

„Hier sitzt man gemeinsam und hört zu“

Foto: © WDR Digit



Radio relativ zu Raum und Zeit

Florian Schütz

Radio als strukturgebendes Element des Alltags überwindet Raum und Zeit. Albert Einsteins Rede zur Eröffnung der Großen Deutschen Funkausstellung 1930 mit der Begrüßung aller „An- und Abwesenden“ stellt dies aus beredtem Mund klar – und es hat auch die folgenden Epochen mit all ihren Krisen, Bedrohungen und technologischen Volten überstanden.

Wer das Äußere zu strukturieren vermag, schafft auch im Inneren Ordnung. Struktur und Rituale geben den meisten Menschen Halt im immer komplexeren Alltag. Sie gleichen Ruhepolen, die uns den Raum zum Neudenken geben. Das Radio gehört zu den strukturierenden Elementen unseres Alltags, auch wenn es sich dabei um einen geräuschvollen Ruhepol handelt. Es gestaltet Raum und Zeit, und es kann in diese Dimensionen ordnend eingreifen. Das lineare Radioprogramm, jenseits von Mediatheken, Podcasts und Streams zum Nachhören, bringt Struktur in den Tagesablauf. Aber auch der unbewusste Konsum, das Hören nebenbei, gliedert unsere Zeit. Laut Statistik hören die meisten Menschen immer zur gleichen Tages- und Nachtzeit „ihrem

Radiohören im Freien – mit tragbaren Transistorradios war es ein beliebtes Vergnügen in den 1970er- und 1980er-Jahren

Radio“ zu, als Teil gelernter Abläufe, die vor allem ein vertrautes Gefühl und somit die Sicherheit, dass alles „normal“ sei, erzeugen. Andererseits übt das Radio als Gerät einen Einfluss auf die Gestaltung unserer Umwelt beziehungsweise der uns umgebenden Räume aus.

Radiohören als Gemeinschaftserlebnis

Die Radio- und Phonomöbel der 1950er- bis 1970er-Jahre waren bedeutend größer und schwerer als heutige Empfänger. Das lag an der darin verbauten Technik, und weil das Fernsehen noch nicht in den Mittelpunkt der Haushalte, Wohnstuben und Gemeinschaftsräume gerückt war, standen im Zentrum des kollektiven Hörens die Radiogeräte. Nach dem Verschwinden der Phonomöbel bestimmte Audiokonsum weiterhin die Raumgestaltung, wenn auch kleinteiliger und weniger offensichtlich.

Vor allem für Jugendliche hatte das gemeinsame Hören lange Bestand, auch dann noch, als sich die Erwachsenen bereits vor dem Fernsehgerät versammelten. Und selbst in der Gegenwart treffen sich noch Menschen, um gemeinsam Radio-Features, Hörspiele oder Klangkunst zu konsumieren. Veranstaltungen wie der Hörspielsommer in Leipzig verleihen dieser Kulturpraxis gar Event-Charakter.

Tagein, tagaus – die Routine des Radiohörens

Für rund 90 Prozent der Deutschen gehört Radiohören „dazu“ – und das um die vier Stunden pro Tag, stellt die Media-Analyse 2020 fest. Ohne die Aussagekraft der Prozentangabe schmälern zu wollen, muss man aber in Betracht ziehen, wie gehört wird: Für viele Menschen ist das Radio ein Nebenmedium, ein Begleiter alltäglicher Situationen und Handlungen.

Das ist bekannt, weil die Marktforschung zum Rundfunk so alt ist wie das Medium selbst. Bereits seit 1924 betrieb die Reichspost auf Geheiß der Reichs-Rundfunk-Gesellschaft Hörfunkforschung. Sie führte Buch darüber, welche Haushalte ein angemeldetes Gerät besaßen, welchen Beruf der „Hausvorstand“ ausübte und welche zeitliche Hörpräferenz damit einherging. Eine der wichtigsten Triebfedern dieser „Forschung“ war, die ordnungsgemäße



Der Wunsch, mobil zu sein und dabei Radio zu hören, kommt schon auf Fotos und Werbefiguren der 1920er-Jahre zum Ausdruck

Foto: © WDR Digit



Foto: Timeline Images/Ullsteinbild

Radio-Beschallung am Arbeitsplatz war in den 1920er-Jahren sicher noch nicht die Regel; in dem kleinen Friseursalon mit Rundfunk-Gerät nimmt der Trichterlautsprecher sehr viel Raum ein

Gebührentichtung aller Rundfunkteilnehmer*innen sicherzustellen und die Nutzung sowie daraus resultierende Programmplanung der Rundfunkgesellschaften zu kontrollieren.

En passant entstanden auf diese Weise frühe „Sozialstatistiken des Rundfunkpublikums“. Im Jahre 1931 wurde die erste systematische Tageshörkurve erstellt, wobei die damals empirisch kaum einwandfreien Methoden der Sozialforschung in den Folgejahrzehnten präzisiert und individualisiert wurden. Innerhalb dieser Einteilungen kam beispielsweise der „Landfunk“ vor: Ein Programm, in dem – wie noch heute – von der Tierhaltung, Forst- und Fischereiwirtschaft, Bienenzucht oder Getreideernte sowie vom Wetter die Rede war. Allerdings waren die finanziellen Mittel der Landwirte oft zu knapp, um sich ein Radio anzuschaffen, und es gab anfangs eine gehörige Portion Skepsis gegenüber dem „großbürgerlichen, städtischen Selbstverständnis“ der Radiokonsument*innen. Und häufig fehlte der hart arbeitenden Berufs-

gruppe schlichtweg die Zeit, um Radio zu hören. Ein Bauer aus Altengamme schrieb beispielsweise 1932 der NORAG (Nordische Rundfunk AG): „Während der Zeit [von Mitte Juni bis Mitte Juli] lässt sich der Gemüsebauer keine Zeit zum Essen, viel weniger Zeit zum Radiohören. Man ist morgens beim Tagwerden schon an der Arbeit bis abends im Dunkeln, so dass das Radio während der Zeit vollständig Nebensache ist.“

„Prime time“ und „drive time“

Heute kennen die Macher*innen die Routinen ihrer Hörschaft en détail und arbeiten konstant daran, Sendezeit und Hörer*innen perfekt aufeinander abzustimmen – denn Zeit ist Quote ist Geld. Die Rede ist dann von „A-, B- und C-Zeiten“, der „Hauptsendezeit“ sowie von „drive“, „day“ und „night time“. Die „drive time“, also die Zeit des Sich-auf-den-Arbeitsweg-Vorbereitens und das Pendeln selbst, ist heute die unangefochtene Kernzeit des Radiokonsums. Zwischen 6 und 9 Uhr werktags hören die meisten Menschen als tägliche Routine Radio, worauf die Programminhalte mit meist kurzen informativen Wortbeiträgen, Musik, Zeit- sowie Verkehrsansagen und zielgruppenspezifischen Werbeblöcken reagieren. Die „afternoon drive time“ wiederum – der Weg von der Arbeit nach Hause zwischen 16 und 19 Uhr – ist die am zweitstärksten frequentierte Hör-Zeit des Tages. In einem Szenario, in dem der Individualverkehr weiterhin existiert, wird es zum Ende dieser Zeiteinteilung für den einen oder die andere Autoradiohörer*in einen sogenannten „driveway moment“ geben: den Moment, wenn man mit dem Abstellen des Motors eigentlich am Ziel der Fahrt angekommen ist, aber aufgrund der fesselnden Radioinhalte noch so lange im Auto sitzen bleibt, bis das Programm zu Ende ist.

Audio in den Zeiten von ...

So sieht das mehr oder weniger berechenbare Hörverhalten durchschnittlicher Radiokonsument*innen im Normalfall bei uns aus. Die aktuelle Situation in Deutschland und im Rest der Welt lässt sich zum Zeitpunkt dieser Texterstellung allerdings nicht als „normal“ bezeichnen.





Radiomacher*innen improvisierten während des Lockdowns im Home-Office, die *Radio Hamburg Morningshow* wurde unter anderem von André Kuhnert ab Ende März von zu Hause aus über das iPhone moderiert

Die weltweite COVID-19-Pandemie und die damit einhergehenden Einschränkungen tangieren auch unser gewohntes Radiohörverhalten. Wer zu Spitzenzeiten der Verbreitung des Virus das Privileg hatte, von zu Hause aus arbeiten zu können, dessen Tagesrhythmus wurde zumeist irgendeiner Form der Anpassung unterzogen: sei es, dass mehr oder weniger gearbeitet wurde, oder dass sich das Frühstück ohne die bevorstehende „drive time“ überraschend ausgedehnt gestaltete. Parallel dazu veränderte sich die Radionutzung beziehungsweise ihre Spitzen. Vor allem an den Statistiken zur Online-Radionutzung ließ sich dies bereits im April 2020 ablesen. Hier hat sich die Hauptkonsumzeit auf 9 Uhr verschoben, während die Onlineradio-Plattformen einen allgemeinen Reichweitenboom von plus 22 Prozent verzeichnen konnten. Grund hierfür könnte das Abweichen von eben jenen normalen Tagesabläufen und damit das Ausweichen auf andere Endgeräte sein. Oder, und daran besteht wenig Zweifel, der Wunsch nach steter, seriöser Information über den Verlauf der Krise hat die Menschen vermehrt vor das Radio gezogen. Dessen Macher*innen mussten sich ebenfalls auf Heimarbeit und Abstandsregeln einstellen. Stellenweise behalf man sich mit einer aus Küchentisch, Malerleitern und Wolldecken selbst gebauten, schallisolierten Sprechkabine, um qualitativ hochwertig außerhalb der Studios arbeiten zu können.

Gemeinsam nicht einsam

Der Ausnahmezustand, der alle gleichermaßen betraf, schuf eine scheinbar grenzenlose Verbindung. Man musste sich nicht allein fühlen mit den Sorgen und Ängsten. Um dieses Gefühl europaweit zu konsolidieren, spielten am 20. März 2020 weit über 100 Radiosender gleichzeitig um 8.45 Uhr das Lied „You’ll Never Walk Alone“ von Gerry & the Pacemakers.



„Drahtloses“ Tanzvergnügen aus der Musiktube mit Radio verspricht dieses Motiv vom Titelbild der Zeitschrift *radionews* aus den 1920er-Jahren

Im Mai 2020 sieht das Tanzvergnügen anders aus: Beenzt, aber ausgelassen feiern die Besucher*innen des Autokinos am Messedamm mit Stars der 1990er wie Captain Jack. Wegen Corona sitzt das Publikum im Auto und hört über eine eigene Frequenz den Ton im Radio, genauso wie alle übrigen rbb-Hörer*innen



Foto: picture alliance / Frederic Kern/Geisler-Fotopress



Mögen die Zeiten, wie sie in dystopischen Zukunftsvisionen in Literatur oder Film bereits zuhauf beschrieben wurden, noch so ausweglos und vor allem vereinsamt scheinen, das Radio bleibt meist das letzte verbindende Kommunikationsmedium. Im Krisenfall schafft der Rundfunk zuverlässig Struktur, setzt die Hörenden in Relation zur Umwelt und kreiert über das Auditive einzigartige Gefühle der Gemeinschaft, unabhängig von geografischer oder sozialer Distanz. Diese Funktion attestierte dem Radio bereits der Medientheoretiker Marshall McLuhan: Die elektronische „Stammestrommel“ verkehrt den Isolationszustand und den Individualismus umgehend in ein Gefühl des Kollektivismus. Über das Wissen, dass Angehörige des eigenen Sozial- oder Kulturraumes zur selben Zeit dieselben Inhalte konsumierten, werde der eigene dislozierte Zustand mit den übrigen synchronisiert. Der deutlich mess- und hörbare Relevanzgewinn des linearen Radios fand seine weniger eindeutige Entsprechung in den Zahlen zum Podcast-Konsum. Aufgrund der eingeschränkten Mobilität der Zielgruppen gingen sowohl die Zahlen der Hörer*innen wie auch der Downloads von Podcasts, die sonst unterwegs gehört wurden, zunächst um bis zu 10 Prozent zurück. Ein wenig zeitverzögert stieg in der Folge allerdings die Nachfrage nach Wissenschafts- oder Nachrichtenformaten. Zudem wurden Kultur- oder Entertainment-Inhalte auf das Audioformat, welches kein Vor-Ort-Publikum benötigt, verlagert. Inwieweit Radio und Audio, Mobilität und Raumgebundenheit, Isolation und Gemeinschaftsgefühl sich in der Zukunft auf Audiodistribution und -konsum auswirken, ist wie so vieles zu diesem Zeitpunkt allerdings noch ungewiss.

Raumgebundenes und flexibles Hören

Um in der Zeit des Corona-Lockdowns möglichst viel Abwechslung in den isolierten Alltag zu bringen, starteten viele – die Besucherzahlen der Baumärkte zeugen davon – kleine und größere Umräum- und Umbau-Aktionen. Kein Problem, das Radio dabei zu haben: Die heutige Unterhaltungselektronik ist wenig ortsgebunden; wo die Bluetoothbox abgestellt wird, um einen Radio-Stream zu hören, ist den Nutzer*innen überlassen. Das war in den Anfangsjahren des Rundfunks anders, als vor allem über Kopfhörer gehört wurde, denn gute Lautsprecher-Systeme waren kostspielig und wenig ausgereift. Man saß, wo auch immer es sich einrichten ließ, alleine oder gemeinsam, über Verteilerbuchsen für mehrere Kopfhörer verbunden, um das einfache

Empfangsgerät. „Allein in Gesellschaft“ gewissermaßen, denn die individuelle, unkomfortable Hörsituation ließ wenig Interaktion zwischen den Radiokonsument*innen zu, die sich konzentrieren mussten: unbequeme Kopfhörer, schwierig einzustellender Empfang und schlechte Klangqualität drohten ständig, den Hörer*innen zu schmälen. Dennoch war Radiohören ein „Happening“. Bald existierten feste Hörzeiten, zu denen sich die Familie vor dem Radiogerät zu versammeln hatte; die Haushaltsvorsteher, sprich Eltern, bestimmten, zu welcher Zeit welches Programm gehört wurde – was durchaus autoritär durchgesetzt wurde.

In den 1950er-Jahren, als sich das „Phonomöbel“ als Konzentrationspunkt des familiären Medienkonsums fest im Zentrum des gemeinsamen Wohnraums etabliert hatte, betrug die durchschnittliche Hörzeit in einem „typischen“ Haushalt rund drei Stunden: frühmorgens die Nachrichten, abendlich die Unterhaltungssendung, später Tanzmusik. Dazwischen begleitete der „Hausfreund“ Rundfunk die Frau bei der Hausarbeit. 1958 erschien der US-amerikanische Werbefilm der „National Association of Broadcasters“ *Hear and Now*, der solch einen Radiotag zeigt und stereotype Geschlechterrollen als Raster des Radio-Konsums bestätigt: Während sich der Mann zu Radiomusik rasiert, bereitet die Hausfrau radiohörend das Familienfrühstück vor, um anschließend beschwingt das Haus zu reinigen. Am Abend entspannt sich der von der Arbeit erschöpfte Mann im Wohnzimmer am Radiomöbel, das Kind spielt und lauscht nebenbei mit.

Hörwettbewerb der Generationen

Hörten Kinder, in Deutschland wie in den USA, zunächst das Programm der Erwachsenen mit, entwickelten die Sender bald altersspezifische Angebote – vor allem Hörspiele – und banden jüngere Hörer*innen an sich. Eine Mitarbeiterin des Berliner Museums für Kommunikation erinnert sich, dass es nachmittags ein Muss war, das Hörspiel zu hören. „Die waren oft so spannend, dass ich Zeit und Raum verloren habe und meine eigentlichen Aufgaben nicht erledigt habe.“

Kinder und Jugendliche machten ihr Recht auf eigene Hörzeiten und Inhalte geltend, und so herrschte ein ständiger Wettstreit unterschiedlicher Mediengenerationen. Diese unterschieden sich demografisch sowohl durch Hörgewohnheiten, aber zunehmend auch durch die Auswahl der Medien. Die Jugend emanzipierte sich mit Kofferradios, ab den 1980er-Jahren tragbaren Kassettenrekordern und Walkmen, von den Strukturen im Haus. „Nicht immer zur Freude und Erbauung älterer Weggenossen“, hieß es im Magazin *test*. Walter Brattain, der mit seiner Transistortechnik die Grundlagen für tragbare Radios geschaffen hatte, machte seinem Unmut noch deutlicher Luft: „Das Einzige, was ich bezüglich der Transistoren bedauere, ist, dass sie für Rock 'n' Roll-Musik genutzt werden. Ich habe immer noch mein Gewehr, und manchmal, wenn ich diesen Krach höre, denke ich, dass ich sie alle erschießen könnte.“

Programme für jedes Alter

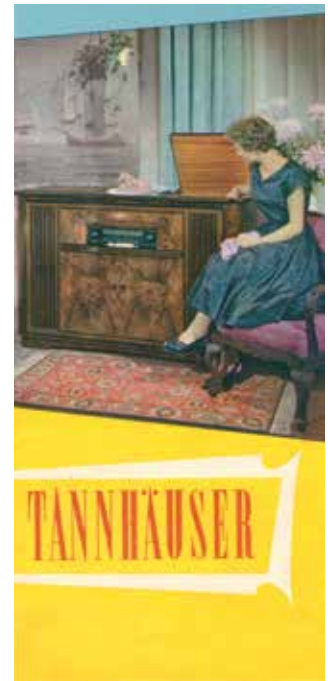
Mit der Verbreitung des Tonbands konnten Jugendliche ihre Lieblingsmusik zudem aufnehmen – und beliebig oft abspielen und anhören. Man könnte die damalige Bewegung bereits als „alternativ“ bezeichnen: Mit viel Liebe für die Musik, aber



Foto: picture alliance / Bildagentur-online/Schoening

Das Berliner Graffiti zeigt einen jugendlichen „Cyber-Punk“ mit Boombox – ein deutliches Bekenntnis zum eigenen Stil

In mehreren Sprachen, für unterschiedliche Radiomöbel und mit jeweils einer elegant gekleideten Frau werben diese DDR-Prospekte um Kunden



Heute ist das Radio ein ständiges Nebenbei-Medium, vor allem aber im Auto, während der Fahrt zur Arbeitsstelle, liefern Service-Wellen Infos zur Verkehrslage und Musik; als die Blaupunkt-Anzeige erschien, waren Staus selten ein Problem

mit wenig Kaufkraft ausgestattet, um die teuren Platten der angesagten Bands kaufen zu können, investierten die jungen Leute Zeit und Energie in das Konservieren ihrer Hits. Eine Musikliebhaberin erinnert sich, wie sie stundenlang auf ein bestimmtes Lied wartete, um zum richtigen Zeitpunkt den Aufnahmeknopf zu drücken. „Und immer hoffen, dass der Moderator nicht dazwischenspricht.“ Mobilität, dank Batterien möglich, war jetzt entscheidend. Doch auch um die starren Radiomöbel etablierten sich individualisierte Nutzungsebenen, was ein Objekt aus der Sammlung der MSPT belegt. Die Musiktruhe „Helma“ mit eingebautem Radio „Transstereo“ und Schallplattenspieler der Peter Tonmöbel KG beziehungsweise des VEB Stern-Radio Sonneberg, Baujahr 1969, stand als Familienerbstück bis 2017 in einem Wohnzimmer in Bernburg, Sachsen-Anhalt. Die Enkelin der ursprünglichen Eigentümer erinnert sich, in welcher Relation die Familienmitglieder zum Gerät standen: „Wir haben seit 40 Jahren jedes Weihnachten den Plattenspieler benutzt. Als Kind habe ich mich oft davorgelegt und meinen Märchenschallplatten gelauscht. Mein Papa hat oft zur Mittagszeit auf dem Sofa geschlafen, während leise Musik aus dem Radio erklang. Meine Mutti hat zwischendrin beim Putzen ab und zu eine Operette gehört.“

Einstein'sches Hören

Albert Einstein würdigte in seiner Ansprache zur 7. Deutschen Funkausstellung in Berlin vor allem die Pioniere auf dem Feld der Funk- und Elektrotechnik sowie „die göttliche Neugier und den Spieltrieb des bastelnden und grübelnden Forschers und nicht minder die konstruktive Phantasie des technischen Erfinders“. Wahrscheinlich konnte er sich nicht vorstellen, dass einst über das Radio Zeit und Raum akustisch vereint werden können. Mit dem Projekt „radiooooo“, das 2013 dem „Spieltrieb“ des französischen Künstlers und DJs Benjamin Moreau entsprang, lässt sich eine musikalische Zeitreise durch alle Regionen dieser Erde starten. Auf der Homepage „radiooooo.com“ können Musikbegeisterte Land und Dekade sowie Erkundungsmodus (langsam-schnell-seltsam, zufällig-kumulativ-thematisch) der jeweilig angesteuerten Region und Epoche auswählen: seltsame zufällig gewählte isländische Radio-Musik der 1940er-Jahre genauso wie „Schwarze Stimmen, die die Welt verändert haben“, Partymusik, die „Ihre Nachbarn nicht mögen werden“ und vieles mehr. „radiooooo“ will Botschafter für Musikkultur und globale Solidarität sein, die fünf „O“ im Namen repräsentieren die Kontinente unserer Erde. Albert Einstein hätte

seine wahre Freude beim Erkunden gehabt: „Wenn ich kein Physiker wäre, wäre ich vermutlich Musiker geworden. Ich denke oft in Musik.“

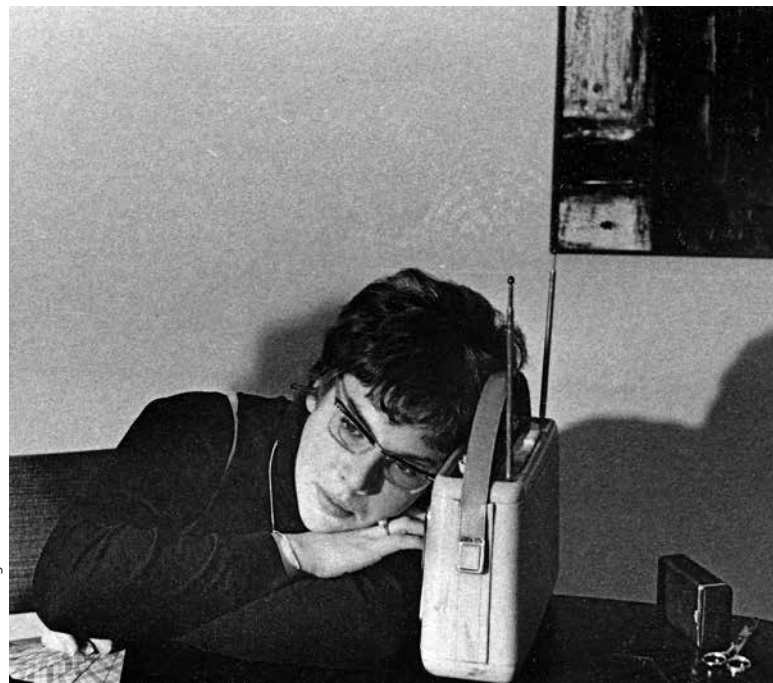
Von gestern und doch auf der Höhe der Zeit

Über die Gründe, warum das Medium nach 100-jähriger Geschichte weder technologisch im Stillstand begriffen noch in seiner Relevanz überholt ist, ließen sich zahlreiche Diskussionen führen: Ist es das letzte demokratische, solidarische Medium? Bringt kein anderes Medium so besondere Konsum- und Reflexionserlebnisse hervor?

Auch wenn es sich um eine individuelle Konsumsituationen handelt, schafft das Medium Radio als eine Art soziales Schmiermittel verbindende Konversationsanlässe. Die scheinbar alltäglichen Nutzungsszenarien sind in Wahrheit prägende Chronotopologien, Zeit- und Raumpunkte, die den Nebenbei-Charakter des Hörens durch die Erinnerung an das Erlebte und Gehörte überwinden. Das unaufdringliche Radio, das in nahezu 100 Prozent aller Haushalte vorhanden war und ist, wirkt besonders affektiv: Die Hörenden verarbeiten auditive Informationen als Stimmung und assoziative Erinnerungen.

Und Radio hat gegenüber dem Fernsehen einen entscheidenden Vorteil, den der amerikanische Medientheoretiker, Werber und „Wizard of Sound“ Tony Schwartz treffend so beschrieb: „The best thing about radio is that people were born without earlids. You can't close your ears to it.“ Man kann die Augen schließen, die Ohren nicht.

Sicher ist, dass Radio durch seine besonderen Eigenheiten ein Begleiter sein kann. Es strukturiert unseren Alltag, informiert, verbindet und stimuliert. Ob in den eigenen vier Wänden oder mobil, im Auto, es setzt uns in Bezug zum Leben um uns herum. Hör-Erinnerungen greifen stark auf ihren Kontext zurück. Nicht an das Radio selbst mit seinen technischen Details und Datenblättern wird sich erinnert, sondern an den „Kompagnon“, mit dem man gemeinschaftlich seine Erfahrungen macht und teilt. Mögen auch manche Charakteristika widersprüchlich erscheinen – möglicherweise sind gerade das die Asse, die das Radio seit jeher im Ärmel hat: geplante Überraschungen, nostalgische Innovationen, körperlose Räumlichkeit und die isolierte Gemeinschaft.



Radio löst Gefühle aus, diese binden Erinnerung: Weißt du noch, damals ...

Literatur und Quellen

Markus Behmer, Birgit Bernhard, Bettina Hasselbring: Das Gedächtnis des Rundfunks. Die Archive der öffentlich-rechtlichen Sender und ihre Bedeutung für die Forschung, Wiesbaden 2014

Gerhard Chr. Bukow, Benjamin Jörissen, Johannes Fromme (Hg.): Raum, Zeit, Medienbildung. Untersuchungen zu medialen Veränderungen unseres Verhältnisses zu Raum und Zeit, Wiesbaden 2012

Florian Cebulla: Rundfunk und ländliche Gesellschaft 1924–1945 (Kritische Studien zur Geschichtswissenschaft, Band 164), Göttingen 2011

Christiane Funken, Martina Löw (Hg.): Raum – Zeit – Medialität. Interdisziplinäre Studien zu neuen Kommunikationstechnologien, Wiesbaden 2003

Joachim-Felix Leonhardt et al. (Hg.): Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 2), Berlin 2001

Jutta Röser (Hg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien, Wiesbaden 2007

Eva M. J. Schmid: Unsere Wohnung. Einrichten und Gestalten, Gütersloh 1965

Monika Röther: The Sound of Distinction. Phonogeräte in der Bundesrepublik Deutschland – Eine Objektgeschichte (1957–1973), Marburg 2012

Florian Schütz

ist Historiker und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Museum für Kommunikation Berlin. Seine Arbeitsschwerpunkte beinhalten neben Technik- und Mediengeschichte Alltags- und Mentalitätsgeschichte sowie Erinnerungskulturen des 19. Jahrhundert. Er ist Kurator der Sonderausstellung „ON AIR. 100 Jahre Radio“