

Phase 5 – 1942 bis 1945³⁷

Phase 1 - 1933

Das Jahr 1933 war gefüllt mit propagandistischen politischen Sendungen, Kundgebungen, inszenierten Großereignissen, aber auch Hörspielen. Großereignisse wie das Erntedankfest, der 1. Mai oder der Tag von Potsdam wurden eingebettet in kleinere Berichte und Kurzhörspiele, die die Größe Deutschlands vermitteln sollten. Der Anteil der Hörspiele sank auf unter 1% der Sendezeit.³⁸ Wenn längere Hörspiele im Programm waren, dann im Nachtprogramm nach 22 Uhr. Das Programm war eindeutig von der politisch geprägt. Wortbeiträge aller Art zogen nicht nur die Begeisterung der Hörer auf sich. Häufige und kurzfristige Programmänderungen sowie der rein politische Inhalt sorgten für viel Verärgerung bei den Hörern.³⁹ Das erkannte Goebbels und machte bis Ende 1933 Übertragungen rein politischen Charakters von seiner Genehmigung abhängig. Ein Zitat Goebbels verdeutlicht, dass nicht die einzelne Sendeform als künstlerisches Instrument zu verstehen war, sondern der Rundfunk als Ganzes einer gewissen Dramaturgie folgt, der sich auch das Hörspiel unterzuordnen hat:

„[Es ist] eine meiner ersten Aufgaben, aus dem wilden Tohuwabohu, in dem sich all die Instrumente befanden, die zur Volksaufklärung und zur Massenbeeinflussung dienten, aus dem wilden Tohuwabohu ein organisches Ganzes zu formen. Diesem wilden Tohuwabohu eine Form, einen Sinn und ein Gefüge zu geben und über dieses Tohuwabohu eine zentrale Hand zu stellen, die nun von einer festen und unbeirraren Mittelpunktstelle aus all

³⁷ vgl. Dussel (2004), S.91

³⁸ vgl. Dussel (2004), S.92

³⁹ vgl. Krug (2008), S.45

diese Mittel in Anspruch nahm, um eine unmittelbare, ewig sich erneuernde Beziehung zum Volk zu vollenden und durchzuführen. Im Rahmen dieser großen Gesamtaufgabe hat der deutsche Rundfunk vielleicht den allerwichtigsten Teil, die allerwichtigste Teilaufgabe zu versehen. Der Rundfunk ist das modernste, ich darf wohl auch sagen, das erfolgreichste Massenbeeinflussungsmittel.⁴⁰

Phase 2 - 1934

Im Jahre 1934 wollten die Nationalsozialisten den bürgerlichen Schichten Deutschlands und auch außerhalb zeigen, dass sie sich als Bewahrer und Förderer der deutschen Kulturtradition engagieren. Wichtigster Programmpunkt im Januar 1934 bildete Ludwig van Beethoven. Danach wurde dem Komponisten Richard Wagner große Aufmerksamkeit geschenkt, die Bayreuther Wagner-Festspiele waren ein großer Erfolg.⁴¹ Die Produktionen wurden auch von einigen Sendern im Ausland übertragen. Auch Wortbeiträge kamen ins Programm, zum Beispiel Lesungen großer deutscher Dichter wie Friedrich Schiller und Johann Wolfgang von Goethe. Diese Programminhalte können unter heutigen Gesichtspunkten als Hörbücher bezeichnet werden. Das Hörspiel fand Platz in weniger wichtigen Sendezeiten nach 22 Uhr.

Phase 3 – 1935 bis 1938

In dieser Zeit ist eine Verschiebung der Programminhalte hin zu leichteren Unterhaltungssendungen zu beobachten. Klassische Musik wurde mehr und mehr durch Unterhaltungsmusik ersetzt und der Wortanteil reduziert. Dieser lag 1933 noch bei 10%, 1938 waren es nur noch 5%.⁴² Für die Programmarbeit dieser Jahre galt:

- „1. die Entspannung des Hörers durch leichte Unterhaltungssendungen in den dafür geeigneten Stunden und
2. die Pflicht zu künstlerischer und weltanschaulicher Aufbauarbeit im

⁴⁰ vgl. Krug (2008), S.48

⁴¹ vgl. Dussel (2004), S.93

⁴² vgl. Dussel (2004), S.94

Geiste des Nationalsozialismus.“⁴³

So der damalige Reichssendeleiter Eugen Hadamovsky im Jahr 1935. Da klassische Konzerte und Vorträge nicht gänzlich aus den Programmen gestrichen wurden, sondern auf die „schlechten“ Sendeplätze der Nachtzeit verschoben wurden, fiel weniger Sendezeit für Hörspiele ab. Womit die Zahl der gesendeten Hörspiel weiter reduziert wurde.

Phase 4 – 1939 bis 1941

„Kritische Auseinandersetzungen mit der gegenwärtigen Gestaltung des deutschen Rundfunkprogramms sind völlig unerwünscht. Dagegen sind positive Betrachtungen durchaus erwünscht, wenn sie jeglichen Hinweis auf die propagandistischen Absichten dieser Programmgestaltung vermeiden.“⁴⁴

Dies verkündete das Reichspropagandaamt am 21. November 1941. In dieser Phase wurde der Rundfunk politisch umstrukturiert, d.h. personell gesäubert. Sich nicht der nationalsozialistischen Ideologie beugende Intendanten wurden entlassen oder inhaftiert, so beispielsweise der Intendant Hans Flesch. Autoren wie Johannes R. Becher verließen das Land. Nationalsozialistische Propaganda kam auf Drängen Hitlers verstärkt in den Rundfunk zurück. Eine Mischung aus politischen Wortbeiträgen zur besten Sendezeit in den Abendstunden um 19 bis 21 Uhr gepaart mit musikalischen Unterhaltungssendungen sollten die breite Bevölkerung auf den kommenden Krieg vorbereiten.⁴⁵

Die Kriegsberichterstattung wurde fester Bestandteil der Programme. Die Inhalte machten in den ersten Kriegsjahren keine Schwierigkeiten zumal anfänglich nur „Erfolge“ zu vermelden waren. Hörspiele fanden sich auch in diesen Jahren in den späten Abend- bzw. Nachtstunden. Die Produktions- und Sendezahlen zeigen, dass dem Hörspiel keine Wichtigkeit beigemessen wurde. Einen Hinweis darauf gibt ein Zitat von Joseph Goebbels zur Programmgestaltung in seiner Ansprache zur Eröffnung der Großen Deutschen Rundfunk- und Fernsehausstellung 1939 in Berlin:

⁴³ vgl. Dussel (2004), S.94

⁴⁴ vgl. Krug (2008), S.50

⁴⁵ vgl. Dussel (2004), S.104

„Selbstverständlich darf ein Programm niemals die Aufgabe aus den Augen verlieren, den Geschmack und die Empfindungsfähigkeit der breiten Massen zu kultivieren und zu veredeln. Darüber hinaus aber muss der Rundfunk mit den gegebenen Tatsachen rechnen und sich auf irgendeine Weise ihnen anzupassen versuchen. Das bedingt auch die so oft kritisierte ungeheure Vielgestaltigkeit des Programms eines klug und überlegen geführten Rundfunks. Es ist auch nicht angebracht, in diesem Zusammenhang von einer sogenannten rundfunkeigenen Kunst zu sprechen. Die Kunst des Rundfunks schließt sich mehr oder weniger an die bestehenden und ausgeübten Künste an. Es gibt beispielsweise kein Rundfunkdrama.“⁴⁶

Phase 5 – 1942 bis 1945

Mit dem Beginn des Russlandfeldzuges im Jahr 1941 nahm die Euphorie für den Krieg ab. Durch die Feldpost an Angehörige geriet die Propaganda in ein anderes Licht. Mehr und mehr besorgte Menschen hinterfragten nicht nur die Berichterstattung, sondern auch die gesamte Kriegsführung. Goebbels Ministerium reagierte mit mehr Unterhaltung. Gute Laune hielten die Nationalsozialisten für kriegswichtig. Im Heft 13/14, einer Zeitungsausgabe des Reichsrundfunk vom Oktober 1944 war zu lesen:

⁴⁶ vgl. Krug (2008), S.52

„Reichsminister Goebbels hat in seiner Eigenschaft als Reichsbevollmächtigter für den totalen Kriegseinsatz entschieden, dass das Rundfunkprogramm in gewohnter Vielfalt erhalten bleiben soll; dabei ließ er sich von der Erwägung leiten, dass eben künstlerische Erlebnisse, die im Konzertsaal oder im Theater einigen Tausend zugänglich sind, über den Rundfunk Millionen vermittelt werden können.“⁴⁷

„Die Einstellung der Vortragsabende und Dichterlesungen verpflichten den Rundfunk zu einer stärkeren Intensivierung seiner künstlerischen Wortsendungen. Eine schon begonnene Sendereihe 'Stimme unserer Dichter', in der Dichter aus ihren Werken lesen, wird weitergeführt. Eine neue Sendereihe 'Unsterbliches deutsches Wort' wird Vortragsfolgen aus dem unausschöpflichen Reichtum deutscher Dichtung und Literatur bringen, von Meisterkräften vorgetragen.“⁴⁸ so der Reichsrundfunk 1944/45. Beim Münchener Sender wurde 1944, als das Hörspiel fast gänzlich aus den Programmen verschwunden war, die „Bühne im Hörfunk“ eingerichtet. Die Zeitschrift „Reichsrundfunk“ darüber: „In einer Zeit, in der die Theater geschlossen sind [...] Bühnenkultur lebendig halten“. In den zweimal monatlichen 45 Minuten wurden Lessing, Kleist oder Goethe gesendet. Goethes „Faust“ war das letzte Hörspiel des NS-Rundfunks.⁴⁹

⁴⁷ vgl. Fritzsche (1999), Rundfunk im totalen Krieg, PDF (30.01.09)

⁴⁸ vgl. Fritzsche (1999), Rundfunk im totalen Krieg, PDF (30.01.09)

⁴⁹ vgl. Krug (2008), S.53

2.2.2.1 Nationalsozialistisches und nichtnationalsozialistisches Hörspiel

In der Zeit zwischen 1933 und 1945 gab es zwei übergeordnete Gruppen von Hörspielen. Zum einen das nationalsozialistische Hörspiel und zum anderen das nichtnationalsozialistische Hörspiel.⁵⁰ Das nationalsozialistische Hörspiel instrumentalisierte den Rundfunk eindeutig zum Propagandamittel. Darstellungen politischer Ereignisse als pseudoreligiöse Geschehnisse oder die Betonung des Heldentums einer Nation, waren Mittel, um nicht das Individuum hervorzuheben, sondern die Gemeinschaft. Richard Euringers „Deutsche Passion“ aus dem Jahr 1933 sei hier als Beispiel genannt. Die meisten nationalsozialistischen Hörspiele sind Kurzhörspiele mit einer Spiellänge von 15 bis 20 Minuten. Charakteristisch für diese Hörspiele sind die Darstellung „typisch deutscher“ Verhaltensweisen, Traditionen und Bräuche. Bekannte Hörspielautoren dieser Zeit waren Kurt Eggers, Richard Euringer oder Ottoheinz Jahn. Oft verarbeitete Themen dieser Propagandaspiele waren der Luftschutz, die Spionage, das Zeitunglesen, oder das Abhörverbot ausländischer Sender. Nichtnationalsozialistische Werke sind schlicht keine Propaganda im Sinne der Nationalsozialisten. Es sind Hörspiele, die der Nazideologie aber auch nicht gegenüberstanden und daher ohne weiteres in die Programme der Reichssender aufgenommen werden konnten. Als Beispiel sei erneut auf das Kriegshörspiel „Brigadevermittlung“ von Johannsen verwiesen.

⁵⁰ vgl. Fellner (2005), o.S.

Zusammenfassend kann über die Jahre 1933 bis 1945 gesagt werden, dass der Rundfunk zum Massenmedium geworden ist. Die Zahl der angemeldeten Empfangsgeräte hatte sich vom 1. Januar 1933 bis zum 1. Januar 1938 mehr als verdoppelt (von 4,3 auf 9,1 Millionen) und erreichte mit 16,2 Millionen Hörfunkteilnehmern im Januar 1943 seinen Höchststand.⁵¹ Eine rationelle Arbeitsweise im Sendebetrieb gewährleistet das Magnetofonaufnahmeverfahren, das 1935 von der Allgemeinen Elektrizitäts-Gesellschaft (AEG) auf der 12. Großen Deutschen Funkausstellung vorgestellt wurde und die bis dato genutzte Wachsschallplatte ersetzte. Mit dieser Technik konnte jederzeit, so auch im Falle des totalen Kriegseinsatzes ein „anspruchsvolles“ Vollprogramm gewährleistet werden. Es war Künstlern damit möglich, in einer technisch guten Qualität auf Vorrat zu produzieren. Nach und nach wurden dem Rundfunk immer mehr Soldaten zugewiesen. Seit Beginn des Krieges sind mehr als 50% der Radiomacher Angehörige der Wehrmacht.⁵² Auch aus diesem Grunde ist das Programm der Kriegszeit den Wünschen der Soldaten nach leichter Unterhaltung in Form von musikalischen Sendungen angepasst worden. Das Hauptaugenmerk lag dabei auf einer überregionalen Programmgestaltung, die lokalen Sendeanlagen strahlten das Reichsprogramm und den Deutschlandsender aus. In den 1940er Jahren waren Frauen und „Schwerkriegsbeschädigte“ als Sprecher für das Programm tragend.

⁵¹ vgl. Dussel (2004), S.103

⁵² vgl. Krug (2008), S.46

2.2.3 Hörspiel im Nachkriegsdeutschland - 1945 bis 1960

Die alliierten Streitmächte Frankreich, England und Amerika errichteten in den westlichen Besatzungszonen ein Rundfunksystem nach dem Vorbild der British Broadcasting Corporation (BBC) in England. Die BBC steht als Prototyp für einen gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk wie wir ihn heute kennen. In der sowjetischen Besatzungszone entstand durch die russische Militärregierung ein zentral organisiertes Rundfunksystem.⁵³ Da das Jahr 1945 für Deutschlands eine Zäsur bedeutet, soll auf den Neuanfang des Rundfunks auf beiden Seiten des geteilten Deutschlands separat eingegangen werden.

2.2.3.1 Die Situation in der Sowjetischen Besatzungszone

Am 13. Mai 1945 wird in Berlin in dem unbeschädigten Sender Tegel die seit dem 2. Mai andauernde Funkstille offiziell durch die sowjetischen Besatzer unterbrochen.⁵⁴ In den folgenden Tagen wurde mit Hochdruck gearbeitet und eine Woche später stand den Hörern ein 19 stündiges Vollprogramm zur Verfügung. Die Macher waren Kommunisten, die mit Walter Ulbricht aus Moskau einflogen. Gesendet wurde anfangs nur aus Berlin Tegel und der Berliner Masurenstraße, da diese Gebäude weitestgehend unbeschädigt geblieben sind. Ab dem 1. September 1945 wurde das Berliner Programm auch in Leipzig ausgestrahlt. Am 20. November wurde die „Mitteldeutsche Rundfunk Gesellschaft mbH“ wiedergegründet und nahm in Dresden ihren eigenen Programmdienst auf. Die Landessender Schwerin, Weimar und Halle kamen später noch hinzu.⁵⁵

Die Leitung des Ostdeutschen Rundfunks unterstand der Abteilung Propaganda der sowjetischen Militäradministration, wurde aber bereits am 21. Dezember 1945 der „Deutschen Zentralverwaltung für Volksbildung“ übergeben. Deren Präsident, Paul Wandel, ernannte Hans Mahle zum

⁵³ vgl. Dussel (2004), S.132

⁵⁴ vgl. Dussel (2004), S.132

⁵⁵ vgl. Dussel (2004), S.132

Intendanten. Da der Rundfunk einer zentralen Verwaltung und die wiederum der Staatsführung – erst der sowjetischen Militärs und später der SED – unterstand, wurde aus dem Rundfunk in der sowjetischen Besatzungszone bzw. DDR wieder ein Instrument politischer Interessen.⁵⁶ Beim 1946 gegründeten Mitteldeutschen Rundfunk (MDR) in Leipzig wurden eine Vielzahl von Hörspielen realisiert. 1952 wurde der MDR in Leipzig vorübergehend aufgelöst und das Hörspiel in Berlin zentralisiert. Das erste und wohl populärste Hörspiel der DDR war „Herhören, hier spricht Jesus Hackenberger“ von Walter Karl Schweikert, produziert 1951 in Leipzig. Es war der Monolog eines Wehrmachtangehörigen, der heftige kirchliche Proteste hervorrief.⁵⁷

Der Veröffentlichung einer Hörfunkprogrammstatistik aus dem Jahr 1956 zufolge, bestand das Programm 1955 in der sowjetischen Besatzungszone zu 32% aus Wortsendungen und zu 68% aus Musikprogramm.⁵⁸

2.2.3.2 Die Situation in der westlichen Besatzungszone

Am 1. Mai 1945 wird Hitlers „Heldentod“ über den Rundfunk verkündet, am 2. Mai 1945 besetzt die sowjetische Armee das Funkhaus an der Berliner Masurenallee. „Radio Hamburg“ nimmt am 4. Mai um 19 Uhr als britischer Militärsender den Sendebetrieb auf. Am 9. Mai 1945 wird im Reichssender Flensburg der letzte Wehrmachtsbericht verlesen: „Seit Mitternacht schweigen an allen Fronten die Waffen.“ Am 12. Mai sendet „Radio München“ erstmals als amerikanischer Militärsender. Gemäß der von den Alliierten erlassenen Bestimmungen über Nachrichtenkontrolle wird Deutschen jegliche publizistische Tätigkeit vorerst untersagt.⁵⁹ Dennoch verfolgten die Alliierten das Ziel, die Sendeanstalten schnellstmöglich wieder in deutsche Selbstverantwortung zu übergeben. Als die Amerikaner das Münchener Funkhaus im Mai 1945 eingenommen hatten, waren 35 Amerikaner für den Sendebetrieb verantwortlich. Ein Jahr

⁵⁶ vgl. Dussel (2004), S.144

⁵⁷ vgl. Krug (2008), S. 51

⁵⁸ vgl. Dussel (2004), S.162

⁵⁹ vgl. Dussel (2004), S.187

später waren es nur noch 7 Amerikaner und 370 deutsche Mitarbeiter; im Januar 1949 waren es 4 Amerikaner und 700 Deutsche. Im Juli 1946, nach vielen Reparaturen und Neuinstallationen, kam das Radio München auf werktags 11,5 Stunden und am Wochenende auf 15,5 Stunden Programmdauer. In den anderen Funkhäusern in Deutschland ging die Entwicklung ähnlich voran.⁶⁰

Mit der Länge des Programms wuchs auch seine Vielfalt. Wortbeiträge kamen verstärkt in die Programme zurück, auch das Hörspiel war dabei. Am 5. Juli 1945 sendete der Berliner Rundfunk „Hypnose“ von Josef Pelz von Felinau. Es war das erste Hörspiel nach dem Krieg. Am 13. September 1945 startete Radio Hamburg sein Hörspielprogramm mit Carl Zuckmayers „Der Hauptmann von Köpenick“. Radio Stuttgart, Radio München und der Südwestdeutsche Rundfunk eröffneten ihr Hörspielprogramm nach und nach bis April 1946, vorerst alle mit Adaptionen vorhandener Stücke. Das erste Originalhörspiel war „Der Held“ von Volker Starke, gesendet am 28. Januar 1946 beim NWDR. Die Hörspiele wurden nach dem verheerenden Krieg unter einfachsten Bedingungen produziert und gesendet. In Stuttgart stand ein Übertragungswagen zu Verfügung, in Baden-Baden gehörten Straßenbahn- und Kantinenlärm aufgrund ungedämmter Studios zum Sendeinhalt.⁶¹

Begründet durch die Rationierung des Papiers fehlte es an gedruckter Literatur. Dieser Umstand begünstigte die Entwicklung des Hörspiels zu einem etablierten Teil literarischer Kultur. Dem Rundfunk kam eine ungeahnte und überraschende Bedeutung für die öffentliche Information, Kommunikation und Vermittlung von Kunst und Kultur zu. Bis zum Start des Fernsehens 1952, hatte das Radio noch das elektronische Monopol. Dem Hörspiel kam, da es in den Abendstunden gesendet wurde, eine kommunikationsfördernde Funktion zu. Die Familie traf sich vor dem Empfänger, das Feuilleton diskutierte die Sendungen. Populäre Schriftsteller wie Alfred Andersch, Heinrich Böll, Bertold Brecht, Friedrich

⁶⁰ vgl. Krug (2008), S. 53

⁶¹ vgl. Krug (2008), S. 54

Dürrenmatt oder Günter Grass schrieben Hörspiele. Hörspielbücher und Hörspielanthologien wurden massenweise produziert. Die Honorare waren beträchtlich, 1951 betrug das Höchst Honorar beim Nordwestdeutschen Rundfunk (NWDR) für Manuskripte 2000 DM. Inge Meysel, Harald Juhnke oder Klaus-Jürgen Wussow hatten den nicht neuen, harten und immer noch dominierenden künstlerischen Sprechstil inne und erlangten unter anderem über das Hörspiel Bekanntheit.

Oft dargestellte Themen waren der Krieg, Widerstand, jüdische Menschen und Kultur, aber auch Zeitgeschichtliches. 1950 wurden zusätzliche Hörfunkprogramme auf UKW ausgestrahlt. Die Qualität verbesserte sich, ausgestrahlt wurde in monophonem Ton und mit Blende als einzigen künstlerischem Effekt. Wie in der Weimarer Zeit waren die Sender aufgrund der Technik regional begrenzt und entwickelten sich unterschiedlich. Der NWDR, der sich 1956 in den Norddeutschen Rundfunk (NDR) und den Westdeutschen Rundfunk (WDR) aufteilte, produzierte vorrangig reines Wortkunstwerk. Es sind die erfolgreichsten Hörspiele dieser Jahre in Deutschland, gemessen an der Zahl der Kriegsblindenpreise.⁶²

Der Hessische Rundfunk (HR) in Frankfurt verstand sich als „Mittler zwischen den Stilen“, in Baden-Baden beim Südwestfunk (SWF) etablierte sich der epische Stil und die „große literarische Form“ und der Bayerische Rundfunk (BR), der in den 1950ern ca. 80 Produktionen jährlich umsetzte, richtete sich auf klassische Theaterstücke aus.⁶³

⁶² Auf den Preis der Kriegsblinden Deutschlands wird auf Seite 34 näher eingegangen.

⁶³ vgl. Krug (2008), S. 59

Wie bereits erwähnt, erfreute sich das Radio in den frühen Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg eines großen öffentlichen Interesses. Theater und Kino waren größtenteils noch geschlossen, Zeitungen und Bücher waren aufgrund der Papierrationierung rar. Somit war das Radio in der frühen Nachkriegsgeschichte nahezu konkurrenzlos. Die Hörspiele der Nachkriegszeit bis in die 1950er Jahre lassen sich thematisch schwer zusammenfassen. In den Anfängen, so ab 1946 wurde viel auf Literatur zurückgegriffen, um Hörspiele zu senden.

Wichtige Genres, die sich bei der Recherche herauskristallisiert haben und hier näher untersucht werden sollen, sind:

Das Nachkriegshörspiel

Das Kriminalhörspiel

Das Kinderhörspiel.

2.2.3.3 Das Nachkriegshörspiel

Das Nachkriegshörspiel beschäftigt sich mit den ersten Tagen und Wochen nach dem Krieg, der Heimkehr der Soldaten aus der Gefangenschaft oder aber der Einsamkeit der Menschen, deren Angehörige nicht heimkehrten. Exemplarisch sei auf das Hörspiel „Draußen vor der Tür“ von Wolfgang Borchert verwiesen. Es behandelt den Krieg und den Zusammenbruch des Nazi-Regimes. Die literarische Vorlage wurde eigentlich für das Theater geschrieben. Auf Umwegen gelangte das Manuskript jedoch zum NWDR-Chefdramaturg und späteren NWDR-Intendanten Ernst Schnabel, der für eine rasche und radiospezifische Produktion sorgte. Gesendet am 13. Februar 1947, war das Stück um den Heimkehrer Beckmann ein sensationeller Erfolg. Auf leidenschaftliche Weise wurde die Sinnlosigkeit des Krieges, die Verlorenheit der Überlebenden und deren Heimkehr thematisiert.

2.2.3.4 Das Kriminalhörspiel

Ein Hörspielgenre, welches seinen Ursprung in England hat, ist das Kriminalhörspiel. Bis heute ist es das erfolgreichste Genre des Hörspiels.⁶⁴ 1947 sendete der NWDR Hamburg die erste Kriminalhörspielreihe „Sherlock Holmes Abenteuer“.⁶⁵ Die Fälle des Paul Temple waren von 1949 bis 1959 mit 8 Fällen auf 66 Folgen verteilt und liefen im NWDR, später im WDR. „Die Fälle des Maigret“, von George Simenon, waren seit 1952 in Stuttgart im Programm. Die erfolgreiche Reihe „Gestatten, mein Name ist Carl Cox“ wurde 1963 beim NWDR produziert und von Alexandra und Rolf Becker geschrieben. Alle Produktionen waren angelsächsischer Herkunft. Die Ausnahme bildet hier Georges Simenons „Maigret“: Diese Serie wurde vom SDR in der französischen Besatzungszone produziert und orientierte sich an französischen Vorbildern. Die Reihe um Carl Cox ist die erfolgreichste Hörspielproduktion aller Zeiten. Mehr als die Hälfte der Hörer des Sendegebietes hörten die Krimifolgen. Nach einer Hörspielstudie

⁶⁴ siehe Interviewsauswertung im Kapitel Perspektiven ab Seite 58

⁶⁵ vgl. Krug (2008), S.62

des NWDR aus dem Jahr 1955 hörten 30% der Hörspielhörer das Kriminalgenre am liebsten.⁶⁶ Um dieser Nachfrage gerecht zu werden, gab es in den 1950er Jahren beim NWDR fast jeden zweiten Freitag eine Folge eines Krimis. Beim NWDR wurden 18 serielle Krimiproduktionen von 1950 bis 1960 realisiert. 40% der Krimihörer wünschten sich allabendlich einen Krimi im Radio, 30% einmal die Woche und 30% ist die zeitliche Reihenfolge egal.⁶⁷

2.2.3.5 Das Kinderhörspiel

Mit dem zweiten Boom des Rundfunks wurde auch das Programm für Kinder zum festen Bestandteil der ARD-Programme. Sehr populär war „Meisterdetektiv Kalle Blomquist“, 1954 beim NWDR produziert. Ein ebenso großer Erfolg war die Reihe „Neues aus Waldhagen“. Sie startete 1955 beim NDR und sollte für Schüler der 4. bis 6. Klasse mittels des Lebens im fiktiven Ort Waldhagen den Gemeinschaftskundeunterricht beleben. Das Hörspiel für Kinder gab es bereits in den 1920er Jahren, allerdings mehr im Sinne von Märchenstunden. In der NS-Zeit ging der Anteil des Programms für Kinder mit dem allgemeinen Rückgang der Hörspielsendezeit unter. Nach dem Krieg gab es wieder Vorlesestunden mit den Klassikern der Kinder- und Jugendliteratur. Die 1950er Jahre waren für den Kinderhörfunk eine Hochzeit. Regelmäßig ausgestrahlte Hörspiele, Gute-Nacht-Geschichten und Schulsendungen machten das Radio auch für Kinder zu einem täglich konsumierten Medium.⁶⁸

⁶⁶ vgl. Krug (2008), S. 67

⁶⁷ vgl. Guder (1995), S.17

⁶⁸ vgl. Heinrichs, Horst (2007), S.6

2.2.3.6 Hörspielstudie des NWDR 1955

Es war in den Redaktionen unüblich, Hörerpost zu erfassen. Der NWDR veröffentlichte 1955 eine Studie, die Einstellung und Verhalten der Hörer untersucht. Das Interesse der Gesamthörerschaft am Hörspiel sieht danach folgendermaßen aus:

| | |
|------------------------------|-----|
| sehr starkes Interesse | 39% |
| ziemlich starkes Interesse | 23% |
| durchschnittliches Interesse | 18% |
| ziemlich geringes Interesse | 8% |
| überhaupt kein Interesse | 12% |

100%⁶⁹

In einer Liste der beliebtesten Programminhalte steht das Hörspiel mit 68% Zustimmung auf Platz 4. Das Ergebnis auf die Umfrage nach den beliebtesten Hörspielformen stellt sich wie folgt dar. Da zwei Repräsentativbefragungen durchgeführt wurden, werden je zwei Werte angegeben:

| | |
|---------------------------|--------------------|
| Kriminalhörspiel | 32 % bzw. 30% |
| Lustspiel | 14 % bzw. 17% |
| Alltagsthemen | 14 % bzw. 14% |
| Mundarthörspiel | 10 % bzw. 10% |
| belehrende Hörspiele aus | |
| Geschichte / Wissenschaft | 6 % bzw. 6% |
| klassische Bühnenstücke | 3 % bzw. 4% |
| spezielle Themen | 3 % bzw. 3% |
| keine Angaben | 25 % ⁷⁰ |

⁶⁹ vgl. Guder (1995), S.20

⁷⁰ vgl. Guder (1995), S.20

Weniger beliebte Hörspielinhalte wurden ebenfalls erhoben. Hier zeigte sich folgende Verteilung:

| | |
|---|-------------------|
| verworrene phantastische Stücke | 14% |
| schwere tragische Hörspiele | 13% |
| aufregende Kriminalhörspiele | 12% |
| kitschige Liebeshörspiele | 4% |
| politisch, hetzerische Hörspiele | 4% |
| Hörspiele mit Radauszenen und „fürchterlicher“ Musik | 3% |
| keine Angabe | 50% ⁷¹ |

Aus den Ergebnissen lässt sich ablesen, dass das erfolgreichste Hörspielgenre der 1950er Jahre das Kriminalhörspiel ist, gefolgt von Komik. Auffällig ist, dass bei der Befragung nach den beliebtesten Hörspielarten die exakte Genres benannt werden und bei der Frage nach weniger beliebten Stücken auf Charakteristika und starke Adjektive zurückgegriffen wird.

⁷¹ vgl. Guder (1995), S.21

Generell kann über die 1950er Jahre gesagt werden, dass es ein überaus vielfältiges Hörspielangebot gab. Das Hörspiel selbst genoss hohes Ansehen in der Bevölkerung, die Hörerzahlen waren enorm. In den Jahren 1950 bis 1952 wurden jährlich 500 Hörspiele in den Anstalten des öffentlichen Rechts realisiert. In diesen Jahren entwickelt sich das Hörspiel zu einem wichtigen Bestandteil der Radiolandschaft. Es zeichnet sich durch seine Nähe zum nationalen Sprechtheater aus und war auf das gesprochene Wort konzentriert.⁷²

2.2.3.7 Der Hörspielpreis der Kriegsblinden

1951 wurde der Hörspielpreis der Kriegsblinden eingeführt und 1952 erstmals verliehen. Dies war ein öffentliches und in hohem Maße wahrgenommenes Ereignis. Beteiligt waren Vertreter aus Kultur und Politik. Bis 1950 gab es keine Instanz, die die Leistungen der Hörspielmacher würdigte. Darum initiierte der Schriftsteller Friedrich Wilhelm Hymmen, als Mitglied des Bund der Kriegsblinden Deutschland e.V. (BKD), den Hörspielpreis der Kriegsblinden.⁷³ Zu den Vorgaben des Kriegsblinden E.V. gehört unter anderem, dass das Original-Hörspiel im vorausgegangenen Jahr erstmals ausgestrahlt worden sein muss. Im Jahr 1952 ging der Preis an Erwin Wickerts „Darfst Du die Stunde rufen?“, das vom SDR 1951 produziert und am 4. April 1951 gesendet wurde. In der Jurybegründung zum 1. Hörspielpreis heißt es:

„...kann es nach Meinung des Preisgerichts nicht Aufgabe des Hörspiels sein, endgültige Antworten zu geben, sondern es soll Anlass zum Nachdenken und zur Besinnung bieten. Diese Aufgabe erfüllt Wickerts Hörspiel in einer besonders glücklichen und dem Rundfunk gemäßen Weise...“⁷⁴

Über die Preisvergabe wird von einer Jury entschieden, die sich bis 2001

⁷² vgl. Schneider (2003), S.9

⁷³ Der Bund der Kriegsblinden e.V. wurde von 37 Kriegsblinden am 5. März 1916 gegründet. Eine der Hauptaufgaben bestand darin, den rund 3500 Kriegsblinden nach dem 1. Weltkrieg in Deutschland eine angemessene Versorgung in Sachen Kultur zu ermöglichen. 2005 zählt der Verein 1262 Kriegsblinde und 1760 Witwen als Mitglieder.

⁷⁴ vgl. Hörspielpreis der Kriegsblinden (2001), S.91

aus neun Fachkritikern und neun Kriegsblinden, darunter der Juryvorsitzende, zusammensetzt. Seit 2002 sind weniger Kriegsblinde in der Jury. Alleiniger Träger des Preises war der BKD bis 1994, seitdem wird er gemeinsam von BKD und der Filmstiftung Nordrhein-Westfalen GmbH getragen.⁷⁵ Der Preis ist ein Ehrenpreis und ist für den Preisgekrönten eine große öffentliche Anerkennung und Auszeichnung. Am häufigsten ging die Auszeichnung an den WDR, den BR und den NDR.

⁷⁵ vgl. Link Geschichte unter <http://www.kriegsblindenbund.de/> (19.04.09)

2.2.4 Vom „Neuen Hörspiel“ zum dualen System - 1960 bis 1986

Anfang der 1960er Jahre hatten etwa 95% der Haushalte einen Rundfunkempfänger, jedoch nahm das Interesse in der Bevölkerung am Hörspiel stark ab. Das Fernsehen der ARD, 1952 gestartet, wurde zum neuen allabendlich konsumierten Medium. Am 1. April 1963 startete das ZDF. Beide Programme nahmen dem Radio die Hörer. Die große Zeit der Hörspiele ging allmählich zu Ende. 1967 lag der Anteil des Hörspiels beim HR1 beispielsweise nur noch bei 0,2% der Gesamtseendezeit. Der Anteil schwand, da sich die Sender unter dem Konkurrenzdruck des Fernsehens etwas einfallen lassen mussten und ihr Programm daher der leichten Unterhaltung öffneten. Das Hörspiel wich auf die dritten Programme aus. Der NDR3 oder WDR3 waren beispielsweise neue und gewollte Plätze für das Sendeformat Hörspiel. Bei diesen Kulturprogrammen gab es immerhin den nötigen Raum zur Entfaltung. Mit dem Wechsel der Sendefrequenzen und kleinen Verschiebungen im Gefüge der Hörspielverantwortlichen kann mit dem Beginn der 1960er Jahre eine Neuorientierung im Radio bezüglich der Form der Hörspiele beobachtet werden. Begründet wird dieser Vorgang auch mit einer Vielzahl an neuen und jungen Hörspielmachern.

Auf die folgenden inhaltlichen Ausrichtungen wird in diesem Kapitel noch eingegangen. Das bisher vorherrschende Modell des hauptsächlich durch das gesprochene Wort getragene Hörspiel wurde durch Experimente, akustische Spielereien und das Nutzen technischer Möglichkeiten ersetzt. Die technischen Voraussetzungen haben sich qualitativ deutlich weiterentwickelt, so dass auch umfangreichere Produktionen möglich wurden.⁷⁶ Das Verständnis über den Umgang mit bereitstehendem Audiomaterial zur Hörspielproduktion verschob sich. Gemeint ist, dass nicht nur Sprache und Text Emotionen vermitteln, sondern auch Musik, Geräusche und Töne wichtige dramaturgische Bestandteile eines Hörspiels sind. Daher wurde Musik und Atmosphäre mehr und mehr aus ihrer Hintergrundrolle gelöst.

⁷⁶ vgl. Schneider (2003), S.10

Trotz zahlreicher Koproduktionen zwischen den Sendehäusern, war das Hörspiel der 1960er und 1970er Jahre stark regional geprägt. Zu Beginn der 1970er Jahre war das Hörspiel, rein quantitativ betrachtet, an einem Tiefpunkt angekommen. Qualitativ jedoch war das Hörspiel nie besser.⁷⁷

Es folgt eine Auswahl der am häufigsten in den Programmen der Rundfunkanstalten vertretenen Hörspielgenres der Jahre 1960-1986.

- Das Originaltonhörspiel
- Das stereofone Hörspiel
- Das neue Hörspiel
- Das Pop-Hörspiel
- Das Sciencefiction Hörspiel

⁷⁷ vgl. Krug (2008), S.95

2.2.4.1 Das Originaltonhörspiel

Ein beliebtes Format in Ost- wie in Westdeutschland war das Originalton-Hörspiel. Mit neuen tragbaren Aufnahmegeräten konnten einfach und schnell Menschen befragt und Atmosphären aufgezeichnet werden. Paul Wühr bekam für sein Stück „Preislied“, einer Montage aus diversen Originaltönen, 1972 den Hörspielpreis der Kriegsblinden. Erstmals gesendet wurde das Hörspiel am 4. Juni 1971 beim BR2 nachdem es im selben Jahr beim BR und NDR produziert wurde. Die „Münchener Abendzeitung“ schreibt am Tag der Erstaussstrahlung:

„Durch geschickte Montage ergibt sich so (...) eine mit Allgemeinplätzen, Privatphilosophien, Lebensleitsätzen und Geschwätz gepflasterte Gesellschaft als Kunstwerk.“⁷⁸ Ferdinand Kriwet, Ludwig Harig, Ror Wolf und Paul Wühr waren begehrte Hörspielmacher des O-Ton-Genres. Der Begriff Originalton bezeichnete dabei ebenso Radiomitschnitte als auch Mitschnitte der Autoren selbst. Ein Manuskript war für solche Arbeiten eher unwichtig. Im Vordergrund standen Schnitt und Montage der Bänder und machten den Arrangeur der Aufnahmen und die Bearbeitenden im Schnitt zu den eigentlichen Künstlern dieser Hörspielart. Die Popularität des Originaltonhörspiels im Hinblick auf das Programmangebot endete in den Rundfunkhäusern in den 1980er Jahren rasch.⁷⁹

2.2.4.2 Das stereofone Hörspiel

Als 1963 die Stereophonie eingeführt wurde, gab es auf einmal die Möglichkeit, akustische Raumdarstellungen zu inszenieren. Den Geschichten konnte nun erstmals ein akustisches Panorama gegeben werden, welches für das neue Hörspiel im großen Maße genutzt wurde. Das erste stereofone Hörspiel Deutschlands war „Das Fußballspiel“, 1966 von Ludwig Harig im technisch neu eingerichteten Studio des SR in Saarbrücken produziert. Mit neuer Technik, wie Synthesizer oder Sampler, konnten nun künstliche Geräusche erzeugt werden, die für fiktionale

⁷⁸ vgl. Hörspielpreis der Kriegsblinden (2001), S.133

⁷⁹ vgl. Krug (2008), S.97

Hörspiele eingesetzt wurden. Vor allem junge Menschen mochten diesen Sound. Neue Komponisten wie Amon Düül oder Herbert Grönemeyer nutzten diese technischen Möglichkeiten ausgiebig..

2.2.4.3 Das neue Hörspiel

Im Laufe der 1960er Jahre drängte eine neue Generation zur Kunst, die, obwohl die Lyrik noch Programmpunkt Nummer 1 war oder gerade deswegen, sich an der experimentellen Form des Hörspiels der Weimarer Zeit orientierte. 1968 tauchte der Begriff vom Neuen Hörspiel auf. Angelehnt an die Weimarer Tradition waren es verspielte, nicht nur auf das Wort beschränkte und sehr experimentierfreudige Produktionen. Das neue Hörspiel war zwar nur eine von etlichen Hörspielformen, es gewann aber zunehmend an Beachtung. Rund 25% der Hörspiele des NDR stammten 1973 aus diesem Genre. Der österreichische Hörspielautor und ehemalige Chefdramaturg des NDR, Franz Hiesel, über die Experimentierfreudigkeit der Autoren der späten 1960er Jahre:

„Innovationen und Versuchsproduktionen, ein unerwarteter Zustrom von Autoren, die bisher einen Bogen um jede Rundfunkanstalt gemacht haben, der Verzicht auf etablierte Formen, Mittel und Inhalte ändern das bisherige Selbstverständnis Hörspiel und verleiten zu einer offenen Definition: Hörspiel, das ist auch Textmontage, Collage, Schall- und Sprachspiel, Happening und O-Ton-Schnittfolge. Manuskript ist Partitur, ist künstlerische Aufzeichnung oder Notation mit graphischem Eigenwert.“⁸⁰
Mit diesen Worten ist eine Sichtweise skizziert, die heute im allgemeinen für den Begriff Hörspiel steht.

2.2.4.4 Das Pop-Hörspiel

Dass das Hörspiel unter den aktuellen Bedingungen – der Konkurrenz durch das Fernsehen und der Wunsch nach leichter Radiokost – seine besten Zeiten hinter sich hatte, war nicht nur an der Verschiebung in nächtliche

⁸⁰ vgl. Fellner (2005), Die Geschichte des Hörspiels, Literaturwissenschaftliche Arbeit, Pdf (30.01.09)

Sendezeiten ablesbar. Leichte Unterhaltung funktionierte im Radio besser als Wortsendungen. Daher wurde versucht, das Funktionierende mit dem Hörspiel zu verbinden. Das Pop-Hörspiel war das Resultat dieser Bemühungen. Rückblickend verschwand es aber genauso schnell wie es aufkam. 1971 wurde beim SWF das erste sogenannte Pop-Hörspiel produziert. Alfred Behrens war der Initiator des Stückes mit dem makaberen Titel „John Lennon, du musst sterben“. Nahezu die Hälfte des Hörspiels bestand aus Musik der Beatles, so der damalige SWF-Hörspielchef Hermann Naber.⁸¹ Diese Hörspiele waren, wie bereits erwähnt, ein Versuch an die erfolgreicherer Unterhaltungssendungen anzuknüpfen. Doch so schnelllebig wie die Pop-Musik ist, so kurz ist auch der Erfolg des Pop-Hörspiels.

2.2.4.5 Das Sciencefiction Hörspiel

Sciencefiction-Hörspiele erfreuten sich zu Beginn der 1980er Jahre einer wachsenden Aufmerksamkeit. Bereits 15 Jahre zuvor hatten Autoren wie Günter Eich, Friedrich Dürrenmatt oder Christa Reinig Sciencefiction-Stoffe verarbeitet. Auch in den Funkhäusern war dieses Genre nicht neu. In der Amtszeit des Hörspielchefs beim Deutschlandfunk, Dieter Hasselblatt, wurden von 1963 bis 1974 mehr als 100 Sciencefiction-Hörspiele ausgestrahlt. 1972 gab es ein Preisausschreiben für Sciencefiction-Hörspiele beim SDR und WDR. Am 6. Juni 1975 sendete der BR als erster deutscher Sender die Originalfassung von Orson Welles' „The War of the Worlds“. Das Stück hatte nach seiner Erstaussstrahlung am 30. Oktober 1938 in den USA für eine Massenpanik gesorgt, da man aufgrund der reportageähnlichen Machart glaubte, eine Invasion der Marsmenschen am Radio mitzerleben. 1977 wurde die deutsche Fassung, „Krieg der Welten“ beim WDR unter Klaus Schöning realisiert. Den Gipfel der Popularität erreichte das Genre mit Douglas Adams sechsteiliger Serie „Per Anhalter ins All“. Produzierende Sender waren der BR, SWF und WDR im Jahr 1981.

⁸¹ vgl. Krug (2008), S.90

2.2.4.6 Hörspiel in der Deutschen Demokratischen Republik

Bekannte Autoren der 1970er Jahre in der DDR waren Erich Loest, Wolfgang Kohlhaase oder Joachim Walther. Das Hörspiel in der DDR blieb von der Entwicklung in Westdeutschland unbeeinflusst, da der Austausch zwischen Ost und West minimal war. Inwieweit Hörspielmacher der DDR von Hörspielen aus der BRD beeinflusst waren, kann an dieser Stelle nicht belegt werden. Dass Westmedien konsumiert wurden, steht außer Frage. Noch in den 1970er Jahren wurden Störsender in Grenznähe aufgebaut, die das Signal der feindlichen westlichen Sender mit einem Pfeifton überlagerten. Die Anspannung des kalten Krieges zog sich auch durch das Radio. Der Dramaturg und ehemalige Hauptabteilungsleiter des Rundfunks der DDR, Peter Gugisch, äußert sich 1992 darüber so:

„Im Laufe von Jahrzehnten hat der DDR-Rundfunk kaum ein Dutzend westdeutscher Hörspielproduktionen übernommen. Wenn Eich (...) ins Programm kommen sollten, dann mussten sie neu inszeniert werden.“⁸² Die Produktivität des ostdeutschen Rundfunks bleibt ab 1969 mit jährlich 50 bis 100 Neuproduktionen konstant. Produziert wurden Hörspiele als Adaption epischer Werke, stoffliche Übernahmen anderer Länder oder Hörspiele nach Bühnenwerken. Der Krimi ist mit der Reihe „Krimi am Freitag“ ebenfalls vertreten.⁸³ Vielseitig waren auch die Hörspielproduktionen für Kinder und Jugendliche. Die Märchen der Gebrüder Grimm, Hans Christian Andersen und andere Kindergeschichten wie die um Alfons Zitterbacke von Gerhard Holtz-Baumert oder Hansgeorg Stengels Struwwelpeter wurden im Verlag Litera auf Schallplatte und später Kassette veröffentlicht. Natürlich wurden sie auch im Radio gespielt. Die Schallplatten waren bei einem Preis von 12,10 Mark erschwinglich und ein durchaus beliebtes Medium.

⁸² vgl. Krug (2008), S.101

⁸³ vgl. Titelindex unter <http://www.ddr-hoerspiele.de/Titel.html> (08.05.2009)

Die neun ARD-Landesrundfunkanstalten, der RIAS-Berlin und der Deutschlandfunk sendeten gegen Ende der 1970er und Anfang der 1980er Jahre rund 1500 Hörspiele jährlich. Darunter sind große Produktionen und Serienproduktionen. Den größten Teil machen aber die Kurzhörspiele in einer Länge von bis zu 15 Minuten aus. In einer Programmstatistik von 1980 wurden Hörspiele mit 0,8% Programmanteil angegeben, Werbung vergleichsweise mit 1,6%.⁸⁴ Zwei Jahre zuvor äußerte sich der damalige ARD-Vorsitzende Wilhelm von Sell positiv zur Situation: „Das Hörspiel hat seine Bedeutung steigern können (...) Dieses Programmangebot ist heute so offen und vielgestaltig wie nie zuvor in der Geschichte des Hörspiels.“⁸⁵ Die Einschätzung, dass das Programmangebot sehr vielseitig war, kann durchaus bestätigt werden. Dennoch ist zu betonen, dass der Programmanteil aber verschwindend war. Mit der Etablierung des regelmäßigen Fernsehprogramms in Deutschland wurde es für das Radio als Medium schwer. Die Entwicklung des Hörfunks von einem umfassenden Massenmedium zu einem Instrument kultureller Veranstaltungen für interessierte Minderheiten deutet sich an.⁸⁶ Das Radio entwickelt sich zu dem, was es heute ist. Ein Begleitmedium, welches seine Haupthörzeit um 8 Uhr hat und deren Nutzung bis 18 Uhr abnimmt. Im Nutzungsverhalten ist ein Einbruch von 18 bis 20 Uhr zu verzeichnen. Das Fernsehen hingegen erreicht seine Hauptnutzungszeit gegenwärtig um 21 Uhr. Diesen Platz hat das Radio in den 1960ern abtreten müssen.

⁸⁴ vgl. Krug (2008), S.82

⁸⁵ vgl. Krug (2008), S.100

⁸⁶ vgl. Guder (1995), S.6

2.2.5 Das Hörspiel ohne Radio - 1986 bis 2000

In Deutschland hatte der öffentlich-rechtliche Rundfunk seit den Anfängen des Radios eine Monopolstellung. Im Jahr 1984 gingen in Deutschland mit den Fernsehsendern PKS (heute SAT1) und RTL plus (heute RTL) die ersten privaten Rundfunkstationen auf Sendung, die Weichen für die gesetzliche Regelung waren bereits gestellt. 1986 wurde das Urteil des Bundesverfassungsgericht, dass private Medien zulässig sind und parallel zu den Anstalten des öffentlichen Rechts bestehen können rechtskräftig gemacht und im Rundfunkstaatsvertrag festgehalten. Die Regelung begründet sich wie folgt, private Medien finanzieren sich durch Werbung, sind somit vom Massengeschmack abhängig. Darin besteht die Gefahr, dass die Meinungsvielfalt im Rundfunk verloren geht, wenn die öffentlich-rechtlichen diese Grundversorgung nicht absicherten. Das duale Rundfunksystem ist wesentlicher Bestandteil der Rundfunkordnung in Deutschland.

Eine steigende Zahl privater Sender stand nun den öffentlich-rechtlichen gegenüber. Ein Beispiel zum Verdeutlichen der Situation ist Hamburg. In den 1920er Jahren gab es in der Hansestadt einen Sender, 1956 gab es 3 NDR-Wellen, nach 1985 mehr als 30 empfangbare Sender. Das hatte zur Folge das die etablierten Sender des öffentlichen Rechts neu positioniert und formatiert wurden. Das Hörspiel fand in den neuen privaten Programmen keinen Platz, bei den Anstalten der ARD dagegen hielt sich das Angebot an Hörspielen, bekam aber durch das Mehr an Senderauswahl ein Weniger an Beachtung. Die Literarische Rezension, die Kritik der Zeitschriften, die wissenschaftliche Analyse, das Interesse der Schulen und das Erscheinen von Hörspielbüchern befand sich in dieser Zeit im völligen Aussterben. In der Neuorientierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wurde das Kurzhörspiel, das Feature beliebter. Diese Kurzproduktionen wurden regelmäßig morgens oder mittags in die Programme gestreut, waren einzelne Geschichten oder auch Reihen die über einen gewissen Zeitraum zur gleichen Zeit gesendet wurden und sich bis heute in den Programmen

halten können. Hörspiele in einer bisher üblichen Spieldauer von etwa einer Stunde hielten ihren Platz in den Nachtstunden der Kulturwellen, d.h. in den Dritten, bzw. den Zweiten Programmen. 1987 bestand etwa 0,7% des Programms der ARD-Anstalten aus Hörspielen. Jährlich wurden in den Sendeanstalten der ARD circa 1.000 künstlerische Hörspiel gesendet, pro Jahr waren etwa 150 Neuproduktionen dabei, Kurzhörspiele sogar um die 500 Neuproduktionen im Jahr. Der HR sendet pro Jahr 220 Hörspiele, der HR-Intendant Hartwig Kelm äußert sich 1986 folgendermaßen über die Kosten des Hörspiels: „Diese 220 Sendungen kommen mit Etatmitteln zustande, die nicht höher sind als die Produktionskosten eines einzigen Fernsehfilms“ 1992 sagte der SWF-Intendant über die Kosten: „Die Kulturprogramme, in denen die Hörspiele ihren Platz haben, erreichen nur 10% der Hörer, verursachen aber einen Kostenanteil von bis zu 40%“ Dabei gilt zu bedenken, dass nicht nur Hörspiele in den Kulturprogrammen gesendet werden. Trotzdem musste unter dem Konkurrenzdruck die Effizienz gehoben und die Kosten gesenkt werden. 1987 lagen die Programmkosten bei 577 DM pro Sendeminute, 1996 waren es 480 DM. Dennoch lies sich die ARD das Genre Hörspiel mehr kosten als beispielsweise den Bereich Sport. 1992 gab die ARD 62 Millionen DM für Hörspielproduktionen aus, im gleichen Jahr 44 Millionen DM für Sport und zum Vergleich 77 Millionen DM für Unterhaltung.⁸⁷ Als Konkurrenten empfand man den Privatfunk lediglich in den Hörspielredaktionen nicht. Hans Rosenhauer, der Hörspielregisseur und ehemalige Hörspielchef des NDR:

„Das hat uns nicht interessiert. (...) weil die gar keine Hörspiele machten“

⁸⁷ vgl. Krug (2008), S.113

2.2.5.1 Der politische Wandel 1989

Mit der politischen Wende 1989 wurde das Sendegebiet der ARD und die Anzahl der ARD-Sender größer. In der ehemaligen DDR löste sich der Rundfunk von den realistisch-erzählenden-parteitreuen DDR-Hörspielen. Sprecher wie Kurt Böwe, Corinna Harfouch oder Dieter Mann traten nun bundesweit in Erscheinung. Durch Hörstücke, die aus Originaltönen des politischen Umbruchs zusammengestellt wurden, rückte das Originalton-Hörspiel kurzzeitig zurück in die öffentliche Wahrnehmung. Ein solches Hörspiel wie das 1990 von Karl-Heinz Schmidt-Lauzemis' und Ralph Oehmes beim Hessischen Rundfunk (HR), Sachsenradio und Sender Freies Berlin (SFB) produzierte „Stille Helden siegen selten“ erhielt ein Jahr später den Kriegsblindenpreis.⁸⁸ Deutsch-deutsche Themen sind seit der Wende in den Programmen der Sender aktuell, die Sendeanstalten kooperierten intensiv. Vielfältig war das Angebot insbesondere von Hörspielen über das neue Deutschland, den zerfallenen Ostblock, die Staatssicherheit und die Neuorientierung einer kompletten Gesellschaft.

Im Zuge der Wiedervereinigung wurden die Sendeanstalten der DDR Teil der ARD. In den folgenden Jahren bis zur Jahrtausendwende durchlief das Hörspiel tiefgreifende Veränderungen. Zum Einen änderten sich die technischen Voraussetzungen dahingehend, dass nicht nur Studios mit der digitalen Technik ausgerüstet waren, sondern Computer, Schnittprogramme, Mikrofone und Aufnahmegeräte auch für den privaten Gebrauch allmählich erschwinglich wurden. Bald konnten Hörspiele auf dem heimischen PC produziert werden. Die Radiosender setzten auf Großproduktionen, ein Beispiel: Die Romanübernahme „Herr der Ringe“ ergab 30 Folgen und kam insgesamt auf über 11 Stunden Spielzeit. Eine einfachere und billigere Form der Romanübernahme war, die Bücher zu lesen. Zwar fanden sogenannte Hörbücher in den Hörspielprogrammen wenig Platz, dennoch setzte gegen Ende der 1990er Jahre der Erfolg des gelesenen Buches ein.

Eine weitere Entwicklung war das Ammer-Hörspiel, mit dem sich das Hörspiel von der Radiofrequenz löste und in Theatern oder anderen

⁸⁸ vgl. Hörspielpreis der Kriegsblinden (2001), S.167

öffentlichen Plätzen aufgeführt wurde. Es nahm den Charakter eines Events an.⁸⁹ Darüber hinaus wurden die Hörspielkassetten immer beliebter. Nachfolgend wird näher auf den Begriff „Kassettenkinder“ eingegangen. Die preiswerten Hörspielkassetten von Benjamin Blümchen und Co. fanden sich bald in allen Kinderzimmern. Mit den Kassettenkindern wuchs eine Generation heran, die mit anderen Konsumvorstellungen an das heutige Hörspiel herangeht im Vergleich mit der Generation, die das Hörspiel lediglich aus dem Radio kennt.

2.2.5.2 Das Hörspiel im Handel

Bereits in den 1960er Jahren gab es die Idee, Hörspiele unabhängig vom Radio kommerziell auf den Markt zu bringen. Das 1965 gegründete Hörspiellabel Europa der Miller International Schallplatten GmbH lief anfänglich schlecht. Die Veröffentlichung von Märchenlesungen und Abenteuerhörspielen war für die Kinder und Eltern der damaligen Zeit eine mit Skepsis betrachtete Neuheit. Bis 1985 erschienen 1.200 Hörspiele zum Einheitspreis von 5 bzw. 6 DM.⁹⁰ Damit unterboten sie jegliche Konkurrenz. Ende der 1980er Jahre geriet die Hörspielproduktion wegen schlechter Verkaufszahlen ins Stocken. Hauptgrund war eine Interessenverschiebung der Kinder und Jugendlichen zu den Computerspielen. Dennoch hatte das Label mit Produktionen wie „Die Drei ???“ oder „TKKG“ großen Erfolg und es aufgrund des geringen Preises in fast jedes Kinderzimmer geschafft. Es kann daher von einer ganzen Generation der „Kassettenkinder“ gesprochen werden. Diese Art der Verwertungen von Hörspielen sowie der Verkauf von Hörspielkassetten wurden von den öffentlich-rechtlichen Sendern nur zögerlich aufgegriffen. Gegen Ende der 1980er Jahre gab es zwar schon ein beachtliches Angebot, das von Wolfgang Borcherts Nachkriegsstück „Draußen vor der Tür“ über Douglas Adams „Per Anhalter ins All“ bis zu J.J.R. Tolkiens „Der kleine Hobbit“ reichte. Dennoch blieben Veröffentlichungen durch die Anstalten des öffentlichen Rechts auf diesem

⁸⁹ Das Ammer-Hörspiel wird auf Seite 48 näher erläutert.

⁹⁰ vgl. Krug (2008), S.120

Wege die Ausnahme. 1991 vertrieb der BR Hörspielproduktionen über die TR-Verlagsunion Hörspiele. Der HR bot Stücke ab 1992 über den HÖR-Verlag an. 1999 gründeten der Aufbau-Verlag und der SWR den „D>A<V“, der Audio Verlag. Gesellschafter des DAV sind heute die SWR Media Services GmbH und die WDR mediagroup GmbH, die Media-Tochter des Westdeutschen Rundfunks, der SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG, die RBB Media GmbH sowie der Aufbau-Verlag. Durch die Besteuerung von Hörproduktionen verschiedener Rundfunksender kommt der Verlag inzwischen auf annähernd 300 Hörbücher, Hörspiele und Lesungen.⁹¹ Gegen Ende des Jahres 1999 konnten bei etwa 150 Hörspiel- und Hörbuch-Labels rund 6500 Hörbuchtitel bezogen werden.⁹²

Im Jahr 1999 vollzog sich ein Paradigmenwechsel. Gemeint ist das Verhältnis der Veröffentlichung auf dem Markt zum Sendezeitpunkt im Radio. Mit dem von BR und MDR produzierten Hörspiel „Mephisto“ nach Klaus Manns Roman wurde das Verhältnis zwischen Sendezeitpunkt im Radio und Veröffentlichung auf dem Markt erstmalig gedreht. Bis dahin wurden Hörspiele stets vom Radio erstgesendet.

Später wurde das Erscheinen im Handel 14 Tage bis einen Monat vor der Sendung im Radio zur Regel.⁹³

⁹¹ vgl. <http://www.dav.aufbau-verlag.de/index.php4?page=5700> (08.05.09)

⁹² vgl. Krug (2008), S.115

⁹³ vgl. Krug (2008), S.148

2.2.5.3 Das Ammer – Hörspiel

Das Hörspiel löste sich etwa in der Mitte der 1990er Jahre vom Radio als Präsentationsmedium. Das heißt, das Hörspiel wurde auch auf anderen Wegen einem Publikum zugänglich gemacht. Einer dieser neuen Wege war das Live-Hörspiel. Der Autor, Journalist und Hörspielmacher Andreas Ammer inszeniert immer wieder Hörspiele für Rundfunkanstalten. Er gehört zu einer Reihe von Autoren und Regisseuren, die das Hörspiel durch die Einbindung von Pop-Elementen und Live-Aufführungen grundlegend verändert haben. 1995 erhielt Andreas Ammer für seine 1994 live aufgeführte Radio-Oper „Apocalypsa Live“, unterstützt vom BR, dem Bayerischen Staatsschauspiel und dem Marstall-Theater München, den Kriegsblindenpreis. 2001 erhielt er ihn für das Hörspiel „Crashing Aeroplanes“ zum zweiten Mal. Er ist der bisher einzige Hörspielautor, der diesen Preis zweimal bekommen hat. „Apocalypse Live“ ist ein multimediales Produkt. Das Hörspiel konnte erstmals als Event erlebt werden. Der BR war damit als Rundfunkstation Vorreiter einer solchen Hörspielpraxis. Andreas Ammer kommentiert die neue Hörspielpraxis 1996: „So, wie früher einmal Theaterstücke für das Hörspiel adaptiert wurden, gilt es heute, Hörspiele zu schreiben, die aus dem Medium heraus in der Welt ihren Platz finden, vielleicht auch auf Bühnen funktionieren können – und es gilt, Wege zu finden, die in der Produktion so aufwendigen Kunstgebilde Hörspiele auch anders als nur in dem flüchtigen Medium der Ätherwellen und in den unzugänglichen Archiven der Rundfunkanstalten zu bewahren.“⁹⁴

Es gibt eine Reihe weiterer Hörspiel-Events. Unter dem Motto „Hörspiel wie vor 70 Jahren“ veranstaltete der WDR 1994 eine öffentliche Inszenierung von Konrad Hansens Krimi „Mord zu vier Händen“ im WDR-Funkhaus. Im Jahr 1996 spielte der HR in literarischer Zusammenarbeit mit dem „Theater am Turm“ in Frankfurt/Main John Bergers „Ist es, ist es nicht?“. Der SWF führte im März 1996 im „Theater im Turm“ Heiner Goebbels „Schwarz auf Weiß“ auf. Dieses Event wurde aufgezeichnet und

⁹⁴ vgl. Krug (2008), S.128

am 13. Februar 1997 beim SWF als Hörspiel gesendet bzw. als Abendkonzert am 18. Februar 1997 beim SWF ausgestrahlt. Grundlage für das Hörspiel waren Mitschnitte aus der Theateraufführung. Es folgte eine Veröffentlichung auf CD und am 4. Juni 1997 wurde eine Fernsehfassung auf ARTE ausgestrahlt. Das öffentlich-rechtliche Fernsehprogramm 3sat sendete in einer Hörspielnacht am 2. November 1996 „play Dürrenmatt“. Auf dem Bildschirm war lediglich ein Tonbandgerät zu sehen, das ein Hörspiel abspielte. So wurde aus dem Hörspiel erstmals ein medienübergreifendes Ereignis.

2.2.5.4 Romanverarbeitung

Seit Mitte der 1980er Jahre stieg die Zahl der Romanübernahmen als Hörspielstoff. 1988 war jede fünfte Produktion eine solche Übernahme. 1992 setzte Bernd Lau J.R.R. Tolkiens Bestseller „Herr der Ringe“ mit dem SWF und dem WDR zu 30 Hörfolgen um. Es war das erste rein digital produzierte Hörspiel. 1995 inszenierte Hartmut Kirste mit dem SWF und MDR Jostein Gaarders „Sofies Welt“. Das Hörspiel hatte insgesamt 15 Folgen und eine Länge von 6 Stunden. Das Buch sowie das Hörspiel wurden ein Erfolg; der Hörverlag verkaufte in vier Jahren nach Erscheinen über 100.000 Stück zu je 98 DM.⁹⁵

2.2.5.5 Digitale Technik

Mitte der 1980er Jahre hielt die digitale Technik Einzug in die Studios der Sender. Eines der ersten digitalen Studios war das Studio7 vom WDR. „Die Revolution findet in den Technikräumen statt“, schrieb WDR-Toningenieur Benedict Bitzenhofer.⁹⁶ Die digitale Technik erleichterte die Arbeit und verringerte die Kosten der Hörspielproduktion. Das gilt auch für freie Studios, die zu keinem Radiosender gehörten. Hörspiele konnten nun, zu einem vertretbaren Preis, von Jedermann auf dem heimischen Computer produziert werden. 2006 erschien eine erste Anthologie der freien

⁹⁵ vgl. Krug (2008), S.135

⁹⁶ vgl. Bitzenhofer (1994), S.5

Hörspielszene beim Mairisch Verlag Hamburg unter dem Titel „pressplay“. Die digitalen Arbeitsmöglichkeiten veränderten die Hörspielpraxis deutlich.

2.2.5.6 Entwicklung der Programmanteile

Im Jahr 1998 schloss sich RIAS und DS Kultur zu Deutschlandradio Berlin zusammen und wurde zum quantitativ wichtigsten Hörspielanbieter. Der Sender stellte mit einem Programmanteil von knapp 3% Hörspiele zur Verfügung. Der NDR, 1988 einer der drei größten Hörspielanbieter, nahm in einer strukturellen Neuorientierung den Programmpunkt Hörspiel fast gänzlich heraus. Im Jahr 1998 sind beim NDR lediglich 0,1% des Programms mit Hörspielen belegt. Alle übrigen Sender richteten ihr Hörspielangebot ähnlich aus. Sie pegelten sich zwischen 0,3% (1998, SR) und 0,9% (1998, MDR) ein.⁹⁷ Um die Jahrtausendwende verzeichnete das Hörspiel den niedrigsten Programmanteil seiner Geschichte.

⁹⁷ vgl. Krug (2008), S.138

2.3 Hörspielsituation von 2000 bis 2009

Das Hörspiel ist heute fast ausschließlich in den Kulturprogrammen der öffentlich-rechtlichen Anstalten zu finden. Im Privatrado spielt es keine Rolle. Die Radiokunst ist zu einem Nischenprodukt für einen kleinen und festen Hörerkreis geworden. Die Hörer der Kulturprogramme haben einen hohen Altersdurchschnitt. Bei den HörerInnen des MDR Kultur in Sachsen, der einen Hörspielanteil von 2,6% verzeichnet, lag der Altersdurchschnitt im Jahr 2008 bei 52,1 Jahren. Damit gehört MDR Kultur zu den jüngsten Kulturprogrammen in der ARD, so der Programmchef des MDR Figaro Dr. Detlef Rentsch.⁹⁸ Die Sender sind bemüht, dieser Situation entgegen zu wirken. Helfen sollen neue Hörspielkonzeptionen und eine weitere Öffnung zum Buchmarkt. Ein wesentlich jüngeres Publikum erreichen die bereits diskutierten Hörspielkassetten, die zu einem geringen Preis erworben werden können. Bis 2000 wurden 2,16 Millionen Kassetten von „Die Drei ???“ verkauft. Dass das Hörspiel für Kinder und Jugendliche noch interessant ist, belegt ein aktuelles Beispiel: Einigen Kelloggs Produkten sind CDs mit Hörspielfolgen von „Die Drei ???“ beigelegt. Carmen Triesch vom Kelloggs Verbraucher-Service erklärt auf eine Anfrage des Autors die Packungsbeilage: „Wir haben uns für diese Hörspiele entschieden, weil DIE DREI ??? und eben auch die Hörspiele dazu zurzeit sehr aktuell sind. Darüber hinaus sind sie für die Zielgruppe der Aktionsprodukte geeignet und bei Kindern auch sehr beliebt.“⁹⁹

Die Marketingstrategie von Kelloggs verdeutlicht, dass das Hörspiel in Bezug auf seine Verbreitungswege vom Radio unabhängig geworden ist. Es wird losgelöst vom Radio produziert und ebenso ist der Konsum nicht mehr vom Radio abhängig. Außerdem sind Hörspiele Teil von Ausstellungen geworden; Vernissagen nutzen das Hörspiel, um Emotionen zu tragen. Es

⁹⁸ Rentsch, über das Kulturradio, Pdf (08.05.09)

⁹⁹ Die Auskunft von Carmen Triesch wurde dem Autor nach Anfrage am 08.04.09 per Mail gegeben

gibt eine Vielzahl von Hörspiel-Festivals. Auf der Leipziger Buchmesse ist aus der Hörspielecke eine Hörspielhalle geworden. Nichtsdestotrotz ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk noch immer der größte Hörspielanbieter. Viele öffentlich-rechtliche Radioanstalten führen eigene Events durch, wie zum Beispiel „HörKino“, „Hörspiel unterm Blätterdach“ oder die „Kriminächte im Schlossgarten“.¹⁰⁰ Das sind Hörspielvorführungen in öffentlichen Einrichtungen – Kinos oder Open-Air-Bühnen – die auch im Sendeprogramm übertragen werden. Die Radioanstalten eröffnen mit diesen Veranstaltungen die Möglichkeit, das Gehörte mit den Autoren und Regisseuren in Podiumsdiskussionen zu besprechen. Das Hörspiel wird als Event inszeniert. Das bedeutet auch, dass die vor noch 15 Jahren existentiell gefährdete Sende- und Kunstform einen grundlegenden Imagewandel durchlebt hat. Mittlerweile hat sich eine freie Szene entwickelt, die eigene Events veranstaltet und Hörspiele freier Autoren und Produzenten vorstellt. Der Leiter der Abteilung Hörspiel und Medienkunst beim Bayerischen Rundfunk sieht in dieser Situation eine Chance, die autonomen audiokünstlerischen Produktionen in eine Bezug zu denen des Rundfunks zu stellen: „Von dieser Kontextualisierung könnte ein Impuls für Programm und Diskurs ausgehen.“¹⁰¹ In die Zusammenarbeit mit freischaffenden Künstlern müsse noch investiert werden. Dazu bedarf es allerdings dazu der Vergrößerung der redaktionellen Autonomie. Die Hörspielprogramme der Anstalten stehen stets im Austausch mit der Dramaturgie, der Übernahme und Koproduktion. Externe Produzenten sollten stärker in diese Kreisläufe eingebunden werden. Dazu äußert sich Herbert Kapfer wie folgt: „Dem alten Medium Rundfunk wächst eine neue Vermittlungsfunktion zu, die darin besteht, die von Autoren, Musikern, Produzenten, Medienkünstlern und -theoretikern intendierten Verknüpfungen der Künste mit zu unterstützen und voranzutreiben. Der zu organisierende Verbund von Mediensystemen läuft auf die Überwindung bestehender Genre- und Strukturgrenzen hinaus und erfordert ein Kunst- oder

¹⁰⁰ vgl. Schopper (2005), S.11

¹⁰¹ vgl. Kapfer, Hörspiel und Medienkunst – Zur Situation des Hörspiels, Pdf (20.02.09)

Produktionsmanagement, das über multimediale Kompetenz verfügt und koordinierte Sendeplätze in den Medien Hörfunk, Fernsehen und Internet einräumen kann..¹⁰²

Die aktuelle Situation des Hörspiels beschreibt der Journalist, Hörspiel- und Fernsehkritiker Christian Hörburger mit den Worten:

„Was ich da reizvoll daran finde ist, dass der Hörer eben auch (...) als Produzent auftreten kann. Man kann ein Hörspiel im Internet auch fortschreiben (...) es weiterentwickeln.“ Er spricht von einem nichtstatischen Hörspiel. Dass diese Überlegung noch nicht umgesetzt wird, begründet er so: „Ich nehme an, es bedarf doch eines technischen Verständnisses, was einfach gewisse Grundlagen bedarf. (...) Sie müssen sich das vorhergehende anhören, sie müssen Schnitte machen, sie müssen Ihre Aufnahmen integrieren. (...) sonst wird es einfach nicht schön.“

Über die Risiken bei der Umsetzung eines solchen Konzeptes sagt Hörburger: „Das öffentlich – rechtliche Radio (...) über sich selber neu nachdenken muss, diese Chance sehe ich. (...) Das Radio wurde wie Gottgewollt hingenommen und wenn da eine Konkurrenz übers Internet entsteht. (...) Nur zu! Das kann dem Rundfunk nur gut tun. Man sieht es auch, der öffentlich–rechtliche Rundfunk arbeitet geradezu fieberhaft an Internetseiten.“¹⁰³

Bei allen Anstalten des öffentlichen Rechts werden umfangreiche Webseiten gepflegt. Beim NDR oder Deutschlandradio Kultur ist ein Programmheft zum Hörspiel als Pdf-Dokument kostenfrei erhältlich. Darin sind alle Sendungen mit den wichtigsten Informationen zu den jeweiligen Stücken, deren Besetzungen und Autoren, zu finden. Über Wünsche meint Christian Hörburger, der von 1979 bis 2001 in der Jury des Hörspielpreises des Kriegsblindenbundes war:

„Was ich mir wünschen würde, das wäre noch spannend, dass die öffentlich–rechtlichen Sender (...) in Richtung Open Content mehr arbeiten.“

¹⁰² vgl. Kapfer, Hörspiel und Medienkunst – Zur Situation des Hörspiels, Pdf (20.02.09)

¹⁰³ Die Zitate Hörburgers sind zu finden in einem, als Mp3 angebotenen Interview unter http://www.hoer-bar.de/details.php?image_id=108 (19.04.09)

D.h. der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat im Musikbereich, im Informationsbereich, im Kunstbereich, im Hörspielbereich Riesenarchive, die vor sich hin rotten, weil sie niemand nutzen kann und nutzen darf. Es wäre aber zu überlegen, ob der öffentlich-rechtliche Rundfunk in einem liberalen Open-Content-System seine Archive sozusagen weltweit, dort wo es möglich ist (...) einer größeren Öffentlichkeit zur Verfügung stellt, um damit neu zu arbeiten.¹⁰⁴

2.3.1 Der ARD Radio Tatort

Große Anstrengungen werden im Bereich Kriminalhörspiel unternommen. Jede vierte Produktion des SWR ist ein Krimi. Im Hörverlag überspringen Krimis oft die Hürde von 10.000 verkauften Exemplaren. Der neue ARD Radio Tatort soll wieder eine breite Masse für das Krimigenre und das Hörspiel im allgemeinen begeistern. Um dieses Ziel zu erreichen, wurde das im Fernsehprogramm der ARD erfolgreiche Konzept der Tatortreihe für das Radio adaptiert. „Das wird ein Bringer“, sagt der SWR-Hörspielchef und SWR2-Ressortleiter Künstlerisches Wort Ekkehard Skoruppa, der den Radio Tatort für die ARD seit 2007 koordiniert.¹⁰⁵ Er hofft auf bis zu 700.000 Hörer. Der bundesweit ausgestrahlte Radio Tatort der ARD wird zeitlich begrenzt – im maximalen rechtlichen Rahmen des Rundfunkstaatsvertrages von 7 Tagen – als MP3-File zum Download angeboten. Für die Folge „Der Emir“, produziert vom WDR im Jahr 2008, wurden Downloadzahlen im oberen fünfstelligen Bereich gemeldet.¹⁰⁶ Der ARD Radio Tatort wird seit Mai 2009 auch als Podcast angeboten. Das heißt, die Folgen können über einen Feed automatisch bezogen und zu einer gewünschten Zeit an einem gewünschten Ort konsumiert werden. Dieser Service wird kostenfrei angeboten.

¹⁰⁴ Die Zitate Hörburgers sind zu finden in einem, als Mp3 angebotenen Interview unter http://www.hoer-bar.de/details.php?image_id=108 (19.04.09)

¹⁰⁵ vgl. Becker, Renaissance der Radiokunst, spiegel online (23.02.2009)

¹⁰⁶ vgl. Becker, Renaissance der Radiokunst, spiegel online (23.02.2009)

2.3.2 Mediennutzung

In Deutschland ist das Fernsehen das Medium Nummer 1. 95,1% der Haushalte besitzen mindestens ein Fernsehgerät. Ein Radio besitzen nach einer Erhebung der Mediendaten Südwest im Jahr 2008 94,4% der 37,01 Millionen deutschen Haushalte.¹⁰⁷ Von 1208 Befragten der Jugendmedienstudienreihe JIM des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest gaben 89% an, täglich in ihrer Freizeit vor dem Fernseher oder am Computer zu sitzen. 84% nutzen in ihrer Freizeit das Handy oder das Internet. 82% hören MP3 und 72% hören Radio. Darauf folgt der Konsum von Musik-CDs mit 68%. Radiohören liegt also auf Platz 6 der Freizeitcharts.¹⁰⁸ Insgesamt kann festgestellt werden, dass eine neue Kultur des Hörens entstanden ist – außerhalb des Rundfunks. Die Expansion des Marktes, die permanente Verfügbarkeit von Hörspielen und die Möglichkeit, immer und überall diese zu hören, lassen das Hörspiel einen neuen Stellenwert einnehmen. Die Ausstrahlung über das Radio ist durch den geringen kommerziellen Nutzen zur Zweitverwertung geworden. Nicht zuletzt weil das Hörspiel im Radio wesentlich an Stellenwert eingebüßt hat. Wie schon mehrfach erwähnt, ist das Hörspiel aus dem Radio nahezu verschwunden.¹⁰⁹

Der Marktanteil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks liegt unter dem des privaten Rundfunks. Die Radiolandschaft Deutschlands teilt sich in 9 Landesrundfunkanstalten und dem bundesweit sendenden Deutschlandradio, mit den Sendern Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur, auf. Beim Deutschlandradio Kultur werden immer wieder Kurzhörspiele ins Programm gestreut, die eine Länge von ein bis zwei Minuten haben. Interessant ist dabei, dass diese Kurzhörspiele von freien Produzenten und nicht vom Deutschlandradio produziert werden. Solche Hörspielserien sind allerdings Einzelercheinungen. Die meisten Hörspiele orientieren sich am Richtwert von einer Stunde Sendezeit. Der Großteil

¹⁰⁷ Mediendaten, Geräteausstattung (20.03.09)

<http://www.mediendaten.de/medienausstattung-geraete-d.html>

¹⁰⁸ vgl. Basisdaten Medien Baden-Württemberg (2009), S.15-31

¹⁰⁹ vgl. Schneider (2003), S.9

dieser Hörspiele, das sind 9 von 13 Sendungen, wird am Wochenende von 21 Uhr bis 0 Uhr ausgestrahlt.¹¹⁰ Im Hörfunkprogramm der öffentlich rechtlichen Landesrundfunkanstalten entfielen im Jahr 2006 36.000 Stunden für Wortbeitrag. Das entspricht einem Anteil von 7% am Gesamtprogramm. Der WDR hatte mit 12,1% den größten und der SR mit 2,9% den geringsten Wortanteil im Bereich Kultur und Bildung. Vergleichsweise groß dagegen fiel der Anteil an Musik aus mit 54,9%. Beim Deutschlandradio mit seinen Sendern Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur entfielen im gleichen Jahr auf den Bereich Musik 18,6% bzw. 22,4% Programmanteil. Der Wortbeitrag des Bereiches Kultur und Bildung betrug 29,1% beim Deutschlandfunk bzw. 34,7% beim Deutschlandradio Kultur.¹¹¹

2.3.3 Das Hörbuch

Das Hörbuch – das gelesene Buch – erregt etwa seit dem Jahr 2000 bei den Verlagen das kommerzielle Interesse. Auf der Buchmesse in Leipzig ist das Segment Hörbuch seit 2001 ein Schwerpunkt im Ausstellungsangebot. Hinter diesem Erfolg steckt auch die Arbeit einzelner ambitionierter öffentlich-rechtlicher Kulturredaktionen, die große Hörspielprojekte realisierten. Dazu zählt beispielsweise die SWF- und WDR-Produktion des Romans von J.R.R. Tolkien's „Herr der Ringe“.

Die Situation des Hörbuchmarktes soll an dieser Stelle kurz geschildert werden. 66,7% der bestehenden Verlage konnten bei den Hörbüchern den Umsatz vom Jahr 2004 zu 2005 steigern. Nur 14,3% der Verlage registrierten einen Umsatzrückgang. Obwohl der wichtigste Vertriebspartner der Buchhandel bleibt, betreiben im Jahr 2006 bereits 52,1% der Verlage Downloadplattformen. Sie bleiben aber mit einem Umsatzanteil von 0,8% eher unbedeutend. Die Struktur des Angebotes auf dem Hörbuchmarkt ist im Vergleich zu den Vorjahren im Wesentlichen unverändert geblieben. 43,5% der Verlage haben weniger als 25 Titel im Programm, 24% über 100 Titel und 2,2% über 500. Bei der Mehrheit der Verlage erschienen weniger

¹¹⁰ vgl. Schopper (2005), S.7

¹¹¹ vgl. Kulturstatistiken (2008), S.32

als 5 neue Produktionen; rund ein Fünftel aller Verlage konnten 25 bis 100 Novitäten in ihr Programm aufnehmen. Es zeichnet sich eine leichte Tendenz zu einer steigenden Anzahl der Neuerscheinungen ab.¹¹²

Auf der Leipziger Buchmesse und der Jugendmesse „Respect our future“ wurden im März 2006 1.142 Kinder und Jugendliche im Alter von 5 bis 21 Jahren zum Thema Hörbuch befragt. Es ist anzunehmen, dass Menschen, die eine einschlägige Messe besuchen, ein gewisses Interesse von vornherein mitbringen. Es verwundert daher wenig, dass 97,6% der befragten Kinder und Jugendlichen in ihrer Freizeit lesen. Interessant ist aber, dass mehr als zwei Drittel der Befragten (68,2%) angaben, in ihrer Freizeit Hörbücher zu hören. Der größte Anteil dieser Gruppe liegt üblicherweise im Alter von 5 – 9 Jahren. Die Lieblingsgenres der Befragten umfassen mit 52,1% Geschichten mit mehreren Sprechern, Geräuschen und Musik – eher einem Hörspiel denn einem Hörbuch entspricht. 42,8% bevorzugen von einem Sprecher gelesene Geschichten und Romane. Sachhörbücher mögen am liebsten 5,1%. Von allen Befragten geben 69,1% ihr Taschengeld für das Buch aus. Die restlichen 30,9% investieren eher in eine Audio-CD. Ein weiterer Befragungspunkt betraf die Verwendung von Hörbüchern in Schulen. 4% gaben an, im Unterricht regelmäßig Hörbücher verwendet zu haben, 30,9% manchmal und 65,1% noch nie. 37,5% halten Hörbücher als Lehrmittel im Unterricht für eine Bereicherung und 38,2% würden es gern ausprobieren. Lediglich 2,7% lehnen Hörbücher ab.¹¹³

¹¹² vgl. Arbeitskreis Hörbuchverlage, Hörbuchreport (2006), S.5

¹¹³ vgl. Arbeitskreis Hörbuchverlage, Kinder und Jugendliche (2006), S.4 - 55

2.4 Perspektiven

2.4.1.Vorbetrachtungen

Mit den aktuellen Kommunikationstechnologien und den veränderten Mediennutzungsgewohnheiten der vorrangig jungen Rezipienten kann das Statut des öffentlich-rechtlichen Rundfunks infrage gestellt werden.¹¹⁴ Die Anstalten des öffentlichen Rechts müssen sich, genau wie die privaten Anstalten, um Hörerakzeptanz bemühen. Mit dem Schwinden dieser Akzeptanz und der stärkeren Nutzung von individuelleren Medienangeboten wird die Legitimation für die öffentlich-rechtlichen Sender gefährdet. Ein Generationenwechsel im Hinblick auf das Mediennutzungsverhalten ist bereits zu beobachten. Ob es gelingt, diesen Trend aufzufangen, hängt nicht zuletzt davon ab, welche Entwicklungsmöglichkeiten dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Internet gewährt werden.¹¹⁵ Die Änderungen am Rundfunkstaatsvertrag sind nicht weitreichend genug, um dem rasanten technischen Fortschritt Rechnung zu tragen. Sie gewähren den Rundfunkanstalten zu wenig Spielraum für Veränderungen. Momentan sind die Anstalten des öffentlichen Rechts hinsichtlich ihres Angebotes diversen Beschränkungen unterworfen. So dürfen lediglich Inhalte, die bereits im Rundfunk gesendet wurden, als Download online gestellt werden. Die Bereitstellung des Angebots ist wiederum auf 7 Tage begrenzt. Das Recht auf privaten Mitschnitt wird gesichert, indem auf einen „Radiorecorder“ im Internet zugegriffen werden kann, der jede Sendung aufzeichnet, also auch die Hörspiele. Bei einer Verschiebung des medialen Nutzungsverhaltens hin zu orts- und zeitfreien Internetangeboten wird der Grundversorgungsauftrag durch die Einschränkung der digitalen Angebote gefährdet. Um konkurrenz- und damit zukunftsfähig zu bleiben, muss dem Rundfunk Raum gegeben werden, die Telemedien in das eigene Angebot stärker einzubinden. Eine

¹¹⁴ vgl. Texte54 (2009), S.54

¹¹⁵ vgl. Texte54 (2009), S.55

reine Rundfunkregulierung reicht hier nicht mehr aus.¹¹⁶ Ähnliches gilt auch für die Hörspielredaktionen. Es ist eine schlichte Notwendigkeit, sich im Bereich der Onlinemedien zu engagieren, denn dort liegt künftig der größere Nutzen für die HörspielhörerInnen.

2.4.2.Rundfunkstaatsvertrag

Der Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag) ist ein Vertrag zwischen den 16 deutschen Bundesländern, der einheitliche Regelungen für das Rundfunkrecht schafft. Er ist erstmals in Kraft getreten am 1. Dezember 1987. Seit März 2007 enthält der Rundfunkstaatsvertrag auch Regelungen zu den Telemedien. Hier ist unter anderem die Auftragsdefinition für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Internet und deren Überwachung festgeschrieben. Der Begriff Telemedien umfasst alle Informations- und Kommunikationsdienste, die nicht Telekommunikation im engeren Sinn oder Rundfunk sind.¹¹⁷

Mit der am 01. Mai 2009 in Kraft getretenen 12. Fassung des Rundfunkänderungsstaatsvertrages wurden verschiedene Änderungen für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eingeführt. Darin wird beispielsweise festgehalten, dass die Sendeanstalten ihre Programme und Begleitinformationen nach der Ausstrahlung für maximal 7 Tage zum Abruf bereit halten dürfen. Davon ausgenommen sind große Sportereignisse wie die Olympischen Spiele oder die Fußball-Bundesliga. Diese müssen nach 24 Stunden von den öffentlich-rechtlichen Internetseiten entfernt werden. Darüber hinausgehende Angebote sind zulässig, wenn sie in ein sogenanntes Telemedienkonzept der jeweiligen Rundfunkanstalt integriert sind. Dazu müssen sie einen Drei-Stufen-Test bestehen. Er soll zeigen, dass die Inhalte der Internetangebote vom öffentlich-rechtlichen Auftrag abgedeckt sind, dass sie zum publizistischen Wettbewerb beitragen und wie viel Geld sie

¹¹⁶ vgl. Texte54 (2009), S.67

¹¹⁷ vgl. Bundesministerium der Justiz, (26.05.09)

http://www.bmj.bund.de/enid/Erstellen_einer_Anbieterkennzeichnung/Muss_ich_die_Anbieterkennzeichnungspflicht_nach_dem_Telemedien_1hn.html?druck=1

kosten.¹¹⁸ Damit wird die Forderung des Verbandes deutscher Zeitschriftenverleger erfüllt, dass die öffentlich-rechtlichen Anstalten in ihrem Internetangebot nur sendungsbezogene Inhalte veröffentlichen. Gleichzeitig müssen sie konkret auf die jeweilige Sendung hinweisen.

Ein weiterer wichtiger Punkt dieses Vertrages ist die Sicherstellung eines marktkonformen Verhaltens, die sogenannte Transparenzanforderung. Private Radio- und Fernsehveranstalter sowie Zeitungsverleger befürchten einen unfairen Wettbewerb im Internet, da sich die Anstalten des öffentlichen Rechts aus einem Gebührentopf von etwa 8 Milliarden Euro bedienen können. Dem Internet wurde daher lediglich die Rolle eines unterstützenden Mediums für die öffentlichen Rundfunkanstalten zugewiesen. Mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wird der Programmauftrag nun auch auf die Telemedien, zu denen das Internet zählt, ausgeweitet. Die Telemedien stehen nun gleichberechtigt neben den Angeboten des Radios und Fernsehens.¹¹⁹

¹¹⁸ vgl. Agenturmeldung, Ministerpräsidenten setzen ARD und ZDF im Netz Grenzen, spiegel.de (06.05.2009)

¹¹⁹ Frank Fleschner, Neue Internetregeln für ARD und ZDF, focus.de (06.05.2009)

2.4.3.Interviews

Um zukünftige Möglichkeiten für Hörspiele und deren Präsentation durch den Rundfunk festhalten zu können, hat der Autor Gespräche mit Personen aus der Hörspielbranche geführt. Die GesprächspartnerInnen wurden so ausgewählt, dass möglichst der gesamte Bereich der Hörspielproduktion abgedeckt ist. Zudem war es wichtig, dass die Gespräche die Situation um das Hörspiel von mehreren Seiten beleuchten. Es wurden interviewt: ein Autor, eine Vertreterin des Hörspiels als Event, eine Messeverantwortliche, ein Vertreter für Onlinevertriebe sowie eine Redakteurin bzw. ein Redakteur verschiedener Hörspielredaktionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Bevor näher auf den Inhalt der Interviews eingegangen wird, folgt eine Vorstellung der beteiligten Fachleute.

Johannes Ackner

Seit 15 Jahren arbeitet Ackner als Journalist für diverse Printmedien und ist Sprecher im Hörfunk und Fernsehen (zum Beispiel beim MDR, Radio PSR und MDR 1 Radio Sachsen-Anhalt). Seit einigen Jahren spricht Ackner für die Zentralbücherei für Blinde zu Leipzig Hörbücher ein. 2003 rief er das Internetprojekt www.vorleser.net ins Leben.

Stefanie Hoster

In den Jahren 1987-1996 arbeitete Hoster als Dramaturgin beim Saarländischen Rundfunk. Seit 1997 ist sie Leiterin der Abteilung Hörspiel/Wortproduktion im Deutschlandradio Kultur und Initiatorin der Sendung "Bei Anruf Soap". Sie arbeitet als freie Moderatorin, Regieassistentin und Autorin.

Sophia Littkopf

Littkopf absolvierte eine Ausbildung zur Filmvorführerin in der Schaubühne Lindenfels in Leipzig. Sie arbeitete unter anderem als Regieassistentin bei verschiedenen Film- und Fernsehproduktionen, beim Radiosender der

Universität Leipzig "Mephisto" und als Chefredakteurin des sächsischen Jugendmagazins "Sojus". Im Jahr 2003 ruft Sophia Littkopf den ersten Leipziger Hörspielsommer ins Leben. Seit 2004 studiert sie Kulturarbeit an der Fachhochschule Potsdam.

Gesine Neuhof

Neuhof studierte Buch- und Kulturwissenschaften in Leipzig und arbeitete bereits während ihres Studiums bei der Leipziger Buchmesse. Nach einem Volontariat beim Verlag „Gräfe und Unzer“ in München, wurde sie 2008 Pressereferentin der Buchmesse. Seit einigen Monaten arbeitet sie im Projektteam der Leipziger Buchmesse und ist für den Bereich der deutschsprachigen Publikumsverlage (Belletristik, Sach- und Kunstbuch, Zeitungen und Zeitschriften, Hörbuch) sowie die Betreuung der als Aussteller auftretenden Funk- und Fernsehanstalten zuständig.

Wolfgang Schiffer

Schiffer studierte Philosophie, Literatur- und Theaterwissenschaften. Nach seinem Abschluss als M.A. arbeitete er als freischaffender Schriftsteller. 1976 war Schiffer als Hörspieldramaturg beim WDR tätig. Dort leitete er von 1991 bis 2000 die Programmgruppe Künstlerisches Wort, danach die Abteilung Wort WDR 3. Seit Juli 2008 steht Schiffer der Abteilung Hörspiel und Feature vor, dem auch das Studio Akustische Kunst zugeordnet ist. Er betreut die Sendung WDR 3 Hörspiel.

Arne Sommer

Nach ersten Theater- und Kurzfilmprojekten in Kiel und Hamburg studierte Sommer von 1992-94 an der Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg und von 1995-96 an der Bournemouth Filmschool in England Drehbuch. Seit 1996 ist er freiberuflicher Drehbuchautor. Sein erster Kurzroman "Schnee im Mai" wurde 2004 veröffentlicht. Im selben Jahr schrieb er den ersten Teil der Hörspielreihe "Peter Lundt: Blinder Detektiv", von denen es bis heute 9 Episoden gibt. Von 2003-2007 war er im

Vorstand des Verbandes Deutscher Drehbuchautoren e.V. (VDD) aktiv. 2005-2006 ist er Vize-Präsident der Federation of Scriptwriters in Europe, FSE. Bereits seit 1991 ist Sommer Mitglied in der Kulturellen Filmförderung Schleswig-Holstein e.V. und seit Juli 2008 im Vorstand.

2.4.4.Auswertung

Aus den Gesprächen konnten fünf thematische Schwerpunkte heraus gefiltert werden, auf die im Folgenden in separaten Abschnitten näher eingegangen wird.

Rundfunk

Die Zahlen sprechen für sich: Circa 520 gesendete Hörspielen der ARD im Jahr 2005¹²⁰, regelmäßig stattfindende Events sowie Hörerzahlen um die 100.000¹²¹ lassen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auch in naher Zukunft zum vorrangigen Hörspielanbieter werden. Die qualitativen Ansprüche an das in seiner Produktion teure Produkt „Hörspiel“ einzulösen, gleicht angesichts des unter kommerziellem und wirtschaftlichen Druck leidenden Produzenten, einer ständigen Gratwanderung. Im Gegensatz dazu steht der große Erfolg der Hörbücher, der hauptsächlich in der sehr kommerziellen Ausrichtung des Produktes begründet liegt. Umgesetzt werden vorwiegend bekannte Romane aus einschlägigen Bestsellerlisten, die von bekannten Schauspielern eingelesen werden. So werden die größten Verkaufserfolge erzielt. Hinzu kommt, dass ein vorhandener Stoff relativ schnell eingelesen werden kann und der Produktionsaufwand insgesamt geringer ausfällt als bei aufwendigen Hörspielproduktionen. Dementsprechend niedriger liegen die Kosten. Die von den Verlagen verpflichtete Prominenz erscheint dann auch bei der Vorstellung des Hörbuches, so zum Beispiel Robert Stadlober auf der diesjährigen Leipziger Buchmesse, und zieht eine große Anzahl von Menschen an. Es ist eine

¹²⁰ vgl. Deutsches Rundfunkarchiv, Hörspiele in der ARD (2008), S.7

¹²¹ vgl. Interview Wolfgang Schiffer

mittlerweile gängige und sehr erfolgreiche Verlagspraxis, mit bekannten Gesichtern zu werben. Ebenfalls ist zu beobachten, dass die Veröffentlichung des Buches zeitgleich mit dem Hörbuch erfolgt. Als Beispiel wird der Roman „Die Insel“ von Terry Pratchett aufgeführt, das Buch und das Hörbuch erschienen beim Verlag Goldmann im April 2009.¹²² Es gibt einzelne Kooperationen zwischen den ARD-Anstalten und Verlagen, bei denen es um die Übernahme und Produktion von Hörspielen geht. Grundlage der für den Handel interessanten Hörspiele ist zumeist die adaptierte Literatur der Bestsellerlisten. Nach Einschätzung von Gesine Neuhof, Johannes Ackner und Sophia Littkopf ist festzustellen, dass das Hörspiel vom Erfolg des Hörbuches profitiert. An dieser Stelle muss noch einmal betont werden, dass das Hörspiel in seiner inhaltlichen Vielfalt und seiner Produktionsqualität hauptsächlich ein Kulturgut des Radios ist. Die ARD ist durch ihre gebührenfinanzierte Arbeit verpflichtet, dem Hörer einen kulturellen Mehrwert zu liefern. Das gilt auch für das Hörspiel. Dem Rundfunk wird vorgeworfen, die Aufgaben am zu produzierenden Hörspiel seien intern verteilt, womit es freien Autoren und Produzenten schwer gemacht würde sich in den Anstalten des öffentlichen Rechts zu engagieren. Dieser Vorwurf wird laut Stefanie Hoster hervorgebracht, seitdem unabhängig vom Radio produziert werden kann und ist nicht begründet. Neben diesem Vorwurf steht der Wunsch der Veranstalter mehr freie Produktionen zu spielen. Im Programm sind Autorenproduktionen zu finden, also Produktionen die entweder von den Anstalten des öffentlichen Rechts in Auftrag gegeben oder die den Sendeanstalten angeboten werden. Sie können auch in Eigenregie im Handel präsentiert werden. Genügen die inhaltlichen, thematischen sowie produktionsästhetischen Qualitäten einer Autorenproduktion den Anforderungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten, so ist eine Übernahme in das Sendeprogramm wahrscheinlich. Ein Trend zu mehr Autorenproduktionen im Programm kann festgestellt werden.¹²³ An

¹²² vgl. Verlagshaus Goldmann, (26.05.09)

Buchtitel: <http://www.randomhouse.de/book/edition.jsp?edi=296539>

Audio-CD: <http://www.randomhouse.de/book/edition.jsp?edi=289425>

¹²³ vgl. Deutsches Rundfunkarchiv, Hörspiele in der ARD (2008), S.7

einer Förderung der freien Autoren und Produzenten ist die ARD interessiert, was sich in Wettbewerben wie „Premiere im Netz“ widerspiegelt. Dieser Wettbewerb richtet sich an Hörspielmacher, die noch kein Werk im Radio veröffentlicht haben. Der Gewinner erhält ein Produktionsstipendium in einer ARD-Rundfunkanstalt.¹²⁴ Um die Hörerschaft des Hörspiels und dessen Erfahrbarkeit im Rundfunk zu erweitern, bedarf es einer verstärkten Kommunikation über kulturvermittelnde Organe außerhalb des Radios. Laut Wolfgang Schiffer vom WDR gibt es hier wachsende Defizite. Dem Rundfunk als wichtiger Teil der Kultur bleibt hier nur der Aufruf an externe Instanzen, sich an der Verbreitung und Förderung kultureller Inhalte partnerschaftlich zu beteiligen.

Zielgruppe

Festzuhalten ist, dass Hörspiele nicht einer speziellen Zielgruppe zugeordnet werden können. Nach Einschätzung aller Gesprächspartner trifft das Hörspiel bei Live-Veranstaltungen, auf Messen oder im Radio auf ein Publikum, das in allen Altersschichten vertreten ist. Beim Kulturradio liegt der Altersdurchschnitt zwar mit über 50 Jahren vergleichsweise hoch, jedoch liegt das Alter der HörspielhörerInnen nach einer nicht repräsentativen Umfrage des Deutschlandradio durchschnittlich bei Ende 20 bis Ende 30. Den Konsumenten gemein ist das Grundinteresse am Hörspiel. Dieses weiterführend zu wecken, ist für das Kulturgut Hörspiel von größter Wichtigkeit. Das dies nicht allein Aufgabe des Rundfunks sein kann, darauf wurde im vorangegangenen Absatz „Rundfunk“ hingewiesen.

Auch die schnelle Kommunikation über das Internet trägt dazu bei, dass der Informationsaustausch mit den Hörern steigt. Laut Gesine Neuhof gibt es ein steigendes Interesse an den Onlineangeboten vorwiegend beim jüngeren Publikum. Dass dieses gestiegene Interesse im Gegenzug zu einem geringeren Interesse am Radio führt, ist laut Wolfgang Schiffers nicht der Fall. Auch die Verlage bestätigen einen wachsenden Zugriff auf das

¹²⁴ vgl. Interview mit Wolfgang Schiffer

Onlineangebot. Zwar stellt der CD-Vertrieb in diesem Segment noch die wichtigste Form des Handels dar, dennoch wird es auch hier zu einer Interessensverschiebung zugunsten des Internets kommen. Das heißt, zukünftig wird nach Einschätzung von Johannes Ackner der Download als Verbreitungsweg an Bedeutung gewinnen.

Genre

Das beim Publikum beliebteste Hörspielgenre ist das Kriminalhörspiel. In diesem Punkt sind sich alle Gesprächspartner einig. Schaut man auf die Hörerzahlen beim WDR, so erfreuen sich neben dem Krimi die modernen Hörspiele großer Beliebtheit.¹²⁵ Gemeint sind jene Hörspiele, die sich im Arrangement der Sprache, Musik und Geräusche an der aktuellen Produktionsästhetik orientieren. Beim Onlinevertrieb sind neben den Krimis die Kinderhörspiele und Kinderhörbücher überaus erfolgreich. Diese Einschätzung wird auch von Gesine Neuhof als Mitarbeiterin des Projektteams der Leipziger Buchmesse bestätigt. Hier wird im kommenden Jahr intensiv an der Verbindung von Bildung und Hörbuch bzw. Hörspiel gearbeitet. Ziel ist, solche Hörproduktionen verstärkt in den Schulen, beispielsweise im Deutschunterricht, als Lehrmittel einzusetzen.

Telemedien

Die eigenen Möglichkeiten des Rundfunks liegen in der Entwicklung des Angebots auf pluralistischem Verbreitungswege. Hier kann ein junges Publikum mit einer höheren Mediennutzungskompetenz gewonnen werden. Das Angebot der öffentlich-rechtlichen Sender ist jedoch, wie bereits mehrfach erwähnt, gesetzlich eingeschränkt und wird gegenwärtig in maximalem Umfang ausgenutzt. An einer größeren Freiheit des Angebots bezüglich der Telemedien sind die Anstalten grundsätzlich interessiert. Vorstöße in diese Richtung bleiben nach Aussagen Stefanie Hosters zum gegenwärtigen Zeitpunkt dennoch wenig aussichtsreich. Generell ist es schwierig, eine langfristige Prognose über die Entwicklung der

¹²⁵ vgl. Interview mit Wolfgang Schiffer

Verbreitungswege in Verbindung mit dem Angebot der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten abzugeben. Es ist zumindest sehr wahrscheinlich, dass eine strategische Ausrichtung auf unterschiedliche Verbreitungswege notwendig und am effizientesten ist.¹²⁶ Von großem Interesse auf der Leipziger Buchmesse war das Thema Podcast und Internethörspiel. Das zeit- und ortsunabhängige Hören wird laut Johannes Ackner künftig für die Konsumenten von gehobener Bedeutung sein. Dessen sind sich die Hörspielredaktionen bewusst und arbeiten bereits an neuen Onlinestrategien. Des Weiteren ist eine regelmäßige Sendung der Hörproduktionen wichtig und auch die Interaktivität ist von zunehmender Bedeutung. Hier wird allerdings mit einer längeren Anlaufphase gerechnet, was sich jedoch langfristig positiv in den Beteiligungszahlen für die Sender niederschlagen wird.¹²⁷ Eine weitere, in den Gesprächen oft gestellte Forderung betrifft die zumindest teilweise Öffnung der Archive, um junge Produzenten enger an das Medium Radio zu binden. Die Redaktionen verweisen ihrerseits auf die schwierige rechtliche Situation und stehen dieser Option tendenziell ablehnend gegenüber. In Einzelfällen würde durchaus zugunsten einer Herausgabe von Audiomaterial aus den Archiven zur weiteren Bearbeitung entschieden. Generell wird aber entgegen gehalten, es sei sinnvoller, regelmäßige Hörspielsendungen für ein junges Publikum anzubieten. Diese sollten einen inhaltlichen Bezug zu aktuellen Themen, modernen Sounds und zeitgemäßer Produktionsästhetik aufweisen. Ein solches Angebot muss dennoch frei von kommerziellen Interessen sein und die Umwelt in seiner Vielschichtigkeit erfahrbar machen. Es ist notwendig, in diese kulturelle Grundversorgung zu investieren.¹²⁸

Hörspiel als Event

Das Hörspielevent ist für Veranstalter vor allem ein Marketingobjekt. Wirtschaftlichkeitskriterien sind hier ausschlaggebend, da bei großen Veranstaltungen erfahrungsgemäß erhebliche Kosten entstehen (Raummiete,

¹²⁶ vgl. Interview mit Johannes Ackner

¹²⁷ vgl. Interview mit Stefanie Hoster

¹²⁸ vgl. Interview mit Wolfgang Schiffer

Mitarbeiter, Technik usw.). Nur wenn das Event gut besucht ist und Gewinn abwirft, besteht die Möglichkeit der Wiederholung bzw. Weiterführung. Die Rundfunkanstalten des öffentlichen Rechts werden sich an solchen Konzepten beteiligen, sofern es der rechtliche Rahmen zulässt. Wieder gilt mit Blick auf die Gebührenfinanzierung der öffentlich-rechtlichen Sender, dass für das Publikum ein kultureller Mehrwert entstehen muss. Kooperationen mit kommerziellen Veranstaltern müssen daher im Interesse der Gebührenzahler sorgfältig geprüft werden. Dass ein generelles Interesse der Rundfunkanstalten besteht, die medialen Möglichkeiten des Hörspiels in den ihnen gegebenen Möglichkeiten zu nutzen, zeigt das Hörspiel „Ruhe 1“ von Paul Plamper. Bei diesem Stück handelt es sich um eine im Museum Ludwig Köln umgesetzte Hörspielidee, bei der parallel zur Ausstrahlung im Radio eine Hörspielinstallation begangen werden konnte.¹²⁹ Diese WDR3-Produktion wurde 2009 mit dem Hörspielpreis der Kriegsblinden ausgezeichnet. Interessant ist für die Autoren und die Produzenten der Stücke der direkte Kontakt mit den Konsumenten. Dass dieser Punkt auch für die Anstalten des öffentlichen Rechts von Bedeutung ist, zeigt die Teilnahme aller öffentlich-rechtlichen Anstalten an der Buchmesse Leipzig im März 2009. Diese Anstalten nehmen nach Gesine Neuhofs Aussage flächenmäßig den gleichen Platz ein wie die Verlage und werden auch in den kommenden Jahren vertreten sein.

¹²⁹ vgl. Pressemitteilung des WDR zum Hörspielpreis für Paul Plampers „Ruhe 1“, wdr.de (26.5.09)

3 Schlussbetrachtung

Das Thema dieser Diplomarbeit behandelt den Stellenwert des Hörspiels im Radio. Zu untersuchen war die Entwicklung des Hörspiels von seinen experimentellen Anfängen in der Weimarer Zeit über die 1950er Jahre bis in die heutige Zeit. Als ein Ergebnis dieser Arbeit kann festgehalten werden, dass es das Hörspiel als Kulturgut in seinen vielen Facetten ohne die jahrzehntelangen Bemühungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht geben würde. Nach der Einführung des Fernsehens verschoben sich zwar die Sendezeiten, dies war jedoch der Neuorientierung und Neupositionierung des Programms geschuldet. Trotz der Interessenverschiebung hin zum Fernsehen hat der Rundfunk an der in den 1950er Jahren so erfolgreichen Kunstform Hörspiel bis heute festgehalten. Vom Hörspiel trennen wird sich der Rundfunk nicht. Das zeigen die relativ konstanten Programmanteile und die Gespräche mit den Hörspielredaktionen. Das Radio ist als Medium für die Veröffentlichung und Verbreitung von Hörspielen sehr gut geeignet. Dennoch wird der Rundfunk in Zukunft mehrgleisig fahren müssen. Dass es dem Rundfunk ungeachtet der gesetzlichen Restriktionen nicht schwer fällt, sich zu präsentieren, beweisen die Breite des Angebotes an Informationen im Internet, die Vielzahl an Veranstaltungen sowie die Beteiligung an Messen. So waren auf der Leipziger Buchmesse 2009 im Segment Hörbuch alle Anstalten des öffentlichen Rechts vertreten.¹³⁰

Weiterhin kann gesagt werden, dass die Sendestationen in ihrer Geschichte die Hörerpost nur in geringem Maße erfasst oder archiviert haben. Daher ist über Hörerreaktionen im Laufe der Jahre nicht viel bekannt. Auf eine der seltenen Erhebungen des NWDR aus dem Jahr 1955 wurde in der vorliegenden Arbeit eingegangen. Mithilfe des Internets lässt sich dieses Interesse heutzutage leicht festzustellen. Über die Anzahl der Clicks werden die Vorlieben der Hörer deutlich. Direkten Kontakt mit dem Hörer bekommt

¹³⁰ vgl. Interview mit Gesine Neuhof

der Rundfunk außerdem bei zahlreichen Veranstaltungen. Beispielsweise eignen sich Podiumsdiskussionen nach öffentlichen Aufführungen hervorragend, um die öffentliche Wahrnehmung einzufangen.

Seit den späten 1990er Jahren befassen sich auch wieder verstärkt Universitäten mit dem Hörspiel, was auf ein gestiegenes Interesse an dieser Kunstform schließen lässt.

Mit Blick auf den privaten Rundfunk konnte darauf aufmerksam gemacht werden, dass dieser an der Sendeform Hörspiel nicht interessiert ist. Diese Sendeanstalten orientieren sich an den Bedürfnissen der großen Mehrheit der Konsumenten, die eine leichte Unterhaltung bevorzugt. Das heißt, der Anteil an Musik ist enorm hoch, das Interesse am gesprochenen Wort gering. Somit ist die Programmform des Hörspiels für den durch Werbung finanzierten und vom Massengeschmack abhängigen Privatrundfunk wenig lukrativ. Dennoch gibt es einen relevanten Markt für das Hörspiel, was durch die hohen Besucherzahlen bei einschlägigen Veranstaltungen oder den Downloadzahlen im Internet belegt werden kann. Auch der Erfolg des Hörbuches, die zunehmenden Veröffentlichungszahlen und der steigende Absatz sind Belege für einen regen Konsum. Die momentan vorherrschenden Angebotsplattformen des Hörspiels, die Sendung im Radio und das zugehörige Downloadangebot werden auch künftig eine führende Rolle spielen. Zudem werden die Rundfunkanstalten versuchen, ihr Angebot im Internet zu vergrößern. Dem entgegen steht der Rundfunkstaatsvertrag, in dem unter anderem festgelegt ist, dass nur das OnAir-Angebot online gezeigt werden darf und zum Download angebotene Sendungen für maximal 7 Tage zur Verfügung stehen. Durch Podcasts werden die Rundfunkanstalten zukünftig ihr Angebot an die Internetcommunity wesentlich individueller kommunizieren können. Dass die Zahl der Internetnutzer des Rundfunkprogramms wächst, darüber sind sich alle Gesprächspartner im Zusammenhang mit dieser Arbeit einig. Das Hörspiel ist in gehobener Qualität eine originäre Kunstform der Anstalten des öffentlichen Rechts. Ein Erstarken eines anderen Hörspielanbieters ist zur Zeit nicht erkennbar. In den vergangenen acht Jahren hat sich eine

unabhängige Szene entwickelt. Für die freien Autoren und Produzenten gibt es Veranstaltungen und damit die Möglichkeit mit den eigenen Ideen vor ein Publikum zu treten. Es werden Wettbewerbe im Rahmen diverser Hörspielfestivals veranstaltet. Auch hier finden sich verschiedene Anstalten der ARD, beispielsweise in Form von Jurymitgliedschaften.

Die vorliegende Arbeit kann als Grundlage für weiterführende Untersuchungen dienen. Beispielsweise wäre die künftige Nutzung der Telemedien im Vergleich zur Nutzung des Rundfunkangebotes im heute noch analogen Radio ein interessanter Forschungsgegenstand. Laut Wolfgang Schiffer ist ein Rückgang der Radionutzung aufgrund des größer werdenden Interesses an den Internetauftritten des Rundfunks nicht ersichtlich. Ob sich diese Einschätzung bestätigen wird, bleibt abzuwarten. Über eine generelle Interessenverschiebung hin zum Internet sind sich die Gesprächspartner einig. Gerade bei jüngeren RezipientInnen ist der Download sehr beliebt. Das mediale Nutzungsverhalten des Publikums in Bezug auf das Hörspiel im Radio und den Telemedien könnte in einer Vergleichsstudie untersucht werden.

4 Literaturverzeichnis

Arbeitskreis Hörbuchverlage (2006), Hörbuch Report zur Branchenumfrage unter Hörbuchverlagen, Frankfurt am Main: Börsenverein des Deutschen Buchhandels

Arbeitskreis Hörbuchverlage (2006), Kinder und Jugendliche – Fans von Hörbüchern?, Frankfurt am Main: Börsenverein des deutschen Buchhandels

Bisky Lothar, Kriese Konstanze, Scheele Jürgen (Hrsg.) (2009), Text54 Medien-Macht-Demokratie Neue Perspektiven, Berlin: Karl Dietz Verlag

Bräutigam Thomas (2005), Hörspiel-Lexikon, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH

Bund der Kriegsblinden Deutschland e.V. (2001), Hörwelten – 50 Jahre Hörspielpreis der Kriegsblinden, Berlin: Aufbau-Verlag

Deutsches Rundfunkarchiv (2008), Hörspiele in der ARD 2006, Münster: Verlagshaus Monsenstein und Vannerdat OHG

Dussel Konrad (2004). Deutsche Rundfunkgeschichte, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH

Guder Andrea (1995), Temple, Cox und Konsorten: Zum Kriminalhörspiel der fünfziger Jahre, Halle-Wittenberg: HALMA

Koch Hans Jürgen, Glaser Hermann (2005), Ganz Ohr Eine Kulturgeschichte des Radios in Deutschland, Köln: Böhlau Verlag GmbH

Krug Hans-Jürgen (2008), Kleine Geschichte des Hörspiels, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH

Lersch Edgar, Südwestrundfunk (Hrsg.) (2006), Rundfunkgeschichte, Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Deutschland, Stuttgart: o.V.

Pohle Heinz (1955), Der Rundfunk als Instrument. Zur Geschichte des Rundfunks 1923/38, Hamburg: Verlag-Hans-Bredrow-Institut

Schneider Irmela (2003), Netzwerkgesellschaft. Hörspiel in Europa: Geschichte und Perspektiven., Frankfurt/Main: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik

Internet:

Agenturmeldung, Ministerpräsidenten setzen ARD und ZDF im Netz Grenzen, Spiegel Online (06.05.2009)

<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,586104,00.html>

Becker Tobias, Renaissance der Radiokunst, Spiegel Online (23.02.2009)

<http://www.spiegel.de/spiegel/0,1518,528674,00.html>

Bund der Kriegsblinden in Deutschland E.V., Informationen unter dem Link Geschichte (19.04.09)

<http://www.kriegsblindenbund.de/>

Bundesministerium der Justiz, (26.05.09)

http://www.bmj.bund.de/enid/Erstellen_einer_Anbieterkennzeichnung/Muss_ich_die_Anbieterkennzeichnungspflicht_nach_dem_Telemedien_1hn.html?druck=1

www.ddr-hoerspiele.de, (08.05.2009)

<http://www.ddr-hoerspiele.de/Titel.html>

Der Audio Verlag D>A<V, (08.05.2009)

<http://www.dav.aufbau-verlag.de/index.php4?page=5700>

Döhl Reinhard (1994), Geschichte und Typologie des Hörspiels, (30.01.09)

<http://www.mediaculture->

[online.de/fileadmin/bibliothek/doehl_geschichte/doehl_geschichte.pdf](http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/doehl_geschichte/doehl_geschichte.pdf)

Fellner Robert (2005), Die Geschichte des Hörspiels, Literaturwissenschaftliche Arbeit (30.01.09)

www.wischenbart.com/de/essays_andere-autoren/studis_arbeiten/robert-

[fellner_hoerspielgeschichte_guenter-eich_2005.pdf](http://www.wischenbart.com/de/essays_andere-autoren/studis_arbeiten/robert-fellner_hoerspielgeschichte_guenter-eich_2005.pdf)

Fleschner Frank , Neue Internetregeln für ARD und ZDF. Focus Online (06.05.2009)

http://www.focus.de/kultur/medien/tid-12276/rundfunkstaatsvertrag-neue-internetregeln-fuer-ard-und-zdf_aid_343040.html

Fritzsche Hans, Rundfunk im totalen Krieg (30.01.09)

<http://www.mediaculture->

[online.de/fileadmin/bibliothek/fritzsche_total/fritzsche_total.pdf](http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/fritzsche_total/fritzsche_total.pdf)

Henrichs Wibke, Horst Miriam (2007), Kinderhörspiele – Entwicklung, Marktübersicht und Problemfelder, Hochschule der Medien Stuttgart, Seminar: Renaissance der Hörmedien (30.03.09)

www.hdm-

[stuttgart.de/ifak/medienwissenschaft/renaissance_hoermedien/kinderhoerspiele.pdf](http://www.hdm-stuttgart.de/ifak/medienwissenschaft/renaissance_hoermedien/kinderhoerspiele.pdf)

Hörburger Christian (1996), Geschichte des Hörspiels, (30.01.09)
http://www.european-mediaculture.org/fileadmin/bibliothek/deutsch/hoerburger_hoerspiel/hoerburger_hoerspiel.pdf

Hörburger Christian (1977), Zum Problem der literarischen und rundfunkpolitischen Anpassung der Hörspielautoren der 20er Jahre an das Medium Rundfunk, (30.01.09)
<http://www.mediaculture-online.de/Autoren-A-Z.253+M5e830564f6b.0.html>

hörspiel.com (26.01.2009)
<http://www.hoerspiel.com>

Interview mit Christian Hörburger als MP3 zum Download unter www.hoer-bar.de (19.04.09)
http://www.hoer-bar.de/details.php?image_id=108

Kapfer Herbert, Hörspiel und Medienkunst – Zur Situation des Hörspiels (20.02.09)
<http://www.mediendaten.de/fileadmin/Texte/Kapfer03.pdf>

Medien Südwest (2009), Basisdaten Medien Baden-Württemberg 2009 (20.03.09)
<http://www.mediendaten.de/basisdaten-medien.html>

Medien Südwest, Aktuelle Basisdaten zu TV, Hörfunk, Print, Film und Internet (20.03.09)
<http://www.mediendaten.de/medienausstattung-geraete-d.html>

Pressemitteilung des WDR zum Hörspielpreis für Paul Plampers „Ruhe 1“
(26.5.09)

http://www.wdr.de/unternehmen/presselounge/pressemitteilungen/2009/03/20090312_paul_plamper.phtml

Rentsch Detlef, über das Kulturradio (08.05.09)

www.mediendaten.de/fileadmin/Texte/Rentsch.pdf

Rundfunkstaatsvertrag als Pdf-Dokument (08.05.09):

<http://www.lfk.de/fileadmin/media/recht/10-RStV-Sept08.pdf>

Schopper Daniel (2005), Hörkino, Audiobook und Internet: Aktuelle Verbreitungsformen des Hörspiels, Universität Wien Institut für Germanistik, Seminar: Literatur und Medien (30.01.09)

www.wischenbart.com/de/essays_andere-autoren/studis_arbeiten/daniel-schopper_hoerspiel-verbreitungsformen-heute_2005.pdf

Stan Laurel und Oliver Hardy im Gespräch mit Urs Widmer (08.04.09)

<http://www.hoerdat.in-berlin.de/wiki/index.php/Hauptseite>

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2008), Kulturstatistiken - Kulturindikatoren auf einen Blick – Ein Ländervergleich (20.03.09)

<http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/publ.asp#Themenbände>

Verlagshaus Goldmann, (26.05.09)

Information zum Buchtitel: <http://www.randomhouse.de/book/edition.jsp?edi=296539>

Information zur Audio-CD: <http://www.randomhouse.de/book/edition.jsp?edi=289425>

5 Anhang

Bei den unter Punkt 7.1 aufgeführten Interviews wird die Gesprächspartnerin oder der Gesprächspartner kursiv geschrieben, der Autor und Interviewende mit Standardschrift.

5.1 Interviews

Sophia Littkopf, Initiatorin des Leipziger Hörspielsommer-Festivals

Den Hörspielsommer gibt es 2009 zum 7. Mal, die Kulturstiftung des Bundes spricht von jährlich 8000 Besuchern. Können Sie diese Zahl bestätigen?

Die Zahl ist nicht offiziell, wir reden immer von mehreren Tausend. Wir können es ja nicht nachprüfen, wir vergeben ja keine Eintrittskarten und haben keine stichfesten Aufschriften darüber wie viele Besucher kamen. Das ist auch immer sehr unterschiedlich, je nach Wetter kommen an manchen Tagen richtig viele, also an die Tausend. Es waren auch schön über Tausend Besucher da und an manchen Tagen kommen halt nur zweihundert oder fünfzig Besucher, wenn es ganz schlimm regnet. Das ist ganz unterschiedlich.

Gibt es über Besucherzahlen einen Austausch zwischen den Festivalveranstaltern, bundesweit gesehen?

Nein gibt es nicht.

Gibt es generell keinen Erfahrungsaustausch?

Doch, nachdem der Hörspielsommer so ein großer Erfolg wurde, wurden wir mehrfach angeschrieben von Leuten die, ein solches Festival in ihrer Stadt auch veranstalten wollten, mit Fragen über die Rechtebeschaffung und so weiter. Da haben wir Starthilfe gegeben, aber dass wir jetzt mit anderen Hörspielfestivals kooperieren, das gibt es nicht.

Warum macht man so ein Hörspielfestival?

Es hat sich angeboten. Es war ein Trend abzusehen, dass eben wieder mehr Leute Hörspiele hören und es gab einfach kein Hörspielfestival, es gab einfach kein Festival für dieses Medium. Dann haben wir uns überlegt, dass man das doch auch für Leipzig machen könnte. Es bietet sich ja geradezu an, das draußen zu machen weil Menschen eher visuell fixiert sind, insofern sie sehen können, es daher ein eigenartiges Gefühl ist so etwas in einem begrenzten Raum zu veranstalten. Wenn man solch ein Festival nun im öffentlichen Raum, also draußen veranstaltet, dann entspannt das. Es gibt einem auch mehr die Gelegenheit zuzuhören, wenn da eben noch 300 oder Tausend andere Leute sitzen.

Das Prinzip funktioniert ja auch. Der Gedanke des Hörspiels in der Öffentlichkeit ist ja nicht neu, verschiedene Radiosender veranstalten Hörspielevents wie das Hörkino und so weiter. War das ein Einfluss?

Nein. Also wir haben ja mit Sendern überhaupt nichts zu tun gehabt. Und mir ist auch nicht bekannt, dass das vor uns jemand anderes gemacht hat, im Open-Air-Bereich. Das Hörspiel allerdings öffentlich gespielt wurde, zum Beispiel in Planetarien, das wusste ich. Ich wusste aber auch, dass das nicht sonderlich gut funktioniert. Deswegen haben wir uns auch überlegt, ganz nach draußen zu gehen, auf die Wiese.

Hattet ihr von Anfang an eine bestimmte Zielgruppe, oder wollt ihr das Hörspiel auch Menschen nahe bringen, die bislang noch nichts oder nicht viel damit zu tun haben?

Ja, das wir damit Leute erreichen wollen, die selten oder nie Hörspiele hören war natürlich ein Grund dafür, dass wir das kostenlos machen. Wenn jemand kein Basisinteresse an etwas hat, dann würde er wahrscheinlich kein Geld dafür ausgeben. Daher der Gedanke, wir machen das kostenlos um mehr Leute dafür gewinnen zu können. Sie haben so ja nichts zu verlieren. Über die Zielgruppe haben wir uns keine Gedanken gemacht. Obwohl uns klar war, dass es sich bei den Meisten um Studenten handeln wird. Leipzig ist eine Studentenstadt, wir waren bzw. sind Studenten. Wir haben das Ganze auch im Stadtblatt angepriesen, also dem Kreuzer der ja vorwiegend auch von Studenten gelesen wird. Wir waren da nicht überrascht, als das Publikum vorwiegend studentisch war. Überrascht haben uns eher die Omas, die mit Klappstuhl kamen und die dann aber auch jeden Abend da waren.

Sie sagten, dass es anfänglich keine Unterstützung seitens eines Rundfunksenders gab. Im Laufe der Zeit habt ihr einige Produktionen der öffentlich rechtlichen Sender gespielt, gibt es mittlerweile Hilfe?

Man wird auf Grund der Länge, die wir das jetzt machen, ernster genommen von den Sendern. Wir haben auch schon im ersten Jahr Übernahmen gespielt, man hat uns da nicht die Tür vor der Nase zugeschlagen, aber jetzt hat die Zusammenarbeit eine ganz andere Qualität bekommen. Man macht uns Vorschläge, Anfragen werden schneller bearbeitet, man kennt uns und ich glaube wir haben auch einen gewissen Beginnerbonus. Wir waren die ersten die so etwas gemacht haben und das eben auch mit einer netten Penetranz verfolgt haben. Ich glaube man ist uns da ganz gut gesinnt bei den Sendern.

Apropos Qualität. Sind die Produktionen der freien Produzenten qualitativ besser geworden im Laufe der Jahre?

Es gibt eine Qualitätssteigerung. Ob es daran liegt das die Leute besser werden oder das die Leute die ins Blaue hinein produzieren uns ihre Stücke nicht mehr schicken, das vermag ich nicht zu sagen. Es gibt zwei drei Leute die uns jährlich ihre Stücke geschickt haben, die leider qualitativ nicht spielbar waren und nach eben zwei drei Absagen verliert man sicherlich die Lust daran. Dahin gehend hat eventuell eine Selektion stattgefunden. Ich kann mir auch vorstellen, das im Zuge der Demokratisierung der Produktionsmittel, dass die Leute eben selbst produzieren können eine Steigerung der Qualität mit sich bringt. Die Technik ist einfacher zu bedienen geworden, es ist wesentlich mehr Menschen zugänglich und die die etwas produzieren wollen haben eine ganz andere Ausgangssituation als es in den Neunzigern der Fall war. Da wird man mit der Benutzung der Technik schon besser, wäre fatal wenn nicht.

Gab es oder gibt es Produktionen die ihr so noch nicht gehört habt, etwas was in seiner Form her für Euch neu war?

Es gab im ersten Jahr ein Stück über einen kleinen Jungen der seinen Schäferhund liebt und auch mit ihm Sex hat, das hat mich vom Thema her umgehauen, das kam so aus dem Blauen heraus. Dann kommen natürlich immer mal Stücke wo man denkt, wow die Leute sind fantastisch.

Soll die Größe des Festivals in Bezug auf Angebot ausgebaut werden?

Nein, ist nicht geplant. Wir organisieren das alles Ehrenamtlich und können das Festival in der Länge nicht noch vergrößern, 10 Tage reichen.

Gibt es Pläne andere Formen verstärkt ins Programm zu nehmen, also beispielsweise mehr Hörspiel mit mehr visuellen Anreizen?

Es gibt ja im Rahmen des Hörspielsommer an den Wochenenden Liveveranstaltungen, die das Programm begleiten. Es gab auch immer wieder Stücke mit visuellen Anteilen, Projektionen zum Beispiel. Da wehren wir uns auch nicht, es kommt immer auf die Thementage an und ob da Liveacts reinpassen und wenn diese dann Visualisationen mitbringen, dann präsentieren wir das auch, also wir lehnen es nicht kategorisch ab, aber es muss auch nicht Überhand nehmen.

Was funktioniert beim Publikum am besten?

Krimis. Das ist der bestbesuchte Tag des Hörspielsommers.

In der Jury des Wettbewerbs ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk, das MDR vertreten. Warum?

MDR Figaro ist Kulturpartner vom Hörspielsommer und stiftet die Preisgelder für den Wettbewerb. Der Stefan Kanis, der dieses Jahr mit in der Jury sitzen wird, der ist Redakteur und Dramaturg in der Hörspielredaktion und hat einfach einen professionellen Blick auf das Ganze. Ich glaube das ist eine ganz gute Adresse.

Würden Sie sagen das es dem Hörspiel im Rundfunk auf seinem Platz den es hat in den dritten Programmen etc. gut geht?

Das Hörspiel im öffentlich-rechtlichen Rundfunk hat schon eine feste Position, im privaten Radio leider nicht. Das ist sehr schade, begründet sich aber wahrscheinlich mit den hohen Produktionskosten. Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk werden auch die Gelder knapper, also auch die Produktionen knapper, was sehr schade ist. Mir ist auch auf der diesjährigen Buchmesse aufgefallen, das weniger Hörspiele produziert werden.

Was könnte der öffentlich-rechtliche Rundfunk machen um das Hörspiel zu beleben?

Mehr freie Produzenten zu spielen wäre ein guter Ansatz, aber im öffentlich-rechtlichen Rundfunk mahlen die Mühlen langsam. Lange Vorplanung, etc. also man ist da nicht ganz so flexibel wie etwa im Privatfunk. Abgesehen davon ist es sehr teuer Hörspiel zu senden, da hängen viele Rechte dran die man bezahlen muss. Es ist einfach keine günstige Sache für den Rundfunk. Ich glaube die Sender würden es sich einfacher machen, wenn sie mehr Produktionen freier Produzenten senden die ihnen ja eh zugeschickt werden. Ich fände das sehr gut und glaube es gibt da Nachholbedarf, es gibt da noch Potential was man ausschöpfen kann.

Sehen Sie mehr Möglichkeiten des Hörspiels mit dem Internet?

Das Angebot der öffentlich-rechtlichen Medien im Internet muss mit dem On-Air Angebot einher gehen. Das Onlineangebot kann sich da nicht vom On-Air Angebot entfernen, also alles was Online zur Verfügung steht muss auch On-Air gelaufen sein. Es kann nichts was nicht On-Air präsentiert wurde Online gezeigt werden. Das ist ein Problem. Entweder man muss das lockern, womit ich überhaupt kein Problem hätte, wenn die ARD Rundfunkanstalten auf ihren Seiten noch weitere Hörspiele zum Download oder als Stream anbieten würden die nicht gesendet werden.

Ich bedanke mich für das Gespräch Frau Littkopf.

Arne Sommer, Hörspielautor

Sie schreiben Hörspiele, vor allem Krimis um die Figur Peter Lundt. Krimi ist seit seinem Bestehen im Rundfunk eines der beliebtesten Genres, ist das ein Grund für Ihre Arbeit?

Nein, so habe ich es nicht gesehen, weil Krimi am beliebtesten ist. Das kam eher aus einem eigenen Interesse heraus, da ich Krimi selbst auch am interessantesten finde. Beim Krimi hat man halt, gerade wenn man eine Reihe oder eine Serie schreibt, nicht das Problem das man sich jedesmal neu überlegen muss, worum es in der Handlung geht. Man hat einfach automatisch diese Ermittlungsgeschichte, die das Ganze vorantreibt.

Haben Sie die Reihe um den Ermittler Peter Lundt ins Leben gerufen, weil es plötzlich möglich war selbst Hörspiel zu produzieren, also das Hörspiel keine reine Radiokunst mehr war?

Das war eigentlich mehr oder weniger ein Zufall, ich wollte schon immer mal Hörspiele schreiben und hab dann die Verleger von Hörformat kennen gelernt, die dann Peter Lundt gemacht, produziert haben. Die suchten einfach Drehbuchautoren die Lust haben auch mal ein Hörspiel zu schreiben und dann hatte ich diese Idee von einer blinden Hauptfigur für ein Hörspiel, was eben die Leute von Hörformat sofort überzeugt hat.

Gab es den Drang sich was außergewöhnliches einfallen zu lassen?

Nein. Das mit der blinden Hauptfigur hat mich insoweit überrascht, dass es das noch nicht gab. Meine Überlegung war, der Konsument ist beim Hörspiel nicht auf die Augen angewiesen, also wäre es perfekt eine blinde Hauptfigur zu haben. So konnte ich auf, die von mir ungeliebten Sprecher verzichten, da der blinden Hauptfigur auch alles erklärt werden muss, genau wie dem Zuhörer.

Haben Sie besondere Beziehungen zu blinden Menschen?

Also mittlerweile, vorher hatte ich das nicht. Als wir angefangen haben die Sachen zu recherchieren, haben wir uns natürlich schnell mit Blinden zusammengesetzt um deren Lebenswelt kennen zu lernen, weil ich davon ja gar keine Ahnung hatte. Mittlerweile gehören die Blinden zu unseren größten Fans, da gibt es einen richtigen Block, die kommen zu allen Veranstaltungen, bringen in ihrem Blindenrundfunk Berichte darüber, haben einen Fanclub gegründet. Mittlerweile ist das eine Serie für Blinde, das war so nicht geplant und hat auch die Produzenten überrascht. Aber das wird nun gut genutzt, weil wir diesen Bekanntheitsgrad, dieses Weitersagen eben haben.

Sie sagten, Peter Lundt wird von freien Produzenten produziert. Gab es ein Interesse von Rundfunkanstalten Ihre Serie zu senden oder gar zu produzieren?

Es wurde ein paar Mal im Rundfunk gesendet, erstaunlicherweise nur im Privatfunk. Die Ausgangsfinanzierung kam so zustande, dass wir in Schleswig-Holstein eine Rundfunkförderung bekommen haben die damit einher ging, dass es eben auch im Rundfunk gesendet werden musste. Der erste Teil wurde einige Male auf DeltaRadio gesendet, da bekamen wir zwar kein Geld aber Sendezeit, so dass wir die Förderung beantragen konnten. Das war dann in Norddeutschland das erste Hörspiel, welches im Privatfunk gesendet wurde. Das war damals gefördert von der MSH, das war eine Fernsehförderung, hatte aber auch einen Radioteil. Die gibt es aber leider nicht mehr.

Zu welcher Tageszeit wurde das Hörspiel gesendet?

Absurderweise Heiligabend 22 Uhr. Der vierte Teil, was auch eine weihnachtliche Geschichte ist (Peter Lundt und das Wunder vom Weihnachtsmarkt) ebenso an Weihnacht

im Privatfunk.

Hatten Sie Sendezeit im öffentlich-rechtlichen Rundfunk?

Nein. Es wurde immer mal berichtet, es wurden auch Ausschnitte gesendet, aber es lag an folgendem Problem. Ich hatte oft Kontakt mit dem NDR, auch die Verleger, aber der NDR hat ganz klar gesagt, sie finden das Projekt ganz gut, aber wenn sie es nicht selbst produzieren dann senden sie es auch nicht.

Also hätten Sie die Produktion in deren Hände geben müssen.

Ja, aber das hätten sie auch nicht mehr gewollt, weil der erste Teil schon wo anders gelaufen war. Der NDR hat eben gesagt, wir machen nur unser Originalprogramm und sonst keins.

Im Rückblick gesehen, wäre es überhaupt reizvoll gewesen sich im Rundfunk zu engagieren?

Finanziell wäre es extrem reizvoll gewesen. Da ja beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk für jede Wiederholung ein Wiederholungshonorar gezahlt wird. Als freier Autor bin ich beteiligt am Verkauf. Was eben bei weitem nicht so viel ist.

Lässt sich vom Hörspiel leben?

Nein, nur vom Hörspiel nicht. Ohne meine Fernseharbeiten ginge es nicht. Im Moment ist es ein nettes Zusatzgeschäft, auch wenn es sich im Vergleich zu anderen Hörspielen besser verkauft, bringt es doch nicht all zuviel. Man müsste schon die Auflage der „Die drei Fragezeichen ???“ haben um sich damit richtig finanzieren zu können.

Stichwort „Die drei Fragezeichen ???“, sind sie ein Kassettenkind?

Also nicht im Sinne von, dass ich das alles noch hier habe oder immer noch höre. Ich hatte auch nicht den Enthusiasmus jeden Teil auf Kassette gesammelt zu haben, aber gehört habe ich die Kassetten auf jeden Fall.

Zurück zu ihrer Hörspielreihe, es gibt den Verkauf auf Tonträgern, Teile wurden im Radio gespielt, es gibt Live-Aufführungen, Lesungen. Welche Form ist Ihnen die liebste oder welche Form passt am besten zu Hörspiel aus heutiger Sicht?

Wenn ich mir das aus Sicht der Zuhörer vorstelle, finde ich die CD schon am besten. Man kann sie hören wo und wann man will, man kann sie auch als Produzent so lange produzieren bis man glaubt jetzt sei es fertig. Es hat auch so einen Buchcharakter, es steht halt in den Regalen und ist nicht gleich wieder weg. Was mich eben beim Rundfunk oder beim Fernsehen als Autor schon immer gestört hat, dass man wahnsinnig viel Mühe in ein Projekt steckt und dann wird es maximal zweimal gesendet. Das ist unbefriedigend.

Das Live-Hörspiel müsste für einen Autor sehr interessant sein, da die Reaktionen direkt kommen.

Das ist es auch. Das kann man aber auch nicht ständig machen, aber ich habe ja den ersten Teil der Hörspielreihe extra nochmal umgeschrieben für die Aufführungen. Das hat Spaß gemacht, weil man ja auf der Bühne ein bisschen derber sein kann, man kann ein bisschen direkter mit dem Publikum sein. Faszinierend ist auch, dass die Veranstaltungen immer voll sind.

Was kommen da für Leute?

Ganz unterschiedlich, irgendwelche Großeltern mit ihren Enkeln, Internetfreaks die Hörspielseiten betreiben bis hin zu den Menschen die vielleicht gar nicht so viel Hörspiel hören, die aber gern Hörspiel auf der Bühne hören bzw. sehen.

Die Idee ein Hörspiel auf die Bühne zu bringen, kommt die aus dem Ursprung des Hörspiels, also von dessen Herkunft aus dem Theater?

Es hat eher einen kommerziellen Hintergrund. Man wollte da ein Event daraus machen. Die Frage war eher, wie macht man ein solches Event. Was kann man wirklich bringen um die Leute in einen Raum zu bringen und zu begeistern? Als Antwort ist das eben entstanden. Für uns ist es ja auch ein Marketinginstrument, es ist nicht so das man draufzahlen muss, es trägt sich finanziell so ein Live-Hörspiel. Es ist ein Instrument um die Reihe noch bekannter zu machen und in andere Kreise vorzudrängen damit.

Sie sagten, bei den Live-Events kämen auch die Betreiber von Hörspielseiten im Internet, gibt es da Verbindungen, Anstrengungen neue Wege speziell im Internet zu gehen?

Auf jeden Fall! Das ist ein ganz großes Ding, generell für Autoren die irgendwas schreiben. Es ist 1. sehr wichtig, was es da für Foren gibt und was da geschrieben wird und 2. die direkte Rückmeldung ist interessant. Das gab es ja früher überhaupt nicht. Noch ist es aber eine ganz kleine Zahl an Leuten die da aktiv sind, man sollte das auch nicht überbewerten und denken, wenn man da positiv ankommt ist es überall so. Da gibt es aber auf jeden Fall Verbindung, z.B. dieses Podcast23. Das ist ein Hörspielforum, die sind an uns herangetreten und fragten ob sie offiziell ein Peter Lundt-Forum betreiben dürfen. Sowas passiert dann auch und die Leute trifft man auch auf den Hörspiel- oder Buchmessen. Das ist ganz angenehm, weil sie auf der einen Seite Fans sind und auch ein tieferes Interesse haben und über einen schreiben. Die Verbindungen werden auch gerade vom Verlag gehalten.

Das Hörbuch hat in den letzten Jahren Erfolg, die Zahl der Veröffentlichungen steigt stetig. Haben Sie den Eindruck, dass das Hörspiel von diesem Erfolg profitiert und mitgezogen wird?

Auf jeden Fall! Es ist allerdings absurd, dass die Leute bereit sind für ein Hörbuch wesentlich mehr Geld auszugeben als für ein Hörspiel, obgleich die Produktionskosten beim Hörspiel ungleich viel höher sind als beim Hörbuch. Ich habe den Eindruck, dass wenn man Hörbuch sagt denken die Menschen an ein Buch und haben die Meinung ein Buch sei seriöser als ein Hörspiel. Beim Hörspiel denken die Leute wahrscheinlich erst einmal an „Die drei Fragezeichen ???“ und die Europa-Kassetten und die waren natürlich auch billig. Das ist ganz seltsam, nur wenn es etwas ist wie „Der Schwarm“ oder „Herr der Ringe“, wo man sagen kann, Hey hier sind die 20 besten Schauspieler Deutschlands versammelt und wir haben 8 Wochen täglich produziert. Dann kann man damit Werbung machen und dann sind die Leute bereit dafür mehr Geld auszugeben. Aber für ein ganz normales Hörspiel, da ist es schwierig sich gegenüber dem Hörbuch zu positionieren. Aber es ist schon so, dass der Hörbuchboom auch dem Hörspiel genutzt hat.

Ist das Finanzielle der einzige Anreiz der öffentlich-rechtlichen für Autoren? Was sollten die Anstalten des öffentliche Rechts unternehmen um für Hörspielmacher, auch für Autoren interessanter zu werden?

Der Rundfunk könnte seine geschlossenen Türen öffnen. Ich finde es extrem schwierig, ich habe es ja öfter mal versucht, der Rundfunk ist ein echter „Closed Job“. Die haben ihren Kulturauftrag, ein Prozent des Gesamtbudgets für diesen Kulturauftrag, da habe ich das Gefühl das wäre schon auf 20 Jahre hinaus verteilt, wer eben was bekommt. Das wirkt ganz unbeweglich. Die Leute sind zwar alle ganz nett, gerade im Vergleich zum Fernsehen

da sind die Radioleute bei der ARD sehr freundlich. Trotzdem sind die Töpfe da verteilt und das soll auch so bleiben. Ich weiss gar nicht ob man das da so will, neue Autoren! Das Hörspiel im öffentlich-rechtliche hat sich gefunden, auch die Zuhörer werden nicht mehr oder weniger, da bleibt alles so wie es ist. Das ist mein Eindruck.

Was könnte der Rundfunk tun, um das Hörspiel für eine größere Öffentlichkeit reizvoll zu machen?

Man kann ja mittlerweile viel auf CD kaufen, ich glaube aber man könnte mehr ins Netz stellen. Das ist vielleicht rechtlich schwierig. Ich kann mir auch nur schwer vorstellen auf welche Sendezeit man Hörspiele legen sollte. Ich kann es aber nachvollziehen, dass nicht jeden Tag auf NDR2 um elf ein Hörspiel läuft. Die Hörgewohnheiten der Leute sind völlig andere, daher denke ich das die CD oder der Download das zeitgemäßere Medium sind. Weil die Leute es einfach dann hören können wann sie wollen.

Ist das Hörspiel tot oder hat es Zukunft?

Ich glaube das Hörspiel hat eine gute Zukunft. Man merkt es ja daran, dass es immer mehr auf CD gibt, die Messestände immer größer werden und dass das Medium an sich immer mal in Seminaren oder an Schulen wieder auftaucht. Von daher denke hat das Hörspiel auf jeden Fall eine Zukunft. Man wird eben abwarten müssen was alles kommt, gerade auch mit den immer schnelleren Techniken.

Herr Sommer, danke für das Gespräch!

Gesine Neuhof, Verantwortliche u.a. für Bereiche Hörbuch und Rundfunkanstalten bei der Leipziger Buchmesse

Seit wann ist das Hörbuch bzw. das Hörspiel bei der Buchmesse von Bedeutung?

Seit ungefähr 8 Jahren ist es wirklich ein Schwerpunkt. Mit dem zunehmenden Hörbuchmarkt und dem steigenden Interesse hat man überlegt da einen Schwerpunkt daraus zu machen.

Wurde diese Überlegung an Besucher- oder Ausstellerzahlen festgemacht?

Es ist ja prinzipiell so, dass wenn man eine Messe macht, dass man schaut in welchen Bereichen kann man noch Aussteller einerseits gewinnen und womit zieht man natürlich auch wieder mehr Besucher auf die Messe. Wir sind immer dabei zu suchen, welche Themen kristallisieren sich neu heraus und wo würde es sich lohnen einen Schwerpunkt zu setzen. Also das sind mehrere Gründe die da mit reinspielen.

Fragen die Verleger, die Anstalten etc. selbst nach oder müssen die Messebetreiber anfragen?

Das ist unterschiedlich, wir haben natürlich Partner mit denen wir zusammenarbeiten wo wir relativ schnell mitbekommen, ob sich in der Branche was entwickelt oder nicht. Da beraten wir uns natürlich über die Sinnhaftigkeit. Man recherchiert da schon sehr ausführlich vorher.

Gibt es Publikumsreaktionen auf die Aussteller?

Man sieht es einerseits, wenn man über die Messe geht, wichtiger Indikator ist unser Hörbuchcafé. Wir haben ja auch Veranstaltungen auf der Messe und da ist das Hörbuchcafé für dieses Segment das Veranstaltungsforum direkt auf der Messe. Man sieht es ja, welche Veranstaltungen voll sind oder welche nicht. Die Themen Podcast, neue Medien oder Onlinehörspiele werden immer stärker besucht, Live-Hörspiel hatten wir dieses Jahr auch mit, was eine sehr gut besuchte Veranstaltung war.

Gibt es bei den Live-Hörspielen ein Genre welches besonders gut funktioniert?

Kann ich nicht sagen. Wir hatten nur eins auf der Messe und was da insgesamt in der Branche geht weiss ich nicht. Ich glaube es ist eher der Reiz direkt bei der Entstehung mit dabei sein zu können. Man kann als Publikum mit seinen Reaktionen direkt mit eingreifen in das Hörspiel.

Wie stark ist die Beteiligung der Radiosender an der Messe?

Es ist bei uns so, dass das schon sehr eng verknüpft ist mit dem MDR oder der ARD übergreifend, dadurch das wir auch das ARD-Hörbuchforum haben und der MDR mit uns die Hörbuchnächte zusammen organisiert. Aber man kann es anhand der Ausstellerzahlen nicht wirklich miteinander vergleichen. Weil eben ein kleines Hörbuchlabel ganz andere Voraussetzungen hat als die ARD. Wir haben jedenfalls alle ARD-Anstalten da als Aussteller, also alle dritten Programme die sich präsentieren, was flächenmässig so groß ist wie die anderen Hörbuchverlage insgesamt.

Die Größe der Ausstellerfläche nimmt zu, mehr und mehr Prominenz kommt. Kann man sagen, dass das Segment an Wichtigkeit zugenommen hat?

Das auf jeden Fall. Aber in den letzten beiden Jahren ist die Situation eher stagniert, es gab einen großen Schub, den gibt es jetzt nicht mehr. Es hat sich auf einem Level

eingefahren.

Wie hat sich die Zahl der Neuvorstellung entwickelt?

Ich glaube, dass das eher steigt, ich habe jetzt aber keine konkrete Zahl. Es ist so, dass die Verlage das Buch und das Hörbuch gleichzeitig auf den Markt bringen, was früher gegensätzlicher war. Das Hörbuch kam im Abstand von Monaten.

Gibt es ein Fazit der Aussteller?

Ja, wir hatten dieses Jahr ein paar mehr Neuaussteller als im Vorjahr und haben insgesamt eine sehr positive Resonanz bekommen.

Sie sprachen eben von steigender Beachtung für die Vermarktung im Internet, können Sie mehr darüber sagen?

Es ist allgemein zu beobachten, dass sich mehr ins Internet hinein verlagert wird. Hörbuchcommunities werden immer stärker, lemonload beispielsweise, wo halt wirklich sehr angeregt und vielseitig diskutiert wird. Es gibt mittlerweile Hörspiele, die nur noch Online zu hören sind oder Projekte wo viele User gleichzeitig dran sitzen und etwas auf die Beine stellen. Ich glaube die Vielseitigkeiten und die Möglichkeiten wachsen immer weiter.

Können Sie beurteilen, ob dass bei den Anstalten des öffentlichen Rechts ein Thema ist?

Ich glaube nicht. Die rechtliche Situation ist sehr schwierig. Mein Gefühl sagt mir, dass sie sich eher auf die konservativen Sachen berufen. Nehmen wir den Radiotatort, der Tatort funktioniert im Fernsehen, also wurde das Konzept aufs Radio übertragen, das funktioniert auch gut. Ein Tatortfan wird durch soetwas vielleicht auch an das Medium Hörspiel mit heran geführt.

Hat das Hörspiel vom Erfolg des Hörbuches profitiert?

Das denke ich schon, weil ich auch glaube das viele Leute den Unterschied gar nicht so genau kennen. Viele Leute, kann ich mir vorstellen, denken Hörspiel und Hörbuch ist das selbe. Oder auch auf Lesungen, ich glaube manche Leute wissen nicht worauf sie sich da einlassen.

Bekommen Sie mit, das Menschen speziell auf der Buchmesse zum ersten Mal Kontakt mit dem Medium Hörspiel oder Hörbuch haben?

Ja, das schon. Da helfen uns die Veranstaltungen, wir hatten dieses Jahr Robert Stadlober der aus dem Club der toten Dichter gelesen hat. Was ja prinzipiell ein bekannter Stoff ist, dann noch ein bekannter Schauspieler. Da sind halt 400 Leute schon mal wegen dem Schauspieler gekommen, die sich dann danach überlegen, da könnte man sich schon öfter mal was anhören. Das denke ich schon, aber das hängt auch oft mit den Inhalten zusammen, was eben die Menschen interessiert.

Wie sind die anderen Veranstaltungen besucht?

Prominenz zieht, wie gesagt die Leute an. Es ist auch so, dass man schon deutlich an den Besucherzahlen sehen kann was für ein Tag es ist. Also wir haben Thementage mit sehr sehr spezifischen Fachveranstaltungen, beispielsweise Veranstaltungen für Verlage über Verkaufsstrategien der Hörbücher. Das wird immer wichtiger, den Fachleuten mitzuteilen wie sie mit dem Medium umgehen können. Und man kann beobachten, dass eben da viele Leute, die vielleicht nicht gezielt kommen, interessanterweise hängen bleiben. Wir hatten auch eine Veranstaltung, die war glaube ich am stärksten besucht, über Hörversprecher

sag ich mal. Also Beispiele von Produktionsversprechern, oder Synchronsprecherraten sind Veranstaltungen wo das Publikum mitmachen kann und sich auch eine gewisse Begeisterung entlocken lässt. Man kann auf so einer Messe schon einen spontanen Anreiz schaffen, der die Leute auch anzieht und hält.

Kann man bei solchen speziellen Angeboten von einem alterstüblichen Interesse sprechen?

Glaube ich nicht, das zieht sich komplett durch. Man kann schon sagen, dass diese Podcastgeschichten die Jüngeren mehr ansprechen, das ist themenspezifisch, Aber ein grundlegendes Interesse ist schon bei allen Altersstufen da. Kinder sind ganz große Hörspiel- und Hörbuchnutzer.

Das bildende Hörspiel war in den 1950ern Teil des Lehrplanes, gibt es so etwas heute?

Genau diese beiden Bereiche müssten wir noch mehr zusammen bringen. Das haben wir gesehen und werden versuchen im nächsten Jahr daran zu arbeiten.

Was kann der Rundfunk machen, um das Hörspiel weiter zu beleben?

Erstens nicht mehr auf ganz so späte Sendezeiten setzen, also mehr in Zeiten zu senden wo man auch Radio hört und zweitens eher so kleine Häppchen zu senden.

Kurzhörspiele.

Genau. Oder mehr skurrile Sachen ins Programm zu nehmen. Wie eben Synchronstimmen vorzustellen oder mal hinter die Kulissen einer Produktion hören zu lassen. Viele können sich den Aufwand gar nicht vorstellen. Oder in Sendungen über neue Bücher mit Leseproben zu versehen, dass die Leute merken wie angenehm es sein kann Geschichten zu hören.

Glauben Sie, es würde dem Hörspiel nützen wenn Sender ihre Archive teilweise einer freien Produzentenschaft zu öffnen?

Ich glaube, dass würde dazu führen die junge Zielgruppe stärker mit heran zu bringen. Das kann ich mir vorstellen. Da müsste man es aber schaffen das publik zu machen, die Neugier muss bei den Leuten geweckt werden.

Frau Neuhof, danke für das Gespräch!

Johannes Ackner, Geschäftsführer phonetics group GbR und Betreiber der Internetseite www.vorleser.net

Sie haben einen CD Vertrieb und bieten Downloads an. Was wird stärker genutzt?

Das kann man so richtig nicht miteinander vergleichen. Wir haben relativ viele Titel, die wir gar nicht als CD haben. Aber von den Stückzahlen, die wir pressen und verkaufen glaub ich schon mehr CDs. Wobei wir gerade dabei sind einen CD Handel aufzubauen, die Leute kennen uns noch nicht, auch die Buchhändler nicht, daher sind die Verkaufszahlen noch relativ gering.

Gibt es bei den Downloadzahlen einen absehbaren Trend?

Das wird zunehmend mehr. Das wird sicher irgendwann den CD Vertrieb, den physischen verdrängen. Gerade bei Hörbüchern ist es ja relativ aufwendig, da müssen 10, 20 CDs produziert werden, das Hörbuch bietet sich daher als Download geradezu an, eher noch als Musik. Da wird es sicher zugunsten des Downloades noch eine Verschiebung geben.

Machen Sie sich Sorgen wegen Piraterie?

Nein.

Gibt es einen Austausch zwischen Ihnen und den Konsumenten?

Auf vorleser.net gibt es einen Austausch, das ist aber noch web1.0 was wir da machen, also wir bieten an und die Leute holen es sich ab. Es gibt relativ viel gutes Feedback übers Gästebuch. Wir haben auch viele Newsletterabonnenten, ca. 54.000, aber das ist auch wieder in eine Richtung. Es gibt da aber trotzdem keinen großen Austausch, obwohl es meist positives auch negatives Feedback gibt.

Sie machen web1.0, gibt es Pläne für mehr?

Wir bieten demnächst Deutsch-Internetkurse an.

Das geht aber dann vom Hörbuch oder Hörspiel weg?

Ja, das ist dann was anderes.

Gehören die Menschen, die sich bei Ihnen auf der Website tummeln, einer speziellen Zielgruppe an?

Kann man nicht sagen, das ist ziemlich gemischt. Obwohl ich schon eher auf Erwachsene tippe. Aber über Großeltern und Eltern, die sich Märchen für die Kinder herunterladen ganz junge eher weniger, Grimms Märchen oder Edgar Ellen Poe interessiert nun nicht unbedingt die 18 Jährigen. Einige Schulen sind dabei, die eben was für den Deutschunterricht brauchen, aber das ist nicht die große Masse.

Gibt es Berührungspunkte oder Probleme mit dem Hörbuch und Hörspiel im Internet?

Ich würde sagen das ist eine Frage der allgemeinen Medienkompetenz. Ich glaube schon, dass Leute die jünger sind und einen Computer bedienen können, dass denen es leichter fällt sich was herunterzuladen. Ist ja bei Musik und allem anderen auch so, wer den Computer bedienen kann wird es auch nutzen.

Welches Genre ist das beliebteste?

Also bei uns läuft Abenteuer und Spannung, also Edgar Ellen Poe oder Conan Doyle und solche Sachen. Aber das sind ja auch so namhafte Sachen, die laufen weil die Leute es kennen. Die zweite große Gruppe sind die Kinderhörbücher, Grimms Märchen, Andersen und Hauff. Da haben wir eine ganze Menge schöner Sachen.

Sie sind also auf rechtefreien Stoff fixiert?

Genau, rechthebafte Sachen machen wir in Kooperation mit Verlagen, wir haben aktuell mit dem Argon-Verlag eine Hörspiel-Soap herausgebracht. Von der ersten Staffel gibt es jetzt monatlich eine Folge, die man bei uns herunterladen kann.

Ist da Podcast ein Thema?

Nein.

Sie sprachen gerade Kooperationen an, gibt es Zusammenarbeiten mir dem Rundfunk?

Ja mit uns als Verlag. Wir produzieren Titel, die bei MDR Sputnik gesendet werden. Die haben eine Reihe „Hörerlebnisse“, die fünfmal wöchentlich 20 Minuten Hörbuch senden. Mit denen zusammen wählen wir Titel aus, die wir dann als Verlag produzieren. Wir produzieren das als CD und Sputnik kauft uns dann die Senderechte ab. So gesehen sind wir da ziemlich eng verbunden, das hat aber mit vorleser.net nicht so viel zu tun, außer das wir eben die Leute darauf hinweisen, das es die CDs im Onlineshop gibt.

War das eine Initiative seitens des Rundfunks oder von Ihnen?

Die sind auf uns zugekommen.

Sind andere Verbreitungswege, Events etc. für Sie interessant?

Mich interessiert das, ehrlich gesagt überhaupt nicht. Es gibt Verlage, die da Potential sehen. Ich sehe das wirtschaftlich, ich glaube nicht das die Leute, wenn sie ein Stück auf einem Festival gehört haben, es kaufen werden und wenn dann nur in kleinen, sich nicht lohnenden Stückzahlen. Ich kann dem nicht soviel abgewinnen, das ist aber meine persönliche Sicht. Ich möchte da nicht für die Branche sprechen!

Hat der Erfolg des Hörbuches das Hörspiel mitgezogen?

Absolut! Es gibt ja eine sehr ausgeprägte Hörspielszene. Es gibt Fanseiten, Leute die selbst produzieren. Ich finde das schon erstaunlich, dass Leute soviel Energie da hinein stecken. Aufnahmen machen, Aufnahmen schneiden, Musik dazu, das ist schon eine Menge Arbeit und das es diese Szene gibt, die außerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks funktioniert somit nicht gebührenfinanziert ist, zeigt ja das es einen Markt dafür gibt.

Hörspiel funktioniert heute auf vielen Ebenen, welche Richtung sollte der Rundfunk mehr verfolgen?

Welche Möglichkeiten hat das Radio? Ich glaube das was Sputnik macht ist eine gute Sache. Das sie eben auch im Internet sehr präsent sind, ihre gesendeten Hörspiel als Podcast und so weiter anbieten. Ein zeitunabhängiges Hören ermöglichen, weil gerade junge Leute sich nicht 23 Uhr vors Radio setzen um die nächste Folge zu verfolgen. Das muss man als Radio schon bringen, wenn man junge Leute ansprechen will und gerade bei längeren Produktionen, also mehreren Folgen muss man es den Leuten anbieten können sich das ganze Zeit- und Ortsfrei anhören zu können.

Der download als MP3, ist es die momentane bestens funktionierende Verbreitungsform

oder zeichnet sich eine andere Richtung ab?

Nein, ich kenne da auch nichts. Bei Hörbüchern ist es eher traditionell. Ich wüsste da nichts. Man muss seine Sachen eben auf mehreren Wegen verbreiten, das ist wichtig. Wir haben den Download, den CD Vertrieb, ein größeres Projekt konnten wir bei einem Discounter unterbringen, auf vielen Wegen funktioniert es gut.

Danke, Herr Ackner für das Gespräch.

Stefanie Hoster, Abteilungsleiterin Hörspiel beim Deutschlandradio Kultur

Rundfunk war einst die alleinige Plattform für das Hörspiel. Glauben Sie der Rundfunk ist dabei diese Plattform gänzlich zu verlieren oder bleibt der Rundfunk im allgemeinen dem Hörspiel auch in anderen Präsentationsformen (z.B. Live-Event) treu? Welchen Trend wird man verfolgen?

Plattform ist der falsche Ausdruck. Hörspiele wurden und werden in Funkhäusern produziert und gesendet. Das ist die Hauptsache. Alles andere, Präsentationsformen etc., ändert nichts daran, daß diese spezifische Hör-Kunst-Form von uns produziert wird, gesendet, wiederholt wird. Niemand anders hat die "Ausdauer" für den Sendebetrieb Hörspiel.

Worin kann ein Radiosender investieren um dem Hörspiel im Rundfunk eine größere Bedeutung und auch eine größere Hörerschaft zu erschließen? Mit welchen Strategien kann man das Hörspiel an Menschen tragen, die damit noch keine Erfahrung haben?

Die Menschen müssen sich für Kunst im weitesten Sinne interessieren und ihren Ohren vertrauen. Unsere Hörerschaft ist sehr groß. Größer kann sie werden durch online-Strategien und durch regelmäßiges Senden (s.o.) und durch "Sonder"projekte in populäreren Sendezeiten. Bei Dkultur zum Beispiel die "Wurfsendungen", die von uns produziert werden, oder das "blogspiel" oder früher "Bei Anruf Soap".

Laut Rundfunkstaatsvertrag darf nichts Online gezeigt werden was nicht Onair angeboten wird. Gibt es Bemühungen diese Regelung zu lockern um ein größeres Onlineangebot bereitstellen zu können?

Bemühungen gibt es immer, aber zur Zeit wohl aussichtslos.

Gibt es ein steigendes Interesse am Onlineangebot? Gibt es einen stärkeren Austausch mit der Internetcommunity als mit der Radiohörerschaft?

Ja

Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird vorgeworfen, in Sachen Hörspiel nicht offen gegenüber beispielsweise neuen Autoren oder feien Produzenten zu sein. Würden Sie diese Einschätzung teilen?

Dieser Vorwurf ist ungefähr 30 Jahre alt, nämlich seit "freie" Produzenten Mittel haben, die teure Form Hörspiel zu produzieren. Vieles genügt nicht unseren Qualitätsansprüchen, was frei produziert wird - literarisch und auch produktionsästhetisch. Aber natürlich senden wir immer wieder und oft Produktionen, die frei produziert sind, sog. Autorenproduktionen. Offen gegenüber neuen Autoren sind wir immer, sofern sie gute Skripte liefern.

Sehen Sie einen Sinn darin, die Audioarchive der Sender zumindest teilweise zu öffnen, um freie Produzenten zu locken oder den Hörer als möglichen Produzenten mit einzubinden und deren Arbeit zu erleichtern?

Welche Audio-Archive?

Wie stark ist der Austausch mit den Hörern? Nimmt dieser Austausch tendenziell ab oder zu?

Ist meiner Ansicht nach gleich geblieben. Hörer melden sich meist nur, um sich über etwas zu beschweren - ein Angebot, das ihnen fehlt, oder eine Sendung, die ihnen nicht gefallen hat.

Wie gut funktionieren interaktive Programmeinhalte?

Man muß eine längere Anlaufphase einkalkulieren, dann funktionieren sie ganz gut. "Bei Anruf Soap" war so ein Projekt, auch das Blogspiel. Das Problem ist, inhaltlich relevante Stoffe und Formen zu finden, und nicht nur rumzuspielen. Jedenfalls in einem Kulturprogramm.

Es gab und gibt Kooperationen mit öffentlichen Einrichtungen um Hörspiel-Events (auch mit Fernsehprogrammen) zu veransalten, sind diese Konzepte von Interesse, wird man da investieren?

Wir dürfen/können nicht mit kommerziellen Anbietern zusammengehen, selten jedenfalls, muss sehr genau "sauber" bleiben. Dafür kriegen wir ja Gebührengelder.

Die Hörerschaft der Kulturprogramme hat einen relativ hohen Altersdurchschnitt. Gibt es Bemühungen sich für jüngere Hörer attraktiv zu machen?

Bemühungen gibt es immer. Deutschlandradio Kultur hat einen erfreulich guten

Altersdurchschnitt für ein Kulturprogramm, wir liegen bei Anfang 50 – und HörspielhörerInnen und Feature-Hörerinnen sind noch jünger, das haben wir mal vor ein paar Jahren in einer nicht repräsentativen Umfrage mittels unserer Hörspielbroschüre herausgefunden - sie sind Ende 20 bis Mitte/Ende 30

Welchen Weg wird man in den Hörspielredaktionen gehen um das Hörspiel in Zukunft im Radio als Kunstform zu halten?

Diese Frage unterstellt Gefährdung der Kunstform Hörspiel - davon kann im Deutschlandradio Kultur nicht die Rede sein, Sie kennen ja sicher unser reiches Programmangebot.

Wolfgang Schiffer, Leiter der Abteilung Hörspiel und Feature beim WDR 3

Rundfunk war einst die alleinige Plattform für das Hörspiel. Glauben Sie, der Rundfunk ist dabei diese Plattform gänzlich zu verlieren oder bleibt der Rundfunk im allgemeinen dem Hörspiel auch in anderen Präsentationsformen (z.B. Live-Event) treu? Welchen Trend wird man verfolgen?

Mit Blick auf unser Hörspiel-Programmangebot und dessen Nutzung fällt es mir zumindest für den WDR schwer, die Ihrer Fragestellung implizite These zu teilen: Mit weit über 500 Hörspielsendungen unterschiedlicher Sub-Genres im Jahr einschließlich gelegentlicher öffentlicher Live-Inszenierungen und sonstiger öffentlicher Hörspiel-Präsentationen im Sendegebiet und einer Akzeptanz, die bei einigen Sendeplätzen die für das Einschalt-Produkt Hörspiel stattliche Zahl von 100.000 Zuhörerinnen und Hörer pro Ausstrahlung erreicht, sehe ich die Funktion des Rundfunks als dominante Plattform für das Hörspiel als qualitativ hochwertige Kunst- und Unterhaltungsform nach wie vor gegeben und perspektivisch auch weiterhin gewährleistet. Letzteres ist vor allem dadurch garantiert, dass das öffentlich-rechtlich produzierte Hörspiel in einem pluralistischen Angebot einerseits auf hohem Niveau tradierten inhaltlich-ästhetischen Hörerwartungen entspricht, andererseits die Möglichkeiten des Genres innovativ voran treibt und dabei auch vermeintliche Grenzen des Mediums Radio risikofreudig überschreitet. Im WDR ist beides gegeben, das Hörspiel bewegt sich im „Takt der Zeit“, wozu nicht zuletzt die bewusste, sich in klar definierten Segmenten des Programmangebots manifestierende Annahme eines alle Künste betreffenden pop-kulturellen Diskurses beiträgt.

Natürlich, und darauf zielen Sie wohl ab, gibt es daneben a) eine in jüngster Zeit durchaus auch wachsende Szene freier originärer Hörspiel-Produzenten und b) einen weit gefächerten kommerziellen Hörbuchmarkt.

Zu a) Freie Hörspiel-Produzenten, die unter souveräner Handhabung der „erleichterten“ technischen Möglichkeiten eine den Produkten öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten qualitativ gleichwertige Leistung erbringen, sind weitgehend in den Radiobetrieb integriert, nicht zuletzt über Auftragsproduktionen. Das gilt selbst dann, wenn die zunehmende Aufhebung der traditionellen Arbeitsteilung zwischen Autoren und Produzern und die wachsende Integration von Kreativkräften aus den Bereichen Klangkunst, Film und Musik usw. dazu führt, dass einige „Hörspielmacher“ über eigene Labels verfügen, über die sie in einem konstruktiven Miteinander mit dem Radio ihre Produkte weiter verwerfen.

Zu b) Deutlich anders aufgestellt ist der Hörbuchmarkt. Er zielt (durchaus legitim) mit Gewinnabsicht auf die Kommerzialisierung akustischer Produkte, darunter allerdings am Wenigsten auf das genuine Hörspiel. Dennoch gibt es auch hier eine auf einzelne Projekte bezogene partnerschaftlich geregelte Kooperation, in dem einzelne Hörbuchverlage neben häufig eigen produzierten Lesungen über die jeweiligen z.B. Medientochtergesellschaften der Rundfunkanstalten qua Lizenz öffentlich-rechtlich realisierte Produkte erwerben und in den Handel bringen. Das Interesse der Hörbuchverlage zielt hier jedoch primär auf Hörspieladaptionen kanonisierter und/oder veröffentlichter (Bestseller-)Literatur.

Worin kann ein Radiosender investieren, um dem Hörspiel im Rundfunk eine größere Bedeutung und auch eine größere Hörerschaft zu erschließen? Mit welchen Strategien kann man das Hörspiel an Menschen tragen, die damit noch keine Erfahrung haben?

Das Hörspiel ist und bleibt die originäre Kunstform des Radios. Diese Bedeutung behält es auch weiterhin, wenn sich seine Projekte und Produkte in Entsprechung zu einem heutigen „Lebensatem“ in optimaler Qualität sowie inhaltlicher, dramaturgischer und produktionsästhetischer Vielfalt zeitgenössischen Themen

und modernen Sounds zuwenden. In diese Entwicklung des Angebots, das frei von kommerziellen Interessen auf nicht-wissenschaftliche und unideologische Weise eine tiefe Erfahrung von Welt ermöglicht, muss das Radio kontinuierlich investieren.

Eine noch größere Hörerschaft wäre zweifellos zu erreichen, wenn diese Kulturleistung (Das Radio ist Faktor und Partner der Kultur überhaupt) und deren Erfahrbarkeit im Radio auch von Kultur vermittelnden Organen außerhalb des Radios in ihrer spezifischen Wertigkeit an potentielle Nutzer verstärkt kommuniziert werden würde.

Hier sind bedauerlicher Weise wachsende Defizite festzustellen, bis hin zur kritischen Würdigung eines Hörspiels erst dann, wenn es via Lizenz als CD-Edition eines Verlags im Handel ist, und noch dazu unter Nicht-Nennung der Rundfunkanstalt als genuiner Produzent. Es versteht sich von selbst, dass hier eine „Strategie-Umkehrung“ nicht von den Rundfunkanstalten initiiert werden kann, es bleibt nur der Appell an „externe“ Kultur-Instanzen zu einem ebenfalls partnerschaftlichen Verhalten.

Mit Blick auf eigene Strategien ist es gerade für die weitere Gewinnung junger Publika von zunehmender Bedeutung, das Qualitätsprodukt Hörspiel komplementär zur terrestrischen Ausstrahlung via Internet in eine zeitlich und örtlich unabhängige Nutzungskette zu bringen. Dieser Weg wird im WDR im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten bereits konsequent beschritten. Einerseits realisieren wird das Recht auf einen privaten Mitschnitt einer jeden Radiosendung durch den WDR Radiorecorder, der mittels eines dreiwöchigen Programmiervorlaufs während der Ausstrahlung die digitale Aufzeichnung auch eines jeden Hörspiels ermöglicht, andererseits bieten wir zunehmend Hörspiele als kostenlose, zeitlich befristete Downloads nach der UKW-Ausstrahlung an.

Laut Rundfunkstaatsvertrag darf nichts Online gezeigt werden, was nicht On Air angeboten wird. Gibt es Bemühungen diese Regelung zu lockern, um ein größeres Onlineangebot bereitstellen zu können?

Kaum jemand wird derzeit eine verlässliche Prognose abgeben können, wohin sich das Radio und damit auch das Hörspiel mit Blick auf seine Verbreitungswege entwickeln wird. Zudem gelten ab dem 1. Juni (2009, Anm.) die Neuerungen durch den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag.

Gibt es ein steigendes Interesse am Onlineangebot? Gibt es einen stärkeren Austausch mit der Internetcommunity als mit der Radiohörerschaft?

S.o.: Das Interesse an zeit- und ortssouveräner Nutzung des Radioangebots und damit an Onlineangeboten wächst vor allem bei jüngeren Publika, ohne jedoch in der Summe zu einem Rückgang der Radionutzung zu führen.

Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird vorgeworfen in Sachen Hörspiel nicht offen gegenüber beispielsweise neuen Autoren oder freien Produzenten zu sein. Würden Sie diese Einschätzung teilen?

S.o.: Ich teile diese Einschätzung nicht.

Wie stark werden radiounabhängige Hörspielmacher in das Sendeprogramm eingebunden?

S.o.: Die Einbindung ist abhängig von der Entsprechung der Qualitätsstandards. Zugleich findet eine aktive Förderung statt, nicht zuletzt durch den ARD-

Wettbewerb „Premiere im Netz“ im Rahmen der jährlichen ARD-Hörspieltage, der sich gezielt an Radiomacher wendet, die noch nicht im Radio publiziert haben. Der Gewinner dieses Wettbewerbs wird derzeit mit einem Produktionsstipendium in einer ARD-Rundfunkanstalt ausgezeichnet.

Sehen Sie einen Sinn darin, die Audioarchive der Sender zumindest teilweise zu öffnen, um freie Produzenten zu locken oder den Hörer als möglichen Produzenten mit einzubinden und deren Arbeit zu erleichtern?

Da es sich auch beim Bestand der Audioarchive um Material handeln kann, dessen Rechtheumfang nur eine Nutzung zu Rundfunkzwecken ermöglicht, muss eine Öffnung Einzelfallentscheidungen vorbehalten sein.

Wie stark ist der Austausch mit den Hörern? Nimmt dieser Austausch tendenziell ab oder zu? Wie gut funktionieren interaktive Programmeinhalte?

Der Austausch mit den Hörern ist nicht zuletzt aufgrund der den Dialog beschleunigenden technologischen Kommunikationsmöglichkeiten steigend.

Welches Hörspielgenre funktioniert am besten?

Falls Sie die Akzeptanz meinen: Die höchsten Nutzungszahlen haben Radio-Kriminalhörspiele und Hörspiele, die sich in der Organisation von Sprachmaterial und Sound im aktuellen ästhetischen Diskurs bewegen.

Es gab und gibt Kooperationen mit öffentlichen Einrichtungen, um Hörspiel-Events (auch mit Fernsehprogrammen) zu veranstalten: Sind diese Konzepte von Interesse, wird man da investieren?

Sofern die rechtlichen Voraussetzungen (Recht der öffentlichen Vorführung etc.) für derlei Kooperationen gegeben sind und sie mit Blick auf die Gebührenfinanzierung einen legitimen Mehrwert für das Publikum darstellen, ist und bleibt eine Beteiligung an solchen Konzepten von Interesse.

Darüber hinaus werden Cross-Over-Aktivitäten mit öffentlichen Einrichtungen in einem die Möglichkeiten des Radios erweiternden dramaturgischen Kontext gezielt initiiert. Als Beispiel kann hier das jüngst mit dem Hörspielpreis der Kriegsblinden ausgezeichnete Hörspiel „Ruhe 1“ von Paul Plamper gelten, das in ästhetischer und produktionstechnischer Verknüpfung parallel zur Radioproduktion als Installation eines „begehbaren Hörspiels“ im Museum Ludwig Köln zu erfahren war.

Die Hörerschaft der Kulturprogramme hat einen relativ hohen Altersdurchschnitt. Gibt es Bemühungen, sich für jüngere Hörer attraktiv zu machen?

Neben einem umfangreichen Kinderhörspiel-Angebot bietet das WDR Hörspiel in seinem Kulturprogramm WDR 3 und in der jungen Welle 1Live mit WDR 3 open: pop drei, 1Live Plan B Soundstories und 1Live Plan B Krimi drei wöchentliche Sendeplätze, die in ihrer thematischen Ausrichtung und vor allem in ihrer akustischen Produktionsästhetik dezidiert auf jüngere Hörerinnen und Hörer zugeschnitten sind und von diesen auch genutzt werden, ohne dabei natürlich ein älteres Publikum, das sich für moderne ästhetische Entwicklungen interessiert, auszuschließen.

Darüber hinaus dient, wie ausgeführt, natürlich das komplementäre Online-Angebot nicht zuletzt der Attraktivitätssteigerung für jüngere Publika.

Welchen Weg wird man in den Hörspielredaktionen gehen, um das Hörspiel in Zukunft im Radio als Kunstform zu halten?

Diese Frage glaube ich, mit meinen bisherigen Antworten ausreichend beantwortet zu haben.

Wolfgang Schiffer

Leiter der PG Hörspiel und Feature

6 Selbständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Sebastian Hänel