

## **NDR Kultur – der Werbespruch, auch „Claim“ genannt**

Das GANZE Werk zu: NDR Kultur seit Anfang August 2006

### **Wachablösung beim Werbespruch von NDR Kultur**

#### **Warum nun doch nicht mehr: „NDR Kultur - der Klassiker“?**

#### **Drei Thesen zur Haltlosigkeit des verbrauchten „Claims“**

Am 4. März 2004 antwortet Frau Mirow einem Hörer:

*Wir können sehr gut nachvollziehen, dass Sie sich gestört fühlen, wenn wir in regelmäßigen Abständen unseren – wie es in der Fachsprache heißt – Claim: „NDR Kultur – Der Klassiker“ senden. Dies ist nicht für Stammhörer wie Sie, sondern für sogenannte „Gelegenheitshörer“ zur leichteren, schnelleren und nachhaltigen Identifizierung unseres Programms gedacht. Den Namen des Programms bekannt zu machen, hat sich als dringend nötig erwiesen, da es nur dann bei den regelmäßig stattfindenden Meinungsumfragen richtig genannt und somit in Bezug auf seine Hörerzahl korrekt gemessen werden kann. Auch jetzt werden wir noch häufig als „N3“, „NDR 3“ oder auch als „Radio Kultur“ bezeichnet. Um hier zu eindeutigen Antworten zu gelangen, ist es unerlässlich, dass Hörer und Hörerinnen das gehörte Programm genau benennen können.*

„NDR Kultur – der Klassiker“, das war uns doch erst 2 ½ Jahre lang bedeutungsvoll eingetrichtert, ja eingehämmert worden. Mindestens einmal pro Stunde. Und jetzt soll das alles nicht mehr gelten?

Allein die Mehrdeutigkeit des Werbespruchs war ein Hindernis, und die jeweilige Deutung auch.

#### **Variante 1: NDR Kultur, ein altgedienter Sender? Nein, nicht mehr.**

Hatten die NDR-PR-Leute endlich, endlich gemerkt, dass dieser Spruch nicht glaubwürdig ist? Zu behaupten, man sei der althergebrachte Sender für Kultur, das passte schlecht dazu, dass die Programmleute das frühere höhere kulturelle Niveau zum 1. Januar 2004 rücksichtslos über Bord geworfen hatten: NDR Kultur sei jetzt tagsüber „kein Einschaltradio“ mehr, sondern „ein Begleitradio“, das bisherige Programm sei „zu akademisch“ gewesen. Statt „Der Klassiker“ wäre nach unserer Meinung richtig gewesen: „Neue Versuche zur Klassik“. Versuche, die nur fragmentarisch in Wort und Musik zum Ziel führen. Also eher: „Neue Irrwege zur Klassik“. Eine Irreführung.

#### **Variante 2: Variante 2: Zwei Sender mit Klassik-Fragmenten. NDR Kultur dennoch einzigartig? Nein, so nicht.**

Oder man sei der einzige Sender für Klassik? Das passte auch nicht, hat Klassik Radio doch dort, wo der Sender empfangen werden kann, meistens höhere Einschaltquoten als NDR Kultur. Im Stadtgebiet von Hamburg sind die letzten Zahlen für tägliche Hörer werktags: NDR Kultur 2,6 %, Klassik Radio 4,2 %. Auf eine weitgehende Kopie von Klassik Radio kann man getrost verzichten. Eine Fehlinvestition.

#### **Variante 3: Auf einer Stufe mit Werbung im Privatfernsehen ab 23 Uhr? Nein, bitte nicht.**

Oder hat die Glaubwürdigkeit darunter gelitten, dass andere den Werbespruch für sich reklamieren, für sich zur Reklame machen? Hörer meldeten uns und schickten uns entsprechende Fotos von Fernsehbildschirmen, das sei hier nur oberflächlich angedeutet, dass eine Firma, die auf privaten Fernsehkanälen erst nach 23 Uhr aktiv wird, mit „Der Klassiker“ auf Kundenfang geht, wohl schon seit langer Zeit. Na ja, da will man nicht verwechselt werden. Eine Peinlichkeit.

Deshalb also der neue Werbespruch.

Wie will NDR Kultur den an seinen Hörern angerichteten Schaden wieder gut machen?