



## **Hörfunklandschaft Niedersachsen 2001**

### **Eine vergleichende Analyse der öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosender**

Die vorliegende dritte „Hörfunklandschaft Niedersachsen“ unterscheidet sich von den beiden Vorgängerstudien in vielerlei Hinsicht. Die bedeutendste Veränderung ist in der Anzahl der inhaltsanalytisch untersuchten Programme zu sehen, die seit der ersten Hörfunklandschaft im Jahre 1995 von sieben auf nunmehr 22 angewachsen ist. Dieser Anstieg der untersuchten Programme ist ein Reflex auf die Veränderungen, die sich in der Topographie der niedersächsischen Hörfunklandschaft in den letzten Jahren ergeben hat. Die kommerziellen Programme sind um den neuen Anbieter Radio 21 auf drei angewachsen. Die gravierendste Veränderung ist jedoch in der nunmehr dauerhaften Einrichtung des Bürgerrundfunks mit insgesamt 12 Hörfunkprogrammen zu sehen. Neben diesem kommerziellen und nichtkommerziellen Angebot bietet der NDR mit insgesamt fünf Hörfunkwellen eine ausdifferenzierte Angebotspalette. Hinzu kommen einstrahlende öffentlich-rechtliche und private Radios, die ebenfalls eine Rolle im niedersächsischen Hörfunkmarkt spielen. Insgesamt hat also das einwohnerschwache Flächenland Niedersachsen eine strukturell ausgesprochen vielfältige Hörfunklandschaft. Allerdings sind nicht alle Programme auch landesweit empfangbar. Die einstrahlenden Programme erreichen jeweils nur bestimmte Regionen, Radio 21 ist nur im süd-östlichen Niedersachsen verbreitet und der Bürgerrundfunk hat jeweils lokale bzw. regionale Verbreitungsgebiete. Dennoch bleibt festzuhalten, dass der niedersächsische Hörer aus einem vergleichsweise breiten Angebot das für seine Hörpräferenzen gewünschte Radioprogramm auswählen kann.

Diese strukturelle Vielfalt korrespondiert allerdings nicht durchgängig mit einer inhaltlichen Variationsbreite. Während bei der Musikfarbe die Angebotspalette durchaus breit erscheint, ist sie beim Wort- und insbesondere Informationsangebot erheblich schmaler. Die privaten niedersächsischen und einstrahlenden Hörfunkprogramme sind in ihrer Informationsgebung quantitativ gleichermaßen auf ein Minimum reduziert. Ein eigenständiges publizistisches Profil - mit entsprechenden journalistischen Angeboten - ist bei ihnen kaum erkennbar. Vielmehr ist ihre



Berichterstattung weitgehend auf Nachrichten und Service beschränkt. Die Positionierung im Hörfunkmarkt erfolgt bei diesen Anbietern primär über die Klangfarbe und über die spezifische - weitgehend durch die Unterhaltungsmoderation bestimmte - Anmutung.

Im Binnenvergleich der drei niedersächsischen Hörfunkanbieter weisen Radio ffn und Hit-Radio Antenne recht ähnliche Programmprofile auf. Der neue Anbieter Radio 21 unterscheidet sich in mancherlei Hinsicht von seinen Konkurrenten. Neben der anderen Musikfarbe ist es vor allem die ruhigere Anmutung in der Moderation und der sparsame Einsatz von Verpackungselementen, die dessen Programm unterscheidbar machen. Im retrospektiven Vergleich lässt sich bei Radio ffn und Hit-Radio Antenne in der Programmentwicklung die selbe Tendenz erkennen: Der Musikanteil ist seit der ersten Erhebung im Jahr 1995 deutlich reduziert worden, im Gegenzug wurde der Anteil der selbstreferentiellen Programmfläche jedoch erhöht. Bei Radio ffn ist zudem ein drastischer Rückgang der Informationsleistung von 14,5 im Jahr 1995 auf 9,5 Prozent im Jahr 2001 zu beobachten, während der Informationsanteil bei Hit-Radio Antenne mit rund 11 Prozent stabil geblieben ist.

Neben dieser Grundstruktur des Angebotes wurde innerhalb des Informationsprogramms bei Radio ffn und Hit-Radio Antenne die Niedersachsen-Berichterstattung im Vergleich zur Presse untersucht. Auch hier kann das Ergebnis aus publizistischer Sicht nicht als zufriedenstellend angesehen werden: Im landesweiten Programm (also ohne die Regionalfenster) ist für die Niedersachsen-Berichterstattung festzuhalten, dass Hit-Radio Antenne etwas vielfältiger und umfangreicher über das Geschehen in Niedersachsen berichtet als Radio ffn. Aufs Ganze gesehen muss aber die Niedersachsen-Berichterstattung beider Sender als spärlich und unzureichend bezeichnet werden. Beide Programme fokussieren in ihrer Themenagenda deutlich auf den Human-Touch-Bereich, während die politische, wirtschaftliche und soziale Berichterstattung vernachlässigt wird.

Als unmittelbarer Konkurrent der drei Privaten ist die Servicewelle des Norddeutschen Rundfunks NDR 2 anzusehen. Dieses Programm hat sich in seiner Anmutung, im Grad der Programmfragmentierung und dem Unterhaltungsangebot den Programmprofilen insbesondere von Radio ffn und Hit-Radio Antenne angeglichen. Es unterscheidet sich aber deutlich in Umfang und Qualität seines Informationsangebotes. NDR 2 berichtet umfangreicher, journalistisch fundierter und mit einer breiteren Palette an Angebotsformen als seine privaten Konkurrenten. Das hieraus



resultierende Programmprofil konnte sich im niedersächsischen Hörfunkmarkt erfolgreich positionieren. Hieran lässt sich erkennen, dass eine Ausweitung des informativen, journalistischen Programmangebotes bei großen Teilen des Publikums nicht zwangsläufig zur Reaktanz führen muss - ganz im Gegenteil: die privaten Anbieter könnten mit einem entsprechenden Programmprofil sogar Hörer (zurück) gewinnen. Die bei den Betreibern kommerzieller Hörfunkprogramme immer noch grassierende Angst, informierendes Wort führe zu einem Abschaltimpuls beim Publikum, gehört in die Kategorie moderner Medienlegenden. Während die kommerziellen Fernseh-Anbieter, insbesondere RTL und SAT.1, in der letzten Zeit das Informationsprogramm als wichtigen Baustein im Angebotsmix erkannt haben, steht diese Einsicht bei den Hörfunkmachern noch aus.

Ein ähnlicher Befund lässt sich auch aus der Korrelation von Programmprofil und Reichweite bei den Jugendwellen ableiten: Eines der erfolgreichsten deutschen Hörfunkprogramme ist die WDR-Jugendwelle Eins Live. Dieser Sender hat zugleich innerhalb unseres Jugendwellenvergleichs zwischen N-Joy, Project 89.0 digital und Eins Live die mit Abstand höchsten Informationsanteile und belegt damit, dass Informationsangebote in Jugendwellen nicht zwangsläufig als „Quotenkiller“ zu bezeichnen sind. Für die jungen niedersächsischen Hörer bietet die Musikfarbe der aus Sachsen-Anhalt einstrahlenden Welle Project 89.0 digital durch die Mischung von Activ Rock/ Crossover und 90er Progressive eine reizvolle Alternative. Der spärliche Wortanteil dieses Programms mit seiner teilweisen Verwendung von Fäkalsprache und sexistischen Einsprengseln sowie der weitgehende Verzicht auf Informationsleistung müssen das massive Einstrahlen dieses Senders nach Niedersachsen allerdings als unerfreulich erscheinen lassen.

Neben der bisher skizzierten Hörfunklandschaft privater und öffentlich-rechtlicher Provenienz steht der Bürgerrundfunk. Diese dritte Säule des Hörfunkangebotes ist in Niedersachsen, ebenso wie in anderen Bundesländern, auf kleinräumige Verbreitungsgebiete begrenzt. Der Bürgerfunk hat als Programmauftrag eine publizistische Ergänzungsfunktion zugewiesen bekommen: Das Angebot der „etablierten“ Medien soll durch die Berichterstattung der Bürgermedien ergänzt werden. Die Ergebnisse dieser Studie belegen, dass diese Aufgabe von den niedersächsischen Bürgermedien größtenteils erfüllt wird. Die Programmprofile des Bürgerrundfunks haben sich in



den letzten Jahren konsolidiert. So zeigen die vorgelegten Ergebnisse eine erstaunliche Konsistenz innerhalb der Grundstrukturen des Gesamtangebotes von NKL und OK. Die Bandbreite der Programmprofile, die sich im BürgerhÖrfunk entwickelt hat, ist recht groß und reicht von einem am Modell der GegenÖffentlichkeit orientierten Angebot (Radio Flora) bis hin zu einem Programm, das einer privaten Servicewelle ähnelt, was für Radio ZuSa zu konstatieren ist. Für das Publikum in den lokalen und regionalen Verbreitungsgebieten der Bürgermedien ergibt sich aus der Stabilität der Programmprofile ein verlässliches Angebot. Unabhängig von ihrer grundlegenden Charakteristik bieten alle Bürgermedien für ihre Verbreitungsgebiete konstant eine zusätzliche (im Sinne einer die etablierten Medien thematisch ergänzenden) Berichterstattung über das regionale Geschehen. Darüber hinaus kommen Minderheiten in den Programmen zu Wort. Besonders deutlich wird dies durch die zahlreichen fremdsprachigen Programme, in denen in Niedersachsen lebende Migranten zum Subjekt der Medienberichterstattung werden können. Hiermit leistet der Bürgerfunk einen wichtigen Beitrag zur Integration von Migranten.

Zusammenfassend ergibt der Blick auf die niedersächsische Hörfunklandschaft ein abwechslungsreiches Bild:

- Das breite Angebot des NDR bietet - neben der Servicewelle NDR 2 - mit NDR 1-Radio Niedersachsen ein informationshaltiges Programm, das stark auf Niedersachsen ausgerichtet ist; hinzu kommen die Jugendwelle N-Joy, ein Klassik-Radio und eine Info-Welle. Hiermit ist der gesetzlich geforderte Grundversorgungsauftrag des NDR ohne Zweifel erfüllt.
- Neben dem starken öffentlich-rechtlichen Konkurrenten konnte sich der private Hörfunk mit drei Servicewellen ökonomisch erfolgreich im Markt etablieren. Der Vielfaltsbeitrag der privaten Anbieter ist primär in der Ausweitung des Musikangebotes zu sehen. Über das Musikangebot hinausgehend erfolgt eine Informationsleistung, die weitgehend auf Nachrichten und Service setzt. Umfang und Qualität der Informationsleistung der drei niedersächsischen Radioprogramme entspricht in etwa dem Niveau anderer privater Programme bzw. ist in Einzelfällen deutlich höher. Das festgestellte knappe Informationsangebot ist insofern offenbar systembedingt und kein spezifisch niedersächsisches Phänomen.



- Als dritte Säule im niedersächsischen Hörfunkangebot sind 12 Bürgerradios auf Sendung, die durch das neue Niedersächsische Mediengesetz dauerhaft etabliert sind. Für viele Regionen bietet sich hiermit ein lokal informatives Ergänzungsangebot.

Die zusätzlich zum umfangreichen Hörfunkangebot aus niedersächsischer Produktion aus den angrenzenden Ländern einstrahlenden Programme bieten vor dem Hintergrund der skizzierten Landschaft wenig an Zugewinn.

Der vollständige Text ist dokumentiert in:

- ® Helmut Volpers/ Christian Salwiczek/ Detlef Schnier: Hörfunklandschaft Niedersachsen 2001. Eine vergleichende Analyse der öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosender. Berlin 2003 (Schriftenreihe der NLM; Bd. 15).