

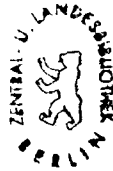
Inge MarBolek/Adelheid von Saldern (Hg.)

**Zuhören und Gehörtwerden I**  
Radio im Nationalsozialismus.  
Zwischen Lenkung und Ablenkung

Unter Mitarbeit von  
Daniela Münkel  
Monika Pater  
Uta C. Schmidt

edition diskord

Kom 596/1



Titelbild: Der Deutsche Rundfunk,  
17. Jg., H. 30, Juli 1939

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

**Zuhören und Gehörtwerden** / Inge Marbolek/Adelheid von Saldern.  
Unter Mitarb. von Daniela Münkler ... - Tübingen : Ed. diskord

1. Radio im Nationalsozialismus. - 1998

**Radio im Nationalsozialismus : zwischen Lenkung und Ablenkung /**  
Inge Marbolek/Adelheid von Saldern (Hg.). Unter Mitarb. von  
Daniela Münkler ... - Tübingen : Ed. diskord, 1998  
(Zuhören und Gehörtwerden ; 1)  
ISBN 3-89295-638-3

© 1998 edition diskord, Tübingen  
Alle Rechte vorbehalten  
Computer-Satz: Anne Schweinlin, Tübingen  
Druck: Fuldaer Verlagsanstalt  
ISBN 3-89295-638-3

<b>Vorwort</b> .....	9
<b>Das Radio als historisches und historiographisches Medium. Eine Einführung</b> <i>Inge Marbolek, Adelheid von Saldern</i> .....	11
<b>Produktionssphäre</b> <i>Daniela Münkler</i> Einleitung: Herrschaftspraxis im Radio: Personal und Programm .....	45
»Wir sind die SA der Propaganda« Rundfunkberufe im Nationalsozialismus .....	50
Personalpolitik .....	51
Gleichgeschalteter Redaktionsalltag? .....	56
Professionalisierung von Rundfunkberufen in der NS-Zeit? ..	62
Frauenberufe – Männerberufe. Geschlechtsspezifische Aufgabenverteilung im nationalsozialistischen Rundfunk .....	72
Die Entwicklung der Programmstruktur .....	95
Die Programmstruktur des nationalsozialistischen Rundfunks .	96
Zielgruppenprogramme: der nationalsozialistische Frauen- und Jugendfunk .....	105
Der Frauenfunk .....	105
Der Jugendfunk .....	116
Resümee: Personal und Programm im NS-Rundfunk .....	125
<b>Rundfunkangebote</b> <i>Monika Pater</i> Einleitung: Zur Bedeutung von Medienangeboten zwischen Hörerinteressen und Anforderungen der Herrschenden .....	129
Heiterkeit in der »Volksgemeinschaft« (1930 bis 1945). Zur Entwicklung der Radiounterhaltung .....	139
»Über all seiner Arbeit aber steht das eine Wort: Deutschland« .....	142

»Neuer Staat« – neue Konzepte? Zur medialen Präsentation von Männlichkeit und Weiblichkeit .....	152
Ideologische Zuweisungen an Weiblichkeit .....	166
»Völkische Unterhaltung«: Die Monatsbilder des Königswusterhäuser Landboten .....	172
Resümee: Männliche Zukunft – weibliches Sein .....	184
»Entspannung und Freude für die Hörer« – Heiterkeit als Lebenshilfe .....	187
Prototyp der Bunten Stunde: Der Frohe Samstagnachmittag aus Köln .....	195
»Zeitlose« Unterhaltung – nationalsozialistisch geprägt .....	204
Männer als Komiker: Wer lacht über wen? .....	207
Bunte Stunden – alltägliche Unterhaltung .....	212
Wunschkonzerte: Die Konstruktion der Familie	
»Volksgemeinschaft« im imaginären, virtuellen Raum .....	224
Die Wunschkonzerte zugunsten des Winterhilfswerks – eine Höreridee? .....	228
»Volksgemeinschaft« – Volksfamilie nach patriarchalem Muster .....	233
Resümee: Zur Funktion von »Normalität« .....	239
<b>Radioaneignung</b>	
<i>Uta C. Schmidt</i>	
Einleitung: »Damals als man noch Radio hörte ...«	
Über den Prozeß der Aneignung .....	243
Radioaneignung 1930 bis 1945 .....	256
»Rundfunk im Aufbruch! Wohin? Ins Volk!«?	
Soziale Topographie des Radiohörens im Nationalsozialismus .....	259
Rundfunk, Raum und Zeit .....	261
Regionale Verteilung der Rundfunkgeräte .....	262
Berufliche und soziale Gliederung der Rundfunkteilnehmer .....	268
Die saisonalen Faktoren des Radiohörens .....	270
»Jeder Volksgenosse ein Rundfunkhörer« – Aneignung zwischen politischer Konsumlenkung und wirtschaftlicher Bedürfnisweckung .....	281
»Der Volksempfänger, eine Tat des Sozialismus« .....	283
Finanzierungshilfen .....	298

Die Dialektik von Innen und Außen, oder: Über das »seelische Verwachsen« mit dem Rundfunk .....	304
Haus, Heimwelt, heimelige Welt .....	304
Vorgänge, »die zwischen Menschen und Gegenständen Beziehungen stiften« .....	307
»Wie sie ihn sieht« – »Wie er ihn sieht« – Das Objekt Radio .....	311
»Das Idealste bleibt ein Rundfunk-Zimmer!« Räumliche Dimension der Aneignung .....	320
»Eine Maschine für Worte und Geräusche? Mensch und Medium .....	326
»Des Abends so um 20 Uhr/ist stets die beste Stunde nur«	
Privates Hören .....	338
»Konrad-Paula 8«. Radioaneignung im Krieg .....	349
Resümee: Radioaneignung im Dritten Reich .....	356
<b>Zur politischen und kulturellen Polyvalenz des Radios. Ergebnisse und Ausblicke</b>	
<i>Adelheid von Saldern, Inge Marßolek, Uta C. Schmidt, Monika Pater, Daniela Münkler</i> .....	361
Abbildungen .....	377
Quellen- und Literaturverzeichnis .....	385
Anhang .....	411
Abkürzungen .....	413
Abbildungsverzeichnis .....	415

# Zur politischen und kulturellen Polyvalenz des Radios

## Ergebnisse und Ausblicke

*Adelheid von Saldern, Inge Marßolek, Uta C. Schmidt,  
Monika Pater, Daniela Münkel*

Als »Goebbels-Schnauze« blieb nach 1945 das Radio in der Erinnerung der ZeitgenossInnen präsent. Diese Erinnerung wirkte entlastend, konnte doch damit dem Medium eine zentrale Rolle bei dem sich bereits 1945 verfestigenden Bild von der »Verführung der Massen durch eine verbrecherische Clique« zugewiesen werden. Während historiographische Forschungen zu vielen Bereichen dies mittlerweile deutlich widerlegen, blieb das Medium Radio davon nahezu unberührt. Bis heute konzentrieren sich die nicht gerade zahlreichen Arbeiten auf seine Nutzung als Instrument direkter politischer Propaganda durch das nationalsozialistische Regime.

Im Widerspruch hierzu scheint zu stehen, daß nationalsozialistische Unterhaltung – nunmehr aus dem Kontext des Dritten Reichs herausgelöst – nach 1945 kaum etwas von ihrer Attraktivität eingebüßt hatte, wie sich an der Beliebtheit der Stars wie Marika Röck, Heinz Rühmann und vielen anderen unschwer zeigen läßt. Erinnert wurde die politische Funktion des Radios, Radiounterhaltung wurde – selbst bei Sendungen wie dem *Wunschkonzert* – ihrer systemspezifischen Konturen entkleidet. Welche Rückschlüsse aus diesem Befund auch auf die Aneignungsformen von Radiosendungen zu ziehen sind, ist eine der zentralen Fragen einer noch zu schreibenden Sozialgeschichte des Mediums.

### *Die »Volksgemeinschaft« als Gesellschaftsentwurf des Nationalsozialismus*

Das NS-Regime hatte den Rassismus zum Dreh- und Angelpunkt staatlichen Handelns erhoben. Von der Mehrheit der Deutschen wurde das akzeptiert. Ob und in welchem Ausmaß die vernichtende und mörderische Dimension erkannt und billigte wurde, ist in der Forschung umstritten. Ganz außer Frage steht, daß die politische Führung der NSDAP, unterstützt von Teilen der politischen Eliten des NS-Regimes, insgesamt eine

solche Politik billigte und beförderte. Auch das Radio stand im Dienst eines rassistisch strukturierten Gesellschaftsentwurfs. Dieser war allerdings kein monolithisches Gebilde. Seine Struktur wies viele Versatzstücke auf, die miteinander konkurrierten und differierten, aber auch wechselseitig kompatibel waren, so daß neue Kompositionen entstehen konnten. Als Teil einer umfassenden Herrschaftsstrategie bezweckte die Inszenierung der »Volksgemeinschaft«, eine Loyalität der Bevölkerung gegenüber dem Regime zu erzeugen oder, soweit schon vorhanden, diese zu erhöhen. Im Vordergrund stand dabei nicht die direkte propagandistische Verbreitung der rassistischen Ideologie, sondern die Herstellung der »Volksgemeinschaft« im virtuellen Raum, durchaus mit völkischen und rassistischen Konnotationen. Wenn etwa im *Königwusterhäuser Landboten* neben landsmannschaftlichen auch völkisch-mythische Elemente der »Volksgemeinschaft« artikuliert und stilisiert wurden, so war dies nicht nur als Zugeständnis an jenen NSDAP-Flügel zu werten, der einer Blut- und Boden-Romantik verhaftet blieb, sondern sprach auch diejenigen an, die auf die massiven Modernisierungsschübe in der Weimarer Republik mit einer völkisch-nationalen Sichtweise reagiert hatten, bei der die germanische Vergangenheit nostalgisch verklärt wurde. Der Vermittler zwischen instabiler Gegenwart und sicher dargestellter Vergangenheit ist die Figur des Landboten, ein männliches Wesen, das den gesellschaftlichen Stellenwert des neuen Mediums vorführt: Mittler zu sein nicht nur zwischen früher und heute, sondern auch zwischen »draußen« und »drinnen« und auch dazu bestimmt, Gegensätze zwischen alt und neu, Stadt und Land, »oben« und »unten« zu versöhnen. Die andere, insgesamt wohl massenwirksamere Ausdifferenzierung der »Volksgemeinschaft« geschah in eher modernen Bildern, die aber durchaus mit den völkischen Versatzstücken in Einklang zu bringen waren. Hört man sich etwa die Radio-sendungen zum 1. Mai 1933 an, so begannen diese am 30. April mit dem Treffen der Hitler-Jugend im Harz, einer mythischen Inszenierung von Feuer, jugendbewegten Schwüren und völkischen Symbolen. Bei der Feier am 1. Mai auf dem Tempelhofer Feld hingegen zelebrierte man die Technik und das Medium selber. In den Direktübertragungen, in den Interviews mit den aus den Flugzeugen kommenden Delegationen aus allen Gauen bis hin zu den unterhaltenden Sketchen wurde die neue NS-Gemeinschaft entworfen und medial als »Wirklichkeit« inszeniert.

Die Möglichkeiten, eine virtuelle »Volksgemeinschaft« im und durch das Radio zu erzeugen und im Sinne des Regimes zu instrumentalisieren,

wurden nicht nur bei den 1. Mai-Feiern genutzt, sondern auch bei den Olympischen Spielen, bei den *Wunschkonzerten* oder anlässlich des Weihnachtsfestes im Krieg. Die Live-Übertragungen in vierzig verschiedene Länder während der Olympischen Spiele von 1936 waren Symbol für eine bestimmte Art von Modernität und »Normalität« des Regimes: Über das Radio wurde die vorgeblich heitere und friedfertige Seite der »Volksgemeinschaft« propagandistisch in alle Länder Europas und nach Übersee übertragen. Im Krieg zeichnete das Medium die imperialistischen Entwürfe einer expandierenden »Volksgemeinschaft«, die ihren Herrschaftsanspruch in ganz Europa geltend machte. Gerade weil das Publikum noch nicht gelernt hatte, Simulation und Wirklichkeit deutlich zu scheiden, wirkte, so eine These, der im Medium inszenierte »schöne Schein« als Realität und erhöhte so die Akzeptanz des Regimes.

In den Jahren der Stabilisierung des NS-Systems und der Etablierung des Radios als Alltagsmedium beherrschte immer mehr der »heitere Mensch« als Leitbild der »Volksgemeinschaft« das Reservoir der Inszenierungen. Das Radio, das Heiterkeit noch in Zeiten des »totalen Krieges« propagierte, war als Symbol der »Volksgemeinschaft« in diesem Zusammenhang besonders gefordert. Der Mensch hatte nach der Vorstellung der Machthaber heiter zu sein, weil er im Einklang mit den »VolksgenossInnen« lebte. Sein Raum war die »Normalität«, die zum Synonym dieser »Volksgemeinschaft« wurde. Gerade weil die Nationalsozialisten es äußerst geschickt verstanden, die NS-Volksgemeinschaft durch das Radio zu inszenieren, offerierte es in der Wahrnehmung der »VolksgenossInnen« beides: Es war die Stimme des Regimes im Wohnzimmer oder in der Küche, es bot aber auch die Möglichkeit des Abschaltens – und dies im doppelten Wortsinne: Man konnte am Ausschaltknopf drehen, aber auch durch Hören der Unterhaltungssendungen »abschalten«. Die Hinwendung zur Unterhaltung bot jedoch nur scheinbar Schutz vor den Zumutungen der NS-Herrschaft, denn gerade in den Unterhaltungssendungen wurde die »Volksgemeinschaft« in ihrer heiteren Seite inszeniert. So förderte der vielzitierte und oft erinnerte Rückzug der Menschen in die scheinbare Normalität, wozu auch die Unterhaltung gehörte, häufig quasi unter der Hand die Akzeptanz der rassistisch orientierten NS-Gesellschaft. Dabei spielte das NS-Regime gekonnt auf der Klaviatur althergebrachter Unterhaltungskonzepte und baute geschickt systemspezifische Präferenzen wie das Völkisch-Nationale ein. Die altbewährten und deshalb schon verinnerlichten Unterhaltungsstrukturen ließen sich gut mit den Interessen

des NS-Systems verbinden. Der grundsätzliche Polyvalenzcharakter solcher Medienangebote zahlte sich für das Regime aus.

Doch zurück zur Heiterkeit. Heiter konnte nur der sein, der die Ausgrenzung der anderen, also der Juden, der Sinti und Roma und all derjenigen, die nicht zur rassistisch geprägten NS-Leistungsgemeinschaft zählen oder nicht zählen wollten, billigte oder in Kauf nahm. Also implizierte die Unterhaltung immer auch Ausgrenzung. Die Rundfunkunterhaltung sollte, wie es Reichssendeleiter Eugen Hadamovsky einmal formulierte, bei den Zuhörenden zunächst eine Art von Entspannung hervorrufen. Dann könnte diese Entspannung benutzt werden, um, wie es hieß, etwas aufzubauen und zu formen. Diese Einsichten galten offensichtlich auch für die in der vorliegenden Studie kurz dargestellten Sendungen, etwa die Sendung *Wir treiben Familienforschung*. In unterhaltender Form erfolgten hier Ausgrenzungen innerhalb von Themenschwerpunkten. Sippenforschung gehörte dazu. Bei dieser Art von Herrschaftspraxis kam es wesentlich darauf an, entsprechend der geschlossenen Gesellschaft auch relativ geschlossene Texte zu verfassen, die den RezipientInnen eine ganz bestimmte Interpretation nahelegten. Durch die Analysen von Sendungen dieses Typs konnte deutlich gemacht werden, daß Begriffe wie »Manipulation« und »Instrumentalisierung« dann in die Irre führen, wenn darunter direkte politische Beeinflussungen verstanden werden. Zwar gehörte auch im Dritten Reich »unterhaltende Belehrung und kameradschaftliche Aufklärung« zu den Richtlinien der Programmgestaltung, doch die Belehrungen wurden medial und psychologisch gut verpackt, so zum Beispiel im »unterhaltenden Tagtraum«, einer Sendung, in der Konsumwünsche – eine »wunderbare Wohnküche ... mit Linoleumeinsatz« – geschürt wurden.

Wenngleich unterhaltende Radiosendungen im allgemeinen als Ausdruck einer vermeintlichen Stabilität und Normalität der NS-Gesellschaft galten, so konnte es doch auch zu anderen Interpretationen kommen. Die rigiden Herrschaftspraxen sensibilisierten Menschen mit nonkonformer Einstellung, so daß sie bereits kleine Anspielungen verstanden oder die Texte in einer Weise deuteten, die nicht denen des Regimes entsprachen. So mag beispielsweise der *Königswusterhäuser Landbote* in seinen mythisch-völkischen Passagen für jene, die damit gar nichts im Sinne hatten, durchaus lächerlich gewirkt haben – falls sie die Sendung überhaupt hörten.

Im Krieg schließlich bot das Radio die einzige Möglichkeit, mit Hilfe der Auslandssender einigermaßen zuverlässige Nachrichten über den

Frontverlauf und damit über das Schicksal der Männer an der Front zu erlangen. Trotz aller Sanktionierung wurde das »Feindhören« während des Krieges zu einem massenhaften Phänomen. Das war weniger ein Zeichen wachsender Distanz zum Regime, als mehr ein Ausdruck für die im Medium prinzipiell angelegte Polyvalenz, die vielgestaltigen Aneignungsweisen, auch jenseits des vom Regime gesetzten Rahmens, ermöglichte. Die Bestrafung für »Feindsenderhören« während des Krieges mit Gefängnis, Zuchthaus, der Einweisung in ein Konzentrationslager oder gar mit dem Tode zeigt daher auch die Machtlosigkeit eines diktatorischen Regimes gegenüber der Nutzung und Aneignung eines Mediums, das selber grenzüberschreitend ist.

#### *Geschlechterordnung, Rundfunkberufe und Medientechnik*

Mit ihrem expliziten Bezug auf Geschlecht als Struktur- und Analyse-kategorie stehen diese Ergebnisse in der Folge eines Paradigmenwechsels: An die Stelle einer rund 25jährigen Frauengeschichte, die der ansonsten unveränderten allgemeinen Geschichte die Beiträge von Frauen hinzufügte, ist eine Geschlechtergeschichte getreten, die sich als eine umfassende Neuorientierung der allgemeinen Geschichtssicht versteht. Damit erweiterte sich der Blick auf das, was als genusrelevant gelten könnte. Thematisiert wurden auch jene Grenzlinien, welche genuspezifische von vorgeblich genusunspezifischen Bereichen trennten. Über diese Grenzlinien führten die untersuchten Gesellschaftssysteme *genderization* durch. In den Blick kamen zudem jene Prozesse, die *genderization* konstituierten und bestätigten. So ergaben sich aufschlußreiche Perspektiven auf eine Rundfunkgeschichte, die bislang, wie schon erwähnt, vorwiegend unter politisch-institutionellen Fragestellungen untersucht wurde. Geschlecht wurde allerdings in den Anfängen der Rundfunkforschung in der Zwischenkriegszeit bereits thematisiert. In den damaligen empirischen Sozialforschungen, der kulturwissenschaftlich ausgerichteten Hörerziehung, den Vorstellungen über technische Gebrauchswertstandards bis hin zu Programmkonzeptionen war das Geschlecht eine selbstverständlich beachtete Größe. Das kann als ein Beleg dafür angesehen werden, daß die Verdrängung von Geschlecht aus dem Analyseinstrumentarium der (Rundfunk-)Forschung wissenschafts-immanenten Entscheidungen geschuldet ist.

Ein hierarchisch vorgestelltes Geschlechterverhältnis, so lautet das Fazit nach abgeschlossener Studie, zeigte sich sowohl in realen gesell-

schaftlichen Organisationsfragen, wie dem Zugang zu Macht- und Entscheidungsebenen im Rundfunk, als auch in symbolischen Vergesellschaftungsprozessen als effektives Ordnungsmuster. So findet sich zwar im NS-Rundfunk die eine oder andere Redakteurin. Die Arbeit der Redakteurinnen wurde jedoch als individuelle Ausnahme interpretiert, um mit dem herrschenden nationalsozialistischen Frauenbild kompatibel zu bleiben. Dieses wies den Frauen vorrangig einen als natürlich vorgestellten Platz in Ehe und Familie zu, während die öffentliche Sphäre der Rundfunkproduktion den Männern vorbehalten blieb. Lenkt man allerdings den Blick von der Leitungs- und Redaktionsebene weg und hin zu den zurarbeitenden Funktionen im Rundfunkwesen, so stößt man auf ein Heer von Sekretärinnen und weiblichen Hilfskräften. Kriegsbedingt drangen Frauen selbst in technische Berufe ein, die zuvor als männliche Domäne galten.

Die Artikulationsmöglichkeiten von Frauen im Rundfunk blieben jedoch weitgehend auf Erziehungs-, Ernährungs- und Familienfragen, also auf den Frauen- und Mädchenfunk, beschränkt. Angesichts rassistischer Ausgrenzungspolitik und Kriegswirtschaft waren diese Bereiche allerdings durchaus von gesellschaftlicher und politischer Bedeutung.

Mit der Zuordnung der Frauen zu sogenannten Frauenthemen griff die nationalsozialistische Rundfunkorganisation Denkmuster aus der Weimarer Republik auf. Damals kämpften Frauen aus bürgerlichen und konservativen Verbänden um berufliche Möglichkeiten und gute Sendezeiten im neuen Kommunikationsmedium Rundfunk, und zwar mit dem Argument, sie könnten besonders kompetent zu Themen wie Haushalt, Ehe und Familie sprechen. In solchen Bereichen durften sie dann auch begrenzt ihre Stimmen erheben, die bei frauenspezifischen Sendeangeboten geschätzt wurden. In erbittert geführten Diskussionen um den Beruf des Ansagers allgemeiner Themen, die sich stets auch an eine politische Öffentlichkeit richteten, wurden weibliche Stimmen indessen als ungeeignet betrachtet und deshalb Frauen aus diesem Berufsfeld – in der Bundesrepublik bis in die siebziger Jahre – ausgeschlossen.

Sehr viel mehr als heute faszinierte in der Anfangsphase des Rundfunks die Radiotechnik, galt doch die Übertragung von anderswo produzierten Lauten noch als erstaunenswert. Zur Faszination des Radios trugen überdies die radiospezifischen Formen des Sprechens und Ansprechens bei. In einigen Sendungen des NS-Funks wurde die Hausfrau sogar direkt angesprochen, die Stimme schien dann quasi Gestalt anzunehmen,

schien zu wissen, was die Hausfrau gerade tat und erinnerte sie, was sie nicht vergessen dürfe, wenn sie etwa die Sendung *Froher Samstagnachmittag* hören wollte: »Achtung! Achtung! ... Ist die Milch vom Herd?«

Die Vorstellung, daß alle sich der neuen Technik bedienen und senden könnten, war in den zwanziger Jahren weit verbreitet gewesen: als Hoffnung seitens linker Intellektueller, als Befürchtung der Konservativen. Diese Vorstellung wurde im Dritten Reich aufgegriffen und propagandistisch in Szene gesetzt. Durchgeführt im Rahmen der »Volkssender«-Aktion suggerierten die im NS-System neu eingeführten Rundfunksprecher-Wettbewerbe ebenso wie die Rundfunkeignungsprüfungen für den künstlerisch-unterhaltenden Bereich, daß der Zugang zum Mikrofon jedem »Volksgenossen« offen stünde. Das erwies sich allerdings schnell als Illusion. Die Wettbewerbe sollten weder neue Kräfte für den Rundfunk rekrutieren noch die Professionalisierung vorantreiben oder bestimmte Leistungsstandards festlegen. Vielmehr trugen sie propagandistischen Charakter und dienten der Kampagne »Volk sendet für Volk«, mit der die Nationalsozialisten ihr Versprechen vom »wahren Volksfunk« zu erfüllen vorgaben. In Wirklichkeit blieb die gesamte Kontrolle über die Sendetechnik sowie die Bestimmung der Teilnahmebedingungen bei den Beauftragten des »Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda«. Überdies beteiligten sich an den Rundfunksprecher-Wettbewerben Frauen nur marginal. Das entsprach den Vorstellungen einer dualen Geschlechterordnung, bei der Frauen fest auf der Seite der Empfangenden verortet wurden, was sich auch in der Repräsentation der Empfangstechnik ausdrückte.

In den dreißiger Jahren war auch die Sendetechnik selbst Gegenstand medialer Inszenierung. Zu denken ist beispielsweise an die Sendung zum 1. Mai 1934. In dieser Sendung nimmt die Schiffsbesatzung durch die hochmoderne technische Ausrüstung an dem massenhaften Aufmarsch der »Volksgemeinschaft« teil. Der Funker auf einem Schiff am Äquator ermöglicht die Verbindung mit der »Volksgemeinschaft«, die ebenso grenzüberschreitend wie das Radio inszeniert wurde. Vor den Aufmarschierten aber redet nur einer. Die vielen anderen werden per Lautsprecher, Übertragungstechnik und Radio beschallt und das Ganze als ein Triumph deutscher Technik dargestellt. Die Übertragungs- und Rundfunktechnik diente hier, wie auch in anderen Fällen, dem medialen Erleben der »Volksgemeinschaft«, die, wenn es um Medium und Technik ging, als reine Männergesellschaft konstruiert wurde.

Die aufdringlich-emphatischen NS-Rundfunktexte, in denen das Erleben betont wurde, lassen darauf schließen, daß sich die Rundfunkmacher geschickt auf die damaligen Wahrnehmungs- und Vorstellungsdimensionen des Radiopublikums eingelassen haben. Wie sich Wahrnehmungs- und Vorstellungsstrukturen im Verlaufe der Zeit veränderten, wurde unter anderem im Zusammenhang mit den geäußerten Vorbehalten gegenüber Schallplattenkonzerten deutlich. Ein Teil des Bildungsbürgertums lehnte diese ab, weil sie nicht als originale, authentische Musik angesehen werden könnten. Das verweist auf einen anderen Wirklichkeitsbegriff, der sich noch an einer idealistisch-traditionellen Vorstellung von Kunstgenuß und Originalität festklammerte – entgegen den Einsichten eines Walter Benjamin.

Die NS-Rundfunkmacher verschafften sich durch bestimmte Inszenierungen von Sendungen Eingang in den Bewußtseinshaushalt des Publikums. Sie wendeten dabei moderne, im Prinzip auch heute aktuelle Mittel an, indem sie den Mediencharakter auszublenden und ein echtes Erleben vorzutäuschen suchten. Das Publikum hatte noch keine rechte Vorstellung von Simulation. Auch die zahlreichen Hörerbriefe deuten darauf hin, daß vieles, was im Radio kam, ernst genommen wurde und sich die Menschen mit dem Gehörten auseinandersetzten.

Ob Sendetechnik oder Sprechtechnik, ob Präsentation oder Inszenierung, der Volksempfänger galt im Dritten Reich als Synonym für die spezifische Form der Modernität des Nationalsozialismus. Wie auf vielen anderen Gebieten, bemächtigten sich die Nationalsozialisten des Radios auch, um die Faszination, die damals von den Ikonen der Technik ausging, zu ihren Gunsten zu nutzen. Das Radio war nicht nur Symbol des totalitären Herrschaftsanspruchs, sondern gleichzeitig auch Objekt einer anscheinend zukunftsweisenden Konsumkultur im und durch den Nationalsozialismus.

Im fortgeschrittenen Stadium des Krieges veränderte sich teilweise das Hörverhalten. Das Erleben des Krieges in der sozialen Realität stieß sich an dem Erleben des Krieges im Radio, das durch die Vortäuschung eines normalen Lebens nicht selten als Provokation empfunden wurde. Die Wahrnehmungsdissonanzen erhöhten sich vor allem für jene, die dazu noch politische Sendungen hörten. Allerdings ist das nur die eine Seite der Medaille. Die andere ist gekennzeichnet durch die Sehnsucht vieler Menschen nach dem »Normalen« – gerade wegen der Kriegseinbrüche in ihr Alltagsleben. Hieran knüpften die Programmacher im NS-Funk an –

und wohl nicht ohne Erfolg, solange sie nicht allzu sehr überzogen. Gleichwohl kann der Krieg in gewisser Weise als Wende in der Geschichte der Radiowahrnehmung gelten. Die Menschen ließen sich immer weniger etwas vorgaukeln.

#### *Radiopublikum, Medienangebote und Mediennutzung*

Während bei einer Theateraufführung oder im Konzertsaal das Publikum leibhaftige Gestalt annahm, blieb das Radiopublikum unsichtbar. Wer wann was hörte, diese Fragen waren zunächst kaum zu beantworten. Also wurden Hilfsmittel eingesetzt, um überhaupt an Informationen heranzukommen. Kein Zufall ist es demnach, daß die Demoskopie schon früh zur Erforschung des Radiopublikums genutzt wurde, bereits vor 1933, und daß die Rundfunkpolitiker im Dritten Reich auch höchst interessiert daran waren, etwas über die Hörenden zu erfahren.

Die gesammelten Informationen über das Radiopublikum ergaben bereits in der Weimarer Republik, daß dieses keineswegs den unter Kulturkonservativen der Zwischenkriegszeit verbreiteten Vorstellungen über die Homogenität der Massen entsprach. Im Gegenteil, das Publikum galt von Anfang an als diversifiziert, nach Klasse und Geschlecht, nach Alter und Bildungsstand, nach Stadt und Land, nach Religion und Region. Das wurde von den Programmachern auch so wahrgenommen. Wie in der vorliegenden Studie gezeigt werden konnte, ging es deshalb darum, das bislang noch nicht existierende allgemeine Publikum zu schaffen, zumindest für gewisse Zeitspannen am Tag und in der Woche. Dieses allgemeine Publikum war zunächst nichts weiter als eine numerische Größe: Gesucht wurde nach der größten Schnittmenge gemeinsamer Interessen und geschmacklicher Vorlieben. Für die Programmacher bestand die planerische Aufgabe darin, zumindest zwischen 18 und 22 Uhr einen möglichst großen Teil des potentiellen Publikums zu erreichen. Doch da wurde ein Problem eklatant: Geschmäcker waren verschieden, und zwar sowohl zwischen den sozialen Schichten und Generationen als auch zwischen den Geschlechtern. Dieser Sachverhalt läßt auf keine vorgeblichen Geschlechtscharaktere schließen, sondern auf verschiedene kulturelle Aneignungs- und Gebrauchsweisen. Die Differenzen resultierten aus den bei Männern und Frauen variierenden Arbeitsanforderungen und Zeitreservoirs, verstärkt durch generationenspezifische Habitualisierung und durch divergierendes soziokulturelles Kapital. So fühlten sich im gesam-



ten Untersuchungszeitraum absolut gesehen mehr Männer als Frauen von Sportübertragungen und dem Zeitfunk angesprochen, während Frauen Schlager, Operetten und Hörspiele bevorzugten. Gemeinsamkeiten mußten erst gefunden werden. Es waren insbesondere die *Bunten Stunden*, die beide Geschlechter schätzten. *Bunte Stunden* waren alters-, geschlechts- und dazu noch schichtenübergreifend. Es handelte sich um ein medien-spezifisches, originäres Rundfunkangebot, das auf die beim Publikum unumstrittene Unterhaltungsfunktion des Massenmediums Rundfunk verweist. Volkstümliche Musik, Männerchöre und Märsche sowie Musik-Potpourries, durchweht von Sketchen und heiteren Dialogen mit oder ohne vermittelnde Ansagen, bildeten offenbar eine zeit- und systemtypische Mischung solcher *Bunten Stunden*, die bei besonders vielen Menschen ankam. Mit anderen Worten: Die *Bunten Stunden* und ähnliche Sende- und Hörfolgen »schufen« durch ihr integratives Format und ihre Serialität ein »allgemeines« medienbezogenes Publikum.

Da sich das allgemeine Radiopublikum im Dritten Reich durch Ausgrenzung auszeichnete, kann man genau genommen jedoch gar nicht von einem allgemeinen Publikum sprechen. Es war mehr als eine symbolische Handlung, wenn allen Jüdinnen und Juden im Jahre 1939 das Radio weggenommen wurde. Unausgesprochen, aber eigentlich schon selbstverständlich meinte der Volksempfänger immer nur das deutsche »arische Volk«, nicht die Staatsbürgergesellschaft. Dieses sogenannte allgemeine Publikum war von vornherein als ein »arisches« konzipiert. Die Suche nach den Vorfahren einer Familie wurde nicht zuletzt im Radio verhandelt, mögliche Eheschließungen mit NS-konformen »guten Ratschlägen« kommentiert. Die Ausführungen in verschiedenen Teilen dieser Arbeit lassen den Schluß zu, daß die medial vermittelte Ausgrenzungspolitik auf einen weitverbreiteten alltäglichen Rassismus traf. Die medialen Angebote und Deutungsmuster verfestigten solche Verhaltensweisen und führten vielfach wohl dazu, daß diese noch bis in unsere Tage nachzuwirken vermochten.

Seit den Anfängen des Rundfunks waren die Verantwortlichen davon überzeugt, daß das Publikum erzogen werden müsse. Zunächst ging man davon aus, daß das Radio ein Kulturfaktor sei, und es deshalb verdiene, daß ihm konzentriert zugehört wurde. Allein beim weiblichen Publikum wurde konzidiert, daß das Medium die Hausarbeit »begleiten« solle. Und schließlich verdammte man exzessives Radiohören, das als spezifisch weiblich imaginiert wurde. Als Verantwortliche für die häusliche Kultur

sollten gerade Frauen den maßvollen Umgang mit dem Rundfunk lernen und als Vorbild für die Familie wirken. Damit standen nicht Anhänger der Moderne etwaigen Antimodernisten polar gegenüber, sondern der Schnitt erfolgte quasi »mittendrin«, ging es doch um den »vernünftigen Gebrauch« dessen, was die Moderne an Möglichkeiten bot. Es handelte sich dabei um disziplinierende und machtbesetzte Diskurse, in denen kulturkonservative Positionen und jene, die aufklärungsbezogenes Vernunftshandeln favorisierten, nahe beieinanderlagen.

Die tatsächliche Nutzung des Radios verlief aber, wie verschiedentlich gezeigt werden konnte, in viel eigensinnigerer Weise als geplant. Die Menschen nutzten das Radio beispielsweise als Geräuschkulisse, ob es »denen da oben paßte« oder nicht, etwa jene Arbeiterfamilien, in denen sich die Radiostimmen in das sonstige Stimmengewirr einordneten, wodurch die Mitteilbarkeit der Familienmitglieder jedoch nicht sonderlich geschmälert schien.

In den Vorstellungen vom allgemeinen Publikum spielte die Familie eine zentrale Rolle. Schon in der zweiten Hälfte der zwanziger Jahre wurde die besondere Bedeutung des Radios für die Familie in ihrer Privatheit betont und als Heilmittel gegen den Verfall derselben empfohlen. Gerade damals häuften sich die Klagen über die Krise der Familie. Neben den tiefen Erschütterungen durch den für Deutschland verlorenen Krieg und den ökonomischen und politischen Problemen der jungen Republik war es vor allem die neue Massenkultur, die in den Augen vieler Publizisten schuld daran hatte, wenn das bestehende Normensystem im allgemeinen und der Wert der Familie im besonderen in der Seichtigkeit der neuen Freuden vollends unterzugehen drohte. Das Radio verhielt die Wiederkehr größerer Familienorientierung und damit stabile Zeiten. Ihm zuhören konnte die ganze Familie, Mann und Frau, Eltern und Kinder. Das Radio führte die Familie vor dem Empfangsgerät zusammen und konnte die partikularen Hörinteressen der Familienmitglieder in Formaten wie den *Bunten Stunden* integrieren. Entsprechende Hinweise auf den neuen »Hausfreund« erfolgten schon in den zwanziger Jahren, und sie wurden auch in den folgenden Jahrzehnten wiederholt, bis schließlich das Fernsehen diese Funktion übernahm. Im Dritten Reich sollte das Radio die Familie neu festigen und dadurch das Herrschaftssystem selbst sichern helfen. Allerdings hatte das NS-Regime einige Schwierigkeiten mit dem neuen »Familienfreund«, stand er doch im Widerspruch zu der Forderung, daß die Menschen sich aus ihrer Privatsphäre heraus und in das

organisierte Draußen hinein bewegten, beispielsweise in die Hitlerjugend. Aus dem privat genutzten »Hausfreund« wurde in solchen Situationen das öffentlich angebotene herrschaftsnahе Medium.

Neben den Bemühungen, Sendeformen zu entwickeln, die ein allgemeines Publikum konstruieren und ansprechen sollten, wurden bereits Mitte der zwanziger Jahre Zielgruppensendungen eingeführt, also zu einer Zeit, in der das Radio selbst noch in den Kinderschuhen steckte. Zunächst bedachten die Programmacher vor allem Landwirte und Frauen, dann Jugendliche und Kinder mit Sondersendungen. Rein numerisch gesehen machten diese Gruppen weit über die Hälfte der Bevölkerung aus. Mit anderen Worten: für die Mehrheit der Bevölkerung wurden eigene Sendungen konzipiert. Die Begründung lag auf der Hand: die allgemeinen Sendungen berücksichtigten nicht ausreichend die spezifischen Bedürfnisse bestimmter Gruppen. So entstand auch der Frauenfunk. Im Dritten Reich hatte die NS-Frauenschaft erfolgreich ihre Hand auf den Frauenfunk ausgestreckt und sich gegen Konkurrenten gewehrt, die ebenfalls auf gute Sendeplätze erpicht waren. Arbeiten, wie die von Herta Kuhlmann, belegen die Relevanz des frauenspezifischen Programms während des Dritten Reiches.

Trotz des großen Anklangs der Zielgruppensendungen existierte ein strukturelles Dilemma für das NS-Regime: Zur Idee der NS-»Volksgemeinschaft« paßten eigentlich gar keine Zielgruppensendungen, da diese der Gefahr einer zu großen kulturellen Diversifikation Vorschub leisteten. Man versuchte dem partiell zu entgehen, indem man bei den Zielgruppensendungen auch allgemein bedeutsame Themen behandelte, Themen, bei denen die Werte und Anforderungen der NS-Gemeinschaft voll zur Geltung kamen. Das machte sich insbesondere bei den Sendungen für die Jugend bemerkbar, die als Zielgruppe in beiden Regimen eine große Rolle spielte. So gewann die »Hitlerjugend« großen Einfluß auf die Jugendsendungen. In diesen Sendungen dominierte das belehrende Moment. Die Jugendlichen wurden vorrangig als zukünftige Erwachsene wahrgenommen. Die Themen entsprachen den Vorgaben der Partei.

Zusammenfassend läßt sich sagen, daß Zielgruppensendungen, wie der Frauen- und Jugendfunk, als Ausdruck einer Programmdiversifikation grundsätzlich moderne Züge aufwies. Die inhaltlichen Konzepte vermitteln jedoch ein komplexeres Bild: Frauensendungen waren im Dritten Reich noch älteren Vorstellungen von dem besonderem Wesen des weiblichen Geschlechts geschuldet.

In Radiosendungen, inklusive jenen im Frauen- und Jugendfunk, variierten die Bilder vom Verhältnis der Geschlechter durchaus, je nach verantwortlichem Redakteur und verantwortlicher Redakteurin, nach Sendeformat, Sendezeit und Sendeanlaß. Im Dritten Reich hat es jedenfalls mehr als nur ein Frauenbild gegeben. Allerdings bestand eine eindeutige Rangfolge. Obenan stand das bekannte Bild der treu sorgenden Mutter und Hausfrau. Gelegentlich wurden im Radio aber auch andere Perspektiven für Frauen vorgestellt, beispielsweise Handwerksberufe für Schulabgängerinnen, oder es wurden beruflich erfolgreiche Frauen präsentiert, und Ende der dreißiger Jahre diskutierte man »bereits« das Studium für Frauen. Sicherlich orientierten sich die Themen in der Regel an den Erfordernissen von Aufrüstung und Arbeitsmarkt, doch konnten sie von zuhörenden Frauen, die dem NS-System eher wohlwollend gegenüberstanden, durchaus anders verstanden werden, so als ob es eine Zukunft auch für beruflich qualifizierte Frauen in einem NS-Staat geben könnte. Hinzu kam, daß eine im heutigen Sinne offene Diskriminierung von Frauen eher selten war. Mit der deutlichen Höherbewertung des Mannes, dem die Frau Kameradin sein sollte, wie Hilde in der Hörfolge zum 1. Mai 1935 oder Käthe in der Oktoberfolge des *Königswusterhäuser Landboten* 1939, ging eine gesellschaftliche Aufwertung traditionell bürgerlichweiblicher Tätigkeiten einher. Darüber hinaus lassen sich Struktureigentümlichkeiten erkennen, die auch für den fiktionalen Bereich medialer Produkte die Bedeutung eines als polar gedachten Geschlechterverhältnisses bestätigen. Der vom Rundfunk konstituierten »Volksgemeinschaft« – im Wunschkonzert schließlich inszeniert als patriarchale Volksfamilie – lag beispielsweise ein solches duales geschlechtsspezifisches Zuordnungssystem zugrunde. In diesen Sendungen begnügte man sich in der Regel mit der Beschreibung ganz bestimmter sozialer Räume, Aufgaben und Selbstverständnisse. Fokussiert wurde hier allein die Soldatenmutter und -chefrau einerseits und der soldatische Mann andererseits.

Diese beiden Bilder, als Normalität inszeniert und heiter präsentiert, dienten während des Krieges der Stärkung des Durchhaltewillens. Die vielen anderen sozialen Erfahrungen aus jener Zeit wurden hingegen nicht thematisiert und gerieten mehr und mehr ins Abseits oder wurden als deviantes Verhalten definiert, das in letzter Konsequenz sogar die Aussonderung aus der »Volksgemeinschaft« zur Folge haben konnte: Die mediale Konstruktion solcher polar angelegten Geschlechterstereotypen war deshalb Teil der nationalsozialistischen Ausgrenzung sozialer Realitäten.

Zudem fällt auf, daß Effekte, die eigentlich wenig mit Geschlecht zu tun hatten, wie zum Beispiel der Unterhaltungs- und Spannungswert von Sendungen, über dichotomisch gedachte Geschlechterstereotypen gesteuert wurden. Unterhaltungssendungen wiesen in beiden Regimen häufig geschlechtsspezifische Formate auf, bei denen auf alte Stereotype über das Geschlechterverhältnis zurückgegriffen wurde, um auf dieser Basis unterhaltend zu wirken. Die Produzenten der Sendungen nutzten hierbei die *longue durée* von Mentalitäten des Publikums, das an solche Unterhaltungsstrukturen gewöhnt war.

### *Radiogerät, Aneignung und Geschlecht*

Das Radio als Medium und Gebrauchsgut versprach wirtschaftlich nur dann Erfolg, wenn eine möglichst große Käuferschaft mobilisiert werden konnte. In den Vorkriegsjahren wurde das Radio zum Alltagsgegenstand: Es war der Volksempfänger, der in der Wahrnehmung der ZeitgenossInnen den Einzug des Radios in die Arbeiterhaushalte und in die Dörfer symbolisierte. Das Regime förderte diese Entwicklung durch umfangreiche Werbemaßnahmen: Rundfunkwagen mit eigens dafür hergestellten Filmen zogen auf das Land.

Trotz der Entwicklung hin zum Alltagsgegenstand blieb der Kauf eines Radiogeräts ein außergewöhnliches Ereignis. Nicht selten wurde anlässlich von Festtagen, vor allem zu Weihnachten, ein Radiogerät gekauft oder verschenkt. Obwohl die meisten Käufer ihre Kaufentscheidung recht preisbewußt und ihren Möglichkeiten entsprechend trafen, kam es nicht zu einer klar strukturierten Korrelation von Schicht, Einkommenshöhe und Gerätetyp. Denn mancher Haushalt kaufte sich ein Gerät, das eigentlich »zu groß« war. Nicht nur der Besitz eines Radiogeräts hat, so kann angenommen werden, als soziales Distinktionsmittel gegenüber denjenigen, die ein solches Gerät noch nicht besaßen, gewirkt, sondern auch die diversen Gerätetypen. Hier bedarf es aber noch genauerer Untersuchungen, um zu abgesicherten Aussagen zu kommen. Als Teil der Unterhaltungselektronik standen Radios auch für Normalität und Kontinuität. Im Krieg gab es zwar kaum neue Radios zu kaufen, trotzdem täuschte die Werbung für Radiogeräte eine vorgeblich ungebrochene Kraft der deutschen Wirtschaft und friedensähnliche Verhältnisse vor, die längst nicht mehr bestanden, auch nicht zu Hause, wo die Versorgung mit dem Nötigsten schwerer wurde, Bomben die Häuser zerstörten, Eva-

kuierungen den Verlust der Wohnung bedeuteten, der Privatbereich sich zur Bunkergemeinschaft verwandelte.

Die Vermarktung des Rundfunks als Massenmedium benutzte bewußt Bilder einer polaren Geschlechterordnung. Zeigte sich das Gebrauchsgut dem Technikinteressierten – als Mann imaginiert –, so offerierte es all seine technische »Raffinesse«. Zeigte es sich dem Technikunbedarften – als Frau imaginiert – so wurde seine Bedienungs- und Wartungsfreundlichkeit sowie der günstige Preis herausgestellt. Mit der Hervorhebung leicht bedienbarer Gebrauchswerte zielte die Werbung allerdings nicht nur auf Frauen, sondern auch auf Männer, die sich nicht für Technik interessierten. Deutlich wird hier eine Marketingstrategie, die die Langlebigkeit und immerwährende Aktualität des Vorurteils, allein die Frauen interessierten sich nicht für Technik, relativiert.

Die Werbung für das Empfangsgerät sagt aus, daß das Radio in den Privatraum der Wohnung integriert werden sollte. Als gehobenes Konsumobjekt markierte das Gerät den privaten Raum und ließ Beziehungen zwischen den NutzerInnen und dem Objekt entstehen, die im Werbebild festgehalten wurden. Während die männlichen Familienmitglieder ihren Blick als Bastler auf das Gerät werfen, integriert die Ehefrau und Mutter das Radio als Möbel in die wohnliche Umgebung. In der Werbung wurden die Geräte zusammen mit den weiblichen Bedienenden fest im sozialen Raum von Heim und Familie verortet – und das im Kontext zweier unterschiedlicher politischer Systeme.

Das Radiogerät bewirkte eine Umgestaltung des Raumes. Wo es genau stand, hing von der Nutzungskonzeption des zur Verfügung stehenden Wohnraums ab. Standorte für das Gerät im Wohnzimmer gab es viele, wie ansatzweise gezeigt wurde. Am auffälligsten ist vielleicht die Wandnische. Unter den diversen Gehäuseformen ragte der Volksempfänger heraus, einem Tabernakel gleich, an einen Hausaltar erinnernd, zentriert um den Lautsprecher, die Sendersuchstelle als einen sinnlichen Blickfang konturiert. Das Gehäuse selbst lud sich mit Symbolkraft auf, nicht selten verstärkt durch Photographien von Sprechern oder durch danebenstehende Nippesfiguren. Gehäuse, Standort und der Name Volksempfänger wurden zu einem symbolbeladenen Ensemble zusammengebunden: Das Volk sollte im Privatraum empfangen, was von »draußen« kam, kam gleichzeitig »von oben«.

Am Beispiel des Volksempfängers konnte gezeigt werden, daß die Kategorie Geschlecht bei der Analyse symbolischer Prozesse besondere

hermeneutische Interpretationen ermöglicht, die gesellschaftliche Wahrnehmungs- und Sinnmuster auszuleuchten helfen. So offenbarten sich technische Entwicklungen, wie die des Volksempfängers, als zutiefst geschlechtlich besetzt, wurden sie doch ernsthaft in Geburtsmetaphern präsentiert: als Kopfgeburten männlichen Ingeniums. Auch die in den dreißiger Jahren vorherrschenden Vorstellungen von Massenkommunikation und ihrer konstruktiven Bewältigung bewegten sich inmitten geschlechtsspezifischer Zuordnungen. Die nationalsozialistischen Besetzungen des Volksempfängers aktivierten zum Beispiel entlang des technischen Vokabulars vom »Senden« und »Empfangen« religiöse Empfängnis-motive, insofern überliefert ist, daß Maria über ihr Ohr empfing.

Auch wenn Vorstellungen von einem homogenen Hörverhalten obsolet sind, entwickelten sich, wie schon in anderem Zusammenhang erwähnt, kollektive Hörgewohnheiten. So saßen bereits in den dreißiger Jahren zwischen 20 und 22 Uhr bis zu achtzig Prozent der Radiobesitzer vor dem Gerät. Auch wurde das morgendliche Aufstehen seit den dreißiger Jahren verändert. Das Frühprogramm des Radios begleitete die erste Stunde des Tages. Mit Fröhlichkeit sollte der Tag beginnen, die Menschen munter gemacht werden, dafür hatte Herr Rauher beim Reichsender Köln zu NS-Zeiten zu sorgen. Das Publikum nach dem Kriege verinnerlichte diese Programmkonzeption als Routine.

An vielen Beispielen wurde darzulegen versucht, wie sich im Nationalsozialismus die menschlichen Sinneshaushalte und Alltagswelten in und mit dem Radio verändert haben. Die Nutzungsroutinen des Mediums bildeten sich erst allmählich heraus, teils systemunspezifisch, teils im Kontext der Medienentwicklung. Und doch ist eines folgenschwer: das Radio prägte einen Großteil der Hörgewohnheiten gerade in der Zeit des Nationalsozialismus, weil damals alle Bevölkerungsgruppen mit dem Medium in Berührung kamen und sich kaum jemand seiner offensiven Präsentation entziehen konnte. Das wirkte sich auf das Hören und Gehörtwerden in beiden Nachfolgestaaten aus. Der politische und kulturelle Polyvalenzcharakter der Radiounterhaltung ließ freilich zahlreiche zeit- und systemspezifische Amalgame entstehen, deren Analyse noch weitere Forschungsarbeiten notwendig machen.