

Hörfunklandschaft Niedersachsen 2005

Zusammenfassung und Fazit

Die niedersächsische Hörfunklandschaft wurde im Auftrag der NLM zum vierten Mal detailliert untersucht. Die hier vorliegende „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2005“ knüpft in ihrer Konzeption an die vorhergehenden Studien an. Sie berücksichtigt insgesamt 24 in Niedersachsen empfangbare Sender, wobei 21 von ihnen hier einer Programmanalyse unterzogen wurden. Mit dieser Anzahl von Radioprogrammen, die auf der Basis einer einwöchigen Stichprobe untersucht wurden, ist die „Hörfunklandschaft Niedersachsen“ die umfangreichste Hörfunkinhaltsanalyse, die regelmäßig in einem Bundesland durchgeführt wird. Durch die longitudinale Ausrichtung der Studie ermöglicht sie, einen Blick auf die langfristigen Veränderungen der Hörfunkpraxis im dualen Rundfunksystem zu werfen, die auch über Niedersachsen hinaus beobachtbar sein dürften. Hieraus leitet sich die überregionale Bedeutung dieser Langzeituntersuchung ab. Dass aus der Hörfunkforschung auch für die Praxis relevante Erkenntnisse resultieren können, zeigt die Entwicklung der jüngsten Zeit: In der Vorgängerstudie aus dem Jahr 2001 wurden Wortarmut, starke Fragmentierung durch Verpackungselemente und mangelnde Niedersachsen-Berichterstattung von Radio ffn und Hit-Radio Antenne beklagt und in der Anschlussdiskussion zu den Ergebnissen eine Abwendung der Hörerschaft von solchen Programmen prophezeit. Die nachfolgende Entwicklung im Hörermarkt hat dies bestätigt. Inzwischen sind Radio ffn und Hit-Radio Antenne von den ehemals kritisierten Programmprofilen deutlich abgerückt: Die Bedeutung der Musikauswahl für den Erfolg eines Hörfunkprogramms wird nun als weit geringer eingestuft als dies noch vor einigen Jahren der Fall war. Als erstes hat Radio ffn die Wende eingeleitet. Der Sender war im Jahr 2003 mit seiner einseitig auf populäre Musikmischung und Wortverknappung gerichteten Programmphilosophie in eine Sackgasse geraten und hatte sinkende Hörerzahlen zu verzeichnen. Zur Schärfung des Senderprofils wurde ein neues Wortkonzept entwickelt. Im August 2005 hat auch der unmittelbare Konkurrent Hit-Radio Antenne eine entsprechende Programmreform durchgeführt.

Die vorliegende Untersuchung richtet ihr Augenmerk zunächst auf die in unmittelbarer Zielgruppenkonkurrenz stehenden drei landesweit ausgestrahlten, werbetragenden Hörfunkprogramme Radio ffn, Hit-Radio Antenne und NDR 2. Als dritter in Niedersachsen lizenzierter privater Hörfunkanbieter kommt Radio 21 hinzu, dessen Programm lediglich in einem Teil des Landes zu empfangen ist. In der Zielgruppe der jungen Radiohörer hat die NDR-Welle N-Joy eine besondere Bedeutung; das Programm wurde daher ebenfalls untersucht. Diese fünf niedersächsischen Hörfunkprogramme unterscheiden sich grundsätzlich in ihren Programmkonzeptionen: Während die drei „großen“ Vollprogramme Radio ffn, Hit-Radio Antenne und NDR 2 unmittelbar in ihrer Kernzielgruppe der 20-49-Jährigen konkurrieren, handelt es sich bei Radio 21 und N-Joy jeweils um Spartenprogramme mit unterschiedlichen Zielgruppen. Allen fünf Programmen ist gemeinsam, dass es sich um musikbetonte Servicewellen mit einer starken Formatierung handelt. Ihre Programmstunden sind durch eine Mischung aus Musik, Regie- und Unterhaltungsmoderation und – mehr oder weniger stark – Verpackungselementen dominiert. Programmstrukturell verankerte Informationsleistungen erbringen die Sender vorrangig durch Nachrichten und Serviceangebote. In Details ihrer Programmpraxis grenzen sich die Sender im Hörermarkt erheblich voneinander ab:

Radio ffn unterscheidet sich von beiden Konkurrenten vor allem durch seine Wortunterhaltungselemente. Hierbei setzt der Sender deutlich stärker als NDR 2 und etwas mehr als Hit-Radio Antenne auf seine Comedy-Strecken. Von *Hit-Radio Antenne* grenzt sich Radio ffn durch eine weitaus sparsamere Verwendung von Jingles und Trailern ab. Innerhalb des Informationsangebotes wirkt bei Radio ffn profilbildend, dass der Sender deutlicher als die beiden Konkurrenten über niedersächsische Themen berichtet.

Im Binnenvergleich der privaten Hörfunkprogrammanbieter unterscheidet sich *Radio 21* von den beiden Vollprogrammen primär durch seine Musikausrichtung. Im Gegensatz zum AC-Format von Radio ffn und Hit-Radio Antenne hat Radio 21 sich dem Classic Rock verschrieben. In der Anmutung hat sich das Programm seit 2001 erheblich gewandelt und ein nahezu konträres Profil entwickelt: Die Programmfragmentierung durch Verpackungselemente ist dramatisch angestiegen und liegt sowohl zeitlich als auch in der Anzahl erheblich über den beiden anderen privaten Programmangeboten. Die Informationsmoderation mit Bezug auf das Musikumfeld ist stark reduziert worden. Die Regie- und Unterhaltungsmoderation ist im Programm von Radio 21 im Umfang erheblich geringer als bei Radio ffn und Hit-Radio Antenne. Auch sind sonstige Wortunterhaltungselemente bei Radio 21 nur marginal im Programm zu finden.

Im Programmangebot von *NDR 2* ist die selbstreferentielle Programmfläche, bestehend aus Verpackungselementen sowie Regie- und Unterhaltungsmoderationen, deutlich geringer als bei den beiden privaten Konkurrenten. Innerhalb des informierenden Wortes sind rund vier Stunden radiojournalistische Darstellungsformen vorhanden. Dies ist ein Indikator für eine größere Rechercheleistung und eine umfangreichere, mit radiojournalistischen Mitteln (Analysen, Korrespondentenberichte, Interviews usw.) aufbereitete Berichterstattung. Bei der Themenselektion richtet NDR 2 seinen Fokus stärker auf die politischen Sachthemen, die – insbesondere in den ausführlichen Nachrichtensendungen („Kurier“) – auch tiefergehend und hintergründiger journalistisch bearbeitet werden als dies bei Radio ffn und Hit-Radio Antenne der Fall ist. Andererseits ist nicht zu verkennen, dass sowohl der Informationsumfang insgesamt als auch die „anspruchsvolleren“ journalistischen Formen im Angebot von NDR 2 seit 2001 deutlich reduziert wurden. Hierdurch ist der Vorsprung in der quantitativen und qualitativen Informationsleistung gegenüber den Privaten, der 2001 noch beachtlich war, erheblich geschrumpft.

Als Jugendwelle des NDR unterscheidet sich *N-Joy* in seiner Musikfarbe markant von den anderen hier beschriebenen Programmen. Von allen Programmangeboten hat der Sender das umfangreichste Musikangebot. Im Wortangebot zeigt das Programm sowohl in der Unterhaltung als auch im Informationsangebot eine starke Ausrichtung auf jugendaffine Themen. Im Vergleich zu 2001 ist die Grundstruktur des Programms weitgehend stabil geblieben. Der seit 1995 zu beobachtende Trend der Reduzierung des Musikanteils lässt sich auch 2005 feststellen, wo nochmals ein Rückgang um 4 Prozent zu verzeichnen ist. Eine markante Veränderung ist in der stark gestiegenen Verwendung von Verpackungselementen zu sehen, deren Sendumfang von 2,4 auf 5,7 Prozent angestiegen ist.

Im Kontext der vorliegenden Analyse interessiert insbesondere der *Niedersachsenbezug* der Berichterstattung. Bei einem Vergleich der hierauf bezogenen Informationsleistung sind jedoch die unterschiedlichen technischen Reichweiten und die eigentlichen Kernsendegebiere der fünf Programme zu berücksichtigen: Lediglich für Radio ffn und Hit-Radio Antenne bil-

det Niedersachsen das Kernsendegebiet.¹ Radio 21 ist nur im südöstlichen Niedersachsen im Raum Hannover-Braunschweig-Göttingen terrestrisch verbreitet; NDR 2 und N-Joy haben hingegen als Kernsendegebiet neben Niedersachsen noch drei weitere norddeutsche Bundesländer (Schleswig-Holstein, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern). Zugleich aber bietet Niedersachsen in Bezug auf die Reichweite für die beiden NDR-Programme wiederum den weitest aus größten Höreranteil.

In der retrospektiven Betrachtung zeigt sich Folgendes: Radio ffn hat seinen Niedersachsenanteil im Vergleich zu 2001 um knapp 30 Minuten erhöht. Bei den NDR-Programmen ist ebenfalls eine Erhöhung zu verzeichnen, die bei NDR 2 eine Stunde und 30 Minuten und bei N-Joy eine Stunde und 40 Minuten beträgt. Ihre Niedersachsen-Berichterstattung reduziert haben hingegen Hit-Radio Antenne um rund 1,5 Stunden und Radio 21 um rund 30 Minuten. Im Erhebungszeitraum rangiert bei der Niedersachsen-Berichterstattung Radio ffn mit Abstand an erster Stelle. Hierdurch wird der oben thematisierte Perspektivewechsel in der Programmphilosophie von Radio ffn auch in den quantitativen Daten sichtbar. Der Sender setzt zur Profilierung in stärkerem Maße als in den vorhergehenden Jahren auf seine regionalspezifische Berichterstattung.

Den größten Umfang innerhalb der Studie nehmen die Bürgermedien ein. Seit der Novelle des Niedersächsischen Mediengesetzes (NMedienG) des Jahres 2001 wurden die ehemaligen nicht-kommerziellen Lokalradios (NKL) und die Offenen Kanäle (OK) Hörfunk in der Organisationsform des Bürgerrundfunks im Hörfunk (Bürgerradios) zusammengefasst. In Niedersachsen existieren derzeit an 13 Standorten entsprechende Bürgerradios. Nach der Verschmelzung der ehemaligen NKL und OK ist die vorliegende „Hörfunklandschaft 2005“ die erste empirische Untersuchung der „neuen“ Bürgerradios in Niedersachsen. Dieser niedersächsische Typus stellt in der deutschen Bürgerfunklandschaft eine Besonderheit dar. An die Bürgerradios – mit ihrer Funktionstrias von publizistischer Ergänzung, Zugangsoffenheit und Medienkompetenzvermittlung – werden in Niedersachsen vergleichsweise hohe Anforderungen gestellt. Die vormaligen NKL und OK haben sich in ihrer Programmgestaltung und ihrer Arbeitsweise angeglichen. Dieser Angleichungsprozess ist allerdings noch nicht so weit fortgeschritten, dass *alle* „historisch“ begründeten Unterschiede verschwunden wären.

Bildet man Rankings aus den quantitativen Ergebnissen der Programmanalyse für die Bürgerradios, zeigt sich durchaus eine Durchmischung der ehemaligen NKL und OK. Zwar finden sich auf den oberen drei Plätzen mit radio aktiv, Radio Flora und Radio Okerwelle (und teilweise Radio Jade) jeweils ehemalige NKL. Aber mit Radio ZuSa im Wortprogramm und StadtRadio Göttingen im Informationsprogramm sind auch ehemalige NKL auf den hinteren Plätzen angesiedelt. Beim Umfang des Wortprogramms findet sich eine breite Spanne zwischen dem größten, von radio aktiv erbrachten Volumen mit über 33 Stunden und dem geringsten, von oldenburg eins produziertem mit 17 Stunden. Der Mittelwert von fast 24 Stunden Wortprogramm pro Sendewoche entspricht in etwa der durchschnittlichen Leistung einer öffentlich-rechtlichen Servicewelle. So kommt z.B. NDR 2 im Untersuchungszeitraum ebenfalls auf einen Wortanteil von knapp 24 Stunden.

¹ Wenngleich beide Programme auch nennenswerte Reichweiten in den angrenzenden Bundesländern erzielen.

In Abhängigkeit von der zentralen Bedeutung des Wortumfanges ändert sich in den anderen Kategorien das Ranking jeweils nur graduell. Bei den absoluten Werten sind es stets radio aktiv, Radio Flora und Radio Okerwelle, die das Ranking anführen. Diese drei Bürgerradios haben also den umfangreichsten Wort- und Informationsanteil und das größte Volumen von sendegebietsbezogener Informationsleistung. Mit dem Umfang ihres Informationsanteils von jeweils mehr als 20 Stunden liegen sie über demjenigen privater und öffentlich-rechtlicher Servicewellen. So beträgt z.B. der Informationsumfang von NDR 2 im Untersuchungszeitraum knapp 18 Stunden und derjenige von Radio ffn gut 11 Stunden. Im Mittelwert aller Bürgerradios von rund 17 Stunden zeigt sich wiederum die Nähe zu dem entsprechenden Produktionsvolumen einer öffentlich-rechtlichen Servicewelle.

Vergleichsweise groß ist bei allen Bürgerradios der Niedersachsen- und Sendegebietsbezug. Sowohl relativ als auch absolut fokussieren die meisten Bürgerradios ihre Informationsbeiträge auf das Sendegebiet und erfüllen hiermit einen ihrer Kernaufträge. Im Mittelwert liegen sie mit 12 Stunden beim Niedersachsenbezug deutlich über der Berichterstattungsleistung von radio ffn, Hit-Radio Antenne und NDR 2.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass dem Radiohörer in Niedersachsen ein beachtlich breites Spektrum an Voll- und Spartenprogrammen geboten wird:

Bei den *Vollprogrammen* ist NDR 1 Niedersachsen im Hörermarkt seit vielen Jahren der unangefochtene Spitzenreiter. Dieses wort- und informationsbetonte Hörfunkprogramm berichtet auch ausführlich über niedersächsische Themen. Die werbetragende Servicewelle NDR 2 und ihre beiden privaten Konkurrenten Radio ffn und Hit-Radio Antenne haben demgegenüber ein vergleichsweise geringeres Informationsangebot. Die beiden privaten Hörfunkveranstalter sind – nicht zuletzt aufgrund ihrer Regionalfenster – in ihrer Berichterstattung stärker auf Niedersachsen ausgerichtet als NDR 2. Dieser Sender hat mit seinem auf vier norddeutsche Bundesländer gerichteten Programm allerdings auch einen Sendegebietszuschnitt, der eine starke Fokussierung auf Niedersachsen erschwert. In der Zielgruppe der 20-49-Jährigen hat Radio ffn inzwischen die Spitzenposition im niedersächsischen Hörfunkmarkt inne. Profilbildend für Radio ffn sind sein ausgeprägtes Comedy-Angebot und seine aktuelle und häufige Niedersachsen-Berichterstattung.

Die *Spartenprogramme* des NDR (NDR Info, NDR Kultur und N-Joy) bieten eine große Bandbreite sowohl an Musikrichtungen als auch an spezifischen Informationsangeboten. Das private Spartenprogramm Radio 21 hat sich hingegen in den vergangenen Jahren enttäuschend entwickelt: Die ehemalige Variationsbreite der Musik ist verschwunden und das eigenproduzierte Informationsangebot ist spärlicher geworden.

Die *Bürgerradios* bieten in vielen lokalen und regionalen Kommunikationsräumen eine beachtliche Ergänzung des jeweiligen publizistischen Angebotes. Ihre Programmpraxis hat sich weiter konsolidiert, und durch zugängliche Sendepunkte wird niedersächsischen Bürgern eine Artikulationsmöglichkeit im Medium Hörfunk ermöglicht.

Die Ergebnisse der Studie sind veröffentlicht in der Publikation:

- ▶ Helmut Volpers/ Christan Salwiczek / Detlef Schnier: Hörfunklandschaft Niedersachsen 2005. Eine vergleichende Analyse. Berlin 2006 (Schriftenreihe der NLM; Bd. 19)

im Vistas Verlag Berlin