

## Das WDR-Hörfunkprogramm Eins Live

Seit dem 1. April 1995 macht der WDR mit dem Hörfunkprogramm Eins Live ein Angebot für die Altersgruppe zwischen 14 und 29 Jahre, das junge Hörer zum WDR und damit zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk zurückholen soll. Auf der Grundlage einer qualitativen und quantitativen Inhaltsanalyse geht die Untersuchung der Frage nach, in welchem Umfang Eins Live seinen Hörern neben Musik und altersspezifischer Wortunterhaltung auch politische, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Informationen bietet.

Das Programm von Eins Live ist tagsüber als durchhörbares Begleitprogramm konzipiert, im Nachtprogramm öffnet sich das Format für radiophone Formen und längere Wortstrecken. 72,1 Prozent des Gesamtangebots entfallen auf Musik, der Wortanteil beträgt 24,3 Prozent, Werbung hat einen Anteil von 1,9 Prozent, Jingles und Trailer füllen 1,7 Prozent der Sendezeit. Informationsangebote machen rund 17 Prozent des Programms aus, davon sind mehr als vier Fünftel Ereignis- oder Tatsacheninformationen, der Rest Service-, Ratgeber- und Bildungsangebote. Eins Live ist als ein zielgruppenspezifisches Vollprogramm einzustufen, dessen wesentliche Merkmale es vom Angebot privater Radios abheben: Die Grenze zwischen Werbung und redaktionellem Programm ist klar gezogen. Die Nachrichten zeichnen sich durch eine sachliche und fundierte Informationsgebung aus, hier wird auf ein schnelles Grundtempo bewußt verzichtet. Die Informationsgebung geschieht in erheblichem Maße durch Berichte und Reportagen mit Hintergrundinformationen. Das Format muß nicht unabhängig von der Ereignislage konstant gehalten werden, vielmehr wird es durch Thementage und -wochen immer wieder durchbrochen. Im Programm kommen auch Feature und Hörspiel zum Zuge; es wird also neben der Musikkultur auch ein kulturelles Wortangebot gemacht.

Der vollständige Text ist dokumentiert in:

- ▶ Helmut Volpers / Detlef Schnier: Das WDR-Hörfunkprogramm Eins Live. Ergebnisse einer empirischen Programmanalyse. Media Perspektiven 5/1996, S. 249-258.