

Ist das Auslandsradio noch zu retten?

Mit Radio Schweden verabschiedete sich Ende Oktober einer der traditionsreichsten Kurzwellensender Europas von seiner Hörerschaft und siedelte auf lokale UKW-Frequenzen, das Internet und Satellit um. Andere Stationen beendeten ihre Aktivitäten komplett oder stellten die deutschsprachigen Sendungen ein, viele Hörerinnen und Hörer sehen das Ende des Auslandsfunks in naher Zukunft. Christian Milling und Daniel Kähler machten sich Gedanken über Sender, Hörer, Macher und die Zukunft der internationalen Auslandsdienste.

Christian Milling: In letzter Zeit gab es für mich oft die Gelegenheit, über das Thema Auslandsdienste nachzudenken – bei Radio Belarus im Interview wurde ich nach der Zukunft und Gegenwart der Auslandsdienste gefragt, durch die Betreuung der Plattform RADIO700.info und der kürzlich aufgeworfenen Fragen, ob es Sinn macht, über Satellit Auslandsdienste zu verbreiten ist eigentlich ein guter Zeitpunkt gekommen, einmal Resümee zu ziehen: Auslandsdienste – wo stehen sie, wer hört sie, wie geht es weiter.

Zugegeben, auf den ersten Blick sieht es nicht gut aus am Horizont der internationalen Programme: Viele deutschsprachige Dienste haben in den letzten Jahren die Schotten komplett dicht gemacht oder sich vom traditionellen Übertragungsweg, der Kurzwelle, ins Internet verabschiedet. Die Gründe und Vorwände hierfür sind vielfältig: Budgetkürzungen, scheinbar mangelnde Akzeptanz beim Hörer, Probleme bei der Programmverbreitung. Das Schlimmste: Viele Dinge sind hausgemacht und viele schauen hilflos zu. Das größte Problem ist „hinten-rechts“ zu suchen, sprich im Portemonnaie. Ohne ein ordentliches Budget kann der Wunsch zu senden auch noch so groß sein, Webpace im Internet oder Strom für den Kurzwellensender müssen bezahlt werden und auch die Redakteure haben einen Anspruch auf ein ordentliches Salär. Dabei verkennen die meisten politischen Verantwortlichen – wir erinnern uns: Auslandsdienste sind oft den Ministerien für auswärtige Angelegenheiten unterstellt – welche „Wunderwaffe“ sie mit Auslandsdiensten eigentlich hätten: Die multimediale Visitenkarte des Landes. Für viele Ausländer der Erstkontakt in bisher unbekanntes Terrain, eine Informationsquelle in Muttersprache, die informiert, unterhält, berät und auch die Scheu nimmt, sich dem Gegenüber zu widmen. Der Konjunktiv ist an dieser Stelle ganz bewusst gewählt, denn es gibt meines Erachtens massiven Handlungsbedarf, das Medium „Auslandsdienst“

von teilweise ehemaligen Propagandaschleudern zu seriösen medialen Botschaftern im Jahre 2010 zu machen. Den Trugschluss zu ziehen, für die Außerdarstellung eines Landes könnte man auch die jeweilige Tourismusbehörde nehmen, wäre fatal, denn nur durch ausgebildete Journalisten ist eine professionelle Rundfunkarbeit – oder sagen wir besser Medienarbeit – gewährleistet.

Wo stehen wir?

Daniel Kähler: Um sich weitere Gedanken über die Zukunft der Auslandsdienste machen zu können, ist ein Blick in die Gegenwart vonnöten, sowohl auf die Hörer, als auch auf die Rundfunkstationen selbst. Sender wie *RAE Buenos Aires*, *KBS World Radio* oder *Radio Taiwan International* zählen auf ihre Hörerschaft und gelegentlich wirft auch die Chefetage einen Blick in die Postfächer der Sprachredaktionen um festzustellen, ob das für viel Geld hergestellte Programm denn überhaupt bei den Hörern ankommt. Und seit diese Tatsache auch unter den, nennen wir sie „Hardcorehörern“, bekannt ist, nimmt das Desaster seinen Lauf. Schaltet man die Auslandsdienste mit ihren außergewöhnlichen Wortprogrammen doch gerade ein, um den eintönigen UKW-Musikwellen entgehen zu können, setzt sich der „Mainstream“, die im deutschen Radio doch ach so kritisierte, ständige Wiederholung derselben, teils belanglosen Inhalte im internationalen Radio fort: Man weiß nicht so recht, meinen sie es gut oder böse, jene Hörer, die ihren, einen Lieblingssender scheinbar dreißig Stunden am Tage hören und rege ihre Beiträge zum Hörerpostprogramm zuschicken. Da werden Fragen zu neuen Sportarten, den Rauchgewohnheiten der jeweiligen Nation oder den schönsten Rübengerichten gestellt. Bis jetzt ist keine Schandtät zu registrieren, doch wenn auf fünf weiteren Auslandsdiensten der gleiche Brief mit identischem Wortlaut verlesen wird, so steigt Zweifel auf, wie intensiv die Freundschaft zu den entsprechenden Radiostationen sein mag, wenn man sie mit lieblos abkopierten Formbriefen beglückt. Die Kommunikation mit Radiostationen aus aller Welt wird zur Fließbandarbeit.

Die Krone setzt dem Ganzen dann aber der QSL-Fanatismus so mancher Hörer auf. Keinesfalls möchte ich etwas gegen die QSL-Tradition generell sagen. Doch wenn ein Sender über zehn Jahre nur ein einziges, noch nicht einmal besonders raffiniertes QSL-Motiv zur Herausgabe an das Publikum bereithält, so erscheint es doch wunderbar, wenn so mancher Hörer gefühlte zweihundert Empfangsberichte an die entsprechende Station schickt und jedes Mal eine QSL-Postkarte einfordert und bei Nichtantwort entsprechend aufmüffig wird. Besonders pikant die Lage, wenn DXer Empfangsberichte verfassen und darin Zeiten vermerken, in denen entweder andere Programme liefen oder der Sender abgeschaltet war. „Ich hörte Sie von 9 bis 17 Uhr mit SINPO 55444. Schicken Sie mir Ihre QSL-Karten Motiv 1-20, Souvenirs, Sticker und drei Stationswimpel. Sofort. Rückporto liegt nicht bei“. Spaßig ebenso, wenn verschickte QSL-Karten zerrissen in einem Umschlag an den Sender zurückgeschickt werden, inklusive bitterbösem Brief, man habe Anspruch auf eine noch detailliertere und sorgfältiger ausgefüllte QSL-Karte. Persiflage? Keinesfalls. Realität. Willkommen in der Welt der Hardcorehörer.

Auf vielen Sendern ist der ewig gleiche Hörerkreis in den Postkastensendungen zu hören – und viele Auslandsdienste sind froh, dass sie wenigstens diese Gruppe halten können. Immerhin irgendetwas zum Vorzeigen, wenn alle paar Wochen der Chef nachfragt, ob es denn auch Hörerreaktionen gebe: „Oh ja, die gibt es, unser Hörerklub in Bad Salzuflen ist sehr aktiv und veranstaltet mit der Stimme Nordkoreas eine Diplomaktion, in die wir aktiv eingebunden werden. Die Hörer werden angehalten, pro Monat je sieben Empfangsberichte über vier Hörer-



Im Gespräch: Christian Milling, Bernd Frinken (beide Radio 700) und Astrit Ibro (Radio Tirana).

postsendungen, drei Wunschkonzerte und neun DX-Beiträge zu verfassen, dem Klubsekretär zur Ansicht vorzulegen und dann weiter nach Pjôngjang und als Kopie an uns zu schicken. Optimalerweise ist noch ein tondokumentarischer Mitschnitt sämtlicher Empfänge beizulegen. Wir werden dann mit dem QSL-Motiv Nummer 4 aus der Serie „Tankstellen der Bretagne“ antworten und jedem achten Hörer unseren Jubiläumswimpel zuschicken“. – Liebe Hörer und Auslandsfunker, wolltet ihr es so? Nun wäre es falsch zu sagen, alle Auslandsdienste brächten lediglich Hörerpostsendungen und DX-Ecken. Das Gegenteil ist der Fall, werden doch Massen an interessanten und aufwendigen Interviews und Themenprogrammen produziert. Aber auch gehört?

Hörerbeteiligung, ein Problem?

Gottseidank, und das kann man an dieser Stelle nur in aller Deutlichkeit sagen, ist der Hörerkreis bedeutend größer, als die Hörerpost uns das glauben lässt. Die wenigsten Hörer sind es, die sich aktiv an der Programmgestaltung beteiligen. Rund 90% der ProgrammkonsumentInnen sind die „schweigende Masse“. Leider sorgt die Minderheit in der Minderheit dafür, dass durch deren Verhalten das Bild der Auslandsdiensthörerschaft nachhaltig geprägt wird.

Das Problem der „Hardcorehörer“ scheint im deutschen Sprachraum besonders ausgeprägt. So sind im deutschen Programm von *KBS World Radio* (Seoul) regelmäßig Klagen der Redaktion zu hören, die deutsche Abteilung hinke in puncto Feedback auf der Webseite <http://world.kbs.co.kr/german> den übrigen Sprachredaktionen hinterher. Dabei liegt es weder am Inhalt, noch an der Aufbereitung der Sendungen oder Internetangebote. Die überaus ansprechend präsentierten Programme abseits der Hörerpostsendungen in Netz & Äther scheinen nur die wenigsten HörerInnen zum Schreiben zu animieren. Dem Vernehmen in der samstäglichen „Hörerecke“ nach ist es einzig das online-Empfangsberichtsformular, das auf der Webseite rege genutzt wird. Aber nicht nur die Hörer machen es dem Sender schwer, sich seiner Existenz zu rechtfertigen, auch umgekehrt hakt es oft an Kleinigkeiten...

Das Programm

Die Hörgewohnheiten der Zuhörerschaft in Europa haben sich in den vergangenen Jahrzehnten massiv gewandelt. Zwar zählt auch heute, **was** im Programm gesagt wird, doch auch **wie** etwas gesagt wird, gewinnt

im Tonverarbeitungs-zentrum des Hörers immer mehr an Bedeutung. Das Aufstöhnen vieler DXer des alten Schlags, die „jungen Leute von heute“ würden keinerlei Interesse mehr an deutschsprachigen Programmen aus dem Ausland haben, ist unangebracht. Das Gegenteil ist der Fall. Das Interesse an Nachrichten und Berichten aus fernem Ländern ist durchaus weiterhin gegeben, nur die Ohren der Hörerinnen und Hörer haben sich inzwischen der Präsentation der Infowellen und Pop-Programme aus dem Inland angepasst. Viele Auslandsdienste hingegen scheinen auf dem Stand der Endsiebziger stehengeblieben und klingen so, wie ich es aus archivierten und verstaubten Mitschnitten kenne. So versucht ein unter DXern wohlbekannter internationaler Radiosender hilflos sein Programm aufzulockern, indem er ein Programm mit Witzen in seinen Sendeplan aufgenommen hat. Aha, da hat man sich also ein Vorbild an den flippigen DJs aus den Musikprogrammen genommen, sind sie es doch, die wissen, wie sie die jungen, quirligen und modernen Leute an ihren Sender binden können: Mit flotten Sprüchen, die zum Schmunzeln einladen. Was der hier angesprochene Auslandsdienst allerdings nach einer musikalischen Einleitung bietet, verleitet den Hörer nicht zum Schmunzeln, sondern eher zum Heulen. Dabei ist die Situation schon fast wieder unfreiwillig komisch: Es beginnt derselbe Sprecher, der auf gleichem Sender wenige Minuten zuvor noch Katastrophen-, Kriegs- und Krisenmeldungen mit monotoner Stimme verlas, nun einen Witz aus Fips Asmusens Giftküche vorzutragen. Und setzt danach das Programm fort.

„Die Schuld am Sterben der Sender liegt einzig bei der mittelalterlichen Kurzwelle!“ Keinesfalls. In einigen Fällen ist weniger die Verbreitungstechnologie das Hauptproblem, sondern das Programm selbst. Wer kein eingefleischter Kurzwellenhörer ist, wird sich an ansprechend gestalteten DX-Beiträgen nicht stören, wie sie beispielsweise von der ADDX auf verschiedenen Sendern angeboten werden. Hier werden technische Zusammenhänge so erklärt, dass sie auch für Hörerinnen und Hörer ohne großartiges technisches Vorwissen verständlich werden. Doch sobald laufend



Autor Christian Milling.

SINPO-Codes in Hörerpostkästen abgeglichen oder Hörerklubinterna heruntergeliefert werden, hören die Hörer, die den allgemeinen DX-Verbänden nicht angehören, wieder weg. Und spätestens bei DX-Programmen, in denen die Sendepläne großer, internationaler Auslandsdienste überausführlich vorgetragen und sibirische Sendestandorte mit NATO-Alphabet buchstabiert werden, kündigt sich Mitleid mit den Programmansagern an, die das „hörerbindende DX-Programm“ als Manuskript auf den Redaktionstisch gelegt bekommen. Wer da nicht wie wild geworden mit Bleistift und Block vorm Empfänger sitzt und die Frequenzen der gefühlt dreihundert Sendesprachen von China Radio International in Stenografie mitschreibt, wird wahrscheinlich längst die Stopptaste vom MP3-Player oder den Aus-Knopf am Radiogerät konsultiert haben.

Mir kommen die Tränen, wenn gut gestaltete Programme mit sympathischen Moderatoren durch „very special interest“-Programme „kaputtgemacht“, sprich für das breite Publikum in diesem Moment wieder uninteressant werden. Aber auch kleine Programmelemente sind es, die das Hörvergnügen trüben und nur die Hartgesottenen am Empfänger verweilen lassen. Eine langwierige Frequenz- und Adressangabe inkl. aller Telefon- und Faxnummern und den genauen Satellitenparamenten gleich am Anfang der Sendung wecken den Abschaltimpuls im Konsumenten, er schaltet lieber zu einem Programm, wo es gleich zur Sache geht. Ähnliche Reaktionen wecken wunderbar gestaltete Jingles und schlecht übersetzte Slogans oder solche Akzente der Sprecherinnen und Sprecher, die – sagen wir es vorsichtig – eine Herausforderung für die Hörer darstellen.

Vorbilder für die deutschen Programme?

Vergleichen wir einmal deutschsprachige Auslandsdienste mit ihren Kollegen vom Sendeservice in Landessprache. Hören wir also rein bei *RDP Internacional*, dem russischen Dienst der *Stimme Russlands* und *Radio Exterior de España*. Was nun aus dem Lautsprecher klingt, erstaunt: Sendungen mit Drive, bunte O-Töne, handwerklich schön gestaltete Beiträge mit Wort & Musik, die Spaß machen. Es würde für viele fremdsprachige Auslandsdienste bereits genügen, einmal bei den Kollegen vom Dienst in Landessprache oder den Damen und Herren des Inlandsfunks reinzuhören. Dann sollte man vergleichen: Hören sich „unsere“ Sendungen ähnlich modern und leicht an? Selbstverständlich gibt es internationale Rundfunkstationen, die es verstanden haben, Präsentation und Inhalt der Sendungen auf die Bedürfnisse einer breit angelegten Hörerschaft im Jahre 2010 anzupassen, ohne dabei die Alteingesessenen zu verprellen. Unseres Erachtens haben Sender wie *Polskie Radio*, *Radio Belarus*, *Radio Prag* oder *Radio Schweden* begriffen, wie sie ihre Programme angemessen und modern präsentieren können.

Vom Studio zum Hörer – Die Distribution

Christian Milling: Nicht alleine das Herstellen des Programms ist teuer, gerade die Distribution belastet das Budget des internationalen Radios nachhaltig. Neben Problemen gibt es auch viel pauschalisierte Scheinargumente, dabei sind interessante Einsparmöglichkeiten gar nicht so weit entfernt.

Erstes Problem: „Kurzwelle – hört doch keiner mehr!“ Wirklich? Ich bin kein Freund von Pauschalisierungen und ich gehe fest davon aus, dass es deutlich mehr als „keiner“ sind. Aber im Bereich der Kurzwelle gibt es verschiedene Faktoren, die es den Hörern wirklich nicht leicht machen, „ihr“ Programm zu finden. Zum einen sind die halbjährlichen Frequenzwechsel und Sendezeitenwechsel ein Graus für das Gewohnheitstier Hörer. Zweimal jährlich werden die Nerven der Programmempfänger strapaziert und man braucht Tage, bis man vielleicht herausgefunden hat, wo eine Station nun sendet. Einige Stationen orientieren sich an der UTC, manche an der Mitteleuropäischen Zeit, manche an der örtlichen Lokalzeit, die wiederum aber nicht unbedingt eine Sommer-/Winterzeitverschiebung beinhaltet. Toll oder? Stellen Sie sich vor, Sie gehen zum Bahnhof, Sie wollen

nach Hause. Heute fährt um 16:00 Uhr Ihr Zug von Gleis 4. Die nächsten Wochen auch. Bis irgendwann mal der Zug nicht mehr um 16 Uhr fährt, sondern vielleicht um 17 Uhr, dann aber auch nicht mehr von Gleis 4 sondern von Gleis 8. Und keiner sagt es Ihnen, nirgendwo steht es. Was machen Sie? Wahrscheinlich frustriert beim nächsten Mal das Auto nehmen.

Zweites Problem: Fast alles was „Deutsch“ sendet, knubbelt sich in der Abendzeit zwischen 19 und 22 Uhr. Damit stehen die Auslandsdienste nicht nur in Konkurrenz zu sich selbst, sondern auch zu den wichtigsten deutschen Nachrichtensendungen im Fernsehen. Ergebnis: Prozentual sinkt die verfügbare Anzahl der Hörer pro Station.

Drittes Problem: Zufallshörer gibt es kaum. Nehmen wir jede x-beliebige Kurzwellenstation, die in mehreren Sprachen sendet – oder als alternatives Beispiel, dass der Verbreitungsweg kaum eine Rolle spielt: *RFI Paris*, das lange Zeit in Berlin auf UKW 106,0 MHz zu empfangen war. Ich schalte eine Frequenz ein, auf der mal was Französisches, mal was Englisch und mal irgendeine außereuropäische Sprache läuft. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich da durch Zufall mal ein Hörer in der deutschsprachigen Sendung verirrt, ist sehr klein, zumal die Sendungen außerhalb der hörer-starken Zeiten laufen. Werbung für das eigene Programm wird kaum gemacht, daher ahnt auch kaum jemand, der nicht mit dem Medium Auslandsdienst vertraut ist, dass es sowas wie *RFI* in Deutsch gibt oder gab.

Viertes Problem: „Kurzwellensendungen kosten viel Geld“. Auch hier wird wieder sehr pauschal argumentiert. Natürlich sind Kurzwellensender rechte Stromfresser, aber mit wenigen, einfachen Mitteln lassen sich Qualität steigern und Kosten senken. Als erste Maßnahme kann man die Sendeleistungen um 50% senken, ohne dass der Hörer viel davon mitbekommt. Dies macht eine halbe S-Stufe am Anzeigemeter aus, hat aber gleichzeitig eine große Stromersparnis. Zusätzliches Sparpotential gäbe es, wenn man Themenkanäle und / oder Sprachkanäle mit allen Auslandsdiensten zusammen entwickelt und sich gemeinsam ordentliche Kurzwellenfrequenzen über einen gut in Europa zu empfangenen Provider anmietet. Für zwölf gemietete Sendestunden am Tag gibt es bessere Konditionen als für nur 4 Stunden. Statt aus dem eigenen Land zum Erreichen von Europa mit 500 kW senden zu müssen, täte es eine Relaisstation mit deutlich weniger Leistung auch. Das sind satte Einsparungen an Sendeleistung, die auch mehr in der Geldbörse übrig lassen. Gleichzeitig würde ich mit einem

durchgehend auf Deutsch sendenden Programm meine Probleme 1-3 geschickt lösen können: Ein täglich vom Ablauf identisches Programm, feste Frequenzen, feste Sendezeiten und Zufallshörer, die beim Durchkurbeln der Wellen bei interessanten Inhalten „kleben bleiben“.

Hat die Kurzwelle anno 2010 eine Berechtigung? Meines Erachtens ein ganz klares JA! Eine terrestrische (analoge) Abstrahlung sehe ich mindestens noch in den nächsten 10 Jahren für unverzichtbar, um die nicht mit schnellem Internet versorgten Gebiete zu erreichen und eine mobile Hörbarkeit im Auto und auf portablen Geräten zu ermöglichen. UKW-Frequenzen sind rar und für Auslandsdienste in Deutschland kaum nutzbar, regional ließe sich noch per Mittelwelle der Zuhörerkreis erweitern, schließlich sind viele Geräte in der Lage, diese Wellenbereiche ohne Zusatzaufwand zu empfangen. Auch DAB+ wäre eine technisch spannende Verbreitungsart. So wären Auslandsdienste gleich bundesweit in guter Qualität empfangbar. Allerdings ist durch die bisherige (Nicht)-Akzeptanz dieses Mediums noch keine Alternative zur analogen Kurzwelle gegeben. Hier bleibt die Entwicklung abzuwarten.

Und was ist mit Internet? Es wird immer wichtiger. Hier differenziere ich aber deutlich zwischen Live-Streaming-Angeboten und Podcasting. Bei RADIO700.info haben wir eine dermaßen große Diskrepanz zwischen Streaming-Nutzern und Podcast-Nutzern festgestellt, die eine Weiterführung des Live-Streamings eine Pro-Hörer-Subvention im 3-stelligen Eurobereich bedeutet

Zu den Autoren

Beide wirken mit Her(t)zblut im internationalen Hörfunk mit. Christian Milling, seit 1994 im Rundfunk als Moderator, Techniker und Programmleiter tätig sowie Verfechter und Unterstützer internationaler Hörfunksender, hatte 2008 die zündende Idee zur Onlineplattform www.RADIO700.info und holte als Mitwirkenden den Co-Autor mit ins Boot. In zwei Jahren registrierten sie monatliche Zugriffe im 5-stelligen Bereich auf ihr Podcastangebot. Daniel Kähler konnte an seiner Schaub-Lorenz Musikbox die Kurzwelle abkurbeln, noch bevor er gelernt hatte, zivilisiert Flüssignahrung zu sich zu nehmen. Er versteht sich heute als mittelmäßiger Oberstufenschülerdarsteller und geht nie ohne frische Podcasts aus aller Welt aus dem Haus.

Dass beide Autoren in ihren Beiträgen einzelne Sachverhalte überspitzt und übertrieben dargestellt haben, ist ihnen durchaus bewusst. Ihr Ziel ist es, Denkanstöße über die Hörkultur der Zuhörerschaft, also DXer und Programmhörer, sowie über die Sendungsgestaltung internationaler Auslandsdienste zu liefern.

hätte. Für die digitale Internetverbreitung ist das Podcasting viel wichtiger. Warum? Das liegt in der Natur der Programmgestaltung. Auslandsdienste sind kein Nebenbei-Medium, sondern ganz spezielle Einschaltprogramme. Dafür braucht man a.) Zeit zum Hören und b.) die passende Umgebung. Ersteres hat man am PC meistens nicht, da würden wortlastige Programme bei der Arbeit stören. Podcast bietet deshalb als „Jetzt-Runterladen-und-dann-Hören-wann-ich-es-will“ Medium – beim Joggen, beim Autofahren, beim Bügeln – eine ideale Ergänzung. Darüber hinaus kann die Internetpräsenz der einzelnen Sender zur richtigen multimedialen Visitenkarte ausgebaut werden: Texte, Töne, Videos, Links. Idealvorstellung: Alles, was ich über ein Land wissen will, bekomme ich an einer Stelle. Direkt, schnell und mit Zuverlässigkeit. Die Seite von *China Radio International* zeigt hier, wie es gehen kann.

...und über Satellit erreichen Sie Millionen Hörer

Zumindest theoretisch – Wenn man nicht zwangsverkabelt ist und keine Satellitenschüssel aufstellen darf. Und man weiß, dass man über Satellit Radio hören kann. Mobilempfang? Nicht dran zu denken. Und wenn die Frau die Lindenstrasse gucken will oder Junior die neuste Soap? Dann ist der Satellitenreceiver belegt und man braucht ein Zweitgerät. Samt TV, denn oftmals lassen sich die Geräte nur mit einem angeschlossenen Fernsehgerät optimal bedienen. Ergo: Terrestrik und Internet bieten die bestmögliche Kombination, seine Hörer zu erreichen. Aber: Was keiner kennt, kann niemand hören...

Die Vermarktung

„**Kennen Sie Radio Eriwan?**“ Wahrscheinlich aus den Sowjet-Witzen der 80er Jahre. Dass es einen real existierenden Sender gibt, und dass *Radio Eriwan* sogar in Deutsch sendet, wissen wahrscheinlich nur die kurzwellenmündigen Leser dieses Beitrags. Eigentlich schade, denn viele Sender hätten ein größeres Publikum verdient. Was sich lokale und regionale Sender mit Plakataktionen an Bekanntheit erarbeiten, würde bei Auslandsdiensten zur nicht finanzierbaren Aktion ausufern. Dabei haben die Programme die besten Werber frei Haus: Die Hörer. Denn kein Plakat, kein Flyer, kein Hochglanzprospekt kann den Werbeeffekt übertreffen, den die Mundpropaganda hat. Hier sind ganz klar die Konsumenten des Auslandsdienstes gefragt, die Popularität und Bekanntheit der Stationen zu fördern. Also, liebe Leute, statt dem nicht bestätigten 4123sten Empfangsbericht und der fehlen-

den 217sten Kopie der QSL aus Serie 9/38 heulend nachzulaufen, tut was dafür, damit die internationalen Programme mit einem breit aufgestelltem Publikum wieder an Attraktivität gewinnen. Und das schafft man nicht mit „Closed-Job“ Veranstaltungen „Wir DXer unter uns“, wo man beim lustigen Pausenzeichenraten darüber trauert, dass die Morgendirektsendung aus Hintertupfingen eingestellt wurde. Geht an die Schulen und besucht Vereine und Veranstaltungen, informiert Lehrkräfte über die zahlreichen Informationsquellen, die der Auslandsdienst zu bieten hat, macht Lobbyarbeit. Nutzt die Möglichkeit des Podcastings für eine breite Streuung der Programme. Verlinkt sie auf den Botschaftswebseiten, wendet Euch an Länder-Freundesgesellschaften.

Fazit

Der Auslandsdienst ist heutzutage wichtiger denn je, zumal „Nachrichten“ zu einer Art Ware verkommen sind, die von wenigen Agenturen zusammenkonfektioniert und verkauft werden. Umso wichtiger ist es, sich ein breites Bild von Meinungen einzuholen und diese miteinander zu vergleichen. Es obliegt nicht uns, den Autoren, missionarsartig die Auslandsdienste umzukrempeln. Wir möchten Anregungen für den internationalen Rundfunk im Jahre 2011 geben. Aber wenn jeder – sowohl auch Macher als auch auf Konsumentenseite – sich regelmäßig diese vier Fragen stellt und entsprechend weise handelt, werden wir noch lange Spaß am Hören der internationalen Wellen haben:

- ⇒ Sender: Wen wollen wir erreichen? „Hardcore-Hörer“ und DXer oder den Länderinteressierten? Und wenn beide: In welcher Gewichtung sollen beide Themenbereiche zueinander stehen? Wie sollen sie präsentiert werden?
- ⇒ Sender: Wie wollen wir die Hörer erreichen? Auch mit zugeschnittenen Beiträgen als MP3-Player auf unserer Homepage, die in die Artikel eingebettet sind, außerdem Podcasts? Wollen wir das Internet oder die Kurzwelle als Hauptverbreitungsweg nutzen? Machen wir Unterschiede zwischen beiden Distributionswegen? Setzen wir auch auf soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter oder YouTube und pflegen wir unsere Präsentation dort entsprechend? Hört man



Autor Daniel Kähler.

auch auf anderen Webseiten oder auf Veranstaltungen von uns?

- ⇒ Hörer: Was wollen wir wirklich hören? Sind wir nur an Informationen aus unseren DX-Kreisen interessiert und lassen uns die übrigen Themen größtenteils kalf?
- ⇒ Hörer: Wie wollen wir interagieren? Versuchen wir mit unserer Beteiligung, den Sender künstlich am Leben zu halten und möglichst viele QSL-Karten zu erhaschen oder stimmen wir bei Umfragen ab, kommentieren auch Beiträge außerhalb der Hörerecken? Sind wir kritisch und dennoch persönlich? Stellen wir Freunden und Bekannten die Auslandsdienste vor und empfehlen sie als Informationsquelle?

Von den (politischen) Verantwortlichen der Auslandsdienste ist zu wünschen,

- ⇒ die Redaktionen aus den hinterletzten Ecken der Funkhäuser herauszuholen und in die Mitte des Schaffens des Hauses zu stellen,
- ⇒ die Stationen mit einem ordentlichen Budget für Programm und Technik auszustatten,
- ⇒ die Redakteure mit einem guten Ausbildungsprogramm zu fördern,
- ⇒ frische Programmideen zu entwickeln.

Der internationale Rundfunk ist heute wichtiger denn je, so leicht zu empfangen wie nie und sollte global zur multimedialen Visitenkarte eines jeden Landes werden. Gebt ihn nicht auf.

Christian Milling und Daniel Kähler