

kontinuierlich betont. Nach Gienow-Hecht und Donfried sind die Instrumente, die dazu eingesetzt wurden, dabei ebenfalls unterschiedlich gewesen: Das Paradebeispiel USA hat im Kalten Krieg sehr stark auf Massenkommunikationstechnologien gesetzt, um die öffentliche Meinung von Millionen von Menschen rund um den Globus zu beeinflussen.²⁶

Wie stark die über Kurzwelle ausgeübte ›Soft Power‹ staatlichen Regulierungen unterlag, zeigt sich als strittig. Auf der einen Seite stehen die Radiokriegs-Verfechter, die der Propaganda einen grossen Einfluss einräumen, auf der anderen Seite findet man Kritiker, die der Unterhaltung grösseren Einfluss auf das Publikum einräumen als der Information (und Propaganda).

3.4 Der KWD

3.4.1 Glaubwürdigkeit

1962 wurde beim KWD eine 24-Stunden-Redaktion mit Englisch als Grundsprache eingeführt. Die dahinter stehenden neuen Möglichkeiten der Informationsgenerierung führten auch zu Diskussionen darum, »wie denn das Leben und die Probleme des eigenen Landes im Rahmen einer solchen Selbstdarstellung dem Ausland gegenüber zu behandeln seien«. Der Direktor des KWDs Gerd H. Padel schrieb im Jubiläumsband zu 50 Jahre Kurzwelldienst und Schweizer Radio International (SRI), wie der Sender ab 1978 hiess, zu dieser Neuausrichtung, dass der Sender weder »ein patriarchalisches Sprachohr« einer »Exekutivpublizistik« sein soll noch das Bild eines Landes »in paradiesischer Harmonie dahinlebender Idylle« vermitteln dürfe. Als Credo des Senders verankert Padel Glaubwürdigkeit, Wahrhaftigkeit und journalistische Redlichkeit. Die Glaubwürdigkeit sei die Grundlage für eine nachhaltige und längerfristige Beziehung zum Publikum.²⁷ Die Glaubwürdigkeit wird im Jubiläumsband von 1985 auch von anderer Seite her wiederholt betont. So schreibt der Botschafter Heinz Langenbacher: »SRI und schweizerische Auslandsvertretungen verfolgen ein und dasselbe Ziel. Wir wollen die Schweiz

26 Ebd., S. 16.

27 Gerd H. Padel: 50 Jahre Schweizer Radio International. In: Schweizer Radio International (Hg.): 1935–1985. 50 Jahre Schweizer Radio International. Bern 1985, S. 23–28, hier S. 27 f.

im Ausland glaubwürdig darstellen.«²⁸ Glaubwürdigkeit als Wertvorstellung eines sich im Kriegsfall als neutral sehenden Kleinstaats wie der Schweiz wird auch im Rahmen der Sicherheitspolitik als unumgänglicher Weg gesehen.²⁹ Glaubwürdigkeit wurde auch von den Hörer/-innen selber gefordert. Schenkt man den im Archiv erhaltenen »Popularity Votes« von Hörerclubs Glauben, war die Schweiz ziemlich erfolgreich, als nicht propagandistischer Sender wahrgenommen zu werden. Im Zentralarchiv des KWDs befindet sich ein Teil der damaligen Hörerforschung des Senders. Diese Hörerforschung besteht grösstenteils aus einer Zusammenstellung von Ausschnitten aus Hörerbriefen, also von spontanen Hörerreaktionen, aber auch aus eigenen Umfragen des Senders. Für die Zeit von 1950 bis 1975 wurden auch Berichte zur Popularität des Schweizer Auslandssenders im Vergleich zu anderen Sendern, die sogenannten Popularity Votes von internationalen Kurzwellenvereinigungen aufbewahrt. Die überlieferten Dokumente vermitteln eine äusserst hohe Beliebtheit des Schweizer Auslandssenders. So geben die Unterlagen den Eindruck wieder, dass sich der Schweizer Sender in der betreffenden Zeit durchgängig grosser Sympathie und Popularität rühmen durfte. »Popularity Votes« waren Wettbewerbe zwischen den Stationen, die auf Beliebtheitswertungen basierten. Diese Wertungen bestanden aus Einsendungen von Clubmitgliedern, die schriftlich begründen mussten, warum der persönlich favorisierte Sender als bester Sender beurteilt werden soll.³⁰ Im »Popularity Vote« des International Shortwave Clubs in London belegte der KWD

- 1950 den 3. Platz hinter Leopoldville (Belgischer Sender im Kongo) und Australien, aber vor Kanada, BBC, Holland und Voice of America
- 1953 den 3. Platz hinter BBC und Australien, aber vor Leopoldville, Kanada und den Niederlanden

28 Heinz Langenbacher: Radio und Diplomat. Informationsabhängige unter sich. In: Schweizer Radio International 1985, S. 103–107, hier S. 107.

29 Jacques Freymond: La place de Radio Suisse Internationale dans la politique étrangère de la Suisse. In: Schweizer Radio International 1985, S. 81–85, hier S. 81 f.

30 Dieses Verfahren erinnert stark an heutige social media: mit ihren likes – je mehr likes ein Sender bekommt, desto höher steht er auf der Skala.

- 1956 den 2. Rang hinter Australien, gefolgt von BBC, Leopoldville, Kanada und den Niederlanden. Die Voice of America belegte nur den 12. Platz.³¹

Die Popularity Votes sind ein Beispiel für den diskutierten Wettbewerbsgeist zwischen den Ländern, der in der Nachkriegszeit nicht nur im Radio, sondern allgemein im Rahmen eines Kulturwettbewerbs zwischen den Staaten ausgefochten wurde. Die internationalen Hörerclubs, welche die Radiostationen beurteilten, können als eine kritische Öffentlichkeit gewertet werden. Dabei vertreten diese Clubs und ihre Mitglieder gemeinsame Vorstellungen mit Kriterien für gute und schlechte Sender. Eines der wichtigsten Kriterien, das macht das Schriftstück von 1956 deutlich, war eine antipropagandistische Haltung: Sender mit »selbststüchtigen Programmen« sollen verschwinden, so forderte es der Shortwave Club. Dabei findet sich dieser Anspruch – wenn teilweise auch nur in sprachlichen Nuancen – in den brieflichen Einsendungen der Hörer/-innen wieder, die in den Unterlagen des Clubs zitiert werden. Ein D. Church aus London hatte geschrieben: »My No.1. is the Swiss Shortwave Service. I would place the Swiss radio as the outstanding broadcaster of all. Programmes are always interesting, instructive and perfectly reflect the way of life, people and the country of Switzerland.«³²

Der Anspruch der Hörer/-innen des Shortwave Clubs an Propagandafreiheit geht mit der von Schürmann erwähnten Glaubwürdigkeit einher: Das Gehörte musste einer gewissen tatsächlichen Situation im Land entsprechen. Man sollte das eigene Land nicht aus einer verzerrenden, idealisierenden Perspektive darstellen. Ein L. Hayes aus Chicago schrieb: »My No.1. is the Swiss Shortwave Service. Because of their two programmes: »Penny A Song« and »Windows to the World«, which I believe do a good service to mankind.«³³

Für Hayes ist ein guter Sender einer, welcher über seine Programme Gutes für die Menschheit tut. Hayes geht somit über einen persönlichen Unterhaltungs- und je nachdem auch Belehrungseffekt hinaus und verdeutlicht

31 Das englische Programm des Schweizerischen Kurzwellendienstes erobert den zweiten Platz im Popularity Vote 1956 des International Shortwave Club mit Sitz in London am 15. Februar 1956 (Zentralarchiv SRG SSR, Sign.: A233.2-003).

32 Das englische Programm des Schweizerischen Kurzwellendienstes vom 15. Februar 1956 (Zentralarchiv SRG SSR, Sign.: A233.2-003).

33 Ebd.

gewissermassen die mit Kurzwellenradio und dem Kalten Krieg einhergehende Vorstellung einer friedlichen Einheit von unterschiedlichen Menschen und Nationen im Rahmen einer ›Völkerverständigung‹. Dass sich Briefschreiber/-innen damals oft als Verteter/-innen von Hörergruppen sahen, verdeutlicht auch ein Beispiel aus der Hörerbriefzusammenstellung des KWDs. Die erwähnte Sendung muss von der Gründung des bis heute bestehenden Pferdealtersheims im jurassischen Le Roselet³⁴ gehandelt haben:

The oral portion of your broadcasts is also greatly enjoyed. The description, tonight, of the founding of a rest home for retired horses in Switzerland, made a strong and favorable impression on your listeners, as these folks are horse lovers and owners.³⁵

Dies schrieb Harry L. Moore aus Big Bar in Kalifornien am 15. Mai 1958 an die *Swiss Broadcasting Corporation*. Moore schreibt hier nicht in der Ich-Form von seinen persönlichen Eindrücken, sondern aus Sicht eines externen, quasi neutralen Beobachters. Er ist sich sicher, dass die Sendung einen starken und vorteilhaften Eindruck auf alle Hörer/-innen gehabt hat, die wie er aus einer Region kämen, in der man Pferde liebe. Moores Brief macht deutlich, dass sich Hörer/-innen von Kurzwellenradio gewissermassen nicht als Einzelhörer/-in, sondern als Teil eines Kollektivs verstanden – eine Hörergemeinschaft mit gemeinsamen Interessen und einer gemeinsamen Hörpraxis. Diese imaginierte Vergemeinschaftung von Hörer/-innen über nationale Grenzen hinweg kann als eine globale imaginierte Hörergemeinschaft³⁶ verstanden werden. Im Beispiel von Le Roselet vermag dies gar Gefühle der transnationalen Verbindung mit anderen Menschen in anderen Ländern auszulösen.

34 Siehe dazu Stiftung Le Roselet, online unter www.philippos.ch/heime/le-roselet/le-roselet.html.

35 Höreranalysen 1950–1959 (Zentralarchiv SRG SSR, Sign.: A233.2-003).

36 Der Begriff lehnt sich an eine Weiterentwicklung von Benedict Andersons ›imagined community‹ an, wie ihn Carolyn Birdsall für ihre Untersuchung zum Radio im ›Dritten Reich‹ benutzt hat (Carolyn Birdsall: All of Germany Listens to the Führer: Radio's Acoustic Space and ›Imagined Listening Community‹ in Nazi Germany. In: Ros Bandt (Hg.): *Hearing Places. Sound, Place, Time and Culture*. Newcastle upon Tyne 2009; dies.: *Nazi Soundscapes. Sound, Technology and Urban Space in Germany, 1933–1945*. Amsterdam 2012).

Auf ›Völkerverständigung‹ als institutionspolitisches Ziel des Senders geht auch der damalige Generaldirektor der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft Leo Schürmann ein:

Schweizer Radio International soll kein ›elektronischer Souvenirladen‹ gängigen Zuschnitts für Ausländer sein, obwohl zur Präsentation schweizerischer Eigenart durchaus echte Folklore gehört! Ebenso wenig ist er ein Public-Relations-Sender im Dienste unserer Wirtschaft und des Fremdenverkehrs. Vielmehr ist er ein Vermittler zwischen uns Schweizern und der Welt, sozusagen Bindeglied von Volk zu Volk [...].³⁷

Schürmann grenzt den KWD hier ganz klar von Landeswerbung ab, die sich auf einseitige folkloristische Darstellung bezieht oder die rein ökonomisch orientiert ist. Schürmann verortet den KWD vielmehr im Zeichen einer ›Völkerverständigung‹. Er emotionalisiert im Verlauf seines Artikels die Positionierung des KWDs in Richtung ›Völkerverbindung‹:

Unsere Aufgabe ist erfüllt, wenn die Hörer in aller Welt jene Meinung von uns haben, die ein Hörer aus Uruguay in einem Dankesbrief so formulierte: »Die Programme von Schweizer Radio International sind hochinteressant; sie haben mich definitiv zu einem Freund der Schweiz gemacht!«³⁸

Der KWD hat den Anspruch, Freunde und Freundinnen der Schweiz in der ganzen Welt zu finden. Auch wenn es dabei um ein gewissermaßen altruistisches Motiv geht, wird bei der Durchsicht erhaltener Unterlagen zum KWD aus dem Zentralarchiv rasch deutlich, dass der KWD mit verschiedenen Institutionen in der Schweiz zusammengearbeitet hat, die Einfluss auf das Programm ausübten und dabei auch ökonomische Interessen vertraten: So arbeitete der KWD nicht nur mit Pro Helvetia, sondern auch mit dem Amt für Handelsförderung, den nationalen Tourismusorganisationen sowie mit der Swissair zusammen. Somit müsste Schürmanns Position wohl so verstanden werden, dass zwar Werbung für das eigene Land betrieben werden soll, nur darf diese Werbung nicht explizit als Werbung auffallen – also nicht als PR- oder Verkaufsstrategie entlarvt werden. Politische Propaganda im negativen Sinne muss möglichst vermieden werden. Landeswerbung soll auf subtile

37 Leo Schürmann: Schweizer Radio International. Vermittler zwischen uns Schweizern und der Welt. In: Schweizer Radio International 1985, S. 16 f., hier S. 17.

38 Ebd.

Weise geschehen, über Vertrauen und damit eine emotionale Bindung von Hörer/-innen an den Kurzwellendienst und damit an die Schweiz. Schürmanns Aussagen machen insofern ein kulturdiplomatisch ausgerichtetes Bestreben deutlich, als es darum geht, Menschen in fremden Ländern für die Schweiz als Land zu begeistern, einzunehmen, sich dabei aber dennoch einen gewissen ökonomisch-politischen Vorteil zu erhoffen.

Der Erfolg eines internationalen Radiosenders, so machen die Popularity Votes und die kulturpolitischen Aussagen Schürmanns deutlich, hing letztlich auch von programmpolitischen Strategien ab. Radio muss auch in einem globalen Setting als ein *medium of feeling* wirksam werden können, wie Radiohistoriker David Hendy das Medium bezeichnet.³⁹

3.4.2 Schweiz international

Als der KWD 1935 mit Testsendungen sowie ab 1938 offiziell auf Sendung ging, kam ihm vorerst die Rolle des Stifters nationaler Zusammengehörigkeit zu. Das internationale Radio, das über Kurzwelle die teils grossen Distanzen zu den Hörer/-innen zu überwinden vermochte, fungierte somit als Integrationsmedium der ›fünften Schweiz‹ in eine nationale Hörergemeinschaft.

Die Stimme der Schweiz und vor allem auch die vertraute Schweizer Volksmusik fernab zu hören, löste in den Auslandschweizer/-innen immer wieder Heimatgefühle aus, wodurch sich der KWD in seiner frühen Phase auch den Übernamen ›Heimwehsender‹ einheimste.⁴⁰ Der KWD war nicht nur Kommunikationsmedium, sondern war zu besonderen Anlässen auch vor Ort ›in den Kolonien‹ präsent: So organisierte der KWD zeitgleich zum Schützenfest in der Schweiz sogenannte Wetschützenfeste. Auch die alljährlich stattfindenden 1.-August-Festivitäten waren für die Schweizer/-innen im Ausland ein jährlich wiederkehrendes Highlight.⁴¹ Diese Beispiele verdeutlichen die grosse Bedeutung des internationalen Radios als gemeinschaftsstiftendes und verbindendes Medium für die Schweizer/-innen im Ausland.

39 Hendy 2013, S. 40.

40 Schürmann 1985, S. 16.

41 Fanny Gutsche: Die Radio-Wetschützenfeste der Schweizer im Ausland 1939–1969. Der Schweizerische Kurzwellendienst als Vergemeinschaftungsmedium. In: Forschungsgruppe Broadcasting Swissness 2016, S. 109–128.

In einer Botschaft des Bundesrates von 1937 wurde bereits auch ein ausländisches, nicht schweizerisches Publikum als Zielpublikum verankert, indem von Kulturwahrung und Kulturwerbung als Aufgabe des Auslandsenders gesprochen wurde: Der KWD habe »dem Auslande zu zeigen, dass wir nicht nur ein Land der Industrie, des Handels und des Fremdverkehrs seien, sondern vielmehr ein Land von hoher Kultur und bodenständiger, eigenartiger Zivilisation«. ⁴² Die repräsentative Funktion des Senders ist somit bereits 1938 verankert und wurde auch in der neuen Konzession an die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG SSR) 1954 bestätigt: »Die Kurzwellen-sendungen sollen die Verbindung zwischen den Auslandschweizern und der Heimat enger gestalten und die Geltung der Schweiz im Ausland fördern.« ⁴³

Im Gegensatz zur Schweiz war für Länder mit kolonialem Besitz das internationale Radio von Anfang an ein wichtiges Mittel territorialer Anbindung der auswärtigen Gebiete und damit auch kommunikatives Werkzeug einer imperialistischen Politik. ⁴⁴ Dies macht auch die Sprachabdeckung der einzelnen internationalen Broadcaster deutlich. Der 1932 gegründete BBC Empire Service (ab 1958 Overseas Service, seit 2012 World Service) startete bereits 1938 mit einem arabischen Service, der noch vor einem deutschen, französischen oder italienischen Service auf Sendung ging. Bis in die 1940er Jahre hinein verbreiterte BBC World seine Sprachabdeckung mit osteuropäischen Sprachen sowie Türkisch und sendete in zahlreichen Sprachen Zentral- und Südasiens sowie auf Chinesisch und Russisch. ⁴⁵ In den 1950er Jahren kamen beim BBC Overseas Service auch afrikanische Sprachen hinzu.

Auch von der Anzahl der Sprachen und Sprachdienste her betrachtet, war der KWD ein kleiner Sender. Bis Mitte der 1960er Jahre wurde nur in den vier Landessprachen sowie auf Englisch, Spanisch und Portugiesisch gesendet. Neben einigen Sendungen in Esperanto gab es im Gegensatz zur BBC bis dato keine aussereuropäischen Sprachen. Bis zur Einstellung des Europaprogramms in den 1970er Jahren aufgrund der Verbesserung der Mittelwellenreichweite der

42 Schürmann 1985, S. 16.

43 Geschichte von Schweizer Radio International im Überblick. In: Schweizer Radio International 1985, S. 35–48, hier S. 38.

44 Philo Charles Wasburn: *Broadcasting Propaganda. International Radio Broadcasting and the Construction of Political Reality*. Westport 1992, S. 48 f.

45 BBC World Service Language Timeline, online unter www.bbc.co.uk/worldservice/history/story/2007/02/070208_html_multilingual_audio.shtml.

Landessender⁴⁶ war das Programm des KWDs zweigeteilt in ein Europa- und ein Überseeprogramm. Das Europaprogramm adressierte die umliegenden deutsch-, italienisch- und französischsprachigen Gebiete, alles, was darüber hinausging, gehörte zum Überseeprogramm. Somit umfasste das Überseeprogramm geografisch auch die westeuropäischen Länder Spanien und Portugal sowie Grossbritannien. Das Überseeprogramm wurde aber auch in Regionen gesendet, die tatsächlich durch Ozeane von Europa getrennt sind: Neben Nord- und Südamerika wurde auch nach Afrika, den Nahen und Mittleren Osten, Indien, Pakistan, Japan und China sowie nach Australien und Neuseeland gesendet. In einige der Gebiete wurden Programme in den Landessprachen sowie zusätzlich je nach kolonialhistorischem Hintergrund des entsprechenden Landes Sendungen in Englisch oder Französisch verbreitet. Nimmt man beispielsweise den englischen Sprachdienst als den internationalsten Dienst, musste eine englischsprachige Sendung genauso für einen Briten wie für einen Pakistani oder Neuseeländer funktionieren. Aufgrund seiner sprachlichen Abdeckung muss der KWD von seinem Wirkungskreis her im Vergleich zur BBC mit ihrer grossen Sprachvielfalt oder anderen grösseren westlichen Kurzwellensendern insofern als kleiner Sender gesehen werden, als er nur für eine beschränkte Zahl an Hörer/-innen, welche die entsprechenden Sprachen beherrschten, zugänglich war. Somit verdeutlichen die zitierten ›Popularity Votes‹ auch nur die Beliebtheit des englischsprachigen Programms, welches vom grössten Dienst des Senders bestritten wurde.

Dank Bundessubventionen in den 1960er Jahren konnte sich der KWD etwas vergrössern und sich dadurch auch stärker internationalisieren. So versuchte die Schweiz im Rahmen der Dekolonisierung der Nachkriegszeit, über unterschiedliche Mittel ökonomisch wie politisch Einfluss auf die Länder der Dritten Welt als potenziell neue Marktpartner auszuüben.⁴⁷ Beispiele dafür beim KWD sind der Aufbau eines arabischsprachigen Diensts für den Nahen und Mittleren Osten und eines französischsprachigen Programms für Nordafrika in den 1960er Jahren.⁴⁸ Der KWD war bis dahin ein ausschliesslich durch die Konzessionsgebühren finanziertes Unternehmen. Dank der Initiative eines Nationalrats erhielt der

46 Bericht über den KWD 1969, S. 8 (Zentralarchiv SRG SSR, Sign.: A311-003).

47 Sandra Bott/Janick Marina Schaufel/Sascha Zala (Hg.): Die internationale Schweiz in der Zeit des Kalten Krieges. Basel 2011, S. 9 f.

48 Karoline Oehme-Jüngling: ›Swissness‹ für die arabische Welt. Auftrag, Programm und Rezeption des Arabischen Dienstes beim Schweizer Kurzwellendienst. In: Forschungsgruppe Broadcasting Swissness 2016, S. 85–107.

KWD ab 1964 finanzielle Hilfe des Bundes, vorerst für fünf Jahre zugesprochen. Dieser Sprach- und Programmausbau war nur dank dieses Sonderkredits des Bundes zu bewerkstelligen.⁴⁹ Eine Budgeterweiterung von 690.000 auf 1.2 Millionen Franken wurde auf das Jahr 1969 bewilligt, welche nach einer einmaligen Verlängerung durch Bundesratsbeschluss 1974 wieder eingestellt wurde.⁵⁰ Bereits 1969 wurde eine Rationalisierung des Programms beschlossen, das aufwendige dokumentarische Sendungen nur am Sonntag vorsah und den aussereuropäischen Gebieten Priorität gab.⁵¹ Im Gegensatz zum Overseas Service der BBC, der strukturell in die Aussenpolitik von Grossbritannien eingebunden war und dementsprechend eine andere finanzielle Ausgangslage hatte, scheint der KWD/SRI stets etwas ein Stiefkind in der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG SSR) gewesen zu sein, welcher (bis heute) um seine Position zu kämpfen hatte.

Auch wenn der KWD ein kleiner Radiosender war, war dieser im Äther als Stimme der Schweiz vertreten und liess die Schweiz damit an einem transnationalen Kommunikationsraum teilhaben; eines Kommunikationsraums, der sich durch das Kurzwellenradio und im Verlaufe des Kalten Kriegs auch durch das Fernsehen über den ganzen Erdball spann. In diesem Kommunikationsraum liessen Nationalstaaten ihre kulturellen Leistungen zirkulieren. Über die Propagierung und Vermittlung der eigenen Kultur als nationale Leistungen sollte ein positives Image im Ausland geschaffen werden. Internationales Radio kann dabei als kulturdiplomatisches Instrument gesehen werden, das allgemein in den Versuch moderner Nationen eingereiht werden kann, in einem internationalen Umfeld durch ›Kultur‹ zu bestehen.⁵² Eine Untersuchung einer solchen kulturdiplomatisch abgestützten Kulturvermittlung führte Gienow-Hecht am Beispiel von deutschen Solomusikern und Orchestern durch, die als nicht staatliche Akteure und informelle Botschafter die USA durchreisten. Sie schliesst aus ihrer Untersuchung, dass die reisenden Musiker/-innen durch ihre Popularität den Weg freigemacht haben für eine intensivere und ausdauerndere Beziehung zwischen den beiden Ländern, als es konventionelle politische Verbindungen möglich machen: Durch die Kraft

49 Padel 1985, S. 26 f.

50 Geschichte und Gegenwart von Schweizer Radio International. In: Schweizer Radio International 1985, S. 35–64, hier S. 40.

51 Bericht über den KWD 1969, S. 8 (Zentralarchiv SRG SSR, Sign.: A311-003).

52 Gienow-Hecht/Donfried 2010, S. 14.

von Musik und Emotionen sind Bindungen zwischen den Ländern entstanden, die gebrochene Abkommen, gegenseitige Entfremdungen und sogar Kriege überdauern konnten.⁵³ Internationales Radio kann in seiner Rolle als medialer kommunikativer Akteur solcher internationaler Beziehungen in der Nachkriegszeit betrachtet und untersucht werden. Dabei soll einerseits nach den Hörerlebnissen gefragt werden, die dieser Vermittlung transnationaler kultureller Wissensbestände zugrunde liegen. Andererseits soll das Medium selber als (hörbarer) Akteur mit einbezogen werden.

3.4.3 Zum Programm eines Kurzwellensenders

Das Programm des KWDs musste mehrfachen kommunikativen Zielen gerecht werden, die sich mit dem offiziellen Auftrag eines öffentlich-rechtlichen Radiosenders zu decken hatten: Ein Sender besitzt neben einem Informationsauftrag auch einen Bildungs- und Kulturauftrag.

Es wurde bereits erwähnt, dass der KWD ein Europa- und ein Überseeprogramm bestritt. Die technische Übermittlung wurde von den schweizerischen Post-, Telefon- und Telegrafbetrieben (PTT) gewährleistet – dabei wurde für das Europaprogramm ein Rundstrahler und für die weiteren Distanzen, die das Überseeprogramm zurückzulegen hatte, eine Antennenanlage mit Richtstrahlern genutzt, welche je nach Richtung der auszustrahlenden Programme, die 30 Minuten bis zwei Stunden dauern konnten, neu ausgerichtet werden musste.

Für das Europaprogramm wurden vor allem bestehende Sendungen von den drei lokalen Radiostationen Beromünster, Sottens und Monte Ceneri ausgestrahlt. Das Überseeprogramm hingegen enthielt vorwiegend eigens durch die KWD-Mitarbeitenden hergestellte Sendungen. Nur die wöchentlich wiederkehrenden Programmeinheiten für Auslandschweizer/-innen bestanden wie das Europaprogramm aus Sendungsrecyclings der nationalen Radiostudios.

Das Programm wurde in einem Halbjahresrhythmus angepasst. So erhielten registrierte Hörer/-innen halbjährlich die Programmzeitschrift *Switzerland Calling* zugesandt. In den archivierten Programmzeitschriften wird auch die Dreiteilung des Programms deutlich: Es gab tagesaktuelle Sendungen, die

53 Jessica C. E. Gienow-Hecht: *Sound Diplomacy. Music and Emotions in Transatlantic Relations, 1850–1920*. Chicago 2009, S. 5.

meist zum Auftakt des Gesamtprogramms ausgestrahlt wurden. Auf die »News« folgte der Unterhaltungsteil mit Musikprogrammen und Dokumentar- respektive Kulturprogrammen zur Schweiz, die teils auch spezifische Hörergruppen ansprechen sollten.

Der Informationsblock befriedigt nach radioanalytischer Sicht primär sogenannte informatorische Hörerbedürfnisse und ist gekennzeichnet von Sachlichkeit und dem Versuch, mit journalistischen Mitteln einen Eindruck von Objektivität zu vermitteln.⁵⁴ Leider sind keine Mitschnitte von Newssendungen im Archiv erhalten geblieben. Aus Sicht der Hörerbedürfnisse deckten die Teile mit Musikprogrammen und Kultursendungen ebenfalls informatorische, aber viel stärker emotive Hörerbedürfnisse ab.⁵⁵ Neben dem gesprochenen Wort spielte in diesem zweiten Programmteil die Musik eine wichtige Rolle als Emotions(-über-)träger.

Der KWD sendete sehr diverse Musikstile und beschränkte sich nicht auf Schweizer Volksmusik, wie man aus den Jahresberichten der SRG, in welchen immer wieder auf die Wichtigkeit von Volksmusik Bezug genommen wird, schliessen würde. Die Musiksendungen im Unterhaltungsprogramm des Kurzwellendienstes waren dabei meistens einem Musikgenre gewidmet, darunter gab es auch wöchentliche Jazz-Sendungen, die der Leiter des englischen Dienstes Lance Tschannen bestritt. Die Sonothek des KWDs bestand aus einer breiten Sammlung an aktuellen Schallplatten sowie einer Tonbandsammlung mit Schweizer Volksmusik und weiterer Schweizer Musik, die von Schweizer/-innen komponiert oder eingespielt wurde. Diese Sammlung hat der Mitarbeiter

54 Golo Föllmer: Theoretisch-methodische Annäherungen an die Ästhetik des Radios. Qualitative Merkmale von Wellenidentität. In: Volmar/Schröter 2013, S. 321–338, hier S. 326; Hans J. Kleinstüber: Radio. Eine Einführung. Wiesbaden 2012, S. 115 und 240. Aufgrund der hohen Bedeutung der Informationsredaktion beim KWD kam den ausländischen Mitarbeitenden bei tagesaktuellen Sendungen die Rolle eines rein sprachlichen Übersetzers zu. Im unterhaltenden Teil mit Musik- und Kulturprogrammen durften ausländische Mitarbeitende auch redaktionell und damit inhaltlich selbstständig bestimmen. Um allfällige Illoyalität gegenüber dem eigenen Land und der eigenen Sprachgemeinde in News zu vermeiden, so eine Mitarbeiterin des arabischen Dienstes, wiederholte sie als Übersetzerin und Sprecherin jeweils regelmässig den Namen des Schweizer Journalisten, damit klar wurde, dass das Gesagte dessen nicht ihre Meinung darstellte (Interview mit Zeinab Huber, Bern, 17. September 2014).

55 Föllmer 2013, S. 326.

Fritz Dür zwischen 1957 und 1967 erstellt.⁵⁶ Neben Studioaufnahmen beinhaltete die Sonothek des KWDs auch ein vom Umfang her im Vergleich zur Musik marginales Geräusch- oder Alltagsklängearchiv, das eigene ›Bruitage‹-Aufnahmen – eigene Feldaufnahmen von Geräuschkulissen respektive klanglichen Atmosphären – umfasste, sowie später auch die ersten Sound Library- oder Sound-Effect-Schallplatten, die in den 1970er Jahren aufkamen.⁵⁷

Die kulturellen Sendungen bestanden im Gegensatz zu Musikprogrammen aus einem entsprechend höheren Wortanteil. Hier finden sich neben dokumentarischen Sendungen zur Schweiz, in denen Politik, Geschichte, Kultur, Menschen und aktuelle Themen beleuchtet wurden, auch sogenannte *Special-Interest*-Sendungen für spezifische Hörergruppen wie Frauen, Jugendliche oder Invalide. Diese Kultursendungen blieben im Verhältnis zu ihrem damaligen Anteil im Wochenprogramm in auffallend hoher Zahl im Archiv erhalten. Dies kann zwei Gründe haben: Es befanden sich darin interessante Aufnahmen wie Interviews mit wichtigen Personen oder andere ›Perlen‹, die für spätere Nutzungen als interessant angesehen wurden. Insbesondere beim englischen Dienst war die Praxis verbreitet, Ausschnitte aus früheren Sendungen für neue Sendungen wiederzuverwenden. Dies ist mit ein Grund dafür, dass der Grossteil der erhaltenen Sendungen englischsprachig ist.⁵⁸

Eine interessante formale wie thematische Einteilung des Kurzwellenprogramms macht der amerikanische Kommunikationswissenschaftler und ehemalige Korrespondent bei ›Voice of America‹ Donald R. Browne. 1982 hat Browne in *International Radio Broadcasting. The Limits of the Limitless Medium* das Profil internationaler Radiosender verglichen, wobei er sein Augenmerk vor allem auf die beiden Sender *Voice of America* und den *Overseas Service* der BBC gelegt hat. Dabei hat er im Anhang des Buches folgenden Überblick über die Programmkategorien internationaler Radiosender erstellt.⁵⁹

56 Siehe dazu Thomas Järmann: ›Swissness‹ über Kurzwelle. Musik als identitätspolitisches Element am Beispiel der Tonbandsammlung von Fritz Dür. Diss. Zürich 2016.

57 Interview mit Christian Strickler, Bern, 21. Mai 2013.

58 Interview mit Christian Strickler, Bern, 17. September 2014.

59 Donald R. Browne: *International Radio Broadcasting. The Limits of the Limitless Medium*. New York 1982. Die Auflistung mit detaillierter Beschreibung kann in Anhang 7.1 nachgeschlagen werden.

1. Information: News and Commentary
 - Newscasts
 - Commentary
 - Editorials
 - Discussions and Interviews
1. Information: Features (for particular audiences on particular subjects)
 - Business and industry
 - Agriculture
 - Science
 - Medicine
 - Religion
 - Military
 - Women
 - Youth
 - Problems in society
 - Ideological
2. Entertainment and Cultural Propaganda
 - Popular Music
 - Classical Music
 - Cultural heritage and life
 - Documentaries and drama
 - Sports
 - Light entertainment
 - Everyday life
3. Formal instruction
 - Languages by radio
 - Aspects of language instruction
4. Inducing Listeners to Write (and to Listen to Other Programs)
 - Listener request programs
 - Answer to listener mail
 - »Contest« and promotional announcements
 - DX programs

Brownes Kategorisierung gibt ein Bild der Programmbreite internationaler Radiosender wieder. Das in Fallbeispiel #1 behandelte »Feature« würden bei Browne, auch wenn er in der Kategorie »Information: News and Commentary«

von Features spricht, als ›Documentary‹ unter die Kategorie »Entertainment and cultural propaganda« fallen. Mit ›Information: Features‹ meint Browne hier wohl Darstellungsformen, die aktuelle Themen abdecken, die aber etwas umfangreicher aufgearbeitet werden als bei Newssendungen. Im deutschsprachigen Radioschaffen würde dies als ›Beitrag mit O-Ton‹ oder Reportage bezeichnet werden. Unter Feature wird bei deutschsprachigen Radiopraktikern oft eine längere und auf die persönliche Autorschaft bezogene Form des Radios verstanden.⁶⁰ Features werden dabei als faktisches Gegenüber des Hörspiels gesehen, da sie aufwendig mit Klängen und Sprechtext gestaltet sind und mit einer Stunde Spielzeit wohl einiges länger als die von Browne erwähnten Informations-Features sind. Das ›Feature‹ in Fallbeispiel #1, so wird gezeigt werden, ist eine Mischung aus Reportage und ›Feature‹.

In die Rubrik ›Documentaries and drama‹ würde neben dem Fallbeispiel #1 auch das Fallbeispiel #2, die *Heidi*-Hörserie, rubriziert werden. Es würde aber genauso gut ebenfalls in die Rubrik »Cultural heritage and life« aus der Kategorie »Entertainment and Cultural Propaganda« passen. So ist Brownes Kategorisierung nicht wirklich nach einheitlichen Kriterien – der Darstellungsform oder einem Thema – geordnet. Fallbeispiel #4, die Matterhornbesteigung, lässt sich in die Rubrik »Sports« einteilen.

Interessant an Brownes Einteilung ist aber, dass er für kulturelle Sendungen den Begriff ›Cultural Propaganda‹ wählt, wo doch ›Propaganda‹ bei Hörer/-innen im Kalten Krieg so negativ konnotiert war. Mit Propaganda meint Browne hier wohl einfach Werbung als nicht negativ besetzter Begriff. Somit zeigt sich hier auch, dass der Begriff ›Propaganda‹ je nach Kontext andere Konnotationen mit sich trug, also aus Sicht eines Radiomitarbeitenden im internationalen Radio wohl gewissermassen sogar positiv besetzt sein konnte.

Browne erwähnt neben den Informations- und Unterhaltungssendungen auch Sendungen, die das Ziel hatten, die Hörer/-innen zu unterrichten, was den Bildungsauftrag eines öffentlichen Senders deutlich macht: So gibt es auch heute noch Sprachkurse im internationalen Radio, wie ich es im Äther selber erfahren habe.⁶¹ Der KWD führte auch spezielle, interaktive Sendungen

60 Gespräch mit deutschen Autoren-Feature-Produzent/-innen am 9. Juni 2016 im Rahmen der Tagung <Quellcodes>. *Räume, Quellen und Formatierung aktueller Rundfunkgeschichtsforschung* (Potsdam).

61 Siehe dazu Kap. 5.2 (Fallbeispiel #3). Der dort besprochene Demotrack enthält eine Aufnahme eines Chinesisch-Sprachkurses (Sample 7).

für die Hörer/-innen im Programm. So wurden Hörerbriefe vorgelesen und beantwortet oder es gab Quizsendungen, in denen man als KWD-Hörer/-in Postkarten oder eine Reise in die Schweiz gewinnen konnte.

Brownes Kategorisierung skizziert einen Möglichkeitsraum an Programmen und Inhalten. Die tatsächliche Praxis scheint dann aber viel weniger formalisiert und thematisch vorgespurt zu sein, als diese Einteilung den Anschein zu erwecken vermag. Es kann dabei auch gut sein, dass der KWD als kleiner Sender ein weniger ausdifferenziertes Spektrum an Sendungen produzierte und deshalb nach einem gewissermassen vereinfachten Programmschema produzierte als die *Voice of America* oder der *BBC Empire Service*, auf die Browne sich hier bezieht. Der KWD, so vermittelt es eine Durchsicht der Programme in den Programmheften und den erhaltenen Sendungen im Archiv, setzte in seiner Kommunikation dabei weniger auf Belehrung als auf informations- und kulturvermittelnde Sendungen. Dabei waren Informationssendungen (News und Kommentare) von ihrem Status her höher gestellt als Kultursendungen. Dies zeigt sich darin, dass arabischsprachige Mitarbeitende bis in die 1990er Jahre keine Informationssendungen als Autor/-innen betreuen durften, hingegen Kultursendungen schon. Informationssendungen wurden aus politischen Gründen auch stärker kontrolliert als Kultursendungen.

3.4.4 Bestand KWD-Klangarchiv

Welche Hörerfahrung konnten damalige Kurzwellenhörer/-innen machen? Das Klangarchiv des KWDs ermöglicht es, damalige auditive Erfahrungen anhand seiner umfangreichen Zahl an Sendungen zu untersuchen. Über memobase.ch, die Datenbank von Memoriav, Verein zur Erhaltung des audiovisuellen Kulturgutes der Schweiz, sind alle Digitalisate des Schweizerischen Kurzwellendienstes (Name bis 1978) und Schweizer Radio International (bis 2004) verzeichnet. Die digitalisierten Tondokumente können an den FARO Web Stationen oder an der öffentlichen Arbeitsstation bei SWI swissinfo.ch in Bern konsultiert werden (Stand 12.12.2019).⁶²

62 Siehe dazu die aktuellen Informationen auf Memobase, <http://memobase.ch/de/stock/detail/Swissinfo-All>. Auch die Schweizerische Nationalphonotek bietet in diversen Institutionen AV-Arbeitsplätze an, über die der Zugang zu urheberrechtlich geschützten Dateien ermöglicht wird. Die Standorte können online unter folgender Adresse nachgesehen werden: www.fonoteca.ch/ourOffer/AVWorkstations_de.htm.

Folgende Tabelle ermöglicht einen quantitativen Überblick über die 19.599 digital vorhandenen Sendungen und Klangaufnahmen des KWDs, SRIs sowie des heutigen swissinfo.ch (Stand 27.11.2019). Die Tabelle wurde auf Basis des Erstellungsdatums der jeweiligen Klangdatei erstellt.⁶³

Zeitraum	Anzahl erhaltener Tonbandaufnahmen ¹
1910–1919	9
1920–1929	0
1930–1939	142
1940–1949	6761
1950–1959	75
1960–1969	357
1970–1979	1183
1980–1989	924
1990–1999	6853
2000–2009	2958
2010–2019	40
undatiert	177
Total	19599

1 Darunter fallen Sendungen und Rohaufnahmen, aber keine Musikaufnahmen (Sammlung Dür).

Tab. 1: Archivsituation KWD über den gesamten Zeitraum (1935–2004) des Bestehens des Senders

Fokus der vorliegenden Untersuchung bildet die Zeit zwischen 1950 und 1975. Diese Zeit zeigt sich insofern als interessante Periode, da beim KWD Mitte und Ende der 1960er Jahre ein Ausbau an Sprachdiensten und Programmen geschah, der einer kurzzeitigen Ergänzungsfinanzierung durch Bundesgelder zu verdanken war. Somit befindet man sich zwischen 1950 und 1975 in einer

63 Eine Aufschlüsselung auf Basis des Veröffentlichungsdatums würde nur wenig anders aussehen; vgl. www.memobase.ch.

Phase, in deren Mitte gewissermassen ein Höhepunkt erreicht ist – und sich ein langsamer Abbau des Senders abzuzeichnen scheint.

In die Periode fällt zudem auch die Entstehungszeit der Tonbandsammlung Dür, die hauptsächlich zwischen 1957 und 1967 entstanden ist.⁶⁴ In der Sammlung befinden sich Musikstücke verschiedener Genres (Schwerpunkt liegt bei Schweizer Volksmusik), die in den Schweizer Radiostudios aufgenommen wurden. Die Wahl von Sendungen aus dieser Zeit hätte mögliche Nutzungen dieser Sammlung im Programm rekonstruieren lassen sollen. Diese Chance zeigte sich im Verlauf der Analyse aber leider als äusserst marginal, da die verwendeten volksmusikalischen Stücke in den Sendungen, die aus der Sammlung Dür stammen können, in den erhaltenen Manuskripten oft nicht genauer bezeichnet sind.

Wissenschaftliche Untersuchungen von Sendungen des Kurzwellendienstes oder anderen internationalen Radiosendern der Zeit konnten nicht gefunden werden. So sind deutschsprachige Forschungen zu Radio, die sich mit dessen klanglicher Seite und/oder konkreten Sendungen auseinandersetzen, stark auf einen Kunstdiskurs im und um Radio ausgerichtet.⁶⁵ Untersuchungen zur Wirkungsweise von Radio als Massenmedium im Rahmen von allgemeiner Kommunikationsforschung nehmen im angloamerikanischen Raum schon sehr früh eine sozialkritische Haltung gegenüber diesem Massenmedium ein, was sich auch im Rahmen der Diskussion um Kurzwellenradio als Instrument politischer Propaganda zeigt.⁶⁶

Schlüsselt man die digitalisiert vorhandenen Sendungen und erhaltenen Klangaufnahmen des KWDs aus dem Untersuchungszeitraum von 1950 bis 1975 nach Sprachdiensten auf (Stand 12.12.2019),⁶⁷ fällt auf, dass der Grossteil der überlieferten Dateien aus Archivalien des Englischen Dienstes besteht. Der

64 Järmann 2016, S. 3.

65 So wurde das im deutschsprachigen Raum künstlerisch ausgelotete Radioformat »Hörspiel« an der Schnittstelle zur Literaturwissenschaft vorwiegend durch Germanist/-innen näher betrachtet. Das Radio als Ort des klangkünstlerischen Diskurses wird durch das auch an der Universität Basel angesiedelte *Projekt Radiophonic Cultures – Sonic environments and archives in hybrid media systems* untersucht.

66 Siehe dazu das *Radio Research Project* in den USA, das 1937 startete und bei welchem Theodor Adorno bis 1941 mitgewirkt hat (vgl. Paul F. Lazarsfeld/Patricia L. Kendall: *Radio Listening in America. The People Look at Radio – Again. Report on a Survey.* New York 1948).

67 Online unter www.memobase.ch.

Englische Dienst, so der ehemalige Leiter der Sonotheek und Archivmitarbeiter Christian Strickler, sei der einzige gewesen, der Sendungen archiviert habe. Die anderen Sprachdienste hätten sich meistens auf das Tagesgeschäft fokussiert und alte Sendungen schneller entsorgt oder die Bänder wieder überspielt.⁶⁸

Auffallend ist ebenfalls, dass die Sendungen, die erhalten geblieben sind, vor allem Features, Reportagen oder andere Kultursendungen zur Schweiz sind. Ganze Musiksendungen sind sehr wenige erhalten geblieben, wenn, dann sind vorwiegend die *Jazz Panorama*-Sendungen von Lance Tschannen zu finden. Dies könnte laut Christian Strickler, Leiter der Sonotheek und nach 2004 Archivmitarbeitender, daran liegen, dass es darunter seltene Aufnahmen geben muss, was die Sendungen in den Ohren der Radioschaffenden erhaltungswürdig gemacht haben müsse.⁶⁹ Allgemein liess sich bei den Recherchen feststellen, dass vor allem Sendungen behalten worden sind, die in ihrer Herstellung mit grösserem technischem und personellem Aufwand verbunden waren oder aussergewöhnliche und für später somit interessante Inhalte und Aufnahmen beinhaltet hatten wie zum Beispiel Interviews mit international bekannten Persönlichkeiten.

Sprache/Jahr	1950–1959	1960–1969	1970–1979
Englisch	60	307	697
Französisch	10	11	195
Deutsch	7	4	195
Italienisch	2	1	46
Arabisch	Keine	25	14
Spanisch	0	1	98
Portugiesisch	0	2	35
Schweizerdeutsch	1	2	33
weitere Sprachen	0	13	9
Anzahl Dokumente (teils mehrsprachig)	75	357	1183

Tab. 2: Archivsituation KWD zwischen 1950 und 1979, nach Sprachdienst

68 Interview mit Christian Strickler, Bern, 17. September 2014.

69 Ebd.

Die obige Tabelle zeichnet auch gewisse Entwicklungen in der beschriebenen Zeit nach: So wird der Ausbau an Sprachen (Arabisch) in den 1960er Jahren deutlich. Die Überlieferung bei KWD/SRI fand nach Aussage der Archivverantwortlichen Pascale Schuoler »rein zufällig« statt.⁷⁰ Es kann somit nicht davon ausgegangen werden, dass nach einer bestimmten Systematik oder nach Kriterien vorgegangen wurde, die eine Auswahl gänzlich nachvollziehbar machen würde. Die überlieferten Klangdokumente sind deshalb nicht repräsentativ für die Programmproduktion. Sie bilden nur einen Ausschnitt aus den unterschiedlichen Darstellungsformen ab. So sind keine Newssendungen erhalten geblieben, dafür sehr viele Kultursendungen aus dem Unterhaltungsteil des Programms. Auch sind die erhaltenen Radioarchivalien nicht repräsentativ für Themen über die ›Schweiz‹ beim KWD/SRI dargestellt worden ist. Somit sind sie letztlich Spuren, die auf das, was verloren ging, verweisen. Die vorliegende Studie beschäftigt sich mit Residuen und deckt nur Einzelfälle ab, die auf ein ganzes Spektrum von narrativen und radiofonen Praktiken der Inszenierung von ›Schweiz‹ verweisen.

Dennoch war bei der Sichtung und Hörung des KWD-Klangarchivs die thematische Präsenz des Alpinen auffallend. Die Radiomitarbeitenden kamen in ihren Kultursendungen zur Schweiz immer wieder auf das Thema der Berge zurück – dies macht auch die Auswahl der Bilder in den an registrierte Hörer/-innen versandten Programmheften deutlich.⁷¹ Die Schweiz wird wiederholt explizit als alpines Land positioniert. Das Alpine wurde aber auch als Kulisse von historischen Sendungen eingesetzt.⁷² Es wird davon ausgegangen, dass dieser Schwerpunkt nicht (allein) den Selektionsprozessen während der Überlieferung zugeschrieben werden kann. Vielmehr kommt den Alpen eine zentrale Bedeutung als Alleinstellungsmerkmal bei der Vermittlung von ›Swissness‹ zu. Der Publizist und Schriftsteller Aurel Schmidt betont in

70 E-Mail vom 9. September 2014.

71 Switzerland Calling, Programmheft des Kurzwellendienstes der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft, Bern (Zentralarchiv SRG SSR, Sign.: A33-003.1 bis A33-005.6).

72 Neben den drei hier untersuchten Fallbeispielen #1, #2 und #4 wurden unter anderem 20 Sendungen einer Serie von 1959/69 mit dem Titel *The Mountains of Switzerland* überliefert. Siehe beispielsweise Peter Arengo-Jones: *The Mountains of Switzerland*. KWD 1959 (Memobase-ID: Swissinfo-SRI_CD_ALT_C087_Track01; online unter www.memobase.ch). Diverse andere Sendungen befassen sich direkt oder indirekt mit den Alpen (vgl. Bestand Swissinfo online unter www.memobase.ch).

seinem 2011 herausgegebenen Band *Die Alpen. Eine Schweizer Mentalitätsgeschichte* die Wichtigkeit der Alpenlandschaft für die Identität, Geschichte, Erinnerung und die Mentalität der Schweiz.⁷³ Die Alpen sind aus Sicht Schmidts ein Vermächtnis an Landschaft, an Bergen, an Lebensformen und letztlich an Geschichte, über welche sich die Schweiz im Rückblick – aus Sicht des Jahres 2010 – wieder neu entdecken müsse. Gegen Ende des 20. Jahrhunderts, so auch François Walter im *Historischen Lexikon der Schweiz*, hätten die Berge an Symbolkraft eingebüsst.⁷⁴ Schmidts Band vermag wie auch weitere Publikationen zu dem Thema aufzuzeigen, wie Schweizer Geschichte dicht an eine Alpengeschichte gebunden ist – aber ebenso auch ihre Zukunft daran anknüpfen muss.⁷⁵ An eine Rückverortung, aber auch eine Zukunftsorientierung von Schweiz ist ohne das Alpine aus seinen Augen letztlich nicht zu denken. Hinzuweisen ist hier auch auf das Nationale Forschungsprogramm 48 des SNF *Landschaften und Lebensräume der Alpen*, welches Landschaft zwar vorwiegend als ein materielles und damit aus einem ökologischen und wirtschaftlichen Blickwinkel betrachtet, dabei die Alpen aber ebenso als ein mentales Produkt verortet, als ein kulturelles Gut einer Gemeinschaft. Hervorzuheben ist hier auch die ökonomische Wertigkeit der Alpen, die mit ihrer mentalitäts- und identitätsgeschichtlichen Bedeutung einhergeht.⁷⁶ Neben Landwirtschaft und dem Tourismus prägten und prägen diverse weitere Wirtschaftszweige den Alpenraum.⁷⁷ Ab Mitte des 20. Jahrhunderts ist dabei interessant zu beobachten, dass die Alpen mitunter auch

73 Aurel Schmidt: *Die Alpen. Eine Schweizer Mentalitätsgeschichte*. Frauenfeld 2011.

74 François Walter: Art. »Die Alpen und die schweizerische Identität«. In: *Historisches Lexikon der Schweiz Online*.

75 Siehe dazu (um Eckpunkte jüngerer Publikationen zu dem umfangreich behandelten Thema zu nennen): Jon Mathieu (Hg.): *Die Alpen! Zur europäischen Wahrnehmungsgeschichte seit der Renaissance / Pour une histoire de la perception européenne depuis la Renaissance*. Bern 2005; Dominik Schnetzer: *Bergbild und Geistige Landesverteidigung. Die visuelle Inszenierung der Alpen im massenmedialen Ensemble der modernen Schweiz*. Zürich 2009; Judith Schueler: *Materialising Identity. The Co-Construction of the Gotthard Railway and Swiss National Identity*. Amsterdam 2008.

76 Schmidt 2011, S. 23 f.

77 Siehe dazu Bernard Lehmann/Urs Steiger/Michael Weber: *Landschaften und Lebensräume der Alpen. Zwischen Wertschöpfung und Wertschätzung. Reflexionen zum nationalen Forschungsprogramm 48*. Zürich 2007.

zum Qualitätszeichen für Schweiz und Schweizer Produkte geworden sind. So sieht man bis heute in Werbungen der Schweizer Airline Swiss ein Flugzeug, das über die Alpen fliegt.⁷⁸ Das Matterhorn als charakteristischer Berg ziert Toblerone- und zahlreiche weitere Schokoladenverpackungen im In- und Ausland sowie Werbebilder zahlreicher weiterer Branchen. Diese Liste, so zeigen es auch einschlägige Publikationen, liesse sich ausufernd fortführen.⁷⁹ Durch die Bedeutung der Alpen für eine schweizerische Identität ist es somit auch nicht erstaunlich, dass sich die Radiomitarbeitenden in den produzierten Sendungen mit alpiner Kultur der Schweiz beschäftigt und diese in eigenen Darstellungsformen zur Geltung gebracht haben.

Aus den überlieferten Sendungen wurden für eine vertiefte Untersuchung drei Sendungen ausgewählt – Fallbeispiele #1, #2 und #4. Wichtigstes Kriterium für die Wahl war der Anspruch, ein möglichst breites Panorama an alpinen Schweizinszenierung zu eröffnen. Fallbeispiel #4 ist mit Jahrgang 1950 das älteste und dabei auch das aussergewöhnlichste: Darin wird eine kurz zuvor live ausgestrahlte Sendung vom Matterhorn Gipfel thematisiert – eine damals international rezipierte Sensation. In Fallbeispiel #1, einem Feature von 1975, probiert der Reporter selber aussergewöhnliche und vor allem gefährliche Wintersportarten aus, um ein junges Publikum anzusprechen. Als Kontrast dazu wird in Fallbeispiel #2 die alpine Schweiz über die Stimme ihres wohl bekanntesten Bergkinds, dem Heidi von Johanna Spyri vermittelt. Heidi spricht zwar nun Arabisch, aber singt und spielt Jodellieder, wovon im Original keine Rede ist.

Dabei geht es primär um ein Wie, die Frage, wie das Kurzwellenradio Schweiz zu einem auditiven Erleben gemacht hat. Es geht sekundär um eine kulturhistorische Verortung oder Analyse der Inhalte, der damaligen Ausdeutung des Alpinen. Es sollen die gewählten Mittel einer Inszenierung von Schweiz rekonstruiert werden, wobei Inszenierung im Kontext von Radio als mediatisierender Prozess verstanden wird: Über eine Anreihung und Verknüpfung von Wort-, Musik- und Geräuschaufnahmen wird ein Medienprodukt

78 Siehe etwa das Werbevideo, das auf Swiss-Flügen wie Flug LX975 von Berlin nach Zürich am 25.08.2016 gezeigt wurde.

79 Siehe Patrick Feuz/Andreas Tobler/Urs Schneider: Toblerone. Die Geschichte eines Schweizer Welterfolgs. Bremen 2008; Yvan Hostettler: Matterhorn. Gipfel der Werbung. Genf 1990; Sandro Regazzoni: Das Matterhorn als Werbesymbol bei ausgewählten Unternehmen. Wil 2008.

erzeugt, das auf journalistischen Grundlagen wie Darstellungsformen, aber ebenso auf technischen Bedingungen aufbaut. Dabei greift der Begriff der Inszenierung auf einen beabsichtigten Effekt vor, wie beispielsweise der Erzeugung von Emotionen in der Hörerin und im Hörer. Mit der Untersuchung der Inszenierung verknüpft ist die Frage, wie die Produzenten über die gewählte Darstellung des Alpinen eine affektive Ebene in den Hörer/-innen angesprochen haben könnten.

Wie Golo Föllmer in einem Aufsatz über Radioanalyse betont, wurden bislang in medienwissenschaftlichen Analysen von Radioprogrammen die Programmstruktur, die Themenwahl und -umsetzung oder die journalistische Aufmachung untersucht.⁸⁰ Das Erkenntnisziel sei primär auf einer kognitiven Ebene gelegen, wobei es um die Messung gegangen sei, inwiefern ein als Informationsübermittlung verstandener Sendevorgang erfolgreich gewesen ist. Er schlägt deshalb mit seinem zweiteiligen Schema eine Erweiterung vor.

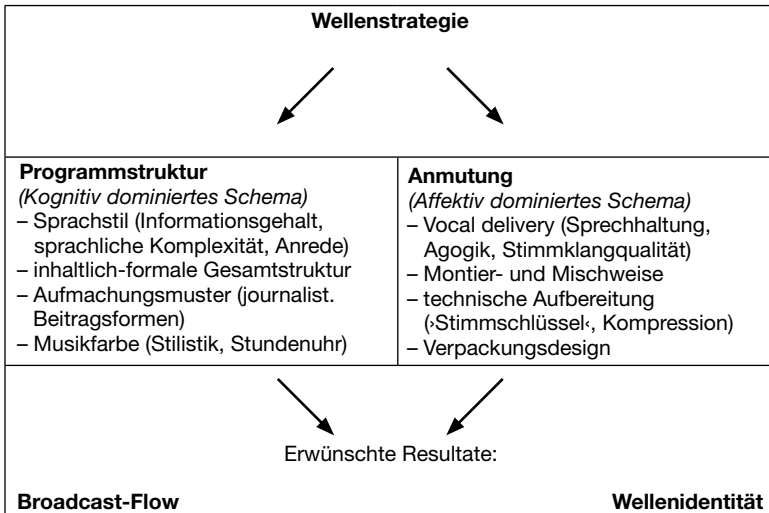


Abb. 1: Radioanalytisches Schema nach Föllmer⁸¹

Nach Föllmer vergisst eine sich rein auf den Inhalt abstützende Betrachtung die Ebene des Affektiven: Hier wird auf die Anmutungsqualität von

80 Föllmer 2013, S. 321–338.

81 Ebd., S. 322.

Radiosendungen fokussiert. Als Anmutung wird die Gefühlstönung einer Sendung verstanden. Anmutung kann auch als ästhetische oder gestalterische Qualität und als atmosphärische Beschaffenheit beschrieben werden. Neben der informativen Ebene von Radio steht die Anmutung für die emotive Qualität einer Radiosendung. Anmutung kann nach Föllmer in Merkmalen der Redaktions- und Produktionspraxis ausgemacht werden. Sie sei Teil des Stils, des ›Stylebooks‹ oder Designs von Radiosendungen. Dabei spielten die Qualität der Stimme eines Sprechers und seine Sprechhaltung genauso eine Rolle wie die technische Herstellung und Verarbeitung des Klangmaterials. Dabei geht es um Klangaufnahme, Tonschnitt oder die Mischung. Mit diesen gestalterischen Mitteln zielen Radiosender nach Föllmer auch darauf ab, den Hörer/-innen ihre Identität zu übermitteln. Über die ›Wellenidentität‹ sollen die Hörerin und der Hörer beim Einschalten des Radiosenders diesen sofort wiedererkennen.⁸² Föllmer trennt in seinem Schema nicht nur eine kognitive und eine affektive Ebene, sondern er ordnet ihnen jeweils konkrete Elemente der radiopraktischen und klangästhetischen Arbeit zu. Ob diese produktionsbezogene Aufteilung auch dem auditiven Erleben⁸³ des Radiopublikums entspricht, ist aber fragwürdig. Die beiden Ebenen von Programmstruktur und Anmutung fallen in einem Produkt zusammen und werden gemeinsam wahrgenommen und verarbeitet.

Radio besitzt eine *expressive* Kraft, die ihr Gegenstück im Affektiven des Hörers und der Hörerin findet. Für die vorliegende Untersuchung ist der Miteinbezug von emotiven Hörerbedürfnissen insofern zentral, als die untersuchten Kultursendungen nicht nur auf informatorische Hörerbedürfnisse abzielen. Es sind wissensvermittelnde und zugleich unterhaltende Sendungen, welche die Hörer/-innen für die Schweiz begeistern sollten. Somit kann in diesen Sendungen im Gegensatz zu News-Sendungen das Medium Radio besonders als ›Gefühlsmedium‹ spürbar werden. Der britische Radioforscher David Hendy geht davon aus, dass Radio in ausgesprochener Weise eine emotionale Ebene in den Hörer/-innen anklingen zu lassen vermag und damit in Abgrenzung zu anderen Medien zu einem *medium of feeling* werde.⁸⁴

82 Ebd., S. 322–326.

83 Folgend auch »Hörerleben« (nicht zu verwechseln mit Hörer-Leben).

84 David Hendy: Representing the Fragmented Mind. Reinterpreting a Classic Radio Feature as ›Sonic Psychology‹. In: The Radio Journal. International Studies in Broadcast & Audio Media 11 (2013), S. 29–45, hier S. 40.

Die oben beschriebenen Werkzeuge sollen diese Seite des Radios untersuchbar machen.

Anhand des Fallbeispiels #1, einer Sendung des KWDs zum Thema Wintersport, werden das Wahrnehmungsprotokoll und das kollektive Hörexperiment, vorgeführt. An diesem ersten Fallbeispiel wird der Forschungsprozess detaillierter abgebildet als in den darauffolgenden drei Beispielen. Die zweite Sendung, eine arabische Umsetzung der Heidi-Romane, konnte beispielsweise aus sprachlichen Gründen nicht über ein kollektives Hörexperiment untersucht werden. Je nach Fallbeispiel wurden die methodischen Werkzeuge unterschiedlich gewählt und die Herangehensweise somit flexibel und nicht nach einem festen wiederkehrenden Schema gehandhabt. Als Grundsatz gilt für alle drei aus dem KWD-Archiv stammenden Sendungen (Fallbeispiele #1, #2 und #4) sowie das Live-Erleben von Kurzwellenradio (Fallbeispiel #3), möglichst aufmerksam Hinzuhören.

