

Frank Schätzlein

Veränderungen und Tendenzen der Hörspieldramaturgie Zu den Strategien und Positionen der dramaturgischen Arbeit im öffentlich-rechtlichen Radio

Die Rahmenbedingungen der künstlerischen Sendeformen des Radios – Hörspiel, Radiokunst/Akustische Kunst und Feature – befinden sich in einem beständigen Wandel, auf den die Künstler und die Dramaturgen/Redakteure reagieren müssen. Sie stehen in einem Beziehungsgeflecht mit ganz unterschiedlichen Bezugspunkten: Institution, Technik, Programm, Medien, Mediennutzung, Kunst und Gesellschaft. Das Radio ist dabei für die künstlerische Arbeit immer mehr als bloßes Übertragungsmedium, mehr als nur ein Produktionsort. Es ist selbst Teil der sich wandelnden Bedingungen künstlerischer Arbeit, die nicht nur im institutionellen oder technischen Bereich, sondern auch auf konzeptioneller und dramaturgischer Ebene Einfluss auf die Produktion nehmen und immer wieder neue Antworten, künstlerische Ideen und neue dramaturgisch-redaktionelle Konzeptionen fordern (vgl. hierzu Bugger 1985 u. 1997; Hickethier 1997; Klostermeyer 1997).

So steht die Arbeit in den Hörspiel- und Medienkunst-Redaktionen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in enger Verbindung mit anderen Medien (Theater, Buch, Fernsehen, Tonträger, Internet) und Kunstformen (Drama, Roman, Fernsehspiel, Multimedialkunst/Medienkunst, Computer- und Netzkunst). Gleichzeitig ist sie ganz wesentlich geprägt vom Wandel des Mediums Hörfunk (neue Programme und Programmkonzeptionen, Formatierung der Programme, Wandlung der Nutzungsformen und der Stellung in der Medienlandschaft) und nicht zuletzt von Veränderungen und neuen ‚Spielmöglichkeiten‘ durch medientechnische Entwicklungen (Vorproduktion, Magnetband, Stereophonie, Kunstkopf, UKW, Tonträgerentwicklung, Digitalisierung, Internetradio/Audiostreaming, Podcasting/MP3 und Multimedia, vgl. Schätzlein 1997 u. 2004, 402-414).

Welche Verschiebungen zeigen sich nun in der redaktionellen Arbeit seit der Einführung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks? Wie reagieren die unterschiedlichen Akteure, die Dramaturgen und Redaktionen bzw. Hörspielabteilungen auf die vielfältigen Herausforderungen?

Der Beitrag stellt die redaktionellen Positionen einzelner Dramaturgen bzw. öffentlich-rechtlicher Hörspiel- und Medienkunst-Redaktionen dar. Sie stehen als Fallbeispiele für ganz unterschiedliche Versuche, Kunst im Medium Radio zu realisieren, außerhalb des Radioprogramms für die Kunstform zu werben und diese zu präsentieren, neue Zielgruppen zu gewinnen und Konzepte für die Zukunft der Radiokunst zu entwickeln.

Der Begriff ‚Dramaturgie‘ hat – natürlich nicht nur im Bereich des Hörspiels – eine doppelte Bedeutung. Er meint zum einen als Ableitung aus der Dramentheorie den

Aufbau, die Gestaltung(sregeln) und die Ästhetik des Hörspiels; zum anderen aber auch die konzeptionelle, redaktionelle Arbeit der Dramaturginnen und Dramaturgen der ARD-Hörspielabteilungen (inklusive Öffentlichkeitsarbeit und Marketing). Der vorliegende Beitrag behandelt das zweite Themenfeld und beleuchtet damit einen Bereich der Hörspielarbeit, dem bisher nur wenig Beachtung geschenkt wurde. Untersuchungen, die diesen Aspekt der Hörspielproduktion berücksichtigen, existieren bisher fast ausschließlich zur bundesdeutschen Nachkriegszeit (so z.B. Bloom 1985, 35-44 u. 70-84; Wagner 1997).

Während die großen und bis heute bekannten Debatten der Hörspielgeschichte auf dem Gebiet der Hörspielformen und -ästhetik ausgetragen wurden (literarisches Worthörspiel, Schallspiel, Neues Hörspiel, O-Ton-Hörspiel, Akustische Kunst, Pop-Hörspiel, Live-Hörspiel, Hörspiel als Medienkunst usw.), finden sich dagegen nur relativ wenige grundlegende Statements der HörspielleiterInnen und DramaturgInnen, in denen sie ihre übergreifenden redaktionellen Strategien offen legen. Die historische Entwicklung des dramaturgischen Selbstverständnisses, der redaktions- und personenspezifischen Arbeitsweise und der damit verbundenen Konzeption von Radio-Kunst wird im folgenden Abschnitt durch ausführliche Dokumente aus der Geschichte des Hörspiels dargestellt.

In der Zeit der Dominanz des traditionellen literarischen Worthörspiels und der von Heinz Schwitzke geprägten „Hamburger Dramaturgie“ (Schwitzke war von 1951 bis 1971 NWDR- bzw. NDR-Hörspielleiter) steht erwartungsgemäß die Literatur, die „literarische Qualität“ und der Autor als „Hörspieldichter“ im Mittelpunkt der dramaturgischen Arbeit. Die Grundlage der Produktion bildet die gemeinsame Bearbeitung des Manuskripts („Wortpartitur“). Von einer gleichwertigen Zusammenarbeit mit Musikern oder Künstlern aus anderen Bereichen ist nicht die Rede.

Der Autor, Dramaturg und Medienforscher Eugen Kurt Fischer (1892-1991) beschreibt in seiner Monographie zur Form und Funktion des Hörspiels die redaktionellen Aufgaben des Hörspielleiters und des Dramaturgen. Sein Augenmerk gilt dabei – Fischer war in den fünfziger Jahren Leiter der HR-Medienforschung – insbesondere auch der Perspektive des Hörers:

Der Leiter einer Hörspielabteilung rechnet mit einer Reihe von Gegebenheiten, die sich zum Teil aus der Gesamtplanung ergeben, die als Ergebnis einer sorgfältigen Abstimmung aller Programminhalte aufeinander und auf die unterschiedlichen Bedürfnisse verschiedener Hörschichten und -gruppen von den Abteilungsleitern unter dem Vorsitz des Programmdirektors erarbeitet wird. [...] Der Planungswille ist vor allem gerichtet auf literarische Qualität quer durch die Schwierigkeitsgrade, auf Berücksichtigung der wichtigsten Erscheinungsformen der literarischen Entwicklung, ferner auf ein gewisses Maß von Aktualität der ausgewählten Stoffe oder Sujets [...]. Der Dramaturg hilft dem Abteilungsleiter bei der Auswahl der Hörspiele. Darüber hinaus ist seine vornehmste Aufgabe die Zusammenarbeit mit dem Autor. [...] Oft wandert ein Manu-

skript mehrmals zwischen dem Autor und dem Dramaturgen hin und her. Im Idealfall wird auch der Spielleiter ins Gespräch gezogen, weil er ja doch am besten weiß, was sich aus einer Wortpartitur für den Hörer herausholen lässt. (Fischer 1964, 251 f.)

Schwitzke selbst will sich vom Theater bzw. von der Hörspieladaption der Dramentexte distanzieren. Er sieht die Aufgabe des Hörspielleiters in der dramaturgischen Entwicklung des „Originalhörspiels“ als der einzigen „funkeigenen“ bzw. „radiophonen“ Kunstform, die ganz auf die Eigenschaften des Radios hin konzipiert bzw. geschrieben ist. Das Hörspielprogramm ist hier in erster Linie ein Forum für zeitgenössische Autoren.

Eine wichtige Rolle spielt, wo die Interessen des verantwortlichen Leiters einer Hörspielabteilung liegen. Man kennt das ähnlich vom Theater. Ist der Leiter ein Regisseur, der selbst inszenieren will, wird ihn der Spielplan zunächst unter dem Gesichtspunkt interessieren, welche Möglichkeiten für glanzvolle Produktionen er ihm bietet. Bei der Alternative Hörspiel oder Bearbeitung nicht funkeigener Texte gibt dann erfahrungsgemäß den Ausschlag, dass Bühnenwerke erprobt sind und ‚Rollen‘ enthalten, während man bei Hörspielen auf das Vertrauen zur Urteilsfähigkeit der eigenen Dramaturgie angewiesen ist. Ist der entscheidende Leiter aber Dramaturg oder legt das Schwergewicht auf die Dramaturgie, dann versteht sich, dass ihn der ‚Materialstil‘ des Rundfunks (wie man in den Anfangszeiten sagte), das ‚Originalhörspiel‘ (wie man heute sagt) als Aufgabe reizt.

Ich glaube, dass im Rundfunk das Primat bei der Dramaturgie liegen sollte – aus drei Gründen. Erstens ist die Stoffbeschaffung für die technischen Instrumente mit ihrem riesigen Verbrauch ohnehin das ernsteste Problem; dabei nur vom Vorhandenen zu zehren, würde bedeuten, gebildete Weltfremdheit zu pflegen. Zweitens haben, wie schon gesagt, Darstellung und Regie im Rundfunk ohnehin keine dem Theater vergleichbaren Möglichkeiten, also auch keinen vergleichbaren Anspruch. Drittens geht es, wenn man dem ‚Originalhörspiel‘ das Wort redet, ja nicht nur und nicht einmal vordringlich um den ‚Materialstil‘ und um eigensinnigen Formalismus, sondern darum, das Hörspielstudio zum Forum der Autoren und der Zeitprobleme zu machen. Ich glaube nicht, dass es einen wichtigeren Gesichtspunkt geben kann. (Schwitzke 1963, 312 f.)

Dem traditionellen Hörspielkonzept der „inneren Bühne“ setzt Klaus Schöning, der als Hörspieldramaturg ab 1968 das „WDR3-HörSpielStudio“ aufbaut, gemeinsam mit anderen jüngeren Redakteuren (Heinz Hostnig, Hermann Naber u.a.) eine neue sprachkritische, experimentelle und antiirrationalistische Dramaturgie entgegen, in

der auch der Technik eine aktive Rolle zukommt. Auch wenn Musik und Geräusch als Gestaltungsmittel des Hörspiels aufgewertet werden, steht die Sprache hier zunächst weiterhin im Mittelpunkt. Strategisch geschickt setzt er dafür in zahlreichen Publikationen den Begriff „Neues Hörspiel“, der von diesem Zeitpunkt an bis heute unterschiedliche neue Tendenzen im Hörspiel der sechziger und siebziger Jahre mit seiner Person verbindet.

Es lag nahe, mit den ‚experimentellen Autoren‘, die es in den 50er Jahren schwer hatten, ihre Intentionen im Hörspiel zu realisieren, Verbindung aufzunehmen, zunächst ihre (Schubladen-)Hörspiele zu senden und sie zur Mitarbeit an neuen Projekten zu ermuntern. Diese aktive Dramaturgie wandte sich auch konsequent an jüngere Autoren, die die experimentellen Methoden aufgegriffen hatten und fortsetzten. [...]

Zu der veränderten Arbeitsweise der Regisseure gehörte auch ein stärkeres Interesse für die häufig als sekundär behandelte technische Apparatur. Dieses Interesse beschleunigte im Hörspiel die Einführung [...] der Stereophonie. Sie aktualisierte Fragen, die man vorher hatte übergehen können. [...]

Ein weiteres Motiv, das es dem Neuen Hörspiel ermöglichte, sich allmählich zu entfalten, liegt in einer kritisch-analytischen Bestandsaufnahme traditioneller Hörspielformen sowie der Formulierung einer möglichen Alternative. (Schöning 1969, 8 f.)

Johann M. Kamps, Hörspieldramaturg beim Saarländischen und Westdeutschen Rundfunk, beschreibt 1969 mit Blick auf den Einsatz der Stereophonie im Hörspiel die veränderte Arbeitsweise des Dramaturgen – es geht ihm um Sprache als „Spielmaterial“, um „Sprachspiele“, die die tontechnischen Möglichkeiten des Radios künstlerisch nutzen.

Die Arbeit des Dramaturgen mit dem Autor wird zugleich einfacher und schwieriger. Der Dramaturg gerät nicht mehr in die Peinlichkeit, dem Autor in seine Geschichte hineinreden zu müssen, ihm seine Figuren umfunktionieren zu wollen oder in den Handlungssträngen Unglaublichkeit und Willkür nachzuweisen. Er hat vielmehr den Autor dazu zu veranlassen, zu einem gestellten oder vorgeschlagenen Thema das notwendige Material in einer geeigneten Form zusammenzustellen. Die Diskussion geht um die Grundlagen und Ausprägungsvarianten einer nachprüfbaren Methode, nicht um die subjektive Interpretation einer Fabel. (Kamps 1969, 73).

Dabei hat Kamps beispielsweise Stereo-Produktionen wie *Das Fußballspiel* von Ludwig Harig oder *das gras wies wächst* von Franz Mon im Blick, in denen Sprache

nicht zum Aufbau einer akustischen Illusion dient, sondern selbst Handlungsträger wird.

In den siebziger Jahren folgen mit Klaus Schönings Ausführungen zum Hörspiel als einer vom Rundfunk „verwalteten Kunst“ und dem „O-Ton-Hörspiel“ bzw. „Neuen Hörspiel O-Ton“ sowie mit zahlreichen Statements anderer Dramaturgen und „Hörspielmacher“ weitere Konkretisierungen eines neuen dramaturgischen Selbstverständnisses, das nicht nur der Technik und den nicht-literarischen Elementen des Hörspiels, sondern auch dem Hörer als „Mitspieler“ einen neuen Stellenwert zuweist.

Seit der Einführung des Privatradios in den achtziger Jahren und der folgenden Konkurrenzsituation im dualen Rundfunksystem, sehen sich viele Hörspielredaktionen in die Ecke gedrängt (vgl. Buggert 1985) – dies gilt insbesondere für Redaktionen mit einer eher konventionellen Dramaturgie ohne strategische Öffentlichkeitsarbeit, Sekundärverwertung auf Tonträger und ohne Ideen für neue Zielgruppen, ohne systematisch entwickelte Konzepte für die Reaktion auf aktuelle Veränderungen im medienpolitischen, gesellschaftlichen, technischen und künstlerischen Bereich. In einigen Landesrundfunkanstalten wird über einschneidende Sparmaßnahmen verhandelt, aber: Die Hörspielarbeit ist in den Diskussionen um den ‚Kulturauftrag‘ der Hörfunkprogramme ein öffentlich-rechtliches Vorzeigeobjekt und bleibt somit oft verschont. Der SFB-Hörspielleiter Manfred Mixner beschreibt die Situation Anfang der neunziger Jahre so:

In der Regel quälen ihn [den Hörspielredakteur, F.S.] die Selbstzweifel, ob denn das alles Sinn macht, was die Kollegen als teuren Luxus und die wenigen Hörer, die sich zu Wort melden, als Verschrobenheit denunzieren – Lob hört er selten, und so freut ihn solches selbst dann, wenn es von der falschen Seite kommt. Trost findet er im Trotz, mit dem er auf seine Künstlerschaft pocht, was würden denn all die guten Autoren ohne ihn machen. Und überhaupt: Kunst muss sein, was wäre denn eine öffentlich-rechtliche Anstalt ohne sie. Sein Lieblingswort in Programmsitzungen: der ‚Kulturauftrag‘. Und dann sitzt er vor dem Schreibtisch, hätte so vielen Autoren zu antworten, die alle auf seine weisen und wohl begründeten und aus tiefem subjektiven Kompetenzerleben fließenden Entscheidungen warten. Konstellationen dieser Art sind der ideale Nährboden für die Neurotisierung des zwangsläufig immer wieder auf sich selbst zurückweisenden und zurückverwiesenen ‚Hörspielbetriebs‘. (Mixner 1991, 49)

Dem Druck durch drohende Einsparungen steht in den neunziger Jahren der künstlerische und publizistische Erfolg (neuer) offener Hörspiel-, Audiokunst- und Medienkunst-Dramaturgien gegenüber. Dies gilt unter anderem für die Abteilung ‚Hörspiel und Medienkunst‘ des BR, den ‚Lauschangriff‘ im WDR-Hörfunkprogramm Eins Live, die Redaktion ‚Kunstradio – Radiokunst‘ beim ORF und das ‚Studio Akustische Kunst‘ des WDR, aber auch für die Arbeit des SWR im Umfeld des Karl-Sczuka-

Preises und das Programm von ‚SWR2 Klangraum: ars acustica‘ und ‚Audiohyperspace‘ sowie für einige Angebote im Programm des Deutschlandradios (‚Wurfsendung‘, ‚Geräusch des Monats‘, ‚Klangkunst‘).

Vor allem Christoph Lindenmeyer und Herbert Kapfer (Hörspiel und Medienkunst), Klaus Schöning (Studio Akustische Kunst), Hans Burkhard Schlichting (SWR-Hörspiel), Christoph Buggert (HR-Hörspiel) und Heidi Grundmann (Kunstradio – Radiokunst) publizieren öffentlichkeitswirksam – mit ganz unterschiedlichen Schwerpunkten und innerhalb unterschiedlicher Traditionslinien – ihre Überlegungen zu den Anforderungen an eine *neue* Dramaturgie, die auf künstlerische, medientechnische, institutionelle und zielgruppenbezogene Veränderungen reagiert. Klaus Schöning, ab 1991 Leiter der vom WDR eingerichteten Redaktion ‚Studio Akustische Kunst‘:

Ein wesentlicher Teil der redaktionellen Arbeit konzentriert sich bis heute darauf, Künstler aus den unterschiedlichsten Medien und Disziplinen in den Prozess der akustischen Realisierung ihrer Werke einzubinden. Sie mit einer sich ständig auch technisch verändernden Apparatur vertraut zu machen und dabei die technischen Instrumente produktiv und nicht reproduktiv einzusetzen. (Schöning 1997, 6 f.)

1988 begannen Christoph Lindenmeyer und Herbert Kapfer mit einer dramaturgischen Neuausrichtung der Hörspielarbeit des Bayerischen Rundfunks. Kapfer, heute Leiter der Redaktion, beschreibt Ende der neunziger Jahre die Kernpunkte dieser Konzeption:

Die Hörspielstudios im Bayerischen Rundfunk sind die zentralen, doch nicht die einzigen Produktionsstätten für neue künstlerische Produktionen, denn die Ideen und Konzeptionen der aktuellen Medienkunst spielen mit den Möglichkeiten medialer Vernetzung und erfordern die Zusammenarbeit mit anderen kulturellen Institutionen und Partnern. Die Bühne, die Ausstellung, das Fernsehen, das Internet sind Mitträger und Teile übergreifender multidisziplinärer Produktionen, die von Medienkünstlern in Zusammenarbeit mit der Abteilung Hörspiel und Medienkunst im Bayerischen Rundfunk angeregt und veranstaltet werden. Die übergreifenden multidisziplinären Produktionen basieren auf einem neuen, in den 90er Jahren entwickelten redaktionellen Selbstverständnis der Abteilung ‚Hörspiel und Medienkunst‘: Neu ist der Ansatz, das eigene Programm, die eigene Sendung bzw. Produktion als Ausgangsbasis zu begreifen, um mediale Aktionen und kulturelle Ereignisse in umfassendem Sinn und in Kooperation mit Kunsthäusern, Galerien, Bühnen, Ausstellungsveranstaltern und dem Fernsehen zu initiieren. War bislang das Sendeereignis – die Ursendung – der Fixpunkt einer Hörspielproduktion, werden daneben auch andere, zusätzliche Präsentations- und Verwertungsmöglichkeiten immer wichtiger. Dafür gibt es künstlerische,

aber auch marketingbezogene Gründe. Die neuen medienkünstlerischen Konzeptionen verlagern sich aus den Studios und Sendebetrieben in öffentliche Räume. Das Hörspiel kann in konzertanter Form Bühnen- und Radioereignis werden. Hörspiele oder Radiokunststücke präsentieren sich in Ausstellungen, multimedialen Performances und im Internet. Remix-Initiativen führen das Hörspiel in neue Umfelder, wenden sich an Publikumsgruppen, denen der historische Hörspiel-Begriff fremd sein mag. (Kapfer 1999, 247 f.)

Die Ausführungen Kapfers zur neuen BR-Dramaturgie zeigen deutlich, warum es einzelnen Redaktionen gelingt, sich so erfolgreich im Hörspiel- und Kulturbetrieb (neu) zu positionieren:

Das Radio ist hier in der Regel zwar das erste, aber nicht mehr das einzige Medium für Hörspielkunst. Neben das Radioprogramm treten die Online- und Live-Präsentation und die Vermarktung bzw. ‚Zweitverwertung‘ auf Tonträger (im Idealfall haben auch solche CD-Reihen ein spezifisches künstlerisches oder thematisches Profil und eine eigene Zielgruppe; zumindest im Sinne der Profilbildung einer Redaktion bzw. Dramaturgie sollten sie also nicht ausschließlich dazu dienen, Material aus dem Schallarchiv oder ‚Klassiker‘ und ‚Straßenfeger‘ eines Senders aus rein ökonomischen Gründen zu vermarkten). Die Produzenten arbeiten je nach den technischen künstlerischen Anforderungen und der Arbeitsweise der jeweils Beteiligten entweder in den Hörspielstudios der ARD, zu Hause am eigenen Computer, in spezialisierten Tonstudios oder auf der Bühne. Zu den Aufgaben der Redaktion gehört dabei, nicht nur Autoren, sondern auch Komponisten, Musiker, Schauspieler, Theatermacher, Netzkünstler und bildende Künstler miteinander zu vernetzen und ihnen einen Freiraum zu geben, in dem sie ihre Vorstellungen von Hörspiel, Klang-, Radio- und Medienkunst umsetzen können.

Die Dramaturgen suchen neue Kooperationen und Zielgruppen außerhalb des Hörfunks – nicht mehr nur unter den Hörern der traditionellen Kulturradioprogramme. Sie nutzen die Strategien des Kulturmarketings und schaffen gezielt Öffentlichkeit für die Weiterentwicklungen und Ausweitungen der Hörkunst – beispielsweise durch ein vielfältiges Internetangebot¹ und ein umfangreiches Programmheft mit Hintergrundinformationen und programmatischen Aufsätzen aus der Dramaturgie, durch Veröffentlichungen in der Presse, Buchpublikationen, Magazinsendungen (so beim BR und DLF), eigene Tonträgerreihen, Wettbewerbe und Preise für Autoren oder freie Hörspielproduzenten und durch die Inszenierung der Hörkunst als Event².

¹ Mit Pressemeldungen, Programminformationen zu den einzelnen Sendungen, Programmarchiv, Downloads (Programmheft, Sendetermine/Programmschema, MP3-Dateien), Newsletter, Hörbeispielen, Audio-Streaming, Podcasting, Buch- und Tonträger-Shop, Veranstaltungsübersicht, Link- und Literaturliste.

² Zum Beispiel durch Festivals, Workshops, Hörspiel/Hörkunst im öffentlichen Raum und öffentliche Vorführungen im Umfeld unterschiedlicher Zielgruppen (Sendesaal, Theater, Konzertsaal, Literaturhaus, Galerie, Club, Kino, Planetarium usw.).

Entscheidend ist auch – das wird mit Blick auf die in diesem Beitrag dargestellte historische Entwicklung deutlich – die Fähigkeit der Dramaturgen, neue Begriffe bzw. ‚Labels‘ zu positionieren und diese dann auch für längere Zeit kontinuierlich mit *neuen eigenen* Inhalten zu füllen: ‚Hamburger Dramaturgie‘, ‚Kölner Dramaturgie‘, ‚Münchener Dramaturgie‘, ‚Neues Hörspiel‘, ‚Akustische Kunst‘/‚Ars Acustica‘, ‚Pop-hörspiel‘/‚Hörspiel-Pop‘, ‚Readytapes‘, ‚Kunstradio‘, ‚Hörspiel als Medienkunst‘/‚Intermedium‘, ‚Audiohyperspace‘, ‚Lauschangriff‘/‚Soundstories‘. Allerdings liegt hier auch die Gefahr, zu lange auf bestimmte Labels oder Stilrichtungen festgelegt zu werden, auch wenn sich die eigene Dramaturgie längst weiterentwickelt hat.

Die Anforderungen an die Dramaturgie im Hörspiel sind offensichtlich bereits heute sehr vielfältig. Doch zeichnen sich schon jetzt weitere Bereiche ab, in denen die Redaktionen aktiv werden müssten. So sind gegenwärtig unter anderem Veränderungen in der Radio- und Audionutzung zu beobachten, wie die zeit- und programmabhängige Nutzung per Audio-on-demand und die verstärkte Mobilität und Individualisierung, beispielsweise durch MP3 und Podcasting. Darüber hinaus gibt es zahlreiche technische Neuerungen bzw. Weiterentwicklungen im Bereich des Hörfunks und der Onlinemedien, z.B. Mehrkanal- bzw. Surround-Produktion, ‚Visualisierung‘ des Hörfunks durch Digitalradio-Technologien, Tendenz zu multimedialen Angeboten, technische und qualitative Verbesserungen des Audiostreamings, der Erfolg der Podcasting-Technik und der Wiki-Systeme sowie die zunehmende Verbreitung der Internetangebote im Bereich ‚sozialer Netzwerke‘ und des sog. ‚Web 2.0‘. Diese Entwicklungen werden die Hörspielabteilungen und ihre redaktionellen Strategien in der Zukunft vor weitere Herausforderungen stellen:

Welche künstlerischen Spielmöglichkeiten ergeben sich aus der zunehmenden Mobilität und Zeit- und Programmabhängigkeit der Rezipienten – mobile Hörkunst, Hörspiel-on-demand? In welchem Umfang und mit welchen Inhalten können die Redaktionen Podcasting-Angebote für ihre Hörer bereitstellen? Wie können Wiki-Systeme oder soziale Netzwerke für die Öffentlichkeitsarbeit und die Hörerbindung genutzt werden? In welchem Umfang und in welche (dramaturgische, hörspielästhetische) Richtung sollen die Versuche mit Surround-Produktionen vorangetrieben werden? Wie kann das bislang fast ausschließlich akustisch konzipierte Hörspiel auf den Trend zu multimedialen Angeboten reagieren? Wie könnten von Hörspiel- und Medienkunstredaktionen der ARD entwickelte zukünftige DVD-Produktionen (als Ergänzung zu Audio-CDs bzw. Hörbüchern) aussehen? Welche dramaturgischen Möglichkeiten ergeben sich durch neue netzbasierte Verfahren und die steigenden Datenübertragungsraten privater Internetanschlüsse für die Produktion und Präsentation von Hörkunst im Internet? Wie gehen die Redaktionen und der Hörfunk als Institution damit um, dass prinzipiell jeder interessierte Autor, Musiker, Künstler und Regisseur mit etwas Know-how am eigenen Rechner Hörstücke produzieren kann? In welcher Form können die ‚freie Hörspielszene‘ und die öffentlich-rechtlichen Hörspielabteilungen in Zukunft nebeneinander bestehen und kooperieren? In welchen Bereichen der Technik, Dramaturgie und Ästhetik kann das Hörspiel/die Radiokunst gezielt künstle-

risch weiterentwickelt werden? – Es stehen also zahlreiche Fragen auf der redaktionellen Agenda.

Die hier beschriebenen historischen Positionen der Hörspieldramaturgie sowie die aktuellen und zukünftigen Anforderungen an die redaktionelle Arbeit zeigen auch zusätzliche Herausforderungen für die Hörspielkritik, die Hörspielforschung und -geschichte auf. Es gilt, nicht nur das einzelne Hörspiel bzw. die einzelne Sendung zu betrachten, sondern noch mehr als bisher auch den Rahmen der Medienprodukte, d.h. die historischen und aktuellen dramaturgischen Konzepte der einzelnen Redaktionen zu analysieren – ein zentraler Aspekt der Hörspiel- und Radioarbeit, der zum einen in seiner historischen Entwicklung im Detail aufgearbeitet und zum anderen auch kontinuierlich beobachtet werden sollte.

Literatur

Bloom, Margret 1985: *Die westdeutsche Nachkriegszeit im literarischen Original-Hörspiel*. Frankfurt am Main.

Buggert, Christoph 1985: *Verkabelte Literatur? Die Chancen des Hörspiels in der Medienezukunft*. In: Thomson, Christian W./Schneider, Irmela (Hrsg.). *Grundzüge der Geschichte des europäischen Hörspiels*, Darmstadt, S. 207-220.

Buggert, Christoph 1997: *Delirium Radio. Anmerkungen eines Medien-Fossils*. In: *Radioästhetik – Hörspielästhetik; Augen-Blick*. Marburger Hefte zur Medienwissenschaft., H. 26, S. 30-39.

Fischer, Eugen Kurt 1964: *Das Hörspiel. Form und Funktion*. Stuttgart.

Hickethier, Knut 1997: *Radio und Hörspiel im Zeitalter der Bilder*. In: *Radioästhetik – Hörspielästhetik; Augen-Blick*. Marburger Hefte zur Medienwissenschaft, H. 26, S. 6-20.

Kamps, Johann M. 1969: *Beschreibung, Kritik und Chancen der Stereophonie im Hörspiel*. In: *Akzente*, Jg. 16, H. 1, S. 66-76.

Kapfer, Herbert 1999: *Hörspiel und Medienkunst im Bayerischen Rundfunk. Formen, Konzeptionen, Programmangebote*. In: Hamm, Margot/Hasselbring, Bettina/Henker, Michael (Hrsg.). *Der Ton – Das Bild. Die Bayern und ihr Rundfunk 1924 – 1949 – 1999*, Augsburg, S. 242-249.

Klostermeyer, Monika 1997: *Das Hörspiel im Radio*. In: *Radioästhetik – Hörspielästhetik; Augen-Blick*. Marburger Hefte zur Medienwissenschaft, H. 26, S. 40-43.

Mixner, Manfred 1991: *Hörspiel als Invention. Ungeordnete Gedanken zur Redaktions- und zur Studioarbeit*. In: *Hörspiel-Positionen. Beiträge zu einer ästhetischen Theorie des Radios; Sprache im technischen Zeitalter*, Jg. 29, Nr. 117, S. 49-64.

Schätzlein, Frank 1997: *Kunst und Kondensator. Hörspiel und Technik seit 1923*. In: *ZMMnews* (Sommer 1997), S. 36-39, überarbeitete Online-Fassung unter: www.akustische-medien.de/texte/zmm_kunst97.htm (Stand: 27.2.1997).

Schätzlein, Frank 2004: *Von der automatischen Senderegie zum Computer Integrated Radio. Entwicklung und Perspektiven der Digitalisierung des Hörfunks*. In: *Sege-*

berg, Harro (Hrsg.). Die Medien und ihre Technik. Theorien – Modelle – Geschichte, Marburg, S. 398-415.

Schöning, Klaus 1969: *Anmerkungen*. In: ders (Hrsg.): Neues Hörspiel. Texte, Partituren, Frankfurt am Main, S. 7-16.

Schöning, Klaus 1997: *Zur Archäologie der Akustischen Kunst im Radio*. In: WDR (Hrsg.). Klangreise – Sound Journey. Studio Akustische Kunst. 155 Werke 1968-1997, Köln, S. 1-11.

Schwitzke, Heinz 1963: *Das Hörspiel. Dramaturgie und Geschichte*. Köln/Berlin.

Wagner, Hans-Ulrich 1997: „*Der gute Wille, etwas Neues zu schaffen*“. *Das Hörspielprogramm in Deutschland von 1945 bis 1949*. Potsdam.

In: Relating Radio. Community, Aesthetics, Access. Beiträge zur Zukunft des Radios. Hrsg. von Golo Föllmer und Sven Thiermann. Leipzig: Spector 2006.
