

Musik in  
den Medien

KULTURRADIO



# WDR 3

## Das Kulturereignis

Seit Anfang des Jahres präsentiert sich WDR 3, die Kulturwelle des WDR-Hörfunks, mit einem neuen Programmschema. Der Sender wendet sich mit der Ausweitung seiner aktuellen Kulturstrecken noch gezielter der Kultur des Landes zu. Berichterstattung auf höchstem Niveau und lebendige, anspruchsvolle Musik sollen die neuen Programmflächen prägen.

Mit den neuen Angeboten ist WDR 3 eine deutliche Alternative zu den informations- und servicegeprägten Sendungen anderer Programme, ohne dass die kulturinteressierten Hörer auf politische Kerninformation verzichten müssten. Die Programmreform 2004 setzt die 2001 begonnene Entwicklung fort, das Kulturprogramm für neue Hörergruppen und eine stärkere Anbindung der jüngeren Kulturinteressierten zu öffnen.

Mit WDR 3-Programmchef Karl Karst sprach Hans Bäßler.

*f* Im Moment ist der WDR in aller Kulturkunde. Trotzdem stellt sich für uns die Frage: Brauchen wir noch Kulturradios?

**Karst:** Angesichts der derzeitigen kulturpolitischen Lage wird die Notwendigkeit für Kulturradios in Zukunft größer sein denn je. Kulturradios ermöglichen Kulturleistungen der Länder, die ansonsten nicht mehr finanzierbar wären. WDR 3 ist an gut der Hälfte aller anspruchsvollen Musikveranstaltungen und an fast allen großen Musikfestivals in Nordrhein-Westfalen beteiligt.

*f* Zu Beginn des Jahres hat WDR 3 eine Programmreform in Kraft gesetzt. Worin bestehen die wesentlichen Änderungen?

**Karst:** Kern ist die Ausweitung der Kulturstrecken „Mosaik“ und „Resonanzen“ auf insgesamt sechs Stunden an Werktagen. Damit verbunden ist die Stärkung des kulturpolitischen Engagements des Programms u. a. durch die Einführung des „Kulturpolitischen Forums WDR 3“, das wir in Verbindung mit den Kulturpartnern WDR 3 veranstalten. Dazu kommt die Profilschärfung von Musik- und Literaturfeature, Dokumentation und Hörspiel. Schließlich die Vervollständigung der Konzertstrecke ab 20.05 Uhr, in der nun pro Jahr über 350 Konzerte Platz finden.

*f* Wäre es nicht ökonomisch einfacher, wenn die Kulturradios zu einem Abspielplatz von CDs würden?

**Karst:** Es wird in Zukunft zahlreiche digitale Programme und Internetangebote geben, mit denen man sich die eigene Wunschmusik ins Zimmer oder ins Auto holen kann. Es wird durch weiterentwickelte Datenreduktion möglich sein, viele Stunden vorbereiteter Musik auf CD zu brennen und sie unterwegs oder zu Hause abzuspielen. Diese Form der Backgroundmusik hat mit dem Auftrag eines öffentlich-rechtlichen Kulturradios nichts zu tun. Die Leistung und die Qualität des öffentlich-rechtlichen Kulturradios bestehen gerade darin, Dinge zu liefern, die man nicht selber machen kann. Backgroundmusik kann eine Zusatzleistung radiofoner Vertriebswege sein, die aber nicht mit der Aufgabe identisch ist, Gesellschaft aus der Perspektive der Kultur und – vice versa – Kultur an die Gesellschaft zu vermitteln.

*f* Warum trägt der Begriff der Hochkultur Ihrer Meinung nach heute im Kulturradio nicht mehr?

**Karst:** Ich halte nichts von der Dichotomie zwischen Hochkultur und – ja, wie heißt eigentlich das Pendant? – „Tiefkultur“?



»DIE NOTWENDIGKEIT FÜR  
*Kulturradio* IST IN ZUKUNFT  
GRÖßER DENN JE!«

Die WDR-Kulturwelle reformiert sich: Programmchef **Karl Karst** äußert sich im Interview über Innovationen, neues Profil, Quote und Qualität und Kulturpartnerschaften

Für mich gibt es nur eine „Kultur“ und die hat mit Geist, Sinnlichkeit und Bedeutung zu tun. Es gibt aber durchaus den Unterschied zwischen Qualität – und Schrott!

**f** *Wie empfinden Sie die Spannung zwischen Quote und Qualität?*

**Karst:** Hier im WDR besteht eine klare Aussage darüber, dass es einerseits massenattraktive Programme geben muss, andererseits aber auch spezifische Minderheitenprogramme, die niemals mit denselben Maßstäben gemessen werden dürfen. Zu diesen Programmangeboten gehören das Funkhaus Europa sowie WDR 5 mit Einschaltangeboten und WDR 3 als Kulturradio. Zielgruppenangebote haben nicht die Aufgabe, Massenquoten zu erreichen, sondern ihr Zielpublikum zu bedienen. Dennoch muss man konstatieren, dass die Resonanz der angestammten Kulturradioangebote sukzessive gesunken ist. Hier muss geprüft werden, ob das vorhandene Angebot noch der Zielgruppe entspricht bzw. ob die Definition der Zielgruppe weiterhin zutrifft.

**f** *Sie haben in einem Interview die Befürchtung geäußert, „die nächste Generation“ der Kulturinteressierten könne „andere Wege“ gehen. Wie kommen Sie an diese nächste Generation heran?*

**Karst:** Zwei Programminnovationen, die wir 2001 eingeführt haben, zeigen Erfolge. Zum einen die tägliche Sendung „WDR 3 open“ – zwischen 23.05 und 24 Uhr – mit neuen Wort-Musik-Sendungen jenseits der eingetretenen Pfade, mit Klangkunst und experimentellen Formaten. „WDR 3 open“ sollte die Tür öffnen für die nächste Generation. Und die Medienforschung bestätigt, dass dies funktioniert hat. Das zweite Beispiel ist „WDR 3 pm“ am Samstag: Drei Stunden Musik und Wort in gleichwertiger Folge, Radio zu einem Thema, weitgehend ohne Moderation, assoziativ, radiospezifisch, sehr auf das Hören gerichtet. Auch hier hat die Öffnung funktioniert. Wir hoffen, dass auch die neue Form der „Resonanzen“ zusätzliche Hörerkreise anspricht.

**f** *WDR 3 spannt einen weiten Bogen zwischen globalen und regionalen Themen der Kultur und der Musik. Ist diese Spannung auszuhalten?*

**Karst:** Sie ist konstitutiv. WDR 3 ist das einzige Kulturvollprogramm des Landes. Deshalb hat es die Aufgabe, einerseits aus dem Land für das Land und andererseits aus der Welt für das Land zu berichten. Beides muss in einem angemessenen Verhältnis stehen, sonst wird das Programm abgehoben oder provinziell.

**f** *Sie haben eben die „Kulturpartner“ erwähnt. Was verbirgt sich dahinter?*


**Karst:** Die WDR 3-Kulturpartnerschaften sind ein Netzwerk von mittlerweile 77 Kulturpartnern zum nicht-kommerziellen Austausch von Werbemöglichkeiten. Es beruht auf festen Verträgen und ist auf Dauer angelegt. WDR 3 sendet Trailer und trägt damit zur Auslastungsverbesserung der Veranstaltungen seiner Partner bei. ▶

Im Bild: Das WDR Sinfonie-Orchester Köln beim Westfälischen Musikfest im Mai 2003 in Bielefeld.  
Foto: WDR

Die Partner deklarieren ihre Partnerschaft vor Ort und in ihren Druckerzeugnissen. Zusätzlich gibt es Veranstaltungen, Projekte, gemeinsame Podien.

**f** Im Oktober des vergangenen Jahres hat sich die bundesweite „Initiative Hören“ gegründet, in der auch der WDR eine wichtige Rolle spielt. Welche Funktion hat diese Initiative für das Radio?

**Karst:** Die „Initiative Hören“ ist ein Bundesverband, dessen Mitglieder – meist selber Bundesverbände – sich zusammengeschlossen haben, um an geeigneter Stelle auf die Bedeutung des Hörens in seiner gesamten Komplexität hinzuweisen und Öffentlichkeit für einige gravierend vernachlässigte Themen herzustellen. Was das Radio betrifft: Die kulturelle Fertigkeit des Zuhörens bildet die Voraussetzung für die Rezeption von Anspruchsprogrammen. Verlieren wir diese Fähigkeit, brauchen wir auch keine Kulturradios mehr.

Die biologische Fähigkeit des Hörens ist darüber hinaus Basisbedingung aller Formen der akustischen Kommunikation – natürlich auch der Musikrezeption. WDR-Intendant Fritz Pleitgen, Botschafter der Initiative Hören, hat deutlich gemacht, dass „der öffentlich-rechtliche Rundfunk sich nicht taub stellen“ kann, wenn er davon erfährt, „dass die Zuhörfähigkeit unserer Gesellschaft immer mehr abnimmt ... Hören und Zuhören bilden die Voraussetzung für Informationsaufnahme und Informationsfluss“. Die Felder des Engagements der Initiative Hören, die den Bogen spannt von der Kultur über die Medien bis hin zur Medizin, sind – leider – so zahlreich, dass so rasch kein Mangel an Handlungsbedarf bestehen wird. 



**Im Interview:**

**Karl Karst**, Programmchef von WDR 3, befasste sich schon während des Studiums mit Themen des Hörens. Für die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* führte er Ende der 70er Jahre Radio-Vorab-Rezensionen ein, für den *Kölner-Stadt-Anzeiger* die noch heute existenten „Hör-Tipps“. Im Suhrkamp- und Inselverlag gab er in den 90ern die Hörspielwerke von Günter Eich heraus. 1996 entstand nach zahlreichen Vorträgen der gemeinnützige Projektkreis SCHULE DES HÖRENS e.V., der vor allem in der Hörbildung für Kinder bahnbrechende Entwicklungen vorlegte. Seit Januar 2001 ist er Ehrenprofessor für Medienwissenschaft der Universität Siegen. Lehraufträge an den Universitäten Köln, Essen, Siegen und Leipzig gingen der Ernennung voraus. Karst ist u. a. Mitglied der Künstlerischen Leitung der MusikTriennale Köln und Vorstandsmitglied der bundesweiten INITIATIVE HÖREN.



WDR-Intendant Fritz Pleitgen (rechts) bei der Eröffnung des ersten „Kulturpolitischen Forums“ im Oktober 2003. Mit dem Forum will WDR 3 das kulturpolitische Engagement des Programms stärken. Fotos: WDR

Angesichts leerer Kassen wären viele Konzertveranstaltungen ohne das Engagement von Kulturradios nicht mehr denkbar. So unterstützt WDR 3 fast alle bedeutenden Musikfestivals und -reihen in Nordrhein-Westfalen:

- Best of NRW
- Musiktriennale Köln
- Tage Alter Musik Herne
- Romanischer Sommer Köln
- Städtekonzerte NRW
- Kammerkonzerte NRW
- Traumzeit-Festival Duisburg
- Jazzfestival Münster
- Viersener Jazzfest
- WDR Funkhauskonzerte
- Westfälische/Rheinische Musikfeste
- Wittener Tage für Neue Kammermusik