



## Der Name „Deutschlandradio“ verschwindet

Voraussichtlich ab dem kommenden Sommer wird der Begriff Deutschlandradio aus der deutschen Medienlandschaft verschwinden. Er gilt dann zwar nach wie vor als Bezeichnung dieser Rundfunkanstalt. Deren Produkte werden in Zukunft jedoch ausschließlich unter der Marke Deutschlandfunk verbreitet.

Der Verwaltungsrat des Deutschlandradios hat diese Entscheidung bereits bestätigt. Ursprünglich sollte sie erst Anfang Mai öffentlich gemacht werden. Diese Strategie hat allerdings die Zeitung „Tagesspiegel“ mit einer Enthüllung der Pläne durchkreuzt.

Begründet wird der Schritt mit der Bekanntheit der Marke Deutschlandfunk bei mehr als 80 Prozent der Bevölkerung. Damit sei Deutschlandfunk die stärkste Rundfunkmarke in Deutschland überhaupt. Deshalb präsentiert sich das bisherige Deutschlandradio Kultur in Zukunft als Deutschlandfunk Kultur. Das Digitalprogramm DRadio Wissen erhält den neuen Namen Deutschlandfunk Nova.

Hierzu verwies Deutschlandradio-Programmdirektor Andreas Weber gegenüber der „Taz“ auf die Beobachtung, „dass immer mehr Menschen uns nicht mehr klassisch linear im Radio hören, sondern über Drittplattformen finden, sei es auf unseren eigenen Webseiten, iTunes, Spotify oder Facebook.“ Dies sei der Grund für die gewachsene Bedeutung einer klaren Absendermarke.

Unmittelbar nach der Veröffentlichung des „Tagesspiegels“ hatte der Vorsitzende des Deutschlandradio-Verwaltungsrates, der ZDF-Intendant Thomas Bellut, damit verbundene Programmänderungen verneint. Dies wurde vom Deutschlandradio anschließend vorsichtig relativiert. Die Rede war etwa von einem „Feinschliff“, der „keine komplettes Tabula rasa“ sein werde.

**Bild oben:** Ü-Wagen und Werbemittel von Deutschlandradio Kultur.

Zu den Kosten der Umbenennung wollte sich Programmdirektor Andreas Weber gegenüber der „Taz“ nicht äußern. Intendant Willi Steul nannte den Madsack-Zeitungen hingegen einen Betrag von 12 Millionen Euro. Dieser werde aus dem Kommunikationsetat des Hauses aufgebracht.

In diesem Gespräch erwähnte Willi Steul auch ein Vorhaben, das dem im Onlinebereich bestehenden Trend zum Video Rechnung trägt: Unter dem Schlagwort „Visual Radio“ werden Kameras in die Sendestudios eingebaut. Für die so zu produzierenden Bildfassungen von Hörfunkinterviews gebe es mit der Deutschen Welle bereits einen Abnehmer.

Bei der künftig wegfallenden Medienmarke Deutschlandradio hatte es 2005 bereits eine Änderung gegeben. Aus DeutschlandRadio Berlin wurde, verbunden mit weitreichenden Änderungen im Programm, Deutschlandradio Kultur. Damit eliminiert wurde eine typographische Marotte der 90er Jahre, vor allem aber der Name des Produktionsortes, der als Hindernis für die landesweite Akzeptanz des Programms gesehen wurde.

Für Kopfschütteln beim kulturaffinen Beobachter sorgte wieder einmal die Diskussion um die Entscheidung des Deutschlandradios. Denn wieder einmal wurde reflexhaft geäußert, die Kulturprogramme sollten doch endlich einmal damit aufhören, nur klassische Musik als Kultur anzusehen. Das ist recht entlarvend, wenn es auf ein Programm gemünzt wird, das die Klassik bereits vollständig aus seinem Tagesprogramm verbannt hat.

Das Kopfschütteln blieb indes nicht den Diskussionsplattformen des Internets vorbehalten. Auch der „Tagesspiegel“ würzte seine Enthüllung mit Stellungnahmen, von denen ein Teil eher verzichtbar war, wie etwa die Zitierung des Kronzeugen Tim

Renner, der sich gerade erst durch sein wurstiges Vorgehen bei der Neubesetzung der Intendanz des Staatsballetts Berlin hervortat.

Für das größte Stirnrunzeln sorgte allerdings Fritz Küppersbusch, der die Kulturprogramme der Landesrundfunkanstalten gleich zu Lokalfenstern von Deutschlandradio Kultur zusammenstreichen wollte. Die einigermaßen rotzige Begründung: „Mal ehrlich, was im Saarland oder Bremen an genuiner Kultur abgeht, passt in eine Morgenschiene und eine Stunde am Nachmittag.“

Die künftig alleinige Verwendung der Marke Deutschlandfunk ist nicht ohne Brisanz. Die Gründe dafür zeigt wieder einmal ein Blick in die Geschichte: Im Vorfeld der Gründung des Deutschlandradios hatte der Deutschlandfunk, präzise gesagt dessen damaliger Intendant Edmund Gruber, den Anspruch erhoben, allein als nationaler Hörfunk legitimiert zu sein.

Daher versuchte der Deutschlandfunk massiv, an die Frequenzen des früheren Radio DDR 2 zu gelangen, das seit 1990 als Deutschlandsender Kultur sendete, den ursprünglichen Namen wie auch die Sender der eingestellten Stimme der DDR übernehmend. In Thüringen sollen Grubers Versuche, den damaligen Ministerpräsidenten Josef Duchac entsprechend zu überreden, nur knapp gescheitert sein.

Erfolg hatte Gruber hingegen in Sachsen. Hier erhielt der Deutschlandfunk zum 1. Januar 1992 die Frequenzen des Deutschlandsenders Kultur, von Kurt Biedenkopf par ordre du mufti verfügt und mit wenig mehr als 30 Stunden Vorlauf bekanntgemacht.

Letztlich entschieden sich die Bundesländer jedoch dazu, es nicht beim Deutschlandfunk allein zu belassen. Das Deutschlandradio erhielt auch einen Berliner Zweig, zu dem zum 1. Januar 1994 RIAS Berlin und Deutschlandsender Kultur fusionierten. Es war tatsächlich eine echte Fusion; die auch jetzt wieder öfters gehörte Auffassung, das Berliner Deutschlandradio-Programm sei ein umbenannter RIAS, trifft nicht zu.

Als Beispiel für ein gelungenes Zusammenwachsen taugt diese Fusion allerdings trotzdem nicht. Nach allem, was man hört, grassieren im Funkhaus an der Kufsteiner Straße nach wie vor Ost-West-Befindlichkeiten in einem Ausmaß, das man nach 22 Jahren nicht mehr für möglich gehalten hätte. Deshalb erscheint es auch nicht als obsolet, erneut an die Vorgeschichte und Gründung des Deutschlandradios zu erinnern.

Kai Ludwig