

HOME

PUBLIKATIONEN

MONOLITHOGRAPHIEN

SEISMOGRAPHIEN

EPIZENTRALARCHIV

CROSS-MEDIA-MATERIALIEN

KONTAKT

LINKS



Eckhard Gropp: Neue musikalische Wirklichkeiten.

Interviews mit Verantwortlichen aus den Rundfunk- und Fernsehanstalten

Interview mit Prof. Karl Karst (Wellenleiter WDR 3/Westdeutscher Rundfunk Köln)

Köln (27.3.2001)

Das Gespräch mit dem Leiter der Hörfunkwelle WDR 3 fand unmittelbar nach der Wellenreform vom 1. März 2001 statt.

E. G.: Bevor man eine Wellenreform wie die von WDR 3 angeht, erstellt man Analysen, und von WDR 3 weiß ich, daß es mehrere dieser internen Analysen gegeben hat. Können Sie zusammenfassen, wo bei diesen Analysen zentrale Kritikpunkte deutlich wurden?

Karst: Ich würde zunächst den Begriff der Analyse gerne etwas konkretisieren. Es gab natürlich interne Analysen, es gab Redaktionsprüfungen, es gab interne Monitorings, es gab die Zahlen, und es gab die Hörerreaktionen. Das alles zusammen ist das Analysematerial. Es gab aber vor allem zwei groß angelegte Programmebeobachtungen, die von externer Seite aus gemacht wurden. Wir haben dafür das Monitoring im Westdeutschen Rundfunk. Und für Monitorings werden entweder quer durch das Programm einer bestimmten Programmstrecke zu einer bestimmten Zeit Analysen gemacht, oder es wird ein ganzes Programm einen ganzen Tag intensiv durchgehört und dann ein detailliertes Gutachten verfaßt. Da ich im Falle von WDR 3 der Autor dieser Monitorings war, die 1998 und 1999 hier erstellt worden sind, kann ich ihnen relativ detaillierte Auskunft dazu geben [Anm. E.G.: Karl Karst erstellte dieses externe Gutachten vor seiner Zeit als Wellenleiter von WDR 3]. Bei der ersten Analyse 1998 war es für mich sehr überraschend – als jemand, der von Köln nach München und Stuttgart ging und wieder nach Köln zurück kam, ich bin ja mit WDR 3 aufgewachsen –, ein Programm zu hören, das sich ohrenscheinlich seit meinem Weggang nur marginal verändert hatte. Es war erkennbar, daß sich WDR 3 seit den 1980er Jahren bis 1998 in der Anmutung und in der Programmgestaltung wenig verändert hatte, während ich im Umfeld dieses Radios der ARD sehr viele Veränderungen erlebt und selbst mitgestaltet hatte.

E. G.: Woran ist ihnen das vor allem aufgefallen – jetzt nicht nur aus der professionellen Sicht, sondern aus der Sicht des normalen Rezipienten., der sie ja auch sind?

Karst: An der Sprechhaltung und der Anmutung, an der fehlenden akustischen Gestaltung des Gesamtprogramms. Es gab keine Überleitungen, es war eine stark betonierte Kästchen-Mentalität, die sich zuweilen so ausdrückte, daß sie den Hörer auslud, weiter das Programm zu hören. Das ging soweit, daß der Moderator oder die Moderatorin einer bestimmten Strecke sagten: "So, wir hören uns nächste Woche an dieser Stelle wieder. Auf Wiederhören!" Das Programm war damit zu Ende. Das ist jetzt zwar eine Marginalie, aber insgesamt war erkennbar, daß die verschiedenen Programmplätze nichts miteinander zu tun hatten und auch nichts voneinander wußten. Es war spürbar, daß wenig Kommunikation zwischen den einzelnen Redaktionen und Programmplätzen bestand...

E. G.: ... das wäre also der Gedanke der Welle, der dann an dieser Stelle greifen

müßte?

Karst: Genau. Es war bis dahin kein Programmbewußtsein da. Das ist ja auch erklärbar, es ist ja vorher nie so gewesen. Das kann man niemandem vorwerfen. Es war vorher so, daß jede einzelne Redaktion den Auftrag bekam: Werdet die besten in eurem Genre! Wenn man diesen Auftrag so stellt, dann sind die Ergebnisse genau richtig so gewesen. Jeder hat perfektes Programm gemacht in seinem Schächtelchen, aber es war kein Gesamtprogramm.

Aus dem Monitoring gingen dann Vorschläge hervor. Es war relativ deckungsgleich mit dem, was auch intern empfunden worden ist. Erstaunlich war für mich, dass ich fast genau ein Jahr nach dem Start der Wellenreform zumindest in der Präsentation eine ganz gewaltige Veränderung hören konnte. Zu dem damaligen Zeitpunkt konnte ich natürlich noch nicht prüfen, inwiefern die internen Strukturen dem entsprachen...

E. G.: ... können Sie Beispiele nennen, die Ihnen besonders aufgefallen sind?

Karst: Ja, es gab eine klare akustische Logo-Struktur, es gab eine Verweis-Struktur, und es haben sich die Sprechhaltungen geändert. Ich hatte in meinem Monitoring zum Beispiel moniert, daß eine ganz bestimmte Sprechhaltung für mich als Hörer nicht akzeptabel ist. Das ist eine Sprechhaltung, wie sie früher im Kulturradio Gang und Gäbe war, und die so geht: "Ja, Sie wissen, was ich weiß, und wir machen hier Programm für *Insider*, und wenn es Sie nicht interessiert, dann bleiben Sie zu Hause!" Das ist jetzt die Übersetzung einer Stimmhaltung, die eigentlich zu sich selbst spricht. Und davon gab es noch einige. Das ist im Grunde Ausdruck einer großen Unsicherheit. Das hat natürlich keiner zugestanden, aber hinter der Fassade von Arroganz und Abweisung verbirgt sich immer Unsicherheit. Das habe ich sehr stark moniert, denn das ist kein Radio, sondern das ist eine Clubsprache, die man vielleicht in einem Jazz-Club oder einem Alte Musik-Club oder einem Feature-Club an den Tag legt...

E. G.: ... also eine hermetische Abgrenzung nach außen...

Karst: ... ja, genau: "Wir sind hier ein kleiner Kreis von Fachleuten, und wenn du das nicht verstehst, dann bist du doof!"

E. G.: Es klingt jetzt so, als wenn sich das dramatisch in allen Bereichen von WDR 3 geändert hätte...

Karst: ... das gibt es nicht mehr!

E. G.: Gar nicht mehr?

Karst: Sie haben natürlich recht... Es gibt nach wie vor Menschen – die ich auch sehr schätze –, die kann man nicht zwingen, von heute auf morgen eine ganz neue Sprechhaltung zu entwickeln. Aber da, wo Redaktionen mit einem großen Stamm von Moderatorinnen und Moderatoren arbeiten, hat sich das total geändert. Dort ist diese Selbstbezüglichkeit weg, und es ist eine Öffnung da, wenngleich WDR 3 kein Anbieterungs-Radio ist. Damit wir uns nicht mißverstehen: Es geht nicht darum, hier ein nettes, schönes Radio zu machen; es geht darum, hervorragende, kritische, qualitativ hochwertige Programme zu machen, die aber ins Ohr kommen sollen. Das Ziel ist es ja, daß wir gehört werden sollen. Das erreichen wir nicht dadurch, daß wir zu uns selber sprechen.

E. G.: Wie kommt es aber, daß auch intern immer gleich diese Polarisierung aufgemacht wird, die Sie ja auch gerade nennen: einerseits die Angst vor der Anbieterung und andererseits die Haltung, daß altbewährte Kulturradio nicht aufgeben zu wollen?

Karst: Diese Dichotomie ist jetzt weg. Es haben jetzt alle begriffen, daß es nicht darum geht, hier ein nettes Klassik-Radio zu machen. Das wollten sicher auch einige, eine schöne Klassik-Welle. Das wäre der Tod von WDR 3, das wäre der Tod jedes anspruchsvollen Kulturradios. Ein Klassik-Radio ist ein kommerzielles Pop-Radio mit klassischer Musik. Da werden Hits abgenudelt, und es geht um einen vorgegaukelten Sonnenschein, den man nach einer bestimmten Zeit nicht mehr ertragen kann. Es ist einfach zuckersüß, und man merkt, daß einem diese schleimige und teilweise wirklich anbietende Sprechhaltung gehörig auf den Geist geht. WDR 3 aber ist ein absolut kritisches und ein avanciertes Programm. Das ist durch die Strukturänderungen jetzt, die wir ja Programm-Optimierung

genannt haben, sehr deutlich geworden. Es ist mal an sich eine Sensation, daß dieses große Dampfschiff überhaupt Fahrt aufgenommen hat, und daß die Mannschaft zum größten Teil wirklich mit ziemlicher Begeisterung dabei ist, das Schiff zu steuern. WDR 3 ist eine avancierte Experimentalstelle; es ist das "Nase-vorn-Programm" im deutschen Radio. Ich möchte hiermit ein Signal geben an jüngere Kultur- und Musikinteressierte. Und das kann dadurch gelingen, daß man eine Stelle des Programms, die nicht viele andere verprellt, täglich um 23 Uhr öffnet, und deshalb heißt der Programmplatz "WDR 3 open". Wobei "open" nicht aus dem Englischen kommt, sondern aus dem Holländischen beziehungsweise aus dem Mittelhochdeutschen, um das einmal klarzustellen.

E. G.: Wobei das natürlich ein Aspekt ist, von dem Sie nicht ausgehen können, daß er jedem Hörer sofort bewußt wäre.

Karst: Ich sage das jetzt auch mehr ironisch.

E. G.: Aber trotzdem entsteht natürlich der Eindruck, daß sich nicht nur Sprechhaltungen verändern, sondern es verändern sich ja auch noch andere Dinge. Da ist zum Beispiel der Musik-Begriff, der Werk-Begriff an sich, der sich fundamental verändert, ferner finden sich solche offenen Programmplätze, die Genre übergreifend gedacht sind. Ich brauche nur ein bis zwei Jahre zurückzudenken, wo das noch unmöglich gewesen wäre. Solche Berührungspunkte zu "Eins live" wären damals undenkbar gewesen. Welche gesellschaftlichen Ansprüche an die Welle WDR 3 sehen sie durch solche Veränderungen realisiert?

Karst: Diesen Veränderungen liegt definitiv eine Ausweitung des Kulturbegriffs und auch des Musikverständnisses zugrunde. Hinzu kommt eine Prüfung des Zielgruppen-Wunsches. Wenn man bedenkt, daß ein Programm wie "Lauschangriff" bei "Eins live" ja immer schon von WDR 3 bestückt wurde, dann liegt es doch nahe, zu fragen: Gehört das nicht eigentlich auch zu unserem Programm?

E. G.: Waren dort die Hemmschwellen geringer als jetzt in umgekehrter Richtung?

Karst: Das war nicht so. Das war damals schon eine harte Argumentationsarbeit für diese "Lauschangriffe". Ich habe mir erzählen lassen, daß es da interne Kontroversen im Haus gab, ob ein junges Radio einen doch immerhin einstündigen Spiel- und Feature-Termin gebrauchen kann. Jetzt ist die Welle relativ stolz darauf, weil das natürlich eine Art öffentlich-rechtlicher – jetzt sage ich es mal provokant – Legitimations-Schild ist. Ansonsten ist das Programm zwar auch schon in den Wort-Segmenten deutlich von den Kommerziellen unterschieden, aber eben doch vergleichbarer mit diesen als andere WDR-Programme.

E. G.: Aber die haben es eben eher gemacht als WDR 3 umgekehrt.

Karst: Richtig, aber die Zulieferung kam aus unserer Feature- und Hörspiel-Abteilung...

E. G.: ... das ist schon klar, aber der Mut, etwas in dieser Art zu probieren, war bei der jungen Welle "Eins live" eher vorhanden als beim Kultur-Radio WDR 3.

Karst: Ja, richtig, das ist jetzt erst da. Das hat sich alles fließend und durch Impulse ergeben. Es war nicht so, daß ich hier her gekommen bin mit einem fertigen Konzept. Es gab ja hier doch eine sehr fest geschlossene Gemeinschaft, und meine Herangehensweise war die, zunächst mit allen zu sprechen. Ich wollte von allen Erfahrungen hören und Impulse erhalten. Dann waren die Fragen zu stellen: Was wollen wir verbessern, was wollen wir hinzubekommen, und wen wollen wir dazubekommen? Dann haben wir im August 1999 ohne jede Vorgabe von meiner Seite eine "AG Programm" installiert, die sozusagen ein delegiertes Instrument der Welle war, und das gesamte Programm von morgens bis abends durchging. Und dort wurden die Veränderungsvorschläge entwickelt. Und wenn sich für eine bestimmte Programmstrecke ein Veränderungsvorschlag abzeichnete, dann wurde für diese Strecke eine Planungsgruppe eingesetzt mit den jeweiligen Redaktionen. Es ist insgesamt ein sehr umfassender, aber auch sehr basisorientierter und vor allem sehr menschlicher Prozeß gewesen, der zwar Zeit und Arbeit gekostet hat, der aber am Ende auch das Gefühl vermittelt

hat, daß alle dahinter stehen. Oder sagen wir doch, daß die Mehrheit dahinter steht. Die, die auf etwas verzichten mußten, haben Tränen geweint, und das wird auch anerkannt, trotzdem haben wir uns aber gemeinsam entschlossen, und Demokratie funktioniert so, daß die Mehrheit sagt, was gemacht wird.

E. G.: Das war ein interner Prozeß hier im Hause. Welche Einflüsse von außen sind denn dort eingeflossen? Natürlich sind alle Beteiligten hier im WDR auch Mitglieder der Gesellschaft, aber wurden explizit auch Kontakte nach außen gesucht?

Karst: Das ist selbstverständlich so. Gerade bei WDR 3 haben wir sehr außenbewußte Redakteurinnen und Redakteure, die also die Impulse der Musik und der Kultur kennen und das eingebracht haben. Wir haben natürlich über den Kultur-Begriff sehr ausführlich reflektiert, wir haben uns von der Medienforschung beraten lassen und haben mit den Partnern im Land diskutiert. Diese Dinge sind eingeflossen.

E. G.: Was haben die ihnen gesagt? Was hat ihnen zum Beispiel die Medienforschung gesagt hinsichtlich des Begriffes "Erlebnis", der ja eine zunehmende Bedeutung in der Kultur bekommt, die eben als Erlebnis verstanden wird. Sie selbst sprechen ja auch vom "Hör-Erlebnis".

Karst: Die Medienforschung hat uns leider nur sehr wenig helfen können, denn die Zahlen im Segment Kultur sind so niedrig, daß man dort nur ganz geringe Möglichkeiten der Differenzierung hat. Darüber hinaus hat man nun auch bei WDR 3, da es ja kein Quoten-Programm ist, bislang keine sehr intensiven Diskussionsführungen führen müssen. Es gab eine ältere Untersuchung über das Musikverständnis und die Hörererwartung, und die haben wir uns sehr genau zu Gemüte geführt. Sie bestätigte im weitesten Sinne die internen Auffassungen. Wir mußten in der "Arbeitsgruppe Programm" und in den Planungsgruppen ganz stark die Antennen ausfahren in Richtung: Was ist im Moment Kultur, was ist im Moment Radio? Ich muß von mir sagen, daß ich mich hierbei auch sehr stark von meiner intuitiven Einschätzung leiten lassen darf. Intuition ist für mich eine geronnene Mischung aus Erfahrung und Kenntnis. Die ist bei mir jetzt doch gereift, und ich glaube, ich habe ein Verständnis dafür, was sich hören lassen kann, und für das, was Wirkung tut. Ich habe von dieser Warte aus Anregungen gegeben, die dann zum Teil kontrovers, zum Teil aber auch homogen diskutiert wurden. Diese konnten dann zu solch relativ gewaltigen Veränderungen führen, wie zum Beispiel der Einführung von "WDR 3 open". Das ist ein Prozeß gewesen, der auf den Erkenntnissen basierte: Wir brauchen eine Öffnung des Kultur-Begriffs, wir brauchen eine Öffnung des Musikverständnisses, und wir brauchen eine Form und einen Sendeplatz für avanciertes und neues Radio. Ich möchte eine Möglichkeit für junge Leute schaffen, sich zu artikulieren, ich möchte die Möglichkeit schaffen, daß es ohne Kästchen-Sortierung möglich ist, mit experimenteller Musik und Klängen umzugehen, mit Internet-Sounds, mit elektronischer Musik, Alter Musik aus neuer Perspektive, alles...

E. G.: ... das setzt auch ein offeneres Bild der Rezipienten voraus.

Karst: Völlig. Ich möchte ein Signal geben zu den jungen Kulturinteressierten. Das sind aber jetzt nicht die 20-Jährigen. Herr Rausch, mein Partner von "Eins live", den ich sehr mag und schätze, wäre empört: "Jetzt klaut der uns unsere Zielgruppe". Immer mit der Ruhe. Wenn ich sage "jung", dann spreche ich im Grunde von Leuten ab 30 aufwärts...

E. G.: ... warum eigentlich?

Karst: Das ist eine gute Frage.

E. G.: Ich mache nämlich die Erfahrung, daß sowohl die ganz junge Altersgruppe als auch die Zielgruppe dazwischen einen viel weiter gefaßten Kultur-Begriff bereits haben, und beispielsweise sehr offen sind für derartige Experimente.

Karst: Ich würde mich freuen! Mein Erfahrungswert bisher war ein anderer. Warum das so war, müßte man prüfen. Liegt es an der Sozialisierung? Davon gehe ich jetzt mal aus. Wenn ich jetzt von den 30-Jährigen ausgehe, dann ist das zumindest schon einmal eine Zielgruppe, die erheblich jünger ist als das

Gros der WDR 3-Hörer bisher.

E. G.: Diese älteren Hörer sind nun aber die treuen Stammhörer, die ja, wie sie vorhin sagten, möglichst nicht verprellt werden sollten. Daneben stellt sich nun auch die Frage, wie man die neuen "jüngeren" Hörer erreichen kann – wie alt auch immer die dann sein mögen? Wie macht man denen deutlich, daß die bisherigen Hemmschwellen auf WDR 3 nicht mehr vorhanden sind? Hier vermisste ich eine wesentlich offensivere Präsentation nach außen mit der Aussage: "Hier hat sich einiges bei uns geändert!"

Karst: Ja, das wollen wir! Das ist natürlich immer auch eine Frage der Mittel. Wir hatten wie sie wissen eine große Pressekonferenz, und wir sind jetzt dabei für "WDR 3 open" Zielgruppen-Aktivitäten zu machen. Wir haben das Konzept der Kulturpartner für WDR 3 entwickelt, was sensationell gut ankommt. Ich habe die Idee artikuliert, daß wir anstelle dieser punktuellen *Presentings* von Einzelveranstaltungen eine feste Partnerschaft anbieten: "Sie sind unser Partner, und wir begleiten sie mit Veranstaltungstips, und sie zeigen, daß wir ihr Partner sind." Das heißt, dass dort zum Beispiel steht: "kult.WDR 3".

E. G.: Kann das journalistisch dann noch unabhängig sein?

Karst: Definitiv! Es gibt keine Beeinflussung, das ist gesetzlich geregelt. Diese Veranstaltungshinweise sind fern aller redaktionellen Programme, sie sind in den nicht redaktionell betreuten Fließprogrammen, also in der Morgenstrecke und in der Mittagsstrecke, und sie sind deutlich gekennzeichnet als Hinweise auf die Veranstaltungen unserer Kulturpartner...

E. G.: ... und das ist den Partnern auch immer klar?

Karst: Das steht im Vertrag. Da steht sogar drin, daß sie keinen Einfluß haben auf die Anzahl der *Trailer*. Das ist sehr streng geregelt. Es gibt nur eine Rahmenvereinbarung: Sie können und dürfen weder auf die Zahl noch auf die Machart Einfluß haben.

E. G.: Das bedeutet ja nun, daß das Medium wesentlich stärker nach außen geht. Hat man Radio früher vor allem aus dem Studio heraus gemacht, so geht man heute an die Orte des Geschehens.

Karst: Ganz genau. Einerseits sind wir am Ort präsent. Wir schneiden viel mehr mit. Wir haben durch die neue Programmstruktur fast jeden Abend die Möglichkeit, Konzerte live zu übertragen. Das gab es früher nicht. Auf der anderen Seite ist das ein Image-Transfer sondergleichen, den es früher nicht gab. In unserem Konzeptpapier steht: Wenn die Kultur wenig Geld hat für Werbung, dann kann sie nur dadurch reüssieren, daß sie sich zusammenschließt. Und diese Idee der Kulturpartnerschaften ist hier im Land so stark angekommen, daß wir jetzt etwas vorsichtig sein müssen, weil alle eigentlich wollen. Das ist ja etwas, was niemanden reales Geld kostet. Wir bezahlen natürlich für die Produktion der Trailer viel Geld, aber auf der anderen Seite ist der Ausdruck gegenseitiger Wertschätzung und die faktische Werbung, die wir zum Beispiel für eine Veranstaltung der Kölner Philharmonie leisten, enorm. Diese Veranstalter sagen uns, daß sie das deutlich spüren. Und umgekehrt für uns: Es gibt keinen direkteren Weg zu unserer Zielgruppe. Ich kann im "Spiegel" diese neue Kampagne plazieren, was wir ja gerade tun. Das erreicht dann viele Menschen, aber nur wenige wirklich aufmerksame. Aber so eine Werbung oder die Ausstellung von Prospektmaterial in einer Oper, einem Schauspielhaus oder einer Ausstellung erreicht natürlich genau die Zielgruppe.

E. G.: Was ist aber mit den eigenen Medien. Im Fernsehen kommen gelegentlich ein paar verschämte Trailer bezogen auf WDR 3. Wird das noch mehr?

Karst: Ja, wir haben jetzt schon beim Start der optimierten Programmstruktur gleich zwei Trailer anregen können: einen zu der Strecke "Bühne Radio", was sich anbietet, weil man dort die Bühne abfilmen kann, und einen zu "Resonanzen" [Anm. E.G.: Die "Resonanzen" sind in der Nachfolge des Musikmagazins "Musikszene" ein Kulturmagazin, das seit dem 1. März 2001 alltags zwischen 17 und 18 Uhr auf WDR 3 ausgestrahlt wird]. Da ist die Zusammenarbeit intensiver und interessierter geworden. Nun sind die betreffenden Kollegen beim Fernsehen in meinem Alter, und ich kenne sie sehr

gut und sehr lange. Da sind jetzt auch Synergien da. Wir merken da jetzt einen deutlichen Generationenwechsel. Und die neue Generation will jetzt zum Zuge kommen. Auch WDR 3 ist ganz deutlich in der Phase des Wechsels der Verantwortlichkeiten.

E. G.: Ich muß aber trotzdem noch einmal auf den Begriff des Image-Transfers zu sprechen kommen, den sie gerade nannten. Dieser interne Generationswechsel muß sich ja auch nach außen deutlich bemerkbar machen. Was ist das für ein Image, das sie für WDR 3 gerne nach außen vermittelt haben möchten?

Karst: Für mich ist WDR 3 das avancierte Kultur-Hörfunkprogramm des Westdeutschen Rundfunks. Dieses Profil war vorher nicht so klar. Für mich ist WDR 3 ein definitives Programm zum Zuhören, das aber tagsüber so gut gestaltet ist, daß ich es auch begleitend hören kann. WDR 3 ist ein Programm sowohl für Einschalthörer als auch für Begleithörer. Mein Wunsch wäre es, wenn WDR 3 auch mit den beiden Kultursendungen "Mosaik" und "Resonanzen" und mit den abendlichen Live-Übertragungen eine solch klare Kultur-Profilierung erhält, daß man von diesem Programm in gleicher Weise sprechen kann wie von einem großen Feuilleton. Man sollte von diesem Programm sprechen können als einem Begleiter des Kulturlebens in diesem Land, als einem Übermittler der großen Kulturereignisse der Welt in dieses Land, und man sollte von diesem Programm sprechen können mit einem Ausdruck von Respekt.

E. G.: Wollen sie, daß "man" das tut oder daß es möglichst viele Hörer tun? Sie sagten ja vorhin, daß WDR 3 kein Quoten-Programm sei. Was für Vorstellungen haben sie da?

Karst: Es ist natürlich nicht unerfreulich zu beobachten, daß WDR 3 nicht nur konstant bleibt, sondern sogar ein bißchen steigt. WDR 3 hat immer noch im Vergleich in der Bundesrepublik eine Top-Position als Kulturprogramm. Ich könnte mir vorstellen, daß man das rein zahlenmäßig auch noch ein bißchen erhöhen kann, aber unsere Zielgruppe ist begrenzt – bei einem Kulturprogramm, erst recht bei einem Programm, daß sich auch auf avancierte Formen bezieht und offen ist auch für die Avantgarde. Das ist noch ein weiteres Kriterium: WDR 3 kann sich auch wieder als das Avantgarde-Programm des WDR-Hörfunks etablieren...

E. G.: ... was ja lange nicht so klar war...

Karst: ... so ist es! Im Gegenteil, es sollte eher so ein braves Abspiel-Örtchen sein. Das wäre aber der Tod des Programms gewesen, das ist evident, das wissen mittlerweile alle. Und die Resonanz auf die Veränderungen belegt glaube ich, daß der Respekt vor WDR 3 jetzt wieder da ist. Der war intern und extern weg.

E. G.: Sie meinen "Respekt" jetzt aber nicht im Sinne von distanzierter Ehrfurcht, sondern im Sinne von Anerkennung.

Karst: Ja, Anerkennung, Wahrnehmung, im Sinne von Interesse: "dazwischen sein", "hinein kommen". Als jemand, der WDR 3 als Hörer und aus der Distanz kennengelernt hatte, war ich sehr überrascht, wie sehr doch die Schätzung dieses Programms intern und extern gelitten hatte in den letzten Jahren. Es war doch als ein sehr erstarrtes Programm verrufen. Es war natürlich drinnen nicht so, aber das war das Image nach draußen. Die Bewegung, die Öffnung und die Bereitschaft, sich zu verändern, die sich jetzt in einer Intensität gezeigt hat, mit der niemand gerechnet hat, die macht klar, daß das Potential von WDR 3 nicht erloschen ist. Das drückt sich auch in einem respektablen und anerkennenden Gestus aus, den wir ja auch in der Presse finden.

Ich komme an dieser Stelle noch einmal auf "WDR 3 open". Das so etwas entstehen konnte mit einer dezidierten Öffnung des Programms WDR 3 für neue und jüngere Hörschaften, ist ja nur möglich, wenn etwas anderes, das vorher da war, dann nicht mehr da ist. Das war in diesem Fall "Am Abend vorgestellt". Das war ein Programm, das 30 Jahre lang WDR 3 an dieser Stelle geprägt hat. Aber es wurde ganz entschieden von der Programmgruppe "Wort" selbst mit verabschiedet. Ich habe das natürlich angeregt und gebeten, das zu prüfen, weil es wunderbar wäre, wenn wir eine tägliche Öffnung zu dieser letzten Programmstunde schaffen könnten. Und ich habe dann die Programmgruppe gebeten selbst darüber zu befinden, ob man dann "Am Abend vorgestellt" ganz

aufhören könnte. Ich habe kein Hehl daraus gemacht, daß das meiner Meinung nach kein Radio mehr ist, sondern eine Lesung, beziehungsweise eine akustische Umsetzung eines ansonsten für den Druck-Bereich geschriebenen Textes. Ich habe schon vor vielen Jahren gesagt: Wenn ich das Manuskript einer Sendung nach der Sendung zwischen zwei Buchdeckel pressen kann ohne ein Wort zu verändern, dann war es kein Radio! Ich bin ein dezidiertes Verfechter von mediengemäßen Programmformen, und für mich war das, was ich da in den letzten Jahren hören konnte, sehr oft nicht dezidiertes Radio. Das waren hoch interessante, sehr intelligente, wichtige, zum Teil anregende Reflexionen, die ich aber eigentlich eher lesen möchte. Und das Ergebnis war nun so, daß die Programmgruppe "Wort" mit einem Mehrheitsbeschluß sagte: Wir beenden jetzt diese Tradition. Das ist ein gewaltiger Beschluß und ein demokratisches Prinzip, worüber ich mich sehr gefreut habe. Dann konnte sich das umsetzen, was ich als Gedanke vorher formuliert hatte: Ich bin angeregt worden zu dieser täglichen Schiene, weil wir ja am Samstag und Sonntag bereits so etwas hatten. Wir hatten das "Studio akustische Kunst" und das "Studio Neue Musik". Es gab dann drittens den Gedanken, ein "Studio elektronische Musik" einzurichten – alleine, um die Geschichte zu dokumentieren. Die Idee war dann, eine wirkliche Studio-Leiste zu schaffen und zu schauen, welche Formen es noch gibt. Wir kamen dann auf die "Sound-World" und die Mischform zwischen Literatur und Wort, das ist jetzt "Wortlaut", dann auf die Improvisations-Bereiche, das ist jetzt "Freiraum", und natürlich auf die ganz neuen spielerischen Formen der Pop-Hörspiel-Richtung, und das ist dann "Pop 3" geworden. Nachdem die Programmgruppe "Wort" diesen Platz freigegeben hatte, war dafür die Fläche da, und deshalb gibt es jetzt "WDR 3 open". Man sieht daran auch, daß eine gute Idee auch überzeugen kann.

E. G.: Sie sagen gerade, daß es eine demokratische Entscheidung gewesen sei. Das heißt dann aber auch, daß natürlich nicht alle Beteiligten von dieser Entscheidung beglückt waren. Nehmen wir nur solche Bezeichnungen wie "Pop 3" oder "SoundWorld", die ja dann nicht aus dem Mittelhochdeutschen kommen, und die bei vielen Leuten die Alarmglocken haben schrillen lassen – nach außen, aber auch intern, wie ich weiß. Man sah dadurch eine vermeintlich gesicherte Hörerschaft in Gefahr, die seit Jahren und Jahrzehnten das Programm friedlich begleitet hat. Das ist natürlich ein Risiko. Es bedeutet, daß man nicht nur die Zielgruppe erweitert, sondern dass man sie unter Umständen in Teilen austauscht. Ist das unterschwellig vielleicht sogar beabsichtigt? Karst: In der späten Strecke kann das geschehen. Da bin ich auch relativ radikal. Wir beobachten ja die Reaktionen an unserem Hörertelefon und die Briefe. Wir haben sehr starke Reaktionen zum Wegfall einer Programmsequenz, die am frühen Morgen lag, nämlich "Lebensmittel-Report". Das war erwartbar. Dort und auch am späten Abend liegen die beiden Fokuspunkte. Aber das übrige Tagesgesamtprogramm hat sich für den spezifischen WDR 3-Hörer im grunde noch präzisiert. Er wird da noch viel fließender und angenehmer in seinen Wünschen bedient als bisher. Wir reden eigentlich immer nur über kleine Eckpunkte, die verändert wurden, dabei ist die Strukturierung des Gesamtprogramms die wichtigste Veränderung. Der Abend hat eine Struktur bekommen, die sich jeder merken kann. Trotzdem scheiden sich die Geister – auch im Presse-Echo – immer nur an diesen kleinen Punkten, an denen etwas Radikales passiert, obwohl sich die gesamte Tagesstruktur sich ja beruhigt hat. Dort ist ja für den Hörer eines klassischen Kulturprogramms jetzt ein viel stärkeres Profil. Das ist eine deutliche Orientierung hin zum Musik-Kulturprogramm.

E. G.: Das schon, aber WDR 3 setzt natürlich Signale – gerade mit diesen kleinen Veränderungen. "Open" war ja auch ein Punkt, den sie vorhin sofort von sich aus angesprochen haben. Das ist doch das Signal nach außen: Wir haben unseren Kultur-Begriff erweitert...

Karst: ... das soll es auch genau sein! Und das ist auch ein Signal hinein in die ARD. Das hat Wirkung. Die Kolleginnen und Kollegen reagieren in spürbarer Weise darauf. Man setzt damit natürlich auch Akzente. Nun muß man aber natürlich auch gucken, ob das alles so funktioniert.

E. G.: Das setzt natürlich voraus, daß die Rezipienten mitziehen. Darum abschließend noch einmal die Frage nach der Zielgruppe, die ja so unspezifisch ist wie niemals zuvor. Früher konnte die Medienforschung vergleichsweise

einfache Hörertypologien herausarbeiten, die es aber so heute nicht mehr gibt. Wenn sie also sagen, daß sie eine bestimmte Zielgruppe ansprechen wollen, welche Gruppe schwebt ihnen dann vor? Sie nannten vorhin die Altersstruktur; was sonst spielt noch eine Rolle, zumal ja Aspekte wie Bildung und auch Alter dabei glücklicherweise soziologisch gesehen nicht mehr so stark ins Gewicht fallen? Mir ist noch immer nicht klar, wer da nun eigentlich angesprochen werden soll.

Karst: Vielen Dank, das ist ein ganz wichtiger Hinweis. Es ist im Grunde nicht mehr korrekt, von altersgebundenen Zielgruppen zu sprechen. Das habe ich auch immer deutlich gesagt. Ich glaube, daß Kultur keine Frage des Alters ist; heute erst recht nicht mehr! Wir haben es auf der Buchmesse gesehen: Es gibt wirklich junge Leute, die mit höchster Aufmerksamkeit dort hinkamen und zuhörten. Die Orientierung an Altersgruppen ist obsolet. Damit werden sich die Hörfunkprogramme auch insgesamt wandeln, wobei die Medienforschung natürlich noch an diesen Zahlen hängt. Von dort kommen dann rückwirkend die Zahlen, welche Altersgruppe denn nun vor allem das entsprechende Programm gehört hat, so daß von dort aus dann wieder "von hinten durch die Brust ins Auge" eine Alterssegmentierung erfolgen wird. Und dabei stellt sich dann beispielsweise heraus, daß WDR 3 halt im Moment zum größten Teil von Menschen über 50 gehört wird. Durch diese rein statistische Nachbereitung prägt sich dann das Bild eines altersorientierten Programms, was es ja gar nicht ist. Für mich ist Kultur keine Frage des Alters, und ich hoffe und wünsche sehr, daß wir mit der Strecke "WDR 3 open" den Beweis dafür erbringen können, daß es so ist. Ich gehe davon aus. Wir werden versuchen, mit dieser Strecke auch stärker ins Land zu gehen. Wir werden versuchen, den Programmplatz in Zielgruppen-Medien zu bewerben, und das haben wir schon begonnen. Wir haben alle Stadtmagazine und alle *Handouts* wie diese Kinoprogramme in Nordrhein-Westfalen mit den Anzeigen für "WDR 3 open" bestückt. Das läuft jetzt in diesem Jahr seit März bis Ende des Jahres. Mein Wunsch wäre es, daß sich dieser Programmplatz "23.05 Uhr" in den Köpfen einprägt...

E. G.: ... von ganz neuen und noch anzusprechenden Gruppierungen?

Karst: Ganz genau. Dass Leute wissen, die zum Beispiel im Experimentalbereich tätig sind: "immer um "23.05 Uhr auf WDR 3 – wir wissen zwar nicht genau, was da ist, aber du bekommst immer was besonderes, immer was verrücktes, immer eine andere Form von Radio. Du wirst herausgefordert. Das sind *Sounds*, das sind im weitesten Sinne ungewöhnliche Dinge." Wenn sich diese Information einprägt, dann...

E. G.: ... dann wird das ein sehr exponierter Programmplatz, aber zieht das die Leute auch ins übrige Tagesprogramm?

Karst: Das müssen wir mal gucken. Das ist dann natürlich eine ganz klare Einschaltzeit. Wir haben ja am Abend gar nichts anderes als Einschaltzeiten. Das ist ja auch nicht zu erwarten. Ich gehe aber davon aus, daß sich mit dieser Einschaltzeit der Name "WDR 3" einprägt.

E. G.: Also wieder die Image-Frage.

Karst: Ja, ja, es ist eine Identität. Da sind wir aber schon zum Teil, wir hatten das nur vergessen: WDR 3 ist das Kulturprogramm Nordrhein-Westfalens und das erfolgreichste Kultur-Hörfunkprogramm der ARD, zumindest eines der erfolgreichsten. Ich will das gar nicht so zuspitzen, aber es ist ein gutes Programm, und es war leider etwas vernachlässigt. Und jetzt haben wir mal die Klamotten ausgestaubt, und jetzt geht es weiter. Wir müssen gucken, daß sich diese Frische vermittelt. Ich bin davon überzeugt, daß jemand, der einen bestimmten Sendeplatz auf WDR 3 gewohnt ist, daß der mit der Zeit und seinen persönlichen Veränderungen dann auch guckt, was es auf anderen Programmplätzen noch so gibt, zum Beispiel im "Konzert". Die Konzertstrecke ist ja auch das ganze Oeuvre umfassend. Wir machen ja nicht nur Klassik. Das ist ja auch Jazz, Alte Musik und Weltmusik. Es gibt kein anderes Programm, wo das so existiert. WDR 3 ist in dieser Weise wirklich sehr weit. Das ist eine Adresse.