

MUSIK *Z* ZEITSCHRIFT
ÖSTERREICHISCHE
Ein europäisches Forum

ÖMZ 02 2016

on air – on sale
Musik und Radio

**ON
AIR**

HOLLITZER



VERLAG

Wie das Radio die Musik macht

Technik, Wirtschaft und Programm

Irene Suchy



Radio wird konsumiert, es strahlt aus, es trägt etwas weiter, es ist Medium und Kulturträger. Die in Österreich lebende Musikproduzentin Xueping Wang stellt vier Kernkompetenzen der Musikindustrie vor, die alle das Radio als Produktions- und Wirtschaftsplattform betreffen: das Live-Geschäft, das Senden von Musik, die Tonträgerproduktion sowie die Dienstleistung.¹

Noch gibt es die Studie über Kultur-Radio als Wirtschaftsfaktor nicht. Aber die imposanten Ö1-Jahrbücher, das neueste Ö1Buch16, herausgegeben von der ORF Marketing & Creation GmbH für die Ö1 Club-Mitglieder, zeigen auf starken 400 Seiten die Kooperationspartner von Ö1, von Kultur- bis Genussstempeln, von Theatern bis Winzern, die Vergünstigungen von Kartenreduktion bis zum Angebot von Ö1-Kreditkarten. Ö1 erhöht die Publikums-Frequenz seiner Partnerhäuser durch die Verbreitung besonderer Angebote.

Das IHS-Institut für höhere Studien in Wien hat 2012 im Auftrag der Wirtschaftskammer Wien »Die ökonomischen Effekte der Musikwirtschaft in Wien und Österreich« untersucht und dabei die weit verzweigten Wertschöpfungsketten von Produktion, Vertrieb und Verkauf dokumentiert. Eine eigene Studie zu all den Werten, die das Radio kreiert, steht jedoch noch aus: Desideratum ist, weitere Werte eines Kulturradios zu erfassen wie die Bindung eines gesellschaftlichen Milieus durch den Sender und seine Musikgenres oder die Imagefaktoren der darin agierenden wie präsentierten Personen. In den bislang erfassten Wirtschaftskreisläufen sind die Aufführung und die mediale Wiedergabe – sei es live oder im Rundfunk – mitberechnet, ein Faktor, der Lizenzen und Tantiemen generiert, die wiederum in die Produktion von Musik fließen. Es wird klar: Die Geschichte des Urheberrechts kann auch als Geschichte des Radios erzählt werden. – Das Radio ist eine Plattform für Musikwirtschaft in seinen Funktionen:

- die Produktion von Tondokumenten von der Aufnahme über das Mastering bis zur sendefertigen Ausstrahlung und Veröffentlichung auf Tonträgern;
- die Herstellung und der Vertrieb von Tonträgern: ORF-Ö1 produziert wie andere Kultur-Radios mehrere CD-Serien mit speziellem Profil von österreichischer Musik, sei es zeitgenössisch oder

auch barock und anderes, vorwiegend in Kooperation mit österreichischen Festivals und Ensembles; die Rundfunksender sind auch Kooperationspartner von CD-Firmen; in Zeiten enger werdender Budgets ist Kooperation gefordert, die von der Promotion on air über Ko-Produktion bis zur Ko-Finanzierung bei CD-Präsentations-Veranstaltungen reicht;

- die Produktion von Hörspielen, ein Genre, das Kompositionsaufträge verlangt, sowie die Produktion von Aufführungen in Konzert- oder Opernhäusern für die Ausstrahlung wie für den Tonträger;
- das Verlegen von Musik und zwar weniger des Repertoires der Radio-Klangkörper als der im TV-Show- und Filmbereich ausgestrahlten Musik; der ORF betreibt diese Verbreitungsarbeit, die mit dem Erwerb von Lizenzen und Rechten verbunden ist, über eine Tochtergesellschaft.

Mit der Aufführung von Musik, sei es im Radiokulturhaus, bei Veranstaltungen der Rundfunkgesellschaft außerhalb der Sendeanstalten oder bei Musikveranstaltungen und Musikaufführungen der dem Radio angeschlossenen Klangkörper wie dem Radio-Symphonieorchester ist auch die Arbeit von externen Agenturen und Veranstaltern verbunden (Das RSO Wien selbst ist Teil des öffentlich-rechtlichen Radios).

Das Radio-Symphonieorchester des ORF.

Foto: ORF/Thomas Ramstorfer



»Radio kills the music« war einer der Slogans der Plattenproduzenten der 1930er-Jahre. Sie fürchteten um das Geschäft, bis sie erkannten, dass das Radio gerade förderlich dafür war. Das Radio ist heute Partner von Orchestern und Festspielen, nicht nur im Bereich der Werbung sondern auch hinsichtlich der Zahlung von Lizenzen für die Senderechte. In die Partnerschaften klingender Namen von Festspielen und Stars, verkündet vom Kultur-Radio, mischt sich auch im werbefreien Kulturradio des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gelegentlich ein Firmenname, der mit seiner finanziellen Unterstützung sein Image aufwertet und die Sendung mitfinanziert.

Gebührlich

Private Kulturradios kooperieren mittels Werbung und Finanzierung durch die mit ihnen verbundenen Institutionen – wie Radio Klassik Stephansdom mit der Erzdiözese Wien. Klassik Radio in Hamburg, das in die Moderationen die Informationen über die Aktienkurse mischt, notiert an der Börse. Kulturradios im öffentlich-rechtlichen Verbund sind nicht unabhängig von der Werbung; der Ausfall von verletzten Schistars als Werbeträger macht sich in den Budgets bemerkbar. Damit stehen die Werbeeinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit den Gebühren in einem Konkurrenzverhältnis, das sich verschärft. Die Gebühren stehen auf dem Prüfstand, in Deutschland wie in Österreich. Dass ein gebührenfinanziertes Radio für eine Demokratie unverzichtbar ist, wird mit dem gesetzlich vorgeschriebenen Informationsgebot des Radios begründet, eine Argumentation, die auf das Musikangebot übertragen werden kann. Public value ist das Schlagwort der öffentlich-rechtlichen Sender, die Gegenleistung für Gebühren. In seiner medienpolitischen Diplomarbeit formuliert Anton Neuber, dass das »gesamte Programmangebot einen Einfluss auf die Sozialisation und Kultivierung der Gesellschaft hat und Funktionen für die Alltagsbewältigung der Mitglieder der Gesellschaft erfüllt.«²

Die Musik-Wertschöpfungskette ist ein grundlegendes Thema des von einem Team um Bastian Lange herausgegebenen Buches *Akustisches Kapital* (2013). Das Radio wird darin als Distributor von Promo-Material, als Teil von Musikproduktionsfirmen sowie als Bewertungsinstrument erkannt. Das Radio bzw. bestimmte Radiostationen wie das englische nationale Radio BBC sind mächtige Institutionen, über die das pop-kulturelle Feld strukturiert und damit auch der Verkauf von Tonträgern oder Konzertkarten mitgesteuert wird. Zum Kapital des Radios zählt auch die Radiozeitschrift als nachhaltiger Faktor. Denn seit Anbeginn des Radios begleitet das Print-Medium das Radio und seine Innovationen im Musik- und Technikbereich; die Komponisten vertrauten ihm ihre Gedanken und Hoffnungen an; in Internet-Zeiten ist die Radiozeitschrift analog oder digital als Promo- und Begleitmedium und als Bindungselement für die Club-Mitglieder der Sender unersetzlich.

Die Zusammenarbeit zwischen der Musikindustrie und der Werbebranche reicht bis ins späte 19. Jahrhundert, als die Musikverlage der New Yorker Straße Tin Pan Alley, von werbetreibenden Firmen finanziert, den Zeitungen und Zeitschriften Notenblätter populärer Songs beilegen, um den Absatz zu steigern. Die Zusammenarbeit setzte sich dann im neuen Medium Radio in den 1920er- und 1930er-Jahren fort, als werbetreibende Firmen ganze Musiksendungen aber auch einzelne KünstlerInnen mit Sponsoring finanzierten. Im US-Radio ist die Produktion von Musik-Radio-Features auf der Grundlage externer Finanzierung weiterhin üblich, die Werbebudgets haben sich aber weitgehend vom Radio zum Fernsehen verlagert.

Radioinspiration

In einer Zeit, in der das Wort Gebrauchsmusik schon gang und gäbe war, in der Satie die Möbelmusik erdacht hatte, wurde das Radio erfunden – und machte aus aller Musik Radiomusik. Wer nun von Musik schwärmte, schwärmte vom Radio. Am Anfang steht Marcel Proust, er hörte 1902 *Pelléas und Mélisande* gemeinsam mit 400 anderen stereophonisch durch das Theatrophon. Das Radio ist ein unsichtbares Band zwischen Organisierenden und Komponierenden, es vermittelt Aufträge und Engagements, auch zwischen MäzenInnen und Musikschaffenden. Ein prominentes Beispiel: Benjamin Britten lernt seinen Auftraggeber Paul Wittgenstein über das Radio, »the wireless«, kennen.

Die deutsche Rundfunkoper – für *Der Lindberghflug/Der Ozeanflug* wünscht sich Bertolt Brecht ein allgemeines Mitsingen an den Empfangsgeräten – blieb eine Seitengasse der Operngeschichte. Beginnend mit Gustav Kneips Märchenoper *Christkinds Erdenreise*, ausgestrahlt am 24. Dezember 1929 von der Westdeutschen Rundfunk AG, sind unter anderen Walter Goehr und Walter Gronostay, Heinrich Sutermeister und Hans Werner Henze, Boris Blacher, Gian Carlo Menotti und Bruno Maderna zu reinen Hör-Opern inspiriert worden.³ Die Sackgasse Funkoper macht das Defizit der Partnerschaft Oper und Radio kenntlich – noch ist eine adäquate den beiden Medien gerecht werdende Präsentationsform nicht gefunden. Und doch: Das Internet gibt die Chance zum Mitlesen der Partitur und des Textbuches, weitere Branchen der Musikproduktion sind damit am Wertschöpfungsprozess beteiligt.

Radio und Neue Musik wurden trotz Beziehungsstörungen enge Partner. Noch bevor der WDR in den 1950er-Jahren sein »Studio für elektronische Musik« gründete, organisierte Pierre Schaeffer 1943 Kurse für Tontechniker und Rundfunkregisseure. Daraus entstand das Versuchs-



»Telephone Concert from London«: Hörer einer telefonisch übertragenen Operaufführung in Birmingham um 1900.



Der Radiopionier Jörg Mager an dem von ihm entwickelten Sphärophon 1926 in Donaueschingen.
Bild: wikimedia.org

studio des französischen Rundfunks und Schaeffers kompositorisches Verfahren als Weg vom Hören der gesammelten Materialien über skizzenartige Experimente zur materiellen, als fertiger Tonträger fixierten Komposition.⁴ Die 1930 von Walter Ruttmann gesammelten Tonaufnahmen eines Wochenendes und die daraus entstandene Klangmontage *Weekend* können als Vorläufer des Kunstradios gehört werden.

Das Wechselspiel Radio und Musikschaffen, die gegenseitige Inspiration und Befruchtung bilden einen wesentlichen Strang des Radio-Musik-Schaffens. In einer nicht abreißenden Tradition entsteht Radio-Musik von Ernst Jandl, Mauricio Kagel und Bernd Alois Zimmermann, von Otto Matthäus Zykan bis Sophie Reyer; die Radio-Verantwortlichen bis in die Gegenwart stehen in engem wertschätzenden Kontakt mit Musik- und Literaturschaffenden. Ihnen lieferte das Radio durch Aufträge und Lizenzen über Jahrzehnte einen beträchtlichen Teil des Einkommens. Die Studios der Sendeanstalten, aber auch die Hersteller der Geräte stellten die Produktionsmittel. Der deutsche Radiopionier Jörg Mager konstruierte mit Unterstützung einer Radiofirma ein Vierteltonharmonium und inspirierte damit einen Komponistenkreis um Busoni von Alois Hába bis Iwan Wyschnegradsky, eine Traditionslinie, die weiter bis Georg Friedrich Haas gezeichnet werden kann. Mager präsentierte sein Elektrophon, später Sphärophon genannt, in Donaueschingen. 1931 stellte er das fünfstimmige Partiturophon vor, das anschließend bei den Bayreuther Festspielen zur elektronischen Realisierung der Parsifal-Gralsglocken eingesetzt wurde. Ein Aufsatz in einer der substantziellen Rundfunkzeitungen schrieb Magers Bedeutung fest.⁵

Mager glaubte an den Wert der Instrumente, die das Radio kreierte, an die Radiomusik, die das Medium hervorbrachte, und verlangte mehr Einsatz für die Entwicklung des Neuen als für die Verbreitung des Alten.⁶ Seine Visionen, jener magische Punkt zwischen Radio und Musik, an der Schwelle von Kunst, Technologie und Wirtschaft, sind künstlerisch rezipiert im Format »Kunstradio«.

Viele von Deutschlands Radiopionieren emigrierten in die USA. Amerikanische Filmregisseure bedienten sich in Deutschland entwickelter elektronischer Instrumente: Oskar Salas Trautonium brachte *The Birds* für Hitchcock zum Schreien, das Theremin setzte den vibrierenden Höhepunkt in Miklós Rózsas Musik zu Hitchcocks *Spellbound*. Radiostationen entwickelten neue Instrumente, kreierten neue Sounds. Ein neues Publikum wurde erreicht – Aaron Copland komponierte begeistert für den »common man«, zuversichtlich, unerfahrene HörerInnen gewinnen zu können; er regte an, dass jede Radiostation zehn Komponierende beschäftigen solle.⁷

Hanns Eisler trug sich 1935 mit der Hoffnung der Entstehung einer neuen Musik, einer neuen Kompositionsweise, eines neuen Komponisten-Typs.⁸

Radio wurde ein Boden der technischen und technologischen Innovationen. Busoni hatte sich 1907 abstrakten Klang und hindernislose Technik gewünscht: »Ich möchte noch gern einen Zipfel der neuen Tonkunst erwischen und womöglich selbst einen Saum daran nähern.«

Rilke stand 1919 staunend vor einem Phonographen und nannte den Klang Urgeräusch. Radio und Technik inspirierten und bedingten einander, die Wirtschaft bildete die dritte Achse. 1913 gab es in Belgien schon Radio, der Erste Weltkrieg brach die europäische Entwicklung ab, die USA wurden Vorreiter und Vorbild. Das US-Radio ist privat organisiert, Großkonzerne – wie General Electric und ATT (American Telephone and Telegraph Company) – waren federführend. Von Anfang an war Erfindung an Marktfähigkeit gekoppelt: Alexander Graham Bell und Thomas Alva Edison machten es vor. Zu Weihnachten 1906 übertrug eine Sendestation in Brant Rock das erste Konzert via Radio, 1920 ging in Pittsburgh die erste Rundfunkstation der Welt in Betrieb. Die kommerziellen Radio Networks wurden Mäzene der amerikanischen Musik: NBC gründete ein Orchester für den NS-Exilanten Toscanini (siehe S. 60f.), das bis 1954 bestand. Texaco, der Öl-Konzern, sponserte Opernübertragungen aus der Met, man begann Weihnachten 1931 mit *Hänsel und Gretel* und kooperierte erfolgreich und mehrfach preisgekrönt bis zur Saison 2003/2004. Die amerikanischen Radio Networks gaben an ihre Komponisten Aufträge, sie hatten keine Probleme, große Firmen als Sponsoren für aufwendige Programme zu gewinnen. Das Radio hat es als Mäzen leicht: Es gewinnt neben dem Konzertpublikum auch jenes an den Empfangsgeräten, es kann so mit seinem Publikum in Kontakt treten und seine Bühne vergrößern.

Orchestermusik

2014 veranstaltete man in Bukarest ein Festival der Rundfunkorchester unter dem Titel RadiRo. Die ersten Rundfunkorchester in Europa wurden mit den ersten Radios gegründet, in Leipzig, Berlin und Frankfurt. In Wien wurde 1924 die Radio Verkehrs AG (RAVAG) begründet, sie engagierte erst das Wiener Sinfonieorchester, ab 1933 gründete sie das RAVAG-Unterhaltungorchester, 1938 in Großes Unterhaltungorchester umbenannt, nach dem Zweiten Weltkrieg von Max Schönherr als Großes Wiener Rundfunkorchester wiederbegründet, 1969 zum ORF-Symphonieorchester gewandelt, 1996 in den jetzigen Titel umbenannt.⁹ Das Radio-Symphonieorchester



Thomas Edison und der von ihm entwickelte zweite Phonograph auf einer Aufnahme von 1878.
Foto: Mathew Brady/wikimedia.org



Rundfunkarchitektur zum Staunen: Santiago Calatravas Funkturm aus dem Jahr 1991 auf dem Olympiagelände in Barcelona.

Foto: Alice Wiegand/wikimedia.org

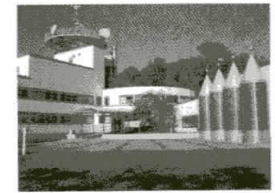
stellte als einziges Spitzenorchester Österreichs bereits in den 1960er-Jahren Frauen ein. 1924 sendete »das große Rundfunkorchester der Deutschen Stunde in Bayern« das erste Symphoniekonzert. Der Gedanke, dass Rundfunkorchester bloß im Radio spielen sollten, wurde bald verworfen, die Rundfunkanstalten leisteten sich neben einem Symphonieorchester auch ein Unterhaltungsorchester, Tanzorchester, Big Bands und Chöre. In den letzten zwanzig Jahren gab es einen dramatischen Wandel in den Klangkörpern der Rundfunkanstalten in Europa, eine Entwicklung, die in Österreich schon mit dem Ende des ORF-Chores und der ORF Big Band in den 1980er-Jahren begann. Die Fusions- und Liquidations-Pläne erregen konsequent einen öffentlichen Aufschrei der Musikschaffenden.

Rundfunkarchitektur

Seitdem der Rundfunk mehr und mehr seine Ensembles auflöst, haben die Konzert-Säle im Rundfunk und die Rundfunkbauten neue Legitimationsaufgaben. Radiobauten werden nun unter Denkmalschutz gestellt, zu Kultur- und Veranstaltungszentren umgewandelt, an Investoren verkauft, der Einrichtung entledigt und zweckentfremdet. Wenige Rundfunkbauten sind Anfang des Jahrtausends entstanden, etwa in Mainz oder in Hilversum. Der Rundfunkbau ist die Sichtbarmachung des Radios mit Funkturm und Antenne, ein Markstein der Stadtarchitektur: Paris, erbaut von Henry Bernard, Bratislava – eine umgedrehte Pyramide oder Berlin – Wahrzeichen einer Stadt. Kaum eine große Architektur-Karriere ohne Rundfunkbau: Santiago Calatrava für den Funkturm in Barcelona, Clemens Holzmeister, Norman Foster, Rem Koolhaas, Kenzo Tange. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk repräsentiert(e) sich völlig anders als die Privatsender. Die ersten Rundfunkbauten, wie das Haus des Rundfunks in Berlin, erbaut vom Architekten Hans Pölzig, sind noch repräsentative Architektur ohne besonderen Grundriss. Gustav Peichl entwickelte nach 1969 ein elastisches Planungskonzept für die Studios des ORF in den Bundesländern: Flexibel und technoid sind die Imagerträger mit Schlachtschiff-Anklängen Renommé-Bauten, ebenso in Serie errichtet wie das Opernhaus im ausgehenden 19. Jahrhundert. Eine paradoxe Situation: Das Radio soll unhörbar sein; seine Säle sollen in ihrer Akustik nicht erkennbar, nicht von anderen Konzertsälen unterscheidbar sein, architektonisch aber soll der Radiobau jene markante Gestaltung aufweisen, die dem Betreiber Würde und Ansehen verschafft. Das Radio erfordert keinen Raumzwang, der Raum ist ausgeblendet, es ist ein Medium, das den Raum außer Kraft setzt. Letztlich zeugen Radio-Bauten von der Schwierigkeit, für die Radio-Kreativität ein Haus zu bauen.

Das Radio bewältigt die Spanne zwischen Innovation und Bewahrung; es ist der Boden für neue Ideen im Bereich Technologie und Kunst und zugleich das Haus des Ton-Archivs. Der Mäzen Radio ist Auftraggeber in der Gegenwart und Bewahrer für die Zukunft. Radios mit ihren Archiven für Tonaufnahmen sind Ausgangspunkt neuer Kompositionen und der musikwissenschaftlichen Forschung; vor allem die Ethnologie verdankt den Radiostationen wertvolles Material. Alan Lomax war in den USA der erste Musikethnologe am Radio, er sammelte Tonaufnahmen für die Library of Congress, letztlich 17.400 digitale Audiofiles, gestaltete Sendungen für CBS, BBC und RAI und war sich des Bewahrens von Musikaufnahmen, aber auch von O-Tönen, also Aussagen der ZeitgenossInnen zu historischen Ereignissen, bewusst. Der Wert von Archiven wird oft nur von einzelnen erkannt: Oscar Deleglise, ehemals Werbechef beim Sender Rot-Weiß-Rot, hat 1955 aus dem Archiv-Schatz des Senders die Bänder mit Konzerten der Wiener Philharmoniker und der Wiener Symphoniker vor der Vernichtung gerettet. Parlamentarische Anfragen betrafen in den letzten Jahren auch die Bewahrung wie die Zugänglichkeit der Bestände des ORF-Hörfunk- und TV-Archivs. Die Debatte kam 2009 ins Rollen, als Verwertungsrechte dieses »Weltkulturerbe« genannten Archivschatzes im Alleingang privat vermarktet hätten werden sollen.

Irene Suchy arbeitet als Publizistin und Journalistin – insbesondere für den ORF-Radiosender Ö1, für den sie seit 1989 unzählige Beiträge schrieb und moderierte. Suchy wurde mit mehreren Preisen ausgezeichnet, darunter der Karl Renner Preis für die NS-Aufarbeitung Strasshof und die NS-Beschäftigung in ORF-Sendungen.



Das von Gustav Peichl entworfene ORF-Landesstudio Burgenland.

Bild: wikimedia.org

Anmerkungen

- 1 <https://musikwirtschaftsforschung.files.wordpress.com/2011/12/pinie-wang-musik-und-werbung-working-paper-dez-2011.pdf> (Stand: 8.3.2016).
- 2 Anton Neuber, *Public Value der Öffentlich-Rechtlichen Medien. Von einem Schlagwort zu greifbaren Definitionen. Ein Versuch* (Diplomarbeit Univ. Wien), Wien 2008.
- 3 Lydia Jeschke, »Von überallher aus der Welt. Technik und Fortschritt in der Funkoper«, in: Nils Grosch (Hg.), *Aspekte des modernen Musiktheaters in der Weimarer Republik*, Münster u. a. 2004, S. 193–207.
- 4 http://www.ele-mental.org/ele_ment/said&did/schaeffer_interview.html (Stand: 8.3.2016).
- 5 Richard H. Stein, »Zukunftsmusik im Rundfunk«, in: *Der deutsche Rundfunk* 12 (1925), S. 733ff.
- 6 Vgl. auch Peter Donhauser, *Elektrische Klangmaschinen. Die Pionierzeit in Deutschland und Österreich*, Wien u. a. 2007.
- 7 Carol J. Oja und Judith Tick (Hg.), *Aaron Copland and His World*, Princeton 2005, S. 346.
- 8 Hanns Eisler, »Einiges über die Lage des modernen Komponisten (1935)«, in: Ders., *Gesammelte Schriften*, hg. v. Günter Mayer und Tobias Faßhauer, Bd. 1, Leipzig 1973, S. 322–327, hier S. 324.
- 9 Elisabeth Th. Fritz-Hilscher und Helmut Kretschmer (Hg.), *Wien Musikgeschichte, von der Prähistorie bis zur Gegenwart*, Wien, Berlin 2011.