Zeitschrift: Akzent : Magazin für Kultur und Gesellschaft

Herausgeber: Pro Senectute Basel-Stadt

Band: - (2012)

Heft: 1: Schwerpunkt : Radioszene Basel

Artikel: DRS 2 : ein spezieller Sender für eine spezielle Hörerschaft : Bildung und Unterhaltung mit Kompetenz und Esprit

Autor: Ryser, Werner

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-843227

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

DRS 2: Ein spezieller Sender für eine spezielle Hörerschaft

Bildung und Unterhaltung mit Kompetenz und Esprit

[wr.] DRS 2 ist «das Radio für Kultur und Wissen». Diesen Anspruch wollen die Macherinnen und Macher des Senders einlösen. Gestaltet werden Programme, die zum Zuhören und Nachdenken anregen sollen: DRS 2 als einsamer Rufer in der Wüste einer schrillen Medienwelt voller Sensationsmeldungen und durch Werbung finanzierte, seichte Unterhaltung.

«Die Leute haben nicht auf uns gewartet», sagt Franziska Baetcke, Programmleiterin von DRS 2. Bildung über Massenmedien zu vermitteln, sei nur möglich, ist sie überzeugt, wenn man gleichzeitig unterhalte. Im Überangebot der Medien könne man sich nur Gehör verschaffen, wenn man die Hörerinnen und Hörer mit guten Ideen überzeuge und einem profilierten eigenen Ansatz.

Wir leben in einer Welt, in der für Radio und Fernsehen Hörer- respektive Zuschauerquoten und für die Printmedien Auflagezahlen das Mass aller Dinge zu sein scheinen. Quantität statt Qualität. Diese Entwicklung ist der Kommerzialisierung der Medien geschuldet, die sich weitgehend über Werbeeinnahmen finanzieren.

Auf das Radio bezogen: Das Angebot mit seiner wachsenden Zahl von privaten Stationen, mit Spartensendern und dem Kabelempfang ist in den letzten Jahren sehr gross geworden. Mit anderen Worten: Aus schierer Existenzangst müssen immer mehr Radiostationen mit Programmen, die auf den Geschmack eines möglichst breiten und kaufkräftigen Publikums zielen, um die Gunst der Hörerschaft buhlen.

Von diesem Zwang, sich ausschliesslich nach dem Mainstream zu richten, ist das öffentlich-rechtliche Radio mindestens teilweise befreit. Allerdings schielt man auch dort auf Hörerquoten. Schliesslich hat man sich gegenüber der Öffentlichkeit und dem Parlament für die Finanzierung durch Gebühren zu rechtfertigen. Daneben ist man aber auch dem Auftrag verpflichtet, Programme für Minderheiten zu machen. Beispielsweise für Rätoromanen, für Ausländer in der Schweiz oder (und das ist jetzt nur ein bisschen ironisch gemeint) für jene Menschen, die anspruchsvolle Kultursendungen schätzen.

Eva Oertle, DRS 2

DRS 2, und damit kommen wir zu unserem Thema, ist ein Nischenprodukt, ein Sender für eine Minderheit. Sein Marktanteil beträgt 3,8 %. Das mag im Vergleich zu DRS 1 (34,5 %) und DRS 3 (17,9 %) als gering erscheinen, gemessen an anderen europäischen Kultursendern handelt es sich aber um einen Spitzenwert.

Allerdings lässt sich nicht leugnen, dass DRS 2 (wie übrigens alle öffentlich-rechtlichen und privaten Radiostationen) in den letzten Jahren Marktanteile verloren hat. Schalteten 2008 täglich rund 430'000 Hörerinnen und Hörer den Sender ein, sind es heute noch 390'000. Das mag unter anderem damit zu tun haben, dass man innerhalb der eigenen Organisation durch den Satellitensender Swiss Classic, der rund um die Uhr klassische Musik ausstrahlt, konkurriert wird. Er bindet immerhin 148'000 Hörerinnen und Hörer, die im Grunde zur Zielgruppe von DRS 2 gehören.

Ein Spagat zwischen Wort und Musik und eine komplexe Struktur

Radio-Kultursender gibt es auch anderswo. Einige von ihnen, wie etwa der Deutschlandfunk, setzen dabei auf Wortsendungen, andere, beispielsweise France Music, ausschliesslich auf Musik. DRS 2, das gehört mit zum Auftrag, hat beides zu berücksichtigen: Wort und Musik. Das ist nicht immer einfach. Aus der Hörerforschung weiss man, dass Menschen, die sich für Literatur, Religion, Philosophie, Naturwissenschaften interessieren, nicht zwangsläufig Liebhaber von klassischer Musik sein müssen und umgekehrt. Und so ist man in der Programmgestaltung von DRS 2 um die Quadratur des Zirkels bemüht:

Die «Mattinata» am frühen Morgen, das «Klassiktelefon» über Mittag, «Concerto» am Nachmittag und «Notturno» ab Mitternacht sind täglich wiederkehrende Sendungen, die fast ausschliesslich der klassischen Musik gewidmet sind. Pünktlich zur «heure bleue» bringt «Apéro» eine Stunde lang Jazz und im «Klangfenster», eine Viertelstunde vor 20.00 h, sind Kostproben aus den Bereichen Ethno-, Jazzethno-, World- und Crossovermusik zu hören. Pièce de Résistance der täglichen Wortbeiträge sind die hochdosier-

ten «100 Sekunden Wissen» um 07.00 Uhr, «Kontext», die «Feuilleton-Rundschau», «Reflexe» und «DRS2aktuell». Ergänzt werden diese täglichen Ausstrahlungen mit einer Fülle von Angeboten wie Hörspielen, Übertragungen von Konzerten, Gesprächen, Berichten und Features über Politik, Wissenschaft, Religion und Philosophie, die wöchentliche Vorstellung eines der «52 besten Bücher», die «Diskothek im Zwei» und, und, und... Schliesslich werden von der Abteilung Information von SRF unter anderem die «Nachrichten», das «Echo der Zeit» und das «Rendez-vous» bezogen.

Das sind nun in der Tat keine homöopathischen Dosen, die DRS 2 seinen Hörerinnen und Hörern verabreicht. Da wird Kultur im Übermass angeboten. «DRS 2 bildet und unterhält mit Kompetenz und mit Esprit», dieses Versprechen aus dem Leitbild wird fraglos eingelöst.

Bei einem jährlichen Budget von rund elf Millionen bleibt man allerdings weitgehend auf die Kulturvermittlung beschränkt. Bei der Kulturförderung kann nicht mit der grossen Kelle angerührt werden. Aus Kostengründen musste man in der Mitte der Neunzigerjahre das eigene Radiosinfonieorchester, das mit dem Basler Sinfonieorchester fusionierte, aufgeben. DRS 2 engagiert sich aber nach wie vor bei Konzertaufnahmen, bei der Koproduktion von CDs und gibt Aufträge an Hörspielautorinnen und –autoren. Trotzdem: «Das Radio», so Franziska Baetcke, «ist in erste Linie Transmissionsriemen zwischen Produzenten und Publikum.»

Es lohnt sich, einen Blick auf die Strukturen zu werfen, in denen die Programme gestaltet werden. Zunächst einmal hat man sich von der Vorstellung zu lösen, DRS 2 sei eine autonome Radiostation, eine Einheit mit Redaktion, Technik, Administration und allem, was sonst noch dazugehört. Das war bis vor einigen Jahren der Fall, wurde dann aber mit der Auslagerung der Technik in eine eigene Firma und der Zusammenlegung von Radio und Fernsehen geändert. Heute ist DRS 2 eingebunden in die übergeordnete Struktur der Abteilung SRF Kultur, die mit den Bereichen «Musik», «Wissen und Gesellschaft», «Kultur aktuell und Hintergrund»,«Multimedia» sowie «Fiktion» (u.a. Spielfilme) zuständig ist für die Produktion und den Einkauf von kulturellen Sendungen für sämtliche Deutschschweizer Radio- und Fernsehsender sowie fürs Internet.

Franziska Baetcke, Programmleiterin DRS 2

Die Programmleitung von DRS 2 ist ein Bereich dieser Abteilung. Sie ist verantwortlich für den pannenfreien Programmfluss, fürs publizistische Profil des Senders, für die Moderation, den Kulturclub, für Projekte und Hörpunkte. Zusammen mit Franziska Baetcke, der Leiterin, besteht das Team aus lediglich sechs Mitarbeitenden. Die übrigen Redaktorinnen und Redaktoren von Wort- und Musiksendungen sind den jeweiligen Fachbereichen unterstellt.

Wo einzelne Mitarbeitende Diener zweier Herren sind, also mehr als einen Vorgesetzten haben, spricht die Betriebswirtschaftslehre von einer Matrix-Organisation. Diese Art von Struktur verhindert ein klares Durchgreifen und erhöht den Diskussionsbedarf. Franziska Baetcke, bei der zwar offiziell die Programmhoheit von DRS 2 liegt, hat mit den anderen Bereichsleiterinnen und –leiter laufend über Sendungen, Projekte, Pläne zu verhandeln, hat den Konsens zu suchen und muss Kompromisse eingehen. Das ist nur möglich, wenn man gut miteinander auskommt, die gleiche Sprache spricht, fähig ist, sich zu einem Team zusammenzuraufen.

Erschwerend fällt ins Gewicht, dass die Abteilung Kultur mehrere Standorte hat. Ihr Hauptsitz ist in Basel, von wo aus auch DRS 2 sendet, aber viele Mitarbeitende arbeiten im Radiostudio und im Fernsehstudio in Zürich. Das macht, trotz Telefon und E-Mail, die Wege zwischen den Verantwortlichen länger. Ab 2014 wird sich das ändern. Auf diesen Zeitpunkt hin wird die Abteilung SRF Kultur und mit ihr DRS 2 sowie die Lokalredaktion Basel-Stadt Baselland (mit dem Regionaljournal) Räumlichkeiten an zentraler Lage in Basel beziehen. Der gemeinsame Standort wird zweifellos die Kommunikation unter den Programmgestalterinnen und –gestaltern erleichtern. Informelle Absprachen, etwa beim täglichen Kaffee in der Betriebskantine, werden möglich. Und noch etwas: Der Umzug von DRS 2 vom vornehmen Bruderholz hinunter in die «Niederungen» der Stadt, wird

dem Sender, dem, zu Recht oder Unrecht, ein wenig der Geruch des «Abgehobenen», des Elitären anhaftet, gewiss nicht schaden.

«Wir wissen», sagt Franziska Baetcke dazu, «dass unser Sender mit klassischer Musik in Verbindung gebracht wird und mit Hochkultur. Damit fühlen sich viele Menschen ausgeschlossen, die glauben, Kultur sei etwas für die anderen, für jene, die studiert haben und jene, die sich ein Ticket für die Oper leisten können. Hier ist Veränderungsbedarf angesagt. Wir wollen uns öffnen, den Kulturbegriff weiter fassen und die Leute dort abholen, wo Kultur für sie spielt...»

Die Hörerschaft und ihr Sender

Unter den Hörerinnen und Hörern von DRS 2 hätten viele keine Matura «im Sack». Das Bildungsniveau sei nicht ganz so hoch, wie man das vielleicht annehmen möchte, zitiert Franziska Baetcke die Ergebnisse einer Untersuchung. Das überrascht nicht, wenn man weiss, dass die Hörerschaft ein Durchschnittsalter von 63 Jahren hat und die Mehrzahl von ihnen weiblich ist. Es handelt sich um eine Generation, die in einer Zeit aufgewachsen ist, in der der Zugang zum Gymnasium oder gar zur Hochschule vor allem Kindern aus privilegierten Verhältnissen offenstand. Die allermeisten machten eine Berufslehre und mussten sich kulturelle Inhalte und Kenntnisse autodidaktisch aneignen.

Dazu passen auch die Ergebnisse einer Analyse der Programme des Hessischen Rundfunks. Darin wurde nachgewiesen, dass Kultursendungen nicht in erster Linie von Menschen eingeschaltet werden, die sich ohnehin regelmässig mit entsprechenden Themen befassen, die also «schon wissen», sondern von solchen, die «wissen wollen». Das bedeutet, dass die Macherinnen und Macher von DRS 2 nicht unbedingt für ihresgleichen arbeiten, sondern in erster Linie für

Blick in die Redaktion von DRS 2

Novarastrasse 2, Basel

«kulturelle Anfängerinnen und Anfänger», und damit die grosse Chance haben, den Auftrag der Kulturvermittlung tatsächlich auch umzusetzen.

Was das verhältnismässig hohe Durchschnittsalter der Hörerschaft betrifft, steht man vor einem Phänomen, mit dem man auch bei den anderen DRS-Sendern konfrontiert ist. So sind die Menschen, die DRS 3 einschalten, im Schnitt 43-jährig und selbst die Hörerinnen und Hörer von DRS Virus, dem Programm für Teenies und Twens, haben inzwischen das reife Alter von 37 Jahren erreicht. Die Strategie von SRF, das Publikum ein Leben lang mit dem Volkssender DRS 1 zu begleiten, mit DRS 2 spezifische Programme für eine an Kultur und Bildung interessierte Hörerschaft zu gestalten und mit DRS 3 und Virus ein eher junges Publikum anzusprechen, scheint nur bedingt aufzugehen. Wie das Beispiel von Virus und DRS 3 zeigen, bleibt man offenbar «seinem» Sender in unverbrüchlicher Treue verbunden, auch wenn die Haare allmählich grau werden.

Dass diese Identifikation mit einer Radiostation durchaus ihr Gutes haben kann, lässt sich am Beispiel des DRS 2 Kulturclubs festmachen. Dabei, so Franziska Baetcke, handle es sich um den harten Kern der Hörerschaft, die sich zu einer Solidaritätsgemeinschaft gefunden habe, als 1991 eine beliebte Sendung auf dem Altar der Sparpolitik geopfert wurde. Man wehrte sich gemeinsam gegen den Abbau. Aus blanker Not aufgebaut, habe sich der Club zu einer Art Lobby-Bewegung entwickelt, die für die Qualitäten des Senders einstehe. Die 13'000 Mitglieder, die einen Clubbeitrag bezahlen, sind die «Stammhörerinnen und -hörer» von DRS 2. Sie gilt es «bei der Stange zu halten», für sie werden Anlässe organisiert und Konzertreisen, sie haben eine grössere Nähe zu den Programmschaffenden, erhalten mehr Informationen, kurz, man trägt Sorge zum vorhandenen «Wir-Gefühl».

Franziska Baetcke ist überzeugt, dass das Radio auch in Zukunft genutzt wird, dass die Begleitqualität des Mediums nie aus der Mode kommen wird. «Natürlich kann man fast alles von uns im Internet nachhören. Inzwischen kann man auch viele Musiksendungen podcasten. Wir gestalten aber unsere Programme nach wie vor aus der Optik des Radios. Wir haben die Vorstellung einer Hörerin, eines Hörers, die frühmorgens die ‹Mattinata› oder um neun Uhr ‹Kontext› einschalten – und die uns damit die Chance geben, sie in ihrem Alltag zu begleiten, zu informieren, manchmal auch zu überraschen. Ich glaube, dass wir auf dieses Modell setzen sollten und versuchen, die Hörerin und den Hörer immer wieder neu zu fesseln».

Den Macherinnen und Machern von DRS 2 ist bei ihrem Unterfangen Erfolg zu wünschen. Der Mix von anspruchsvollen Wort- und Musiksendungen für eine Hörerschaft, die sich nicht nur unterhalten lassen, sondern auch ihren Horizont erweitern will, das ist Service public vom Feinsten.

Quellen

Arnold Bernd-Peter, ABC des Hörfunks, UVK Medien, Verlagsgesellschaft, Konstanz 1999.
Margrit Sprecher (Text), Lucia Degonda (Fotos): Das Andere Radio: DRS 2. Verlag NZZ Libro, Zürich, 2008.
SRG SSR Unternehmenskommunikation, Zahlen, Daten, Fakten 2010/2011, Bern, Juni 2011.