

Medienvermittelte transnationale Öffentlichkeiten im Zeitalter praktischer Hybridisierung

von Aneta Podkalicka¹ und Thomas Petzold²

Summary

This article is concerned with the repercussions of social change on transnational media. It offers a new understanding of multilingual programming strategies by examining “Radio MultiKulti” (RM), a public service radio station discontinued from 1/1/2009 by Rundfunk Berlin-Brandenburg. In its 14 years of existence, “RM” had to implement a well-intended and politically-motivated logic of “multiethnic, intercultural service station”. However, as we demonstrate, such a direction, despite some achievements, has resulted in the constraints to “RM”’s journalistic activities and language policy, drawing criticism for the station’s economic viability. This paper proposes that multilingual media services are to be framed by the concept of practical hybridity that allows a necessary responsiveness towards an ever-changing media environment, at the moment within digital culture. Our approach draws on Mikhail Bakhtin’s and Yuri Lotman’s theories of hybridity, as well as empirical study of “RM” involving in-depth interviews from 2005 onwards conducted with “RM” staff (especially with the editor-in-chief, Ilona Marenbach) further interviews with key agents outside “RM” and a continuous monitoring of the public debate which culminated at the end of 2008 in the controversial decision to shut down the radio station. Against this background, the concluding remarks are meant to contribute to the scholarly debate surrounding the concept of hybridization and to inform multilingual media policy in the 21st century.

Aus dem Deutschen übersetzt von Louis Marvick, Reno

¹ ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, Swinburne University, Australia.

² ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, Queensland University of Technology, Australia. Ich danke dem Deutschen Akademischen Austauschdienst für die finanzielle Unterstützung der Forschung für diesen Beitrag.

Einführung

Wie das in diesem Beitrag beschriebene Beispiel zeigen wird, ist es wichtig, dass im deutschsprachigen Raum Theorie und Konzept der ‚Hybridisierung‘ kritisch und breiter anwendungsbezogen diskutiert werden. Dabei geht es weniger um die terminologische Verständigung. Begriffe wie Hybridisierung, Transnationalität, Transkulturalität, Translation, Bricollage oder einige andere beschreiben ähnliche Phänomene und mögen trotzdem unterschiedlichen Ursprungs sein. Entscheidend für die Situierung dieser Begriffe innerhalb einer angewandten Wissenschaft muss aber sein, konkrete praktische Probleme zu beobachten, sie zu erläutern und gegebenenfalls zu deren Lösung beitragen zu können. Ein solches grundsätzliches Verständnis liegt diesem Beitrag zugrunde, in welchem wir eine kritische Analyse des Begriffs ‚Hybridisierung‘ am konkreten Beispiel der Sprachpolitik und Medienpraxis des Berliner Radiosenders „Multikulti“ vornehmen. Dieser Ansatz hat einige prominente Vorbilder, die die ‚Hybridisierung‘ beispielsweise als ‚kulturelle Logik der Globalisierung‘ am Beispiel von transkulturellen Medien,³ anhand nationaler Kulturen in Lateinamerika⁴ oder auch in Bezug auf Migration und zeitgenössische Kunst⁵ diskutierten.

Es existieren zahlreiche Überlegungen zum Begriff Hybridisierung, dessen lebensreale Praxisbeispiele sich immer durch das Aufeinandertreffen oder die Vermischung von mindestens zwei Perspektiven oder Bewusstseinen konstituieren. Analytisch definierte Michail Bachtin in seinem Buch „Die Ästhetik des Wortes“ Hybridisierung als „die Vermischung zweier sozialer Sprachen innerhalb einer einzigen Äußerung, das Aufeinandertreffen zweier verschiedener, durch die Epoche oder die soziale Differenzierung (oder sowohl durch diese als auch durch jene) geschiedener sprachlicher Bewußtseine [sic] in der Arena dieser Äußerung“.⁶ Bachtin sowie Jurij Lotman entwickelten als

³ Vgl. M.M. Kraidy, *Hybridity, or the Cultural Logic of Globalisation*. Philadelphia 2005.

⁴ N.G. Canclini, *Hybrid Cultures*. Minnesota 2005.

⁵ N. Papastergiadis, *The Turbulence of Migration*. Cambridge 2000; ders., *Hybridity and Ambivalence: Places and Flows in Contemporary Art and Culture*, in: *Theory, Culture & Society* (2005), Nr. 22, S. 39-64.

⁶ Michail Bachtin, *Die Ästhetik des Wortes*, hrsg. v. Rainer Gröbel. Frankfurt a.M. 1979, S. 244. Der Begriff ‚Bewusstsein‘ findet in der hier zitierten Form eine grammatikalisch unorthodoxe Verwendung. Er ist inhaltlich wiederum am ehesten in Abgrenzung bzw. Ergänzung zum Begriff ‚Identität‘ zu verstehen, was sich in Bachtins früheren Äußerungen zu Hybridisierung bzw. „hybriden Konstruktionen“, wie er es auch nennt, manifestiert:

Vertreter der frühen Theorien der Semiotik und Kultur bereits ein Konzept der Hybridisierung, welches die transformativen Prozesse von Sprache, Kultur und Wissen beschreibt. Sie wiesen die Anwendbarkeit dieses Konzeptes auf allen Ebenen der kulturellen Produktion nach und resümierten, dass Innovation und Improvisation als wesentliche Elemente dieser Transformationsprozesse besonders intensiv in Grenzbereichen kulturellen Kontakts auftreten.⁷

In diesem Beitrag wird es um die Möglichkeiten von Medien gehen, die eine Vermischung mehrerer sozialsprachlicher Bewusstseine und mithin eine Grenzdurchlässigkeit zur Grundlage haben. Grenzdurchlässigkeit muss dabei verstanden werden als das Aufweichen oder die Minimalisierung von sozialsprachlichen Grenzen. Historische Ereignisse wie der Fall der Mauer führten zur Wiedervereinigung Berlins sowie Gesamtdeutschlands. Danach stattfindende politische Erweiterungsrounden wie die der Europäischen Union oder des Schengener Abkommens hatten eine zunehmende Durchlässigkeit der physischen Grenzen Deutschlands und Europas zur Folge, indem beispielsweise Grenzkontrollen aufgehoben wurden und der personelle und mobile Verkehr ungehinderter als zuvor passieren konnte. In diesem Sinne hat Deutschland und ganz besonders seine Hauptstadt Berlin in den vergangenen Jahrzehnten eine beachtliche Hybridisierungswelle erfahren. Der Integrationsbeauftragte des „Westdeutschen Rundfunks“ („WDR“), Gualtiero Zambonini, beschreibt die historische Periode dieser Vermischung und seine Konsequenzen in zwei Phasen. Die erste Phase der Hybridisierung, bei der sich nach dem Fall der Mauer die ‚sozialsprachlichen Bewusstseine‘ zweier deutscher Nationen vermischten, versteht er als die Annäherung an das historische Verständnis des „Wir Deutschen“. Diese Phase bezeichnet er als ein beständiges Kontinuum der Aufarbeitung der jüngeren Geschichte Deutschlands, die von Fortschritten sowie Rückschlägen gekennzeichnet ist. Diese kontinuierliche Beschäftigung sieht er als einen Grund dafür, weshalb Deutschland sich öfter als andere, europäische und nicht-europäische Länder vorwerfen lassen müsse, eine zweite Phase der Hybridisierung lange Zeit weitestgehend unterschätzt und teilweise notorisch missinterpretiert zu haben. Diese zweite Phase

Hybride Konstruktion meint dabei eine Verlautbarung, „die ihren grammatischen (...) und kompositorischen Merkmalen nach zu einem einzigen Sprecher gehört, in der sich aber zwei Äußerungen, zwei Redeweisen, zwei Stile, zwei ‚Sprachen‘, zwei Horizonte von Sinn und Wertung vermischen“.

⁷ Vgl. Papastergiadis, *Turbulence* (wie Anm. 5); ders., *Hybridity* (wie Anm. 5).

betrifft die Vermischung unterschiedlicher weltweiter ‚sozialsprachlicher Bewusstseine‘ innerhalb Deutschlands. Diese Phase könnte, Zambonini folgend, unter dem Banner „Wir in Deutschland“ stehen.⁸ Im Folgenden sollen diese derart komplexen Umstände, die sich zu unterschiedlichen Graden auf die Städte, Regionen und Gemeinden der Bundesrepublik Deutschland auswirken, an jenem Ort näher betrachtet werden, bei dem sich die Hybridisierungswellen wohl am deutlichsten äußerten – der Hauptstadt Berlin. In diesem Sinne erscheint es auch angemessen, die gewählte Überschrift „Wir in Deutschland“ etwas konkreter zu fassen und in Anlehnung an die Worte John F. Kennedys zu fragen: Was bedeutet heute eigentlich „Ich bin ein Berliner“, in welcher Sprache wird diese lokale Identität produziert und erfahren?

Kennedy hatte vor mehr als viereinhalb Jahrzehnten diesen Ausdruck gewählt, um die Solidarität der USA für jenen Teil Berlins auszudrücken, der seit dem Bau der Mauer als demokratische Enklave in einem sozialistischen Staat eingeschlossen war. Seinerzeit bekundete Kennedy durchaus pathetisch, dass alle freien Menschen, wo immer sie auch leben mögen, Bürger von Berlin seien und er sich deshalb ebenfalls als solcher identifiziere. Zahlreiche Differenzen, die seinerzeit aktuell waren, haben sich seit dem Fall der Mauer vermischt. Einige Gegensätze sind verschwunden, neue sind hervorgetreten. Der analytische Begriff Hybridisierung macht eben darauf aufmerksam, dass solche Unterschiede existieren. Diese sind gewissermaßen die Voraussetzung für das Entstehen von Hybridisierung. In dieser Hinsicht sind auch die Diskussionen um Identität innerhalb der Postcolonial Studies geführt wurden. Vertreter wie Stuart Hall, Edward Said, Homi K. Bhabha, Cornel West und andere führten hier – teilweise ihre eigenen unterschiedlichen – Identitäten zusammen und behaupteten, dass eine separierte Betrachtung dieser Identitäten zunehmend der Vermischung dieser und somit einer dritten, einer hybriden Form gewichen sei. Diese frühe methodologische Auseinandersetzung mit dem Konzept von Hybridisierung war auch beeinflusst von den persönlichen Biografien der Autoren wie beispielsweise Hall, der als geborener Jamaikaner in Großbritannien lebte. Diese Sichtweise birgt jedoch die Gefahr einer Essentialisierung, da sie die Idee des Ersetzens impliziert. Es ist jedoch wichtig zu betonen, dass diese dritte Form vielmehr auf die komplex miteinander zusammenhängenden und keinesfalls widerspruchslösen Prozesse von

⁸ Gualtiero Zambonini, Persönliches Interview, Oktober 2008, Köln.

Identität und Kultur aufmerksam macht, dass es bei der Vermischung von zuvor ‚geschiedenen Bewusstseinen‘ sowohl um den Stimulus für Neues als auch das Erkennen von neu Entstehendem durch Positionswechsel geht. Hier kommen erneut die Gedanken von Bachtin, Lotman und anderen ganz wesentlich zum Tragen, die Hybridisierung als einen dynamischen, konstruktiven, aber auch schmerzhaften Prozess verstehen. Trotz allem ist die Diskussion um den Begriff Hybridisierung in der deutschen Öffentlichkeit weitestgehend eine marginale, oftmals akademische Debatte, gleichwohl durchaus konzediert wird, dass er sich besonders gut da eignet, „wo es um die Erforschung sowohl von historisch und sozial entstandenen Dichotomien, wie von Durchlässigkeit und Überschreitung von Grenzen geht.“⁹ Diese vielschichtige Diskussion des Begriffs Hybridisierung soll anhand des Berliner Radiosenders „Multikulti“ genauer untersucht werden.

Hybrider Mikrokosmos Berlin – das Fallbeispiel „Radio Multikulti“

Berlin ist eine multilinguale Stadt mit einer Vielzahl an Zuwanderern aus aller Welt. 2008 hatte einer Studie des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg zufolge ein Viertel der Berliner einen so genannten Migrationshintergrund. Dazu zählen Personen, die im Ausland geboren sind, eingebürgerte Deutsche, so genannte Spätaussiedler sowie Nachkommen von Eltern mit einem Migrationshintergrund. Mit hin stammen 43% aller Berliner Kinder unter 15 Jahren inzwischen aus Einwanderer-Familien.¹⁰ Diese demografischen Merkmale Berlins sind in ähnlicher Form in anderen Großstädten wiederzufinden und entsprechen einem multilingualen Europa. Das Jahr 2008 wurde von der EU zum „Europäischen Jahr für Interkulturellen Dialog“ ausgerufen, wobei der dahinter stehende diskursive Ansatz wie folgt formuliert wurde: „Jetzt, wo die Grenzen innerhalb Europas verschwinden, kommen Menschen in einem immer größer werdenden Mix an Kulturen und Hintergründen zusammen, um ihre Stimmen in einem zunehmenden Dialog von einzigartigen Geschichten und Erfahrungen zu vermischen.“¹¹

⁹ Auf der Suche nach hybriden Lebensgeschichten. Theorie – Feldforschung – Praxis, hrsg. v. E. Tschernokoshewa u. M.J. Pahor. Münster (u.a.) 2005.

¹⁰ Zeitschrift für amtliche Statistik Berlin Brandenburg 3 (2008), S. 20-35.

¹¹ Vgl. http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/dialogue/catalog_en.pdf [eigene Übersetzung, letzter Zugriff: 21.8.2008].

Die Logik, die dem Teilen von unterschiedlichen Zugehörigkeitserfahrungen zugrunde liegt, ist, dass sowohl kulturelle und linguistische Grenzen als auch die Möglichkeiten bestehen, diese durch einen zunehmenden Dialog zu überwinden. Ein so verstandener politisch-institutioneller Ansatz ist problematisch, wenn er einem limitierten Verständnis von Hybridisierung und damit dem aktuell vorfindbaren gesellschaftlichen Wandel Vorschub leistet. Hybridisierung kann verstanden werden als eine Hegelsche Aufhebung von These und Antithese in der Synthese, wobei wichtig ist, dass diese nicht als Harmonie oder Versöhnung der Gegensätze zu begreifen ist, so wie bei Hegel¹² und dem hier vorgestellten Ansatz der EU. Hybridisierung als eine Harmonisierung der Gegensätze mag die Interpretation eines politisch gewollten Austauschs oder Dialoges sein, doch vergisst ein solches Verständnis andere Umstände wie soziale Schärfe oder Konfrontation. Bachtin spricht im Hinblick auf Sprache in diesem Fall auch von ‚unbeabsichtigten und unbewussten Sinnhybriden‘, wo sich „Sprache und die Sprachen hauptsächlich durch Hybridisierung und Vermischung verschiedener ‚Sprachen‘ verändern, die sowohl in der historischen wie in der paläontologischen Vergangenheit der Sprachen innerhalb eines einzigen Dialekts, einer Nationalsprache, eines Zweiges, einer Gruppe verschiedener Zweige und verschiedener Gruppen koexistieren, wobei immer die Äußerung als der Tiegel der Vermischung dient“.¹³

Medien sind Schlüsselinstitutionen der Öffentlichkeit, und insbesondere der öffentlich-rechtliche Rundfunk wurde beauftragt, auf soziale und gesellschaftliche Differenzen aufmerksam zu machen, diese zu debattieren und diesbezüglich zu vermitteln. Die aufgeworfene Problematik wird hier am Fallbeispiel des öffentlich-rechtlichen Senders „Radio Multikulti“ („RM“) näher untersucht. Speziell „RM“ wurde 1994 als ein multilingualer, öffentlich-rechtlicher Radiosender gegründet, der Integrationszwecken dienen sollte.¹⁴ Diese Anforderung wurde insbesondere aufgrund der weithin wahrgenommenen Notwendigkeit formuliert, rassistischen und gegen Zuwanderung gerichteten Stimmungen innerhalb der deutschen Gesellschaft in den

¹² Vgl. Auf der Suche (wie Anm. 9).

¹³ Bachtin, Ästhetik (wie Anm. 6), S. 244.

¹⁴ Ähnliche multilinguale Medienexperimente lassen sich auch in Spanien (z.B. Barcelona Televisio) oder in Australien (Special Broadcasting Service – SBS) feststellen; vgl. A. Podkalicka, *Lost in Translation? Language policy, media and community-building: some lessons from SBS*. Queensland University of Technology. Brisbane, Australien 2008 [unveröffentl. Doktorarbeit].

frühen 1990er Jahren entgegenzuwirken.¹⁵ Der Auftrag von „RM“ lautete, für die Bevölkerung der deutschen Hauptstadt Berlin ein mehrsprachiges Programm anzubieten, das zum gegenseitigen Verständnis der Kulturen beitrug und damit die Integration förderte.¹⁶ Diese Aufgabe, unterschiedliche Zuhörergruppen gleichzeitig zu bedienen, spiegelt sich in der Programmstruktur wider:

„[R]adiomultikulti ist ein multilinguales Programm. Mit zahlreichen fremdsprachigen Angeboten am Abend können neu eingewanderte ebenso wie hier schon lange ansässige Migranten Informationen aus den lokalen Communities, aus Berlin und Deutschland in ihrer Sprache hören. Serviceorientiert und hintergründig.

(...) ein Programm für alle. Wir senden tagsüber – von 6 bis 17 Uhr – auf Deutsch und bauen somit eine beidseitig befahrbare Brücke zwischen dem deutschen und nichtdeutschen Publikum. Integration ist keine Einbahnstraße.

(...) ein musikalisch vielseitiges Programm. Wir bieten tagsüber eine Auswahl der besten Popmusik aus aller Welt: world wide music und ab 22 Uhr sowie am Wochenende überraschen wir mit Weltmusikspezialsendungen.“¹⁷

Das Programm von „RM“ stellt Informationen bereit, die bei der so genannten Integration in die deutsche Gesellschaft helfen sollen, und wird durch Unterhaltung, insbesondere Musik, ergänzt. Tagsüber sendet „RM“ von 6 bis 17 Uhr auf Deutsch, das als Berlins *lingua franca* verstanden wird. Das 24-stündige Programm begann mit einer Morgenshow, in der über Neuigkeiten aus aller Welt sowie lokalen Nachrichten und Services berichtet wurde und von Musik aus aller Welt begleitet war. Bis zum Mittag folgten dann Sendeformate, insbesondere aus dem Themenbereich Lifestyle und Trends. Ab 12 Uhr wurde ein Magazin gesendet, in dem über ‚Menschen, Szenen und Kulturen im multikulturellen Berlin und anderen Metropolen‘

¹⁵ I. Marenbach, Mehrsprachenradio als Integrationsradio, in: Radio der Kulturen. Radio der Zukunft. Köln 2005.

¹⁶ Vgl. ebenda.

¹⁷ Vgl. Selbstbeschreibung von RM unter http://www.multikulti.de/wir_ueber_uns/wir_ueber_uns.html [letzter Zugriff: 27.8.2008].

berichtet wurde. Danach folgten Sendungen mit Hörergesprächen, Live-Reportagen aus Berlin und der Welt sowie Berichten über allgemeine tagesaktuelle Themen und Beiträge mit besonderem inhaltlichen Bezug auf die Hörergruppen. Ein wichtiger Bestandteil der Sendungen bis 17 Uhr war, die kulturellen Identitäten der in Berlin lebenden Bevölkerung – besonders der aus anderen Ländern zugezogenen – wahrzunehmen und für ein breiteres Publikum zugänglich zu machen. Dies sollte beispielsweise durch die Vermittlung von Wissen über die jeweils andere ethnokulturelle Gruppe erreicht werden. Ab 17 Uhr begannen dann die Sendungen in anderen Sprachen als Deutsch, wobei immer gezielt die prozentual am stärksten in Berlin vertretenen Zuwanderersprachgruppen angesprochen wurden. Dazu zählen Türkisch, Kroatisch, Bosnisch, Serbisch, Polnisch, Russisch und Arabisch, aber auch kurdische, italienische, griechische, spanische und andere Sendungen. Schließlich grenzte sich „RM“ auch bei der Musik gegenüber anderen lokal empfangbaren Radioanbietern ab. Das insbesondere während der Nachtstunden und am Wochenende gespielte musikalische Repertoire stammte aus allen Teilen der Welt und verzichtete bewusst auf eine angloamerikanische Dominanz.

Die Programmstruktur von „RM“ entspricht einer traditionellen Logik derartiger Medien, die für den Zugang zu und die Anerkennung von Sprachen Zugewanderter steht. In der Tat übernahm „RM“ die von der „Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland“ („ARD“) in den 1960er Jahren produzierten 30-Minuten-Programme, die innerhalb anderer Programme im abendlichen Sendeschema enthalten waren. Die ersten Sendungen in italienischer, serbokroatischer und türkischer Sprache wurden seinerzeit u.a. vom „Bayerischen Rundfunk“ („BR“) und dem „Westdeutschen Rundfunk“ („WDR“) als so genannte Integrationservices eingeführt, um den in Deutschland lebenden Zugewanderten den Zugang zu Informationen in ihrer Muttersprache zu geben. Da die deutschen Sprachkenntnisse der Zugewanderten – zu dieser Zeit vor allem männliche Gastarbeiter – oftmals gering waren, sollten die so genannten Gastarbeiterprogramme die Verbindung zur ausländischen Heimat als auch zur deutschen Gesellschaft herstellen. Beim „Sender Freies Berlin“ („SFB“)¹⁸ wurden zunächst Programme

¹⁸ Sender Freies Berlin (SFB) war der öffentlich-rechtliche Rundfunkanbieter für West-Berlin vom 1. Juni 1954 bis zum 30. April 2003 und als solcher Teil der ARD. 2004 fusionierte der SFB mit dem Ostdeutschen Rundfunk Brandenburg (ORB) zum Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB).

in serbokroatischer und türkischer Sprache angeboten, die vom Politikressort des „SFB“ produziert wurden.¹⁹ Mit dem Ende des jugoslawischen Staates und seiner Aufteilung in verschiedene staatliche Entitäten in den frühen 1990er Jahren wurden einzelne Programme dann auf Serbisch, Kroatisch, Slowenisch, Bosnisch und Mazedonisch angeboten, was nicht nur den Anstieg ausgestrahlter Fremdsprachen, sondern auch die Zahl der Mitarbeiter in den Redaktionen erhöhte. Während es früher noch üblich war, von ‚Ausländerprogrammen‘ zu sprechen, hat sich auch diesbezüglich die Terminologie geändert. „RM“ ist aus einer solchen Tradition entstanden, bezeichnete sich aber bis zuletzt als ‚interkulturelle und multilinguale Servicewelle‘.²⁰ Damit wird die individuelle emotive Bedeutung der Muttersprache für Zugewanderte berücksichtigt, die so als symbolischer Wert zu einem Teil der ‚hybriden Nationalsprache‘ (in Anlehnung an Bachtin)²¹ oder in diesem Fall der ‚Berliner Sprache‘ wird. Die Präsenz von verschiedenen Sprachen in öffentlich-rechtlichen Sendern ist, so argumentiert Hawkins am Beispiel des multilingualen, öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieters „SBS“ in Australien,²² obwohl nicht verständlich für die meisten Angehörigen der Titularnation, jedoch wichtig, da mit ihr mit dem Mythos aufgeräumt wird, dass es eine gemeinsame Sprache als Grundvoraussetzung für den Zusammenhalt eines nationalen Gefüges bedürfe, das sich mithin durch poröse Grenzen auszeichnet. Die Definition ‚interkulturelle Servicewelle‘ versucht außerdem, sich über weite Strecken des Programms als ein Sender ‚für alle‘ in deutscher Sprache zu positionieren und damit die Fragmentierung von Zuhörergruppen in unterschiedliche sprachliche Programmsegmente zu minimalisieren.

Das Programm von „RM“, so argumentiert Steven Vertovec,²³ sei erfolgreich, weil es eine Bandbreite von Bedeutungen von Kosmopolitanismus anbietet. Darunter versteht er einerseits Kosmopolitanismus als eine soziokulturelle Verfassung, d.h. dass Sendungen in die Programmstruktur integriert werden, die Berlin in den Globali-

¹⁹ Vgl. J. Hurrell, J. Radio Multikulti Berlin: Public Broadcasting in 18 Languages. 2006, in: <http://www.interculturemap.org/upload/att/200612140653270.Radio%20Multikulti%20CASE%20STUDY%20%20FINAL-INFO.pdf> [letzter Zugriff: 19.7.2007].

²⁰ Vgl. Marenbach, Mehrsprachenradio (wie Anm. 15).

²¹ Bachtin, Ästhetik (wie Anm. 6).

²² Vgl. G. Hawkins, SBS: Minority TV. Culture and Policy, in: Journal of the Australian Key Centre for Cultural and Media Policy (1996), Nr. 7, S. 45-64.

²³ Vgl. S. Vertovec, Fostering Cosmopolitanisms: A Conceptual Survey and a Media Experiment in Berlin, in: Transnational Communities Working Paper Series (2000), S. 1-31.

sierungsprozess einbinden. Zweitens, so seine Argumentation, wird Kosmopolitanismus bei „RM“ als eine Philosophie oder Ideologie insofern verstanden, als dass Themen mit universaler Ausprägung angeboten werden. Und drittens, so Vertovec, wird Kosmopolitanismus immer wieder durch supranationale Institutionen wie der EU als politisches Projekt gepriesen und ausgezeichnet. Was wir in dieser Hinsicht für bedeutsamer halten – und was Vertovec impliziert –, ist „RMs“ inhaltliche Multiperspektivität, die v.a. von einer heterogenen Mitarbeiterstruktur getragen wird.²⁴

„Wir haben Kollegen aus der halben Welt und schauen dadurch sehr viel mehr ins Ausland als andere und versuchen dabei nicht nur mit Korrespondenten zu reden oder typische Auslandsberichterstattung zu machen. Wir schauen immer auch, ob die Themen relevant für Berlin sind, für Einwanderer in Berlin, für das Zusammenleben von Deutschen und Migranten in Berlin. Dazu lässt sich immer etwas finden, z.B. wenn kroatische Kriegsverbrecher verhaftet werden, schauen wir, wie Kroaten oder Bosnier in Berlin darauf reagieren, welche Folgen dies hat, welche Rolle das in deren Alltag spielt. Wir versuchen auch über die Themen Fundamentalismus, Islamismus, Terrorismus den Mikrokosmos Berlin mit seiner Bevölkerung aus 180 Nationen zu verbinden.“²⁵

Die Multiperspektivität der Moderatorinnen und Moderatoren von „RM“ wird als kulturelles (und damit soziales und ökonomisches) Kapital des Senders gesehen, womit jedoch auch Schwierigkeiten in der alltäglichen Sendepraxis verbunden sind. Marenbach gesteht ein,

²⁴ Chefredakteurin Marenbach betont weiterhin, dass die Stärke „RMs“ dessen lokale ‚Berliner Perspektive‘ sei, durch die konkrete Verbindungen zwischen europäischen bzw. weltweiten Angelegenheiten sowie dem lokalen multikulturellen Leben in Berlin hergestellt wird. Das ist als Querschnittsaufgabe im Gesamtprogramm verankert, d.h. nicht nur in deutschsprachigen Programmen, wo diese Perspektive deutlich bevorzugt wird, sondern insbesondere auch in anderssprachigen Programmen. „RM“ bietet deshalb Informationen, die die Berliner Bevölkerung betreffen. Dieses Angebot dürfte ein wesentliches Abgrenzungsmerkmal von „RM“ gegenüber transnationalen Medien oder Onlineangeboten sein, die die Diaspora weltweit ansprechen wollen. In dieser Hinsicht versucht der Sender „RM“ identitätsstiftend zu sein und den in einer alltäglichen, multilingualen Umgebung entstehenden Spannungen medial Nachdruck zu verleihen.

²⁵ Persönliches Interview mit Chefredakteurin Ilona Marenbach im Dezember 2005; Anmerkung: Laut dem Amt für Statistik Berlin-Brandenburg vom 2.09.2008 leben mittlerweile in Berlin Personen aus 195 Staaten, vgl. <http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/pms/2008/08-09-02.pdf> [letzter Zugriff: 10.9.2008].

dass die deutschen Sprachkenntnisse von einigen Angestellten des Senders zunächst nicht ausreichend sind, um ein deutsches Programm zu präsentieren. Am meisten bereitet ihr jedoch innerhalb und außerhalb des Senders Sorgen, wenn sie mangelnde Sprachkenntnisse bei den Zuwanderern dritter Generation feststellen muss:

„Dramatisch ist, dass die dritte Generation nicht nur schlecht die Muttersprache, sondern auch schlecht deutsch spricht. Es ist deshalb dramatisch, weil diese Generation die besten Voraussetzungen für eine globalisierte Welt mitbringen würde. Während unsere eigene deutsche Generation mühsam eine Fremdsprache erlernen muss, könnten sie [die dritte Generation] im Prinzip zweisprachig aufwachsen. Doch dies ist jetzt eine vertane Chance, vertan von der Politik, aber auch den Einwanderern selbst.“²⁶

„RM“ hat daraus verschiedene Schlüsse gezogen. Einerseits wurden spezielle Sprach- und Journalismustrainings für die eigenen Mitarbeiter angeboten. Dies war wichtig für die Beherrschung maßgeblicher sprachlicher und journalistischer Schlüsselqualifikationen. Ein entscheidendes Ziel dieser Bemühungen war Marenbach zufolge, dass die Mitarbeiter auch in anderen Programmen innerhalb und außerhalb von „RM“ eingesetzt werden konnten. Das bedeutete zunächst, dass Mitarbeiter der türkischen Abteilung auch im deutschen Programm einsetzbar waren, um später dann auch für wichtige Positionen senderübergreifend qualifiziert zu sein. Dazu hatte „RM“ gemeinsam mit der „Electronic Media School Potsdam-Babelsberg“ und der „Berliner Tageszeitung“ („taz“) unter anderem das Trainings- und Rekrutierungsprogramm ‚World Wide Voice‘ initiiert.²⁷

²⁶ Vgl. Persönliches Interview (wie Anm. 25).

²⁷ Bei diesem Programm nehmen erfolgreiche Bewerberinnen und Bewerber zunächst an einem fünftägigen Workshop der Electronic Media School teil und absolvieren anschließend ein auf sie persönlich zugeschnittenes Praktikum in einer rbb-Hörfunkwelle. Dabei argumentieren die Initiatoren: „Journalisten mit einem nicht-deutschen oder bi-kulturellen Hintergrund sind in der deutschen Medienlandschaft nach wie vor unterrepräsentiert. Mit der Talent-Initiative World Wide Voices will radiomultikulti die Chancen junger Nachwuchskräfte auf dem Arbeitsmarkt verbessern. ‚Das ist jedoch nicht ganz uneigennützig‘, so radiomultikulti-Chefredakteurin, Ilona Marenbach, ‚wir suchen selbst nach talentierten Autoren und Reportern für unser Programm.“ In: http://www.multikulti.de/aktuelles/sonstiges/world_wide_voices_2008.listall.on.printView.true.html [letzter Zugriff: 21.11.2008].

An dieser Stelle muss nochmals auf die Sprachenpolitik, d.h. die bei „RM“ gesendeten Sprachen zurückgekommen werden. Es wurden im Programm primär die prozentual am stärksten in Berlin vertretenen Zuwanderersprachgruppen bedient. Darüber hinaus lagen die Schwerpunkte der medialen Sprachpolitik von „RM“ auf Sprachen aus Ländern mit unmittelbaren Grenzen zu Deutschland, wie zum Beispiel polnisch, zudem Sprachen jener Zuwanderer, denen Medienangebote in ihrer eigenen Sprache in Berlin nicht zur Verfügung standen, wie zum Beispiel vietnamesisch. Das Spektrum angebotener Sprachen muss, so die offizielle Politik von „RM“, aufgrund des sich wandelnden Sprachrepertoires der Stadt Berlin (d.h. aller in Berlin gesprochenen Sprachen) immer wieder neu geprüft werden. An dieser Stelle wird deutlich, wie „RM“ sich strukturellen Zwängen unter dem Mandat des Multikulturalismus unterworfen hatte. Mit dieser Strategie kann der Sender immer nur reagieren, nicht aber selbst agieren. Zum Beispiel gab es in 2005 verstärkt externe Anfragen von zugewanderten Hörern nach der Erweiterung des Inhalts für eine wachsende portugiesische und chinesische Gemeinschaft. Auf diese Forderungen reagierte Chefredakteurin Marenbach zurückhaltend:

„Der Tag hat 24 Stunden. Wir sind eine interkulturelle Welle und keine Welle, in der isolierte Sprachangebote gemacht werden. Ich kann auf keinen Fall zulassen, dass das Kernstück, das deutsche Programm, noch weiter eingeengt wird zugunsten von partikularen Interessen. Ziel ist, die Menschen dazu zu bewegen, auch das deutsche Programm einzuschalten und nicht nur ihr eigenes.“²⁸

An dieser Stelle wird noch einmal deutlich, inwieweit „RM“ strukturell an die politische Idee, die hinter seiner Gründung steht (Multikulturalismus und Integration), gebunden ist und welche entsprechenden Machtverhältnisse dies impliziert. Das Bestehen auf einem gewissen Anteil von deutschsprachigem Programm ist dann nur eine logische Konsequenz einer Politik, die unter Multikulturalismus einen Dialog versteht. Einen Dialog, der zur Verständigung führt, ja führen muss. Dass bei dieser Verständigung jedoch unterschiedliche Machtfragen eine entscheidende Rolle spielen, wird stillschweigend vorausgesetzt. Ein Aufeinandertreffen der Kulturen, die zu Friktionen, aber auch

²⁸ Persönliches Interview (wie Anm. 25).

einem Miteinander-Verzahn führen kann, muss eine solche Politik, will sie wirklichkeitsnah sein, allerdings mit berücksichtigen. Alles andere wäre bestenfalls eine sanfte Demütigung.

Hier deshalb erneut der Rekurs auf die Idee der Hybridisierung. „RM“ verfügt zweifelsohne über ein hybrides Programm, ein Programm, das aus disparaten Elementen bestand. Dem Begriff der Hybridisierung ist jedoch inhärent, dass er ebenfalls die Beziehung zwischen jenen Elementen untersucht und damit die Frage nach gleichen oder ungleichen Machtverhältnissen beleuchtet. Der wesentliche Unterschied zwischen dem multikulturellen Ansatz, der bei „RM“ verfolgt wurde, und jenem hybriden, der hier vorgeschlagen wird, ist, dass ersterer einer Logik des Beabsichtigten folgt, während letzterer einer Logik der unbewussten, ja selbstverständlichen Hybridisierung folgen würde. Was ist damit gemeint? Die Logik des Beabsichtigten ist darum bemüht, einen sich ständig wandelnden Prozess in aktuelle Strukturen einzupassen, um dann mittels des Programms einen Austausch zwischen unterschiedlichen Perspektiven zu erzielen und mittels dieser Multiperspektivität eine große Zuhörerschaft zu erreichen. Es geht hier um die Grundgedanken der Beziehung und des Dialogs zwischen den disparaten Objekten. Die Zwänge, die diesem Ansatz zugrunde liegen, hat die „RM“-Sprachpolitik gezeigt. Bei der Logik unbewusster Hybridisierung wird jedoch gemäß Bachtin und Lotman die Aufmerksamkeit auf den dynamischen Prozess gelegt, nicht auf die Objekte oder Produkte. Hybridisierung versteht sich als „eine fortschreitende Komplexität, die das gemeinschaftliche wie das individuelle Leben auszeichnen, sodass keine Struktur und keine Instanz – sei es Nation, Ethnos, Religion, Besitz, Beruf, Familie oder Geschlecht – mehr den Anspruch erheben können, die ‚ganze Person‘ zu definieren, das ganze Leben zu durchdringen, somit auch zu strukturieren oder ihm ausschließlich Sinn zu geben.“²⁹ Diesen „tiefgreifenden Wandel des Gesamtpublikums, von dem Zuwanderer ein relevantes Segment darstellen, als Angelpunkt von Programmentwicklung und Programminnovation zu begreifen“,³⁰ wäre eine geeignete Aufgabe für „RM“ unter der Logik einer unbewussten Hybridisierung im Netzwerkzeitalter gewesen. Wie die Umsetzung in der Praxis aussieht, ist eine Frage, mit der sich multilinguale Sender und Programmangebote ernsthaft auseinandersetzen müssen. Bis zuletzt

²⁹ Auf der Suche (wie Anm. 9), S. 22.

³⁰ Gualtiero Zambonini, Kulturelle Vielfalt und Integration – Das WDR Modell, in: WDR, Radio der Kulturen. Radio der Zukunft. Köln 2008.

wurden bei „RM“ hierzu unter dem alten Mandat der Multikulturalität v.a. Überlegungen zu bilingualen Experimenten angestellt, die im Hinblick auf einen zu erreichenden durchschnittlichen Höreranteil in Berlin-Brandenburg von rund einem Prozent jedoch als kritisch angesehen wurden. Sie wären zudem neu auf dem deutschen Medienmarkt gewesen, wo die Ausstrahlung in Originalsprache unüblich ist. Das zukünftige Idealszenario wäre laut Chefredakteurin Marenbach eine zusätzliche digitale Frequenz gewesen, wo neue Programmideen möglich gewesen wären. Die Diskussion über die Zukunft des Senders sah jedoch nicht eine digitale Erweiterung, sondern – wie später zu sehen sein wird – die vorzeitige Schließung des Radiosenders zum 1. Januar 2009 vor.

Mehrsprachenradio im Zeitalter der Hybridisierungen

Im Programmangebot von „RM“ wurde sich bislang vor allem auf die gespielte Musik berufen, wenn es um die Frage ging, wie es sich von anderen Radiosendern in Berlin und darüber hinaus unterscheidet. Die Musik war wesentlicher Bestandteil von „RM“, sie sollte eine bestimmte klangliche Geschmacksrichtung bedienen und sich dabei auf im deutschen Radio marginalisierte Musik spezialisieren. Angesprochen werden sollten damit diejenigen, die in jener Situation von Hybridisierung leben, wie sie oben beschrieben wurde. Dazu zählen Zuwanderer, aber auch jene Deutsche, die Interesse am ‚Anderen‘ haben. An dieser Stelle ist es nicht unsere Absicht, eine Kritik an der in dieser Strategie implizierten Zielgruppe ‚kosmopolitischer KonsumentInnen‘ zu leisten, sondern die Beschränkungen dieser Strategie unter einer interkulturellen Agenda zu identifizieren. Denn der Erfolg dieser Klangphilosophie erwies sich laut Marenbach in ihrem Sender immer dann als beschränkt, wenn eine zu große Musikgenrevielfalt unvereinbar mit den Hörererwartungen war:

„Wir haben am Anfang ein sehr breites Musikangebot gehabt – Popmusik, Folklore, klassische Musik sowie typische Weltmusik, die Traditionen aufgegriffen hat. Wir mussten nach einer Weile erfahren, dass das zu viel ist (lacht), zu viel für einen ganz normalen Hörer. Denn auch Radio-Multikulti-Hörer sind ganz normale Hörer, die uns in allererster Linie als Begleitmedium einschalten, um angenehm angesprochen zu werden, um nützliche Informationen zu erhalten. Und wenn die Musik der

Einschaltfaktor Nummer eins ist, dann muss ich natürlich über Musik versuchen, die Menschen auf 97,3 zu halten. Viele Leute haben gesagt ‚Es ist schön, dass es euch gibt, aber euch den ganzen Tag über zuzuhören ist zu anstrengend!‘ Wenn die Musik zu anstrengend ist, dann kann ich noch so viele gute Wortbeiträge dagegenstellen. Also haben wir angefangen, die Breite der Musik zu reduzieren und uns im Tagesprogramm auf Popmusik aus aller Welt spezialisiert. Schließlich haben wir auch die Länge der Wortbeiträge verkürzt.“³¹

Dadurch demystifiziert Marenbach die oft abstrakte Idee eines interkulturellen Dialogs und weist nachfolgend gleich noch auf einen vorgefundenen Unterschied zwischen deutscher Bevölkerung und Zugewanderten hin:

„Ja, die Idee von interkulturellem Dialog steckt dahinter, aber wir sagen lieber, dass RM eine interkulturelle Service-Welle ist, weil wir innerhalb der vergangenen zwölf Jahre einige Erfahrungen gemacht haben. Wir sind ambitioniert gestartet, mit sehr vielen Worten und aufklärerischem Bewusstsein. Und wir haben die interessierten, kosmopolitischen Hörer sowohl im deutschen Publikum als auch über die Fremdsprachen natürlich die ausländischen Hörer gewonnen. Aber es ist uns nicht gelungen, die unterschiedlichen Gruppen zusammenzubringen. Der Türke hört das türkische Programm, der Pole das polnische – beide schalten aber nicht unbedingt das deutsche Programm ein, weil es viel zu ambitioniert ist, viel zu multikulturell. Was interessiert die Polen die türkische Popmusik, was soll der Araber mit italienischen Themen anfangen. Wir haben festgestellt, dass dieser interkulturelle Dialog, der Austausch, die Offenheit für andere Kulturen etwas typisch Deutsches ist. Die Migranten, die hier leben, haben in erster Linie Interesse an bilateralem Austausch, ich muss mich als ein Einwanderer in die deutsche Gesellschaft einfinden, das ist mein Bezugspunkt. Dieses Multikulturelle, sich für den Anderen Öffnen, das kommt vielleicht später in der zweiten und dritten Generation, aber vielleicht auch erst viel später. Ein Einwanderer ist erst einmal an der Bewahrung, Aufrechterhaltung seiner eige-

³¹ Persönliches Interview (wie Anm. 25).

nen Kultur interessiert, und daran, in die deutsche Gesellschaft möglichst gut hineinzuwachsen.“³²

Der Erfolg von „RM“ ist häufig an intangiblen Faktoren festgemacht worden. So hatte „RM“ zeit seines Bestehens dazu beigetragen, die Akzeptanz von deutscher Sprache mit Akzent sowie die Förderung von nicht-anglophoner Musik zu fördern. Letzteres kann jedoch längst nicht mehr als ein Alleinstellungsmerkmal von „RM“ gelten, denn Alltagserlebnisse in Großstädten oder beliebte Onlineangebote können derartige Erfahrungen ebenso vermitteln. Des Weiteren ist „RM“ als Medienmodell für kulturellen Austausch bezeichnet³³ und als Vorbild für ähnliche Radiostationen in Gegenden wie dem Mittleren Osten diskutiert worden.³⁴ Zudem hat „RM“ Auszeichnungen von der EU und der UNESCO erhalten, wobei Programmchefin Marenbach deutlich betont, dass sie die professionelle Aufwertung der einzelnen Programme sowie Journalisten ‚stolzer‘ macht als diejenigen Auszeichnungen, die auf die ‚politisch motivierte‘ Rolle von „RM“ zurückzuführen sind.³⁵ Einer der wohl wichtigsten, inhaltlich schwer messbaren Leistungen ist damit die kontinuierliche Professionalisierungsarbeit in den unterschiedlichen Programmbereichen und im Journalismus. Qualität und Multiperspektivität können als Eckpfeiler von „RM“ verstanden werden, jedoch müssen diese Charakteristika in einer mobilen Netzwelt wesentlich vielseitiger verstanden werden. Hier ist vor allem daran zu denken, dass Nutzer zu kreativen Innovationen genau so viel beitragen können wie die traditionelle Kreativindustrie.

Auf der anderen Seite ist es wichtig, die tangiblen Erfolgskriterien zu betrachten. Hierzu werden in der deutschen Radio-Media-Analyse³⁶ (MA Radio) Tagesreichweite, weitester Hörerkreis und Marktanteil von Hörfunksendern ermittelt. Zur Tagesreichweite (05:00 bis

³² Ebenda.

³³ Vgl. Vertovec, *Fostering Cosmopolitanisms* (wie Anm. 23), S. 21.

³⁴ In einem Beitrag des Online-Jugendnetzwerkes MideastYouth.com setzte sich am 20. Juni 2006 eine Nutzerin (Name: Esra) aus Bahrain, die zuvor bei einem Besuch in Berlin „RM“ kennen gelernt hatte, dafür ein, nach dessen Modell einen ähnlichen Radioservice für Kurden, Araber, Iraner und andere aufzubauen, in: <http://www.mideastyouth.com> [letzter Zugriff: 20.8.2006].

³⁵ Vgl. Marenbach, *Mehrsprachenradio* (wie Anm. 15).

³⁶ Die Aufgabe der Media-Analyse (MA) ist es, das Medien-Konsumverhalten der Bevölkerung Deutschlands zu untersuchen. Dazu werden von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) jährlich 50 000 Personen ab einem Alter von 14 Jahren telefonisch oder mündlich-persönlich befragt. Die telefonische Vorgehensweise wird im Fachjargon als CATI

24:00 Uhr) zählen alle Personen, die im Tagesablauf während mindestens eines vorgegebenen Zeitabschnitts von 15 Minuten Radio gehört haben. Im Vergleichszeitraum 2007 zu 2008 ging „RM“ prozentual gesehen als zweitstärkster Gewinner unter den knapp zwei Dutzend Berliner Hörfunksendern hinter dem privaten „Star FM“ und gemeinsam mit „RBB Kulturradio“ hervor. Von Montag bis Freitag schalteten täglich für mindestens 15 Minuten 47 000 Hörer ein, 10 000 oder 27% mehr als im Jahr zuvor. Dieser Aufwärtstrend wird auch innerhalb der zwei Messzeitpunkte in 2008 (so genannte Radio MA I und Radio MA II) bestätigt.³⁷ Des Weiteren berechnet die Media-Analyse den weitesten Hörerkreis eines Senders, zu dem alle Personen zählen, die zum Zeitpunkt der Befragung angeben, diesen Sender innerhalb der letzten 14 Tage gehört zu haben. Hier konnte „RM“ von 2007 MA Radio II zu 2008 MA Radio II um 14 000 oder 6,3% auf 237 000 Hörer zulegen. Allerdings hätte diese Bilanz noch besser ausfallen können, da „RM“ zum ersten Messzeitpunkt 2008 I bereits 16 000 Hörer mehr erreicht hatte als im vorhergehenden Zeitraum. Der Marktanteil schließlich wurde für „RM“ in den beiden letzten Media-Analysen mit 0% ausgewiesen, wobei seitens „RM“ davon ausgegangen wurde, dass es eigentlich mehr Hörer waren, als tatsächlich mit den aktuellen Methoden erhoben werden konnte. Die werberelevanten, statistischen Daten der MA Radio wurden deshalb immer wieder Gegenstand von Diskussionen bei Sendern wie „RM“. Dabei wurde aus markt- und medienökonomischer Sicht, bei der Quoten die wichtigste Einheit für Popularität und Relevanz sind, immer wieder ein Marktanteil von einem oder unter einem Prozent als zu niedrig kritisiert. Auf der anderen Seite besteht der wohl berechtigte Vorwurf, dass die derzeitigen Erhebungsmethoden wesentliche Schwächen vor allem hinsichtlich der Inklusion von Zugewanderten offenbaren. Diese Kritik wurde u.a. in der Studie ‚Migranten und Me-

(Computer Assisted Telephone Interview; ein Interviewer des Marktforschungsinstituts ruft an und trägt die Antworten in eine Fragemaske am Computer ein) bezeichnet, die mündlich-telefonische CASI-Methode (Computer Assisted Self-Interviewing; interviewte Person erhält auf einem Laptop ein Frageprogramm und trägt seine Antworten selbstständig und ohne Eingriff des Interviewers ein) wurde zusätzlich zum telefonischen Verfahren seit 2004 zunächst bei einem geringeren Teil der befragten Personen verwendet. Die Media-Analyse wird derzeit für Pressemedien und Radio zweimal jährlich, für Tageszeitungen und Plakate einmal im Jahr durchgeführt. Sie hat praktische Relevanz, weil sie darauf beeinflussend wirkt, welche Medienanbieter am attraktivsten für die Werbewirtschaft sind und welche Preise Medienanbieter für Werbung verlangen können.

³⁷ MA Radio 2008 I: 38 000 Hörer; MA Radio 2008 II: 47 000 Hörer (plus 23,7%).

dien‘ erneuert.³⁸ Chefredakteurin Marenbach beschrieb die Mängel der aktuellen Analysen wie folgt:

„Zwei Mal im Jahr werden die Hörerzahlen für alle Radiostationen ermittelt, indem das deutsche bzw. deutsch sprechende Publikum telefonisch befragt wird. Radio Multikulti hat den Nachteil, dass alle diejenigen, die deutsch nicht oder nur schlecht sprechen, gar nicht erhoben werden. Nur deutschsprechende Ausländer werden erfasst wie Amerikaner, Franzosen, Türken. Wir kommen deshalb normalerweise nur auf etwas unter oder über ein Prozent. Das ist nicht viel. Wir wissen aber nicht, wie viele sich in die fremdsprachigen Programme einschalten, und können deshalb nie mit Zahlen arbeiten – das ist unser Handicap!“³⁹

Die Konsequenzen aus beiden Argumentationssträngen begünstigen die Infragestellung von Sendern wie „RM“, die sich oft auf eine berechtigte symbolische Wertschätzung berufen können, jedoch nicht mit breitenwirksamen Radioformaten, ganz gleich ob innerhalb des öffentlich-rechtlichen oder privaten Hörfunks, konkurrieren können. Von daher mag für einige Beobachter die Entscheidung des „RBB“, sein multilinguales Programm „RM“ einzustellen, eine logische Schlussfolgerung gewesen sein. Für andere wiederum war sie das eindeutig falsche Signal. Ende Mai 2008 hatte die Geschäftsleitung des „RBB“ beschlossen, „RM“ zum 1. Januar 2009 zu schließen. Damit, so hieß es, werde sie einen Teil des vorausberechneten Haushaltsdefizits von 54 Mio. Euro in den kommenden vier Jahren einsparen. Grund für dieses Defizit sind v.a. die hohen Gebührenaufschläge für den „RBB“, die sich im Wesentlichen durch die hohe Arbeitslosigkeit (und die damit verbundene Gebührenbefreiung) sowie die Abwanderung aus den Ländern Berlin und Brandenburg (und dadurch ausbleibender Gebühren) in andere Bundesländer ergeben. Der „RBB“ hatte zunächst erfolglos vorgeschlagen, dass die Gebührenaufschläge von anderen Rundfunkanstalten im „ARD“-Senderverbund kompensiert werden könnten. So argumentierte die Vorsitzende des „RBB“-Rundfunkrates, Ulrike Liedtke:

³⁸ Vgl. ZDF: Migranten und Medien 2007. Ergebnisse einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF Medienkommission. Mainz 2007.

³⁹ Persönliches Interview (wie Anm. 25).

„Der RBB ist unverschuldet in Not geraten. Er leidet unter Gebührenaussfällen und darunter, dass die Rundfunkgebühren ungerecht verteilt werden. Intendantin Reim hat die wohlhabenden ARD-Sender um Hilfe gebeten. Dass sie im Ergebnis nur wenig Unterstützung erhielt, führt nun zu diesen unvermeidlichen, bitteren programmlichen Konsequenzen.“⁴⁰

Einseitig die Entscheidung, „RM“ zu schließen, mit dem bis dato ausgebliebenen ‚medialen Solidarpakt‘ zu begründen, ist jedoch nur Teil der offiziellen Sprachregelung. Schließlich entschied sich der „RBB“-Rundfunkrat, von sieben bestehenden, eigenen Radioprogrammen gerade „RM“ zu schließen. Auf dessen Frequenz wird seit dem 1. Januar 2009 das Programm von „Funkhaus Europa“ gesendet. Dieses wird vom „Westdeutschen Rundfunk“ produziert, baut inhaltlich auf dem Modell von „RM“ auf und hat eine ähnliche, ebenfalls mehrsprachige Programmstruktur. Mit der Schließungsentscheidung jedoch wurde eine öffentliche Diskussion darüber ausgelöst, ob es überhaupt richtig sei, „RM“ einzustellen. Wenige Tage nach der Entscheidung konstituierte sich der „Freundeskreis Radio Multikulti“ („FRM“), eine Hörerinitiative, die es sich ihrem Sprecher Nikolaus Fuss zufolge zum Ziel gesetzt hatte, die beschlossene Einstellung des Senders zu verhindern: „Es kann nicht sein, dass ein Rundfunkprogramm, dessen Zielgruppe rund 25 Prozent aller Berliner ausmachen, aus Sparzwängen einfach abgeschaltet wird.“⁴¹

Diese zunächst „bipartisan“ Debatte wurde später öffentlich ausgetragen, wobei Ende 2008 Akteure aus Politik, Medien und allgemeiner Öffentlichkeit begannen, über ein vom Berliner Abgeordnetenhaus vorgeschlagenes Moratorium der Schließungsentscheidung zu diskutieren.⁴² Ein solches Moratorium wäre ein politischer Erfolg für den Freundeskreis und die Hörer von „RM“ gewesen. Auch wenn nun auf der Frequenz von „RM“ ein ähnliches Angebot ausgestrahlt wird, so bleiben Verantwortliche vieler multilingualer Sender mit der schwierigen Aufgabe konfrontiert, die besten Gründe für einen dauerhaften Erhalt durch erfolgreiche, innovative Programmentwicklungsarbeit zu schaffen, die eine weite Hörer- und Nutzerschaft erreicht.

⁴⁰ RBB-Pressemitteilung, in: www.multikulti.de/aktuelles/sonstiges/radiomultikulti.html [letzter Zugriff: 1.7.2008].

⁴¹ Aus „Berliner Morgenpost“ v. 5. September 2008.

⁴² Eine ausführliche Dokumentation der Ereignisse bis zur Einstellung des Radiosenders lässt sich im Anhang nachverfolgen.

Hierzu scheint die Anpassung einer Gesamtstrategie an das Mandat der Hybridisierung am geeignetsten.

Diskussion

In diesem Kapitel haben wir am Beispiel von „RM“ gezeigt, dass die Grenzen multikulturell bzw. auf harmonischem interkulturellem Dialog verstandener Medien größtenteils selbst auferlegt sein können. Der grundsätzlichen Ausrichtung liegt ein politisch motivierter Auftrag zugrunde, der am Beispiel „RM“ vorsah, die in Berlin lebenden Zuwanderer und Deutschen anzusprechen und diese gegenseitig zum Kennenlernen zu ermutigen. Unsere Analyse aber zeigte, dass eine Diskrepanz besteht zwischen einer wohl intendierten normativen Strategie und der aktuellen Medienpraxis, die von den Erwartungen und Bedürfnissen der Zuhörer- und Nutzerschaft abhängt. Wichtig ist die vorgesehene Senderstrategie sowie deren Interpretation und Umsetzung in konkreten Sendungen. Dabei sind das Selbstverständnis des Senders und die von seinen Mitarbeitern verstandene gesellschaftliche Rolle entscheidend. Marenbachs Einschätzung, dass „RM“ „normale Zuhörer hat“ (und nicht ‚spezielle‘), oder dass die in der Vergangenheit verfolgte, aufklärerische Medienstrategie von „RM“ zu multikulturell bzw. „zu anstrengend“ sei, rief die vorgefundenen Veränderungen in der digitalen Kultur wirksam in Erinnerung und verlangte unmittelbare Konsequenzen für die inhaltliche Programmgestaltung und den Programmauftrag an und für sich.

Das Fortbestehen von „RM“ mag kurzfristig von medienpolitischen Entscheidungen abhängig gewesen sein, doch für (diesen sowie) andere, ähnlich ausgestaltete Sender ist es wichtig (gewesen), eine pragmatisch-praktische Flexibilität bei der Formulierung von Selbstverständnis und Sendeaufträgen anzuwenden, sodass Raum für innovative Programmstrategien und -ideen bleibt. Dazu wäre es wichtig, schrittweise die praktische Implementierung einer Strategie der Hybridisierung zu erörtern. Die Hauptaufgabe eines Medienangebots unter dem Mandat der Hybridisierung könnte es sein, geteilte (translokale) Erfahrungen über kulturelle Differenzen hinaus zu vermitteln, sich auf Interessen einer alltäglichen Unordnung und Partizipation zu konzentrieren anstatt enzyklopädisches Wissen über fremde Kulturen gemäß eines interkulturellen Leitfadens zu erzeugen. Denn, so beschreibt Vilem Flusser aus der Sicht des Zuwanderers: „Die geheimen Codes sind nicht, im Allgemeinen, bewusste Regeln, sondern

erstrecken sich vielmehr auf unbewusste Gewohnheiten. Um sich in einer neuen Heimat einzugewöhnen, muss der Einwanderer zunächst den geheimen Code bewusst erlernen – und dann wieder vergessen.“⁴³

Allzu oft und zu beiläufig wird in akademischen Kreisen und von politischen Führungsfiguren behauptet, dass wir in einer ‚globalisierten‘ Welt leben, während die komplexen Konsequenzen dieser neuartigen Formen der Interkonnektivität wesentlich schwieriger einzuschätzen und zu begreifen sind, als dies unterstellt wird.⁴⁴ Medienangebote wie „RM“ sind ausgestattet mit einer wesentlichen Ressource, um dieser neuen Herausforderung wirksam zu begegnen – der Multiperspektivität seiner Beteiligten (von Mitarbeitern bis Zuhörer- und Nutzerschaft), die sich in der Rekonstruktion der hybriden ‚Berliner Sprache‘ in Bachtins Sinne manifestiert.⁴⁵ Diese gilt es als Querschnittsressource in einem Gesamtprogramm (sender- und medienübergreifend) so anzuwenden, dass intangiblen sowie tangiblen Erfolgsfaktoren Rechnung getragen wird.

„RM“ war relevant für Zuhörer, da es als Plattform für Debatten diente (oder wie zuletzt selbst Gegenstand einer wichtigen Debatte wurde) für die sich andere Anbieter nicht verantwortlich sehen. Vor diesem Hintergrund mag es zwar medienökonomisch eine Option sein, das ähnlich strukturierte Programm von „Funkhaus Europa“, das in einer 600 km entfernten Region Deutschlands produziert wird, zu übernehmen. Viel wichtiger ist es jedoch, die grundsätzliche Strategie, die Auftragsphilosophie, wenn man so will, dem beständig fortschreitenden gesellschaftlichen Wandel anzupassen. Danach sind politisch wohl intendierte Vorgaben wie die ‚Ermöglichung eines interkulturellen Dialogs‘ im Hegelschen Sinne der Harmonieherbeiführung unzureichend, weil sich diese mit den in der Medienpraxis gemachten Erfahrungen, die auch Teil der Alltagskomplexität sind, nicht verbinden lassen. Hier sei an das Stichwort der ‚sanften Demütigung‘ im Rahmen der hier geführten Diskussion um die Sprachenpolitik „RMs“ erinnert. Dies ist die Logik des Beabsichtigten, in der man darum bemüht ist, einen sich ständig wandelnden Prozess in Strukturen einzupassen. Wir plädieren im Gegensatz dazu für

⁴³ Vilem Flusser, *The Freedom of the Migrant. Objections to Nationalism*. Urbana/Chicago 2003, S. 6.

⁴⁴ Vgl. Jean Seaton, ‚Foreword‘, in: Thomas Petzold, *Gewalt in internationalen Fernsehnachrichten*. Wiesbaden 2008, S. 5 f. Vgl. auch Kai Hafez, *Mythos Globalisierung*. Wiesbaden 2005.

⁴⁵ Vgl. Bachtin, *Ästhetik* (wie Anm. 6).

eine kategorische Hinterfragung dieser Strategie und schlagen stattdessen die Logik unbewusster Hybridisierung vor, wie sie im vorliegenden Beitrag in Anlehnung an Bachtin, Lotman und andere diskutiert wurde. Dazu zählt in medienpraktischer Hinsicht die Förderung von Kreativität, insbesondere in Bezug auf Talente und Inhalte (innerhalb und außerhalb des multilingualen Redaktions- und Produktionsteams). Des Weiteren ist zu bedenken, dass Radio lange Zeit kein Dialogmedium war. Die Kapazitäten, sich durch Zuhörer-Feedback, Ko-Produktionen oder andere Formen von Partizipation oder Kollaboration beständig zu erneuern und zu revitalisieren, waren limitiert, können aber durch neue interaktive Möglichkeiten in der digitalen Kultur erweitert werden. Wichtig im Zusammenhang mit multilingualen Angeboten ist dabei die Überwindung von Sound- und Sprachenlimitierungen, die am deutlichsten bei Übersetzungen werden. Während traditionelles Radio nicht mehrere Sprachen gleichzeitig senden konnte, lassen sich derartige Limitierungen durch ausgeklügelte Verfahren im Internet begrenzen und überwinden. Bewährte oder neue Formen von Untertitelung und *Voice-over* können damit über traditionelle Einsatzgebiete wie Fernsehen hinaus genutzt werden.

Inhaltliche Exzellenz und bewusster Einsatz neuer sozial-technologischer Möglichkeiten sind ein wesentlicher Bestandteil, um für Zuhörer und Nutzer attraktive Programme zu schaffen. Derartige Inhalte benötigen nicht notwendigerweise bewusste Leitlinien wie „interkulturellen Dialog zum Abbau von Vorurteilen“ oder „Interkulturalität als Prämisse, um anderen Kulturen zu erklären, wie wir sind“. Mit derartigen Vorgaben wird versucht, Kreativität verwaltbar zu machen, sie beschränken damit dessen Potenzial im Voraus. Interesse an einem ‚Wie wir sind‘ bleibt ein Mythos, wenn es für ein mögliches Publikum nicht auch anderweitig attraktiv ist. Dass Inhalte *per se* etwas ‚vermitteln‘ sollen, muss nicht mehr das alleinige Kriterium sein. Zu denken wäre hier an Formen ‚unterhaltsamen Informierens‘. Multilinguales Radio bedeutet nicht notwendigerweise, permanent in mehreren Sprachen senden zu müssen. Multilingualismus ist ein wichtiges Charakteristikum heutiger Gesellschaften, das schließt aber nicht die Nutzungsmöglichkeit einer gemeinsamen Sprache aus. Kreative Kollaboration, innovative Perspektiven und ein hybrider Mix an Programmen kann in Medien wie „RM“ durch das kulturelle Kapital aktiviert werden, das die unterschiedlichen Beteiligten in den Prozess einbringen – an anderer Stelle ist das als ‚living diversity‘ oder ‚everyday cosmopolitanism‘ zu umschreiben versucht

worden.⁴⁶ Basierend auf der Logik unbewusster Hybridisierung kann ein solches medienpraktisches Verständnis Grundstein dafür sein, sich den dynamischen Wandel von Gesellschaft sowie die Veränderung von Medienrepertoires der Publika/Nutzer zu eigen zu machen, um innovative Programmentwicklung für lokale sowie translokale, nationale wie transnationale Medienöffentlichkeiten zu leisten.

Literaturverzeichnis

- I. Ang, J. Brand, G. Noble u. D. Wilding, *Living Diversity: Australia's Multicultural Future*. Artarmon 2002.
- Michail Bachtin, *Die Ästhetik des Wortes*, hrsg. v. Rainer Gröbel. Frankfurt a.M. 1979.
- N.G. Canclini, *Hybrid Cultures*. Minnesota 2005.
- Vilem Flusser, *The Freedom of the Migrant. Objections to Nationalism*. Urbana/Chicago 2003.
- K. Hafez, *Mythos Globalisierung*. Wiesbaden 2005.
- G. Hawkins, SBS: Minority TV. Culture and Policy, in: *Journal of the Australian Key Centre for Cultural and Media Policy* (1996), Nr. 7, S. 45-64.
- J. Hurre, *Radio Multikulti Berlin: Public Broadcasting in 18 Languages*. 2006, http://www.interculturemap.org/upload/att/200612140653270.Radio%20Multikulti%20CASE%20STUDY%20%20FINAL_INFO.pdf [letzter Zugriff: 19.7.2007].
- M.M. Kraidy, *Hybridity, or the Cultural Logic of Globalisation*. Philadelphia 2005.
- I. Marenbach, Chefredakteurin „Radio Multikulti“, *Persönliches Interview*, Dezember 2005, Berlin.
- I. Marenbach, *Mehrsprachenradio als Integrationsradio*, in: *Radio der Kulturen. Radio der Zukunft*. Köln 2005.
- MMB – Institut für Medien- und Kompetenzforschung, *Expertise „Ausbildung von Volontären in den Medien“*. Berlin 2006 (Berliner Beiträge zur Integration und Migration. BQN).
- N. Papastergiadis, *The Turbulance of Migration*. Cambridge 2000.
- N. Papastergiadis, *Hybridity and Ambivalence: Places and Flows in Contemporary Art and Culture*, in: *Theory, Culture & Society* (2005), Nr. 22, S. 39-64.

⁴⁶ I. Ang, J. Brand, G. Noble u. D. Wilding, *Living Diversity: Australia's Multicultural Future*. Artarmon 2002.

- T. Petzold, Gewalt in internationalen Fernsehnachrichten. Wiesbaden 2008.
- A. Podkalicka, Lost in Translation? Language policy, media and community-building: some lessons from SBS. Queensland University of Technology. Brisbane, Australien 2008 [unveröffentl. Doktorarbeit].
- J. Seaton, ‚Foreword‘, in: T. Petzold, Gewalt in internationalen Fernsehnachrichten. Wiesbaden 2008, S. 5 f.
- Auf der Suche nach hybriden Lebensgeschichten. Theorie – Feldforschung – Praxis, hrsg. v. E. Tschernokoshewa u. M.J. Pahor. Münster (u.a.) 2005.
- S. Vertovec, Fostering Cosmopolitanisms: A Conceptual Survey and a Media Experiment in Berlin, in: Transnational Communities Working Paper Series (2000), S. 1-31.
- Westdeutscher Rundfunk. Radio der Kulturen. Radio der Zukunft. Köln 2005.
- Gualtiero Zambonini, Kulturelle Vielfalt und Integration – Das WDR Modell, in: Westdeutscher Rundfunk, Radio der Kulturen. Radio der Zukunft. Köln 2008.
- Gualtiero Zambonini, Persönliches Interview, Oktober 2008, Köln.
- Zeitschrift für amtliche Statistik Berlin Brandenburg 3 (2008), S. 20-35.
- ZDF: Migranten und Medien 2007. Ergebnisse einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF Medienkommission. Mainz 2007.
- http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/dialogue/catal_dial_en.pdf.
- http://www.dwdl.de/article/news_15933,00.html.
- <http://www.mideastyouth.com/2006/06/20/germanys-radio-multikulti-similar-network-needed-in-the-mideast/>.
- http://www.multikulti.de/wir_ueber_uns/wir_ueber_uns.html.
- <http://www.multikulti.de/aktuelles/sonstiges/radiomultikulti.html>.
- <http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/pms/2008/08-09-02.pdf>.
- <http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/pms/2008/08-07-01b.pdf>.

Anhang

Chronologie der Ereignisse um die Einstellung des multilingualen Radiosenders „Multikulti“

- Ende Oktober (Freundeskreis Radiomultikulti – FRM): Ein offener Brief von Prominenten aus Politik, Wirtschaft und Kultur wird dem RBB übergeben.
- Anfang November (Tagesspiegel): Der Freundeskreis Radio Multikulti übergibt eine Sammlung von 31 000 Unterschriften für den Erhalt von Radio Multikulti an die Geschäftsleitung des RBB.
- Anfang November (Tagesspiegel): Die Ministerpräsidenten der Länder fordern die ARD auf, innerhalb eines Jahres ihren internen Finanzausgleich neu zu regeln. Ziel muss es demnach sein, dass kleinere Anstalten mehr Geld erhalten. In Berichten war dabei von zusätzlichen 20 Mio. Euro für den RBB die Rede. Der RBB hatte im Mai angekündigt, wegen eines Haushaltsdefizites in Höhe von 54 Mio. Euro Radio Multikulti und das Magazin PolyLux einzustellen.
- Anfang November (FRM): Freundeskreis Radio Multikulti setzt sich für ein Moratorium, eine Aussetzung der Entscheidung, RM zu schließen, für zunächst ein Jahr ein.
- Anfang November (Berliner Zeitung): RBB-Intendantin Reim bekräftigt auf einer Rundfunkratssitzung den Entschluss, Radio Multikulti zum Ende des Jahres 2008 zu schließen. Sie lässt offen, ob ein „Berliner Fenster“ in die Funkhaus Europa-Übertragung integriert werden sollte.
- Mitte November (dpa/bb): Mit den Stimmen von SPD und Linken hat sich das Berliner Abgeordnetenhaus am Donnerstag für den Erhalt von Radio Multikulti eingesetzt. Die Abgeordneten beschlossen einen Aufruf an den (RBB), die zum Jahresende geplante Schließung zu überdenken und zunächst um ein Jahr auszusetzen. Die FDP-Fraktion stimmte gegen den Antrag, CDU und Grüne enthielten sich. Die Grünen hatten den Beschluss zuvor als „zu weich“ kritisiert und einen eigenen Antrag eingebracht, der jedoch keine Mehrheit fand. Die FDP warf den anderen Fraktionen vor, den Erhalt des Senders zu fordern, ohne Sparalternativen vorzuschlagen.
- Ende November: Der Wortlaut der Erklärung des Fortschrittsberichtes des Nationalen Integrationsplanes, S. 77:
„Die Schließung des ältesten multilingualen Programms, radio-

- multikulti, steht nach Auffassung der Arbeitsgruppe im Konflikt zu dem Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Integration und kulturelle Vielfalt als Querschnittsaufgabe zu begreifen. Radiomultikulti füllt eine Lücke im Angebot des rbb und schlägt Brücken zwischen den einheimischen und zugewanderten Bevölkerungsgruppen in Berlin und Brandenburg. Es richtet sich als Programmangebot nicht nur an den wachsenden Anteil von zugewanderten Hörern und Gebührenzahlern, die in Berlin mittlerweile ein Viertel der Bevölkerung ausmachen, sondern spiegelt als Metropolenradio die vielfältige und internationale Atmosphäre der Stadt, die entscheidend zur Wertschöpfung der Region beiträgt. Die Arbeitsgruppe hält es daher für notwendig, alle Möglichkeiten auszuloten, solche Programmangebote beizubehalten und weiterzuentwickeln. Denn solche Sendeformate bieten die Möglichkeit, gezielte Informationen serviceorientiert und hintergründig aufzuarbeiten, für die es in anderen Programmen kaum Platz gibt. Sie dienen auch als Kristallisationspunkte und Kompetenzzentren sowohl für die Programmentwicklung als auch für die Gewinnung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die auch in anderen Programmen eingesetzt werden können.“
- Ende November: RBB-Intendantin Reim wird von der Berliner Tageszeitung (taz) vorgeworfen, auf einer internen Versammlung vor Mitarbeitern im Hinblick auf die Entscheidung des Berliner Abgeordnetenhauses, RM zu erhalten, gesagt zu haben: „Mit diesen Parteien habe ich meine Erfahrungen gemacht. Und Erfahrungen seit Mai, die ich mir so nie hätte abträumen lassen. Ich deute es in aller Dezenz an: Ich habe in Abgründe von Heuchelei geblickt.“
 - Ende November (taz): Der Freundeskreis von Radio Multikulti fordert RBB-Intendantin Reim nach deren Äußerungen erstmals zum Rücktritt auf. In einer Erklärung sagt Freundeskreis Sprecher Nicolas Huss: „Frau Reim benimmt sich wie der Mehdorn des öffentlich rechtlichen Rundfunks. Ich möchte sie auffordern, zurückzutreten. Die Intendantin tritt wichtige politische Anliegen der Region wie Integration mit den Füßen, sie denunziert Politiker und Rundfunkräte öffentlich. Sie betrachtet den öffentlich-rechtlichen RBB als ihr Privatvergnügen. Dazu ist er zu wichtig.“
 - 6. Dezember 2008 (Berliner Zeitung): Zwei Stunden vor dem Jahreswechsel wird der RBB sein Radio Multikulti abschalten. Auf der Berliner UKW-Frequenz 96,3 wird danach das WDR-Programm Funkhaus Europa aus Köln zu hören sein. Eine „Stafelstabübergabe“ nennt RBB-Hörfunkchef Christoph Singelstein

diese Umschaltung – als ob sich die RBB-Welle Multikulti planmäßig ausgepowert hätte. Tatsächlich aber opfert der RBB sein Integrations-Programm, um Geld zu sparen. Da dem Sender in der folgenden Gebührenperiode von 2009 bis 2012 rund 54 Mio. Euro fehlen, strich er außerdem die Fernsehsendung „Polylux“ und reduzierte Investitionen. Trotzdem können die Einsparungen die Etatlücke nicht schließen, sie machen nur knapp 30 Mio. Euro aus. Etwa zwölf Mio. bringe die Einstellung von Radio Multikulti, schätzt Singelstein. Nun hofft der Sender auf einen ARD-Kredit von über 20 Mio. Euro – ansonsten müsse über einen weiteren Programmabbau nachgedacht werden. (...) Mit seinem Begriff von der „Staffelstabübergabe“ aber will der Hörfunkchef vor allem andeuten, dass das nachfolgende WDR-Programm Radio Multikulti qualitativ ersetzen kann. Singelsteins WDR-Kollege Wolfgang Schmitz betonte, dass Radio Multikulti als Vorreiter aller deutschen Integrationsprogramme einst das erklärte Vorbild für Funkhaus Europa gewesen sei. Seit 1999 sendet das WDR-Programm rund um die Uhr, zwischen sieben Uhr morgens und sechs Uhr abends als Tagesbegleitprogramm in Deutsch, danach in 14 weiteren Sprachen. Schmitz schätzt, dass etwa 10% der türkischen Gemeinde im Sendegebiet und insgesamt täglich etwa 100 000 Hörer Funkhaus Europa hören. Jona Teichmann, Programmchefin von Funkhaus Europa, betont, dass ihr Sender, wie Radio Multikulti, nicht nur auf Interkulturelles und auf Muttersprachliches baue, sondern mit den Klängen aus aller Welt auch eine besondere Musikfarbe einbringe. Anders als Radio Multikulti aber könne ihr WDR-Programm nicht in einer Stadt oder Region fest verankert werden, schließlich sende Funkhaus Europa sowohl für Großstädte wie Köln, Düsseldorf und Wuppertal als auch im großen Flächenland Nordrhein-Westfalen sowie in Bremen. Regionale Berliner Programmstrecken, wie von den Multikulti-Freunden vorgeschlagen, passen deshalb nicht in dieses Programm. Darüber hinaus würde die Produktion von „Berliner Fenstern“ den Einspareffekt teilweise wieder zunichte machen, betonte RBB-Hörfunkchef Christoph Singelstein. So bleibt es bei den bisherigen RBB-Zulieferungen für das Funkhaus Europa: Teile des täglichen Nachtprogramms, dazu Sendungen in Polnisch und Russisch (an jedem Wochentag je eine halbe Stunde) sowie sonntags eine Stunde arabisch. Dafür zahlt der WDR dem klammen RBB Produktionskosten, jährlich eine mittlere sechsstellige Summe. Die Vormittagssendung „Süpermercado“, die der WDR

jetzt noch aus Berlin übernimmt, wird künftig in Köln produziert.

Die bisherigen Macher von Radio Multikulti sollen die Themen des Senders nun in die anderen RBB-Angebote tragen. Für die freien Mitarbeiter ist das schwierig: Ein großer Teil habe bisher weniger oder gar keine Aufträge für das kommende Jahr, berichtet Ilona Marenbach, Noch-Chefin von Radio Multikulti. Dagegen werden alle 28 festangestellten Mitarbeiter im RBB weiterarbeiten. Marenbach selbst wird stellvertretende Chefredakteurin und Wortchefin bei Radio Eins, ihre Kollegen kommen beim Inforadio und den RBB-Fernsehsendungen „Stilbruch“ sowie der „Abendschau“ unter. (Torsten Wahl)