





Die Besatzung des Fischdampfers „Falkland“ hört im Gemeinschaftsraum Radio, 1934



Mobilsein und Radiohören 202

Viel mehr noch ist das der Fall, seit die Digitalisierung den Rundfunk erreicht hat und Internet und Radio eine Online-Verbindung eingegangen sind: Zuhörer\*innen werden per „call-in“ ins Programm einbezogen, Twitter- und Facebook-Fragen werden in Sendungen integriert, die Zahl der Podcast-Angebote steigt stetig. Das Smartphone – rund 90 Prozent aller Deutschen haben es, davon nutzen es über 90 Prozent täglich – erfüllt nahezu alles, was für eine Radiosendung benötigt wird, es kann als Sender und Empfänger fungieren.

### Linear und regional?

Anlässlich des 100-jährigen Jubiläums des Radios in den Niederlanden im Dezember 2019 hielt der britische Radiomoderator David Lloyd einen Vortrag zu Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Mediums. Er betonte, wie sehr äußere Umstände die Form von Rundfunk und Radio bestimmten: Sie funktionierten linear, weil man nur so senden konnte. Sie waren regional, weil die Sender und Empfänger zunächst keine größeren Distanzen überwinden konnten. Radiostudios enthielten die Geräte, die man für die Produktion einer Sendung benötigte. All diese Variablen haben sich heute geändert und damit die Möglichkeiten der Nutzung und schließlich die Bedeutung des Begriffs „Radio“.

### Rundfunk und Radio

Staatssekretär Hans Bredow sprach sich zur Anfangszeit des Radios gegen „Radio“ als Bezeichnung aus und forcierte die Verwendung des Begriffs „Rundfunk“. Das Wort bezog sich ursprünglich auf die Funkenentladungen bei der drahtlosen Telegrafie. „Rundherum“ ausstrahlende elektromagnetische Wellen ergänzten den Begriff um seinen Verbreitungsweg. Rundfunk blieb der technische Oberbegriff des Mediums auch dann, als der Funke längst erloschen war. Radio, vom englischen „radio (radiotelegraphy)“ abgeleitet und dieser Begriff wiederum vom

lateinischen „radius“, dem Strahl, hatte sich trotz dessen Bedenken schon zu Zeiten Bredows (1879–1959) etabliert und umfasst – bis heute – mehr als die technische Apparatur von Sender und Empfänger: den Empfangsapparat, die Sendeanstalten, das Programm, kurz ein auditives, aktuelles elektronisches Massenmedium. Radio bewege sich, so David Lloyd in seinem Vortrag, im „kuratierten Audiosektor“, auf dem längst weitere Audio-Formate wie Podcasts und Playlisten um die Aufmerksamkeit der Hörergruppen konkurrierten.

In jüngster Zeit brachte unter anderem die Ablösung des Rundfunkstaatsvertrags (letztmals aktualisiert 2019), der Rundfunk als „lineare[n] Informations- und Kommunikationsdienst“ definierte, bestimmt „für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang [...] von Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendepfades unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen“, durch den Medienstaatsvertrag, der im September 2020 in Kraft getreten ist, das neue Verständnis für Mediengestaltung und -aufgaben zum Ausdruck. Der Rundfunkbegriff wurde novelliert, das Merkmal der elektromagnetischen Bestimmung gestrichen und die Betonung gelegt auf „journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote [...]“, die „mittels Telekommunikation“ verbreitet werden.

### UKW, DAB+ und Satellit

Eng verknüpft ist die Zukunft des Radios mit seiner technischen Entwicklung. Satellit wird es nicht, so die einhellige Einschätzung von zur technischen Radioentwicklung befragten Expert\*innen. Digital Audio Broadcasting (DAB), das Digitalradio, sollte in Deutschland spätestens 2010 die analoge Übertragung per UKW ablösen, so hieß es lange. DAB wurde jedoch nur ein weiterer, vielseitig bemängelter Übertragungsweg. Kritiker beklagten die geschmälerte Klangqualität, weil sich Audio die Bandbreite mit Text- und Bildinformationen teilen müsse. Es folgte DAB+. Doch der Wunsch, analoge Technik durch DAB+ als neuen Standard zu ersetzen, sei bei den Nutzern längst nicht so groß, wie es Befürworter, darunter die ARD und Deutschlandradio, gerne hätten; das schreibt unter anderem der Branchendienst heise online. Noch steht auch bei einem Großteil der Hörerschaft ein singuläres Empfangsgerät neben Computer, Smartphone oder Smart Speaker.

### Ein Audioangebot unter vielen

Die Branchenverbände AS&S Radio, Radiozentrale und RMS ließen 2018 die voraussichtliche künftige Audionutzung untersuchen, dafür erhob und analysierte man über 3 000 Online-Beiträge von Nutzern\*innen zu Vergangenheit und Gegenwart sowie zur „Erwartung zukünftiger Entwicklungen bis 2025“: Bis zum Ende des 20. Jahrhunderts, so eines der Ergebnisse, hätten alle Hörer überwiegend die gleichen Audiokanäle genutzt. „Das Angebot war überschaubar und fast ausschließlich analog: UKW-Radio, Vinylschallplatten, Kassetten.“ Später kamen CDs – die ersten digitalen Audiomedien – dazu und das Audioangebot diversifizierte sich mit der Digitalisierung. Heute, so die Studienergebnisse weiter, sei Audio mobil, immer verfügbar und an keinen Tonträger gebunden. „Online-Audio-Angebote sind heute neben UKW selbstverständlich: Streaming-Dienste wie Spotify, Podcasts sowie Hörbuch-Anbieter wie Audible bieten dem Konsumenten auf ihn zugeschnittene Inhalte und werden bewusst eingeschaltet. Analoge Audiomedien wie Kassetten und Vinylschallplatten erleben derzeit eine Renaissance ...“

### Radio und Social Media: die Audio-Union

Als Trends für die Erwartungen der Konsumenten und Konsumentinnen machte die Studie die Entstehung einer neuen „Audio-Union“ aus, bei der sich die zentralen Kanäle „UKW-Radio, Streaming-Dienste, Podcasts und Webradios“ annähern würden bis zur teilweisen Verschmelzung. Diese Entwicklung belegen schon jetzt konkrete Angebote, wie sie beispielsweise der rbb-Programmdirektor Jan Schulte-Kellinghaus 2019 für den Jugendludiosender Fritz

ankündigte: Man wolle sich auf „Instagram, YouTube, Snapchat und allen anderen digitalen Programmen, die junge Menschen in Berlin & Brandenburg nutzen“, mindestens genauso viel wie im Radio bewegen. Gewissermaßen im Gegenzug bemühen sich Netzdienste wie Spotify darum, radioähnliche Angebote zu entwickeln wie den sogenannten „Daily Drive“, der Nutzerinnen und Nutzern einen individuellen Mix aus Musik und kurzen Nachrichten-Podcasts bietet; die Songs basieren auf den Präferenzen der Nutzenden, die Nachrichtenauswahl scheint eher intransparent.

### Flexibel, zeitversetzt, linear und selbstbestimmt

Nachdem „On demand“-Angebote wie YouTube, Netflix, Spotify und Co. mit ihrer zeitlich uneingeschränkten Verfügbarkeit ermöglichten, Audioinhalte „je nach Situation, Stimmung oder individuellem Tagesablauf“ zu konsumieren, stellten sich auch Radiosender auf die Individualisierung der Angebote ein: Mediatheken oder Drittanbieter offerieren Sendungen, die begleitet werden von Text-Bild-Informationen – zum zeitunabhängigen Abruf. Angebote wie „Swop dich durch die Hits“ von RTL Radio laden Hörerinnen und Hörer ein, via App Lieder im laufenden Programm durch andere zu ersetzen – durchaus eine gewisse Erweiterung der Senderlinearität. Und sicher eine Möglichkeit, Werbung individuell auf Nutzende zuzuschneiden, denn die Wirtschaftlichkeit wird ein wichtiger Treiber der Radio- und Audio-Entwicklungen bleiben; Zuhörerinnen und Zuhörer sind in der Werbebranche ein hohes Gut. Künftig werden sich zielgruppenspezifischere Angebote zum weiterhin bestehenden weniger wirkmächtigen „Mainstreamradio“ gesellen. Fragen nach technischer Stabilität, ökologischen Auswirkungen und Innovation wird die Zeit beantworten müssen. Als Bild für die Repräsentation möglicher künftiger Audio-Nutzungsgewohnheiten entwarf die oben erwähnte Studie zur künftigen Audionutzung das Bild eines Audio-Planeten, auf dem neben unzähligen akustischen Angeboten „Silent Island“ lockt: die Insel der Stille, ein begehrtes Urlaubsziel, das „Ruhe und Entspannung“ verspricht fernab jeglicher Beschallung.

---

#### Quellen und Literatur

- agma: Pressetabellen zur Berichterstattung ma 2019 Audio II, 2019
- AS&S Radio: Audioversum 2020. Touchpoints & Media-Strategie in der digitalen Audio-Welt, 2019
- Per Jouertz, Marko Ala Fossi, Golo Föllmer, Stephen Lax, Kenneth Murphy: The Future of Radio Revisited: Expert Perspectives and Future Scenarios for Radio Media, in 2025, in: Journal of Radio & Audio Media, 24:1,2017
- David Lloyd: Radio – what does the future hold?, <https://www.davidlloydradio.com/post/radio-what-does-the-future-hold/>, veröffentlicht am 10.12.2019
- Philipp Nagels: Das neue Spotify-Feature und die Zukunft des Radios, <https://www.welt.de/kmpkt/article/202813904/Daily-Drive-Das-neue-Spotify-Feature-und-die-Zukunft-des-Radios.html>, veröffentlicht am 4.11.2019
- Radioszene: „Fritz klingt seit Februar anders, aber doch gewohnt ...“, <https://www.radioszene.de/131628/fritz-anders-2019.html>, veröffentlicht am 24.3.2019
- Radio-Zentrale: Planet Audio: Audionutzung der Zukunft, <http://www.radiozentrale.de/studien-und-daten/studien-pool/planet-audio-2025/>
- Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag - RStV) vom 31. August 1991 in der Fassung des Zweiundzwanzigsten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zweiundzwanzigster Rundfunkänderungsstaatsvertrag), in Kraft seit 1. Mai 2019
- Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland – Entwurf – Beschlussfassung der Konferenz der Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder vom 5. Dezember 2019 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36334/umfrage/hoerfunk-entwicklung-der-anzahl-der-radiosender-seit-1987>

---

#### Anne-Sophie Gutsche

ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Museum für Kommunikation Berlin