

Hans J. Kleinsteuber et. al.: Radio. Eine Einführung

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2012, 369 S., ISBN 978-3-531-15326-1, € 29,95

Radio gehört zu den von der Medienwissenschaft notorisch vernachlässigten Gattungen. Weniger prestigeträchtig als Fernsehen, schwieriger fassbar als Tageszeitungen, von geringerem kulturellem Anspruch umweht als Film, teilt es sich seinen Schattenplatz mit Print-Magazinen und Illustrierten. Dabei erreicht Radio laut Media-Analyse 2012 in Deutschland jeden Tag knapp 80% der Bevölkerung und wird im Durchschnitt mehr als vier Stunden lang täglich gehört. Es erwirtschaftete nach Angaben des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft 2011 einen Netto-Werbeumsatz von immerhin rund 700 Mio. Euro; hinzu kommt die materielle und ideelle Wertschöpfung der zu einem großen Teil öffentlich-rechtlich organisierten Hörfunkwellen.

In der allgemeinen medienwirtschaftlichen und -historischen Lite-

ratur wurde Radio meist nur nebenbei gestreift, während sich die meisten selbständigen Veröffentlichungen entweder auf Einzelaspekte beschränkten oder eher auf anekdotischer Ebene verharrten. Das von dem hochangesehenen Hans J. Kleinsteuber in Zusammenarbeit mit fünf Ko-Autoren (Ralph Eichmann, Uwe Hasebrink, Corinna Lüthje, Norman Müller und Frank Schätzlein) verfasste Lehr- und Grundlagenbuch zum Thema war deshalb lange überfällig und schließt eine wichtige Lücke; die Leser dürfen sich glücklich schätzen, dass Kleinsteuber dieses Projekt vor seinem Tod im Februar 2012 noch abgeschlossen hat.

„Radio. Eine Einführung“ liefert einen umfassenden und weitreichenden Überblick über das Medium. In 16 Kapiteln beleuchtet der Band seinen Gegenstand aus verschiedenen Perspektiven – von Theorie, Geschichte, Politik und

Technik bis hin zu Programm, journalistischer Gestaltung und Nutzungsforschung. Außerdem werden speziellere Aspekte wie z.B. *Community Radio* angesprochen und Ausblicke auf die internationale Radiolandschaft gegeben.

Es fällt auf, dass das Buch sehr nutzerfreundlich aufgebaut ist. Die meisten Kapitel sind als in sich abgeschlossene, auch einzeln lesbare Einheiten konzipiert, innerhalb derer Zwischenüberschriften eine schnelle Orientierung erlauben; dennoch bleibt der übergreifende Zusammenhang stets erkennbar. Zahlreiche Spiegelstrichlisten, zusammenfassende „Fragen zur Vertiefung“ und Begriffsdefinitionen am Ende jedes Kapitels helfen bei der Verarbeitung des Stoffes. Einziges Manko in dieser Hinsicht ist das Fehlen eines Stichwortverzeichnis.

Inhaltlich ist die Darstellung zwar überwiegend recht trocken, aber von gründlicher Kenntnis des Gegenstandes geprägt. Dieser Umstand führt mitunter zu einer so hohen Verdichtung des Textes, dass thematischen Einsteigern das Verständnis nicht immer ganz leicht fallen dürfte, so etwa bei der – zugegebenermaßen herausfordernden – Darstellung des stark zersplitterten deutschen Radioprogramm- und Radiowerbemarktes.

In den Kapiteln zu Programm und Organisation wären teilweise ausführlichere und tiefere Erklärungen wünschenswert gewesen. So erschöpft sich etwa die Diskussion von Musik im Radio in einer Auflistung der gebräuchlichen „Formate“ (d.h. musikalischer

Stilrichtungen) und bleibt damit hinter der praktischen Bedeutung dieses entscheidenden Erfolgsfaktors zurück. Informationen zur internen Organisation und zu praktischen Prozessen in Radiounternehmen kommen ebenfalls zu kurz. Andererseits werden z.B. die „Senduhr“ (S.261) bzw. „Stundenuhr“ (S. 201), d.h. der schematisch dargestellte typische Aufbau einer Standard-Sendestunde, in zwei verschiedenen Kapiteln unabhängig voneinander thematisiert – in unterschiedlicher Qualität und leider sogar mit wechselnder Terminologie. Auch die Differenzierung zwischen den Kapiteln „Globale Dimension“ und „Radio in aller Welt“ könnte auf den ersten Blick schwer nachvollziehbar erscheinen. Erst beim genaueren Hinsehen stellt sich heraus, dass das erstere Kapitel sich mit grenzüberschreitendem Radio und das letztere mit sozialen Aufgaben und Kontexten von Radio befasst. Und schließlich fällt das „Fazit“ des gesamten Buches mit weniger als zwei Seiten unbefriedigend knapp aus.

Solche Kritikpunkte treten jedoch angesichts des Ziels in den Hintergrund, in erster Linie eine *Einführung* in das komplexe Sujet Radio zu geben. Dabei erwähnen Kleinsteuber und seine Mitwirkenden zuverlässig auch relevante Nebenaspekte, wie etwa den Einsatz technischer Einschaltquotenmessgeräte in der Schweiz als Ergänzung zu den sonst üblichen Telefonumfragen (S. 213), oder würdigen die Funktion des „Deutschlandfunks“ für die politische Öffentlichkeit (S. 124). Im Rahmen der in Deutschland stark politisch aufgeladenen Debatte über Rundfunktechnik

fällt ferner die nüchterne und klarsichtige Diagnose wohltuend auf, es würden regelmäßig „Behauptungen über angebliche technische Zwänge aufgestellt, die tatsächlich gesellschaftlich erzeugt wurden“ (S. 84). Kleinsteuber führt das am Beispiel *Digital Audio Broadcasting* (DAB) weiter aus: „Gegen großzügige Finanzierung aus öffentlicher Hand entwickelten Industrien und Entwicklungslabore eine neue Technik, zu deren Einführung die Politik dann die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen sollte“ (S. 95). Dieser Zirkel erklärt das Scheitern diverser Technologieprojekte der vergangenen Jahrzehnte – nicht nur im Radio-Bereich.

Ungeachtet dessen, dass der vorliegende Band naturgemäß eine Momentaufnahme des Mediums Radio im

Moment des Übergangs von der analogen zur digitalen Medienwelt liefern muss, vertritt er eine vorsichtig optimistische Vision vom Radio der Zukunft in einer internetbasierten Welt. Denn das Konzept *Radio*, im Gegensatz zu den schon begrifflich an den Rundfunk gekoppelten Begriffen *Hörfunk* und *Radiosender*, versteht Kleinsteuber als eine spezifische Dienstleistung, die vom Transportmedium unabhängig ist und unter den flexibleren Bedingungen des Internets in ihre nächste logische Entwicklungsstufe eintreten kann. Legt man diese Sichtweise auch den vornehmlich am *Status quo* orientierten Kapiteln des Buches zugrunde, erhält man ein Standardwerk, das über den Tag hinaus weist.

Eric Karstens (Krefeld)