

Private Hörfunkprogramme auf dem Prüfstand: eine quantitative Inhaltsanalyse des Programmangebots ausgewählter privater Hörfunksender in Baden-Württemberg

Mathes, Rainer; Kutteroff, Albrecht; Freisens, Uwe

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Mathes, R., Kutteroff, A., & Freisens, U. (1990). Private Hörfunkprogramme auf dem Prüfstand: eine quantitative Inhaltsanalyse des Programmangebots ausgewählter privater Hörfunksender in Baden-Württemberg. *ZUMA Nachrichten*, 14(27), 68-92. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-210850>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Private Hörfunkprogramme auf dem Prüfstand: Eine quantitative Inhaltsanalyse des Programmangebots ausgewählter privater Hörfunksender in Baden-Württemberg

Von Rainer Mathes, Albrecht Kutteroff und Uwe Freisens

In einem Kooperationsprojekt zwischen ZUMA in Mannheim und der Landesanstalt für Kommunikation in Stuttgart wurde eine systematische Programmanalyse ausgewählter Hörfunkprogramme in Baden-Württemberg durchgeführt. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden u.a. Meßinstrumente entwickelt, mit denen sich die Programmstruktur, die Regionalisierung und Politisierung der Informationsangebote sowie die Repräsentanz von politischen Institutionen, Parteien und gesellschaftlich relevanten Gruppen ermitteln lassen. Die Ergebnisse zeigen, daß sich die Programmstrukturen und Informationsangebote der privaten Hörfunkanbieter zum Teil deutlich unterscheiden. Die Spanne reicht von informationsarmen Musikprogrammen bis zu relativ informationsreichen Begleitprogrammen.

1. Strukturwandel des Rundfunks

Die Organisation des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland hat sich in den achtziger Jahren grundlegend geändert. Der Rundfunk war von seinem Wiederaufbau nach dem Zweiten Weltkrieg bis zum Beginn des Jahres 1984 ausschließlich öffentlich-rechtlich organisiert. Im Rundfunkstaatsvertrag von 1987 einigten sich die elf Bundesländer auf ein duales Rundfunksystem, das einerseits dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine Bestands- und Entwicklungsgarantie gewährt und andererseits die Zulassung privater Rundfunkveranstalter ermöglicht. Durch diese Neuregelung besteht in der Bundesrepublik Deutschland nun ein duales Rundfunksystem, das sich aus zwei unterschiedlich organisierten und finanzierten Teilen zusammensetzt:

- den öffentlich-rechtlich organisierten Anstalten, die sich überwiegend durch Gebühreneinkünfte finanzieren,
- den privatwirtschaftlich organisierten Fernseh- und Hörfunkgesellschaften, die sich ausschließlich durch Werbeeinnahmen finanzieren (vgl. Donsbach/Mathes 1989:345-352).

Die Strukturveränderung führte zunächst zu einem erhöhten öffentlichen und wissenschaftlichen Interesse an den neuen privaten Fernsehprogrammen. Der private Hörfunk fand hingegen zunächst kaum Beachtung.

Von Wissenschaft und Forschung nahezu unbemerkt hat der Hörfunk in den achtziger Jahren sein Schattendasein verlassen und sich zum meistgenutzten Medium in der Bundesrepublik Deutschland entwickelt. Die Nutzungsdauer des Hörfunks stieg von 1:13h im Jahre 1970 kontinuierlich auf 2:34h im Jahre 1985 an und hat sich somit im Laufe der letzten fünfzehn Jahre mehr als verdoppelt (vgl. Kiefer 1987:45). Die Ergebnisse der Funkanalyse Baden-Württemberg von 1989 zeigen, daß die Hörfunknutzung in Baden-Württemberg in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre nochmals kräftig zugenommen hat. Die durchschnittliche Hörfunknutzung betrug von Montag bis Freitag nun über drei Stunden (3:09h). Der Nutzungsabstand zum Fernsehen (1:51h) hat sich weiter vergrößert, er betrug 1989 in Baden-Württemberg über eine Stunde (vgl. Funkanalyse Baden-Württemberg 1989). Die Substituierung des Radios, die mit der Einführung des Fernsehens in den sechziger Jahren stattgefunden hat, entwickelte sich - wie die Ergebnisse der Hörerforschung zeigen - zu einer Komplementarität der beiden Funkmedien, wobei sich das publizistische Gewicht zunehmend auf den Hörfunk verlagert.

Der Erfolg des Radios ist nur vor dem Hintergrund eines Wandels der Hörfunknutzung zu verstehen. Geändert haben sich sowohl die Nutzungszeiten als auch das Rezeptionsverhalten. Anfang der fünfziger Jahre wurde überwiegend am Abend Radio gehört. Seitdem hat sich das Radiohören vom Abend auf die frühen Morgenstunden und den gesamten Tagesablauf verlagert. Mit den geänderten Nutzungszeiten war auch ein veränderter Rezeptionsstil und damit ein Funktionswandel des Radios verbunden. Mehr als zuvor wird das Radio zum Begleitmedium neben anderen Tätigkeiten. Die Mehrheit der "Nebenbei"-Hörer konzentriert sich nur "halb aufs Zuhören" oder "eher auf andere Dinge", wie z.B. Hausarbeit, berufliche Aufgaben, Autofahren und anderes. Trotzdem nutzt nur eine verschwindend geringe Minderheit das Radio als reine Geräuschkulisse. Dabei ist beim Radiohören die Aufmerksamkeitsintensität im Tagesablauf unterschiedlich. Sie steigt - entgegengesetzt zur Hörfunknutzung - situationsbedingt im Laufe des Tages an (vgl. Teichert 1987).

Die Expansion des Radios wurde weitgehend von den Angeboten der öffentlich-rechtlichen Programme getragen. Seit Mitte der achtziger Jahre wurden zunächst in den CDU/CSU-regierten Bundesländern und nachfolgend auch in den SPD-regierten Bundesländern private Hörfunkveranstalter zugelassen, wobei die einzelnen Bundesländer unterschiedliche Organisationsmodelle verfolgten. Man kann zwei Grundmodelle mit mehreren Mischformen unterscheiden. Erstens landesweite Senderketten und zweitens einzelne regionale und lokale Sender. Eine Mischform, die sich an dem zuerst genannten Grundmodell orientiert, stellen landesweite

Senderketten mit regionalen bzw. lokalen Fensterprogrammen dar. Eine Mischform, die sich an dem zweiten Grundmodell orientiert, stellen einzelne regionale und lokale Sender dar, die für bestimmte Zeiträume gemeinsame Programme, sogenannte Mantelprogramme, ausstrahlen.

In Baden-Württemberg wurden mit der Zulassung privater Hörfunkveranstalter zwei miteinander verknüpfte medienpolitische Ziele angestrebt: Es sollte erstens eine größere Vielfalt in der Rundfunklandschaft hergestellt werden, und zweitens sollte durch eine Vielzahl von lokalen und regionalen Sendern eine Regionalisierung der Hörfunkprogramme stattfinden. Im Jahre 1990 wurden in Baden-Württemberg 22 regionale sowie 22 lokale private Radiosender angeboten. Die aktuelle Situation ist dadurch gekennzeichnet, daß einzelne Veranstalter auch Programmzulieferungen von Produktionsgesellschaften übernehmen. Oft senden sie lediglich lokale Fenster innerhalb fremdproduzierter Mantelprogramme (vgl. Klingler/Schröter 1989:427). Der Direktor der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, Christian Schurig, beschrieb die Situation 1990 wie folgt: "Konzentrationsbestrebungen größerer Verlagsunternehmer und ein Trend zu Programmketten kennzeichnen die gegenwärtige Hörfunksituation in Baden-Württemberg" (Schurig 1990:45). Man kann somit feststellen, daß die ursprüngliche medienpolitische Zielvorstellung in Baden-Württemberg dem vorhin skizzierten zweiten Grundmodell entsprach, die derzeitige Programmrealität jedoch eher der dargestellten zweiten Mischform entspricht.

1.1 Programmauftrag und Programmkontrolle des Rundfunks

Die Massenmedien erfüllen in der Bundesrepublik Deutschland eine wichtige öffentliche Aufgabe. Von den Massenmedien wird erwartet, daß sie - wie es das Bundesverfassungsgericht in seinem Rundfunkurteil von 1986 formuliert - in möglichster Breite und Vollständigkeit informieren. Das Landesmediengesetz Baden-Württemberg von 1985 bestimmt in Paragraph 15 die öffentliche Aufgabe des privaten Rundfunks: "Der private Rundfunk erfüllt seine öffentliche Aufgabe, wenn er in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse Nachrichten verschafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt oder auf andere Weise an der Meinungsbildung mitwirkt" (Landesmediengesetz, Paragraph 15).

Die Einhaltung des Programmauftrags wird bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten durch den Rundfunkrat wahrgenommen. In ihm sind - seiner Konzeption nach - alle relevanten Gruppen der Gesellschaft repräsentiert. Seine Aufgabe besteht darin, die Interessen der Allgemeinheit auf dem Gebiet des Rundfunks wahrzunehmen und die Einhaltung des Programmauftrags und der Programmgrundsätze zu kontrollieren. Die Programmkontrolle bei den privaten Programmanbietern erfolgt durch

öffentlich-rechtliche Aufsichtsinstitutionen, die ebenfalls aus pluralistisch zusammengesetzten Gremien bestehen. In Baden-Württemberg handelt es sich dabei um die Landesanstalt für Kommunikation in Stuttgart. Sie ist - neben der Zulassung der privaten Sender - zuständig für die Überwachung und Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften, wie z.B. die Einhaltung von Programmgrundsätzen, die Trennung der Werbung vom Programm, die Gewährleistung des Jugendschutzes und die Kennzeichnungspflicht der Sender.

In der Bundesrepublik Deutschland war mit der Einrichtung des privaten Rundfunks auch eine neue Form der Programmbeobachtung und -kontrolle verbunden: Insbesondere die Bayerische Landeszentrale für Neue Medien und die Landesanstalt für Kommunikation in Baden-Württemberg haben für den privaten Hörfunk systematische Programmanalysen in Auftrag gegeben. In diesem Kontext ist auch die hier vorgestellte Studie zu sehen.

2. Ziele und Anlage der Untersuchung

Ziel der durchgeführten Programmanalyse war eine detaillierte Beschreibung der Programmstrukturen und Informationsangebote von ausgewählten privaten Hörfunkprogrammen in Baden-Württemberg. Entsprechend dieser breit gefaßten Zielsetzung wurden alle wesentlichen Programmelemente wie Musik, Moderation, Information und Werbung in Hinblick auf ihre charakteristischen Merkmale untersucht. Besondere Beachtung wurde dabei jenen Merkmalen geschenkt, von denen angenommen werden konnte, daß sie für Privatradios typisch sind, wie z.B. Hörerbeteiligung, Servicemeldungen, "lockere" Moderationsstile und anderes. Schwerpunkte bildeten die Analyse der Informationsangebote, insbesondere der angebotenen lokalen und regionalen Informationen, sowie die Vermittlung und Darstellung des politischen Geschehens. Die Untersuchung ist auf eine Überprüfung der mit der Einführung des privaten Radios medienpolitisch beabsichtigten stärkeren Regionalisierung und größeren publizistischen Vielfalt im Hörfunk ausgerichtet.

Die Studie wurde als Kooperationsprojekt zwischen ZUMA (Mannheim) und der Landesanstalt für Kommunikation (Stuttgart) durchgeführt. Bei der Entwicklung des inhaltsanalytischen Meßinstruments arbeiteten wir mit Winfried Schulz und Helmut Scherer von der Universität Erlangen-Nürnberg zusammen, die zur gleichen Zeit eine Programmanalyse der bayerischen Hörfunksender im Raum Nürnberg durchführten (vgl. Schulz/Scherer 1989). Diese Kooperation sichert für wesentliche Teile der in Baden-Württemberg

und Bayern durchgeführten Untersuchungen eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse.

Untersucht wurden sowohl die Programme von Sendern der Hörfunkkette *Radio 7* als auch der Hörfunkkette *Bürgerradio*, die inzwischen von der neugegründeten Gesellschaft RTL-Baden-Württemberg ihr Programm geliefert bekommt. Zusätzlich wurde das Programm der *Filstalwelle*, die keiner Hörfunkkette angeschlossen ist, untersucht. Damit sind in der Untersuchung sowohl die beiden großen baden-württembergischen privaten Hörfunkketten als auch ein eigenständiger und zudem erfolgreicher Lokalsender in der Untersuchung repräsentiert. Der Untersuchungszeitraum umfaßte die Woche vom 17. bis zum 23. April 1989 (Vollerhebung). Die Studie basiert auf einer breiten empirischen Basis. Insgesamt analysierten wir fast 665 Stunden Programmen, in denen 295 Nachrichtensendungen und 430 andere Sendungen ausgestrahlt wurden. Die Sendungen enthielten insgesamt 31.528 Beitragselemente, die die Basis für die nachfolgend dargestellten Ergebnisse liefern (vgl. Mathes 1990).

2.1 Quantitative Inhaltsanalyse als Methode zur systematischen Programmbeobachtung

Die Analyse der Programmstruktur und Informationsangebote wurde mit Hilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse durchgeführt. Die quantitative Inhaltsanalyse eignet sich aus zwei Gründen in besonderem Maße zur Programmanalyse. Erstens liefert sie eine systematische und intersubjektive Klassifikation der wesentlichen Merkmale der Programminhalte. Intersubjektiv heißt hier, daß die Verfahrensweise, nach denen die Analyse vorgeht, so dokumentiert wird, daß sie für einen Außenstehenden transparent und im Prinzip auch wiederholbar ist. Zweitens lassen sich mit dieser Methode nahezu beliebig große Informationsmengen bearbeiten, da gleichzeitig mehrere Bearbeiter (Codierer) in einem streng formalisierten Verfahren das Material analysieren. Die Genauigkeit dieses Meßinstruments wird durch sogenannte Reliabilitätstests kontrolliert (vgl. Früh 1981; Schulz 1989).

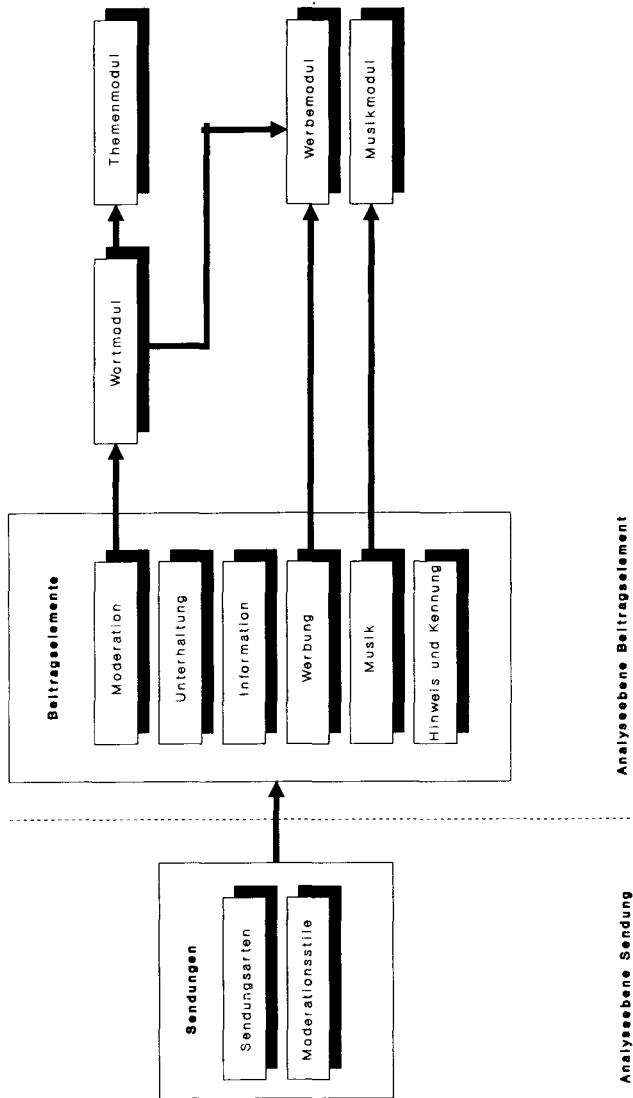
Die Programmanalyse sollte - wie einleitend kurz dargestellt - das Radioprogramm in seiner gesamten Breite analysieren, jedoch auch in einigen Bereichen eine vertiefte und detaillierte Analyse beinhalten. Das inhaltsanalytische Meßinstrument mußte somit hinreichend breit angelegt sein, um die heterogenen Bestandteile eines Radioprogramms zu erfassen, jedoch auch so differenziert ausgerichtet sein, daß es Detailanalysen ermöglicht. Wir entwickelten ein inhaltsanalytisches Meßinstrument, das zwei charakteristische Merkmale aufwies. Es handelte sich erstens um eine *Mehr-Ebenen-Analyse*, bei der zwischen den beiden Analyseebenen Sendung und Beitragselement unterschieden wurde. Auf der Sendungsebene

analysierten wir alle Merkmale, die sinnvollerweise nur für ganze Sendungen summarisch erfaßt werden können. Die sendungsspezifischen Kategorien ermöglichen eine Identifikation von Sender, Sendetag, Sendezeit, Sendedauer und Art der Sendung. Zusätzlich wurden die Merkmale der Moderation der Sendungen sowie die Senderkennung erfaßt. Als Sendung wurde analog zur Definition des baden-württembergischen Landesmediengesetzes ein einheitlicher, in sich geschlossener und zeitlich begrenzter Programmteil verstanden.

Auf der Analyseebene der einzelnen Beiträge wurden spezifische Merkmale detaillierter erfaßt. Die beitragspezifischen Kategorien - und dabei handelt es sich um das zweite charakteristische Merkmal dieses Kategoriensystems - wurden nach dem *Modulsystem der Inhaltsanalyse* aufgebaut (vgl. Kepplinger/Mathes 1988; Mathes 1989). Beim Modulsystem der Inhaltsanalyse werden funktional oder thematisch zusammengehörende Kategorien zu Modulen zusammengefaßt. Die in den Modulen zusammengefaßten Kategorien haben z.B. die Funktion, die relevanten Eigenschaften der Musikbeiträge, der Wortbeiträge, der Werbebeiträge usw. zu erfassen. Entsprechend sprechen wir von Musikmodul, Wortmodul, Werbemodul usw. Die Merkmale der Beitrags Elemente Moderation, Unterhaltung und aktuelle Information wurden sowohl im Wortmodul als auch im Themenmodul verschlüsselt. Im *Wortmodul* wurden die publizistische Funktion der Beitrags Elemente sowie Art und Form der Hörerbeteiligung erfaßt. Im *Themenmodul* wurden die Themen der Wortbeiträge und die Art ihrer journalistischen Präsentation erfaßt. Grundlage hierfür bildete eine differenzierte Themenliste, bei der darauf geachtet wurde, daß sie den Sendungsinhalten der neuen privaten Hörfunksender gerecht wurde.

Die Module können beim Modulsystem der Inhaltsanalyse miteinander verknüpft werden, um Beziehungen zwischen den einzelnen Elementen und Merkmalen abzubilden. Ähnlich wie bei Schaltkreisen in der Elektrotechnik, bei denen bestimmte elektronische Elemente in einer spezifischen Weise miteinander verbunden werden, um bestimmte Funktionen zu erfüllen, so können bei der Inhaltsanalyse die Module miteinander verknüpft werden, um Beziehungen und Zusammenhänge abzubilden und bei der Analyse aufzuzeigen. Im Rahmen dieser Untersuchung spielten Verknüpfungen zwischen den einzelnen Modulen keine größere Rolle, mit einer Ausnahme: Falls die Beitrags Elemente Moderation, Unterhaltung und aktuelle Information Werbung bzw. einen Werbeverdacht enthielten, wurden sie nicht nur im Wortmodul und Themenmodul verschlüsselt, sondern zusätzlich auch im Werbemodul registriert, um die Vermischung zwischen Werbung und Programm aufzeigen zu können. In der vorliegenden Untersuchung haben wir somit das Modulsystem der Inhaltsanalyse eher als ein

Schaubild 1: Überblick über die Struktur des Kategoriensystems



Ordnungsprinzip für die einzelnen Kategorien genutzt als seine Fähigkeiten ausgeschöpft, auch vernetzte Aussagenzusammenhänge abbilden zu können. Dies wäre nur möglich gewesen, wenn man eine dritte, noch feinere Analyseebene eingeführt hätte, die Ebene der einzelnen Aussagenzusammenhänge bzw. des einzelnen Arguments, was jedoch für die Fragestellung dieses Projekts nicht notwendig war. Schaubild 1 zeigt die Grundstruktur des Kategoriensystems im Überblick.

Die Codierung von Hörfunkprogrammen stellt kein leichtes Unterfangen dar. Schwierigkeiten ergeben sich zunächst aus der Tatsache, daß das Material nicht in verschrifteter Form, sondern lediglich in aufgezeichneter Form vorliegt. Qualitätsprobleme, die bei der technischen Aufzeichnung entstehen können, spielen hier ebenso eine Rolle wie die durch die Sprechgeschwindigkeit vorgeschriebene Rezeptionsgeschwindigkeit, wenngleich bei der Analyse die Möglichkeit besteht, bestimmte Passagen mehrmals anzuhören. Hinzu kam die Breite und auch die Differenziertheit des inhaltsanalytischen Meßinstruments, was die Anforderungen an die Codierung erhöhte. Die genannten Probleme stellen Herausforderungen dar, die bei der durchgeführten Inhaltsanalyse mit zwei Mitteln angegangen wurden. Erstens wurde eine intensive, sich über mehrere Wochen hinreichende Schulung der Codierer durchgeführt. Zweitens wurden die Kategorien in einem umfangreichen Codebuch sehr ausführlich definiert und die Kategoriendefinition durch Beispiele ergänzt. Um ein quantitatives Maß für die Zuverlässigkeit der Codierung zu erhalten, wurden sowohl zu Beginn als auch in der Mitte der Codierung Reliabilitätstests durchgeführt. Bei diesem Test verschlüsselten alle an der Codierung beteiligten Codierer unabhängig voneinander die gleichen Hörfunksendungen (Intercoder-Reliabilität). Die Reliabilitätsmessungen ergaben insgesamt ein hohes Maß an Übereinstimmung. Bereits der erste Reliabilitätstest zu Beginn der Codierung zeigte eine gute Übereinstimmung der Codierer bei ihren Entscheidungen an. Der Reliabilitätskoeffizient betrug über alle inhaltlichen Kategorien hinweg .80. Der zweite Reliabilitätstest erbrachte nochmals eine leichte Verbesserung (Reliabilitätskoeffizient .84). Um einen Einblick in die Logik der Analyse zu geben, werden nachfolgend einige Teilbereiche der Inhaltsanalyse detaillierter vorgestellt. Die Darstellung umfaßt jeweils eine kurze Einführung in den Problem-bereich, die Explikation der Fragestellung und ihre Operationalisierung, die inhaltsanalytische Messung und die Ergebnisse.

3. Programmstruktur der baden-württembergischen Privatsender

Die Rundfunkprogramme sollen nach den Bestimmungen des Landesmediengesetzes Baden-Württemberg in ihrer Gesamtheit der Meinungsvielfalt und kulturellen Vielfalt Ausdruck geben. Die Rundfunkveranstalter verbreiten hierfür in der Regel ein Programm, das unterhaltende, informative und - zu einem geringen Anteil - kulturelle und bildende Programmteile enthält. Um einen Überblick über das Programmangebot der untersuchten baden-württembergischen privaten Hörfunksender zu erhalten, wurde analysiert, welchen Stellenwert die einzelnen Beitragselemente Moderation, Information, Service, Musik und die Werbung im Gesamtprogramm besitzen. Diese Beitragselemente können als die grundsätzlichen Bausteine von Radioprogrammen verstanden werden.

3.1 Messung der Programmstruktur

Für jeden Programmbaustein wurde eine detaillierte Zeitmessung durchgeführt, die über die relative Bedeutsamkeit der einzelnen Bausteine im Gesamtprogramm Auskunft gibt. Unter *Moderation* wurden alle Beiträge des Moderators, der durch das Programm führt, verstanden. Hierzu gehören An- und Absagen von Sendungen, redaktionelle Beiträge und vor allem Musiktitel ebenso wie z.B. Gewinnspiele mit Hörern. Unter *Information* wurden alle Informationsbeiträge über das aktuelle Geschehen zusammengefaßt. Bei den Informationsbeiträgen handelt es sich um kurze Meldungen oder längere Berichte, vereinzelt auch um Reportagen "vor Ort" aus den Themenbereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Soziales und zu einem wichtigen Teil auch um Alltagsthemen, die man als "Klatsch und Tratsch" bezeichnen könnte. Als *Service* gelten alle Wortbeiträge, die Informationen mit Dienstleistungscharakter für den Hörer beinhalten. Hierzu zählen u.a. Verkehrs- und Wettermeldungen, Veranstaltungshinweise, Suchmeldungen, Börsenkurse sowie Lotto- und Toto-Zahlen. Die Kategorie *Musik* umfaßte alle musikalischen Beiträge. Als *Werbung* galten alle Werbespots, die einzeln oder im Werbeblock gesendet werden.

3.2 Ergebnisse

Die Wort-Musik-Relation ist ein erster Indikator, der über die Programmstrukturen und -konzepte Auskunft gibt. Insbesondere läßt sich mit diesem Kennwert die Frage beantworten, ob das Radioprogramm eher als Wort- oder eher als Musikprogramm konzipiert ist. Betrachtet man die Programme der baden-württembergischen Privatsender unter dieser Perspektive, so zeigt sich, daß es sich vorwiegend um Musikprogramme mit ergänzenden Wortbeiträgen handelt - ein Grundkonzept, wie es für Begleitprogramme typisch ist, die überwiegend "nebenbei" gehört werden und den Hörer über

den Tag hinweg begleiten. Der Wortanteil (Moderation, Information und Service) am Gesamtprogramm machte im Durchschnitt rund ein Viertel der Sendezeit aus. Die Musik nahm mit rund zwei Dritteln den weitaus größten Anteil am gesamten Programmvolumen ein.

Allerdings variierte das Wort-Musik-Verhältnis bei den einzelnen Sendern zum Teil recht deutlich. Bei den *Radio 7*-Programmen kann man einen Kontrast zwischen den relativ informationsreichen Fensterprogrammen (Wortanteil 29%) und den relativ informationsarmen Rahmenprogrammen (Wortanteil 22%) feststellen. Auch bei *Radio 7 Victoria*, das ein eigenständiges Programm ausstrahlte und lediglich die Nachrichtensendungen des Rahmenprogramms übernahm, besaß der Wortanteil einen relativ großen Umfang (30%). Die *Bürgerradio*-Programme lassen sich nach dem Grad ihres Informationsanteils ebenfalls in zwei Gruppen einteilen. Den informationsbetonten Programmen von *Bürgerradio Reutlingen* und *Bürgerradio Tübingen* stand das relativ informationsarme Programm von *Bürgerradio Mühlacker* gegenüber. Die *Filstalwelle* lieferte - was die Informationshaltigkeit anbelangt - im Vergleich zu den Programmen der beiden Hörfunkketten nur ein Minimalprogramm. Der Wortanteil (23%) und vor allem die Informationsangebote (7%) besaßen im Programmangebot der *Filstalwelle* nur einen peripheren Stellenwert.

Der Anteil der Werbung am Gesamtprogramm blieb bei allen untersuchten baden-württembergischen Privatsendern weit unterhalb der gesetzlich zulässigen Obergrenze von 20%. Die *Bürgerradio*-Programme enthielten im Durchschnitt mehr Werbung (zwischen 3% und 5%) als die *Radio 7*-Programme (zwischen 1% und 2%). Die *Filstalwelle* nahm mit 3% einen Mittelplatz ein. Andere Programmelemente, zu denen vor allem Jingles (kurze Tonfolgen mit Ankündigungscharakter) zählen, machten insgesamt zwischen 2% und 6% der Sendezeit aus. Der relativ große Anteil der Sendezeit, der Jingles und anderen kurzen Programmelementen, wie z.B. Trailern, vorbehalten blieb, verweist auf die Bedeutung dieser Programmelemente bei den Privatsendern. Im Durchschnitt wurden bei den *Radio 7*-Programmen beispielsweise mehr als sechs Jingles pro Stunde eingespielt. Sie dienten als Erkennungselemente für das Radioprogramm, einzelne Sendungen oder Sendungsbestandteile und auch zur Trennung der Werbung vom übrigen Programm. Tabelle 1 zeigt die Ergebnisse im Überblick.

Tabelle 1: Programmangebot der privaten Hörfunksender in Baden-Württemberg
- Musik-, Wort-, Werbungs- und Jingleanteil -

Zeitraum: Mo-So von 06-22 Uhr		Darstellungsform: in % der Sendezeit	
Radio 7- Kahnenprogramm*	Fenster- programm Radio 7- Victoria	Badgeradio Reutlingen Tübingen	Mühlacker
%	%	%	%
Wort	29	30	24
- Information	16	15	14
- Service und Beratung	6	3	3
- Moderation	7	12	7
Musik	68	62	69
Jingle	3	6	2
Werbung	2	3	5
Summe	99	101	100
Basis (in Minuten)	(4783)	(4586)	(3253)
		(2983)	(4035)

* einschließlich der Fensterprogramme

4. Regionalisierung der Informationsangebote

Baden-Württemberg verfolgte bei der Einführung des privaten Hörfunks unter anderem auch das kommunikationspolitische Konzept der Regionalisierung des Rundfunks. Regionaler Rundfunk bedeutet Rundfunk für das räumlich begrenzte Verbreitungsgebiet des Senders, das von einer Kleinstadt mit angrenzendem Umland bis hin zu einem großen regionalen Bereich reichen kann. Regionaler Hörfunk ist vor allem durch die Einrichtung von UKW-Sendern niedriger Leistung (sog. "Low Power-Sender") im oberen Bereich des UKW-Bandes ermöglicht worden, wodurch Regionen bereits mit geringer Strahlungsleistung mit Rundfunkprogrammen versorgt werden.

Entsprechend den medienpolitischen Zielen verlangt das Landesmediengesetz Baden-Württemberg, daß die Programme zu einem angemessenen Anteil Sendungen enthalten, die sich auf das Verbreitungsgebiet des Senders beziehen. Die baden-württembergische Funkanalyse 1989 hat zudem gezeigt, daß bei den Hörern der privaten Veranstalter neben der Musik vor allem die lokale/regionale Berichterstattung ausschlaggebend für die Programmwahl ist. Über zwei Drittel (71%) der Hörer von baden-württembergischen Privatsendern begründeten ihre Senderwahl mit den angebotenen lokalen Informationen und der Berichterstattung aus der Umgebung.

4.1 Messung des regionalen Informationsangebots

Der Regionalbezug der Berichterstattung kann auf drei unterschiedliche Arten zustandekommen. Erstens können die Sender über Ereignisse berichten, die in der Region stattfinden. Zweitens können die Sender über Handlungen und Stellungnahmen von Akteuren berichten, die aus der Region stammen oder dort ihren Lebensmittelpunkt haben. Und drittens können die Sender über Ereignisse und Handlungen berichten, die zwar nicht in der Region stattfinden, jedoch für die Region besonders bedeutsam sind. Im ersten Fall ist der Ereignisort, im zweiten Fall der Regionalbezug des Akteurs und im dritten Fall die Handlungskonsequenz (Folge) für die Region der ausschlaggebende Faktor für den Bezug zum Sendengebiet.

Die unterschiedlichen Formen des Regionalbezugs der Berichterstattung wurden in der durchgeführten Inhaltsanalyse differenziert erfaßt. Ermittelt wurde jeweils, ob der Ereignisort innerhalb oder außerhalb des Sendegebietes lag und ob der Akteur/Handlungsträger dem betreffenden Sendengebiet entstammte bzw. in ihm tätig war. Aus beiden Informationen wurde zusammenfassend der Regionalbezug eingestuft. Bei dieser summarischen Einschätzung wurden als zusätzliches Kriterium auch die tatsächlichen und möglichen Konsequenzen (Folgen) eines Ereignisses für das Sendengebiet

herangezogen. Dies erfolgte allerdings nur dann, wenn in der Meldung bzw. in dem Bericht explizit auf die Folgen für das Sendegebiet hingewiesen wurde.

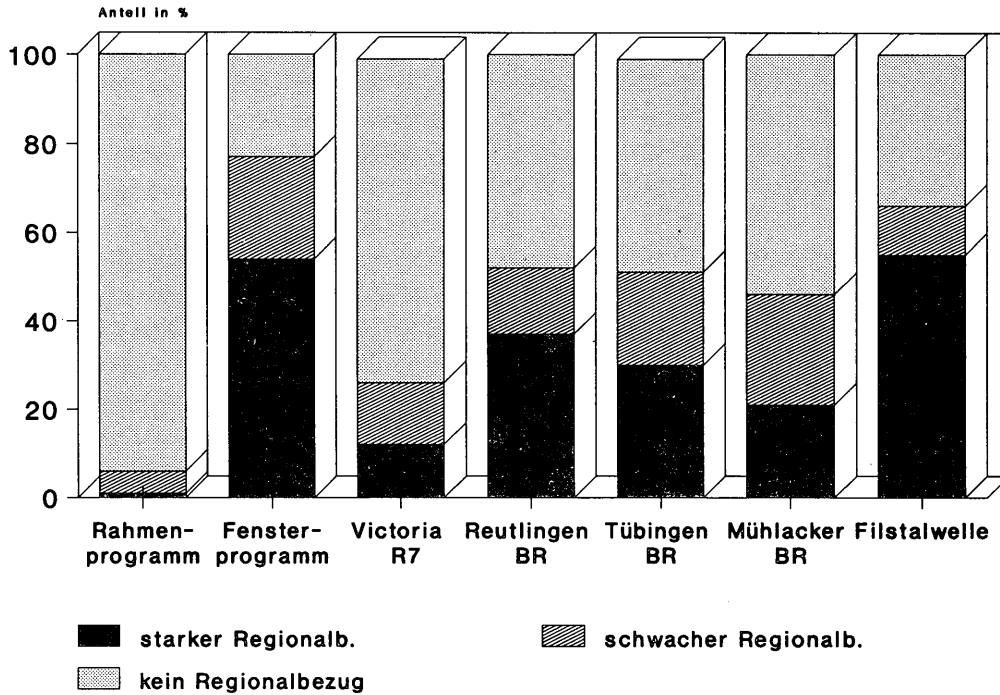
Unter Regionalbezug wurde jeweils der Bezug zum Sendegebiet eines Senders verstanden. Für jeden Sender wurden daher die Verbreitungsgebiete auf der Ebene der Landkreise und kreisfreien Städte zugrunde gelegt. Bei jedem Beitrag wurde dann von den Codierern überprüft, ob der Bezug zum Sendegebiet gegeben war. Hierfür wurde u.a. ein Verzeichnis aller Städte und Ortschaften Baden-Württembergs herangezogen.

4.2 Ergebnisse

Die untersuchten baden-württembergischen Privatsender griffen in ihrer Berichterstattung häufig Themen und Ereignisse aus der Region auf. Etwa jeder zweite Beitrag, den die Sender der Hörfunkketten *Radio 7* und *Bürgerradio* in ihrem Programm außerhalb der Nachrichtensendungen verbreiteten, wies einen schwachen oder starken Bezug zur Region des Sendegebiets auf (*Radio 7* 48%, *Bürgerradio* 50%). Bei der *Filstalwelle* waren es sogar zwei von drei Beiträgen (66%). Der Anteil der Beiträge mit starkem Regionalbezug betrug bei den Sendern der beiden Hörfunkketten etwa ein Drittel (*Radio 7* und *Bürgerradio* je 31%), bei der *Filstalwelle* sogar mehr als die Hälfte (55%). Allerdings ist bei der *Filstalwelle* die vergleichsweise geringe Zahl der Beiträge zu berücksichtigen (vgl. Schaubild 2).

Bei den Regionalbeiträgen handelte es sich überwiegend um "unpolitische" Meldungen, d.h. sie wiesen überwiegend keine Bezüge zu politischen Akteuren oder politischen Problemen und Streitfragen auf. Der Anteil "unpolitischer" Meldungen machte bei *Radio 7* und *Bürgerradio* etwa zwei Drittel aller Berichte aus der Region aus (67% bzw. 62%). Bei der *Filstalwelle* war der Politisierungsgrad noch geringer. Hier wiesen rund vier von fünf Meldungen keine politischen Bezüge auf (84%). Unsere Themenanalyse zeigt ein breites Spektrum an Themen, die in der Regionalberichterstattung behandelt wurden. Das Spektrum umfaßt in der Reihenfolge der Häufigkeit Themen aus den Bereichen Freizeit und Haushalt, Soziales, Wirtschaft, Kultur, Umwelt, innenpolitische Prozesse und Institutionen sowie Verkehr.

Schaubild 2: Regionalbezug der Berichterstattung



Basis: alle Informationsbeiträge (ohne Service), ohne Nachrichten (R7 n=605, BR n=280, Filstalwelle n=47)

5. Politikvermittlung

Die Massenmedien spielen für die Vermittlung von Politik eine zentrale Rolle - die Bürger erleben das politische Geschehen in der Regel nicht durch eigene, primäre Erfahrungen, wie z.B. den Besuch einer Wahlveranstaltung, sondern verfolgen das politische Geschehen "mit den Augen der Massenmedien". Die Ergebnisse einer Langzeitstudie zeigen, daß dem Hörfunk bei der Politikvermittlung eine besondere Bedeutung zukommt. Die politischen Informationsangebote des Hörfunks wurden 1985 von mehr Menschen genutzt (73%) als die Informationsangebote des Fernsehens und der Tageszeitung, die 62% bzw. 54% der Menschen erreichten. Dem Hörfunk gelang es offensichtlich, wie Marie-Luise Kiefer schreibt, die "Barriere des politischen Desinteresses" zu überwinden (Kiefer 1987:108). Auch wenn das Radio nicht in erster Linie als Informationsmedium genutzt wird: Der Kreis derjenigen Hörer wird größer, die ihre politischen Informationen ausschließlich über das Radio beziehen. 1985 informierte sich fast jeder zweite Jugendliche und jeder vierte politisch wenig Interessierte nur noch aus dem Hörfunk über Politik.

5.1 Messung des Politisierungsgrades der Nachrichtensendungen

Nachrichtensendungen enthalten in der Regel neben politischen Informationen auch unpolitische, sogenannte "Human Interest"-Meldungen. Mehrere Inhaltsanalysen der Nachrichtensendungen der beiden privaten Fernsehanbieter "SAT 1" und "RTL plus" haben gezeigt, daß bei der Nachrichtenauswahl dieser beiden Sender den unpolitischen, allgemein interessierenden Meldungen eine größere Beachtung geschenkt wird als in den Fernsehnachrichten der öffentlich-rechtlichen Anstalten. Udo Michael Krüger spricht von einer Tendenz zur Entpolitisierung des Programms, Erwin Faul von einem "ausgedünnten" politischen Informationsangebot (Krüger 1985; Faul 1987).

Um zu ermitteln, ob vergleichbare Tendenzen auch für die Nachrichtensendungen des privaten Hörfunks in Baden-Württemberg festzustellen sind, wurde bei der Inhaltsanalyse der Nachrichtensendungen auch der Politisierungsgrad der einzelnen Meldungen verschlüsselt. Der Politisierungsgrad ergab sich dabei aus der Art der journalistischen Darstellung des behandelten Themas. Den Politisierungsgrad eines Beitrags hatten die Codierer anhand folgender Kriterien zu beurteilen: Handeln Politiker in ihrer politischen Funktion (als politische Rollenträger)? Wird Handeln im politischen System (in politischen Strukturen) dargestellt? Geht es um politische Streitfragen, um unterschiedliche öffentliche Interessen? Je mehr und je stärker diese Kriterien zutrafen, desto höher war der Politisierungsgrad der Meldung.

5.2 Ergebnisse

Im Durchschnitt wiesen drei Viertel aller Meldungen mittlere bzw. hohe politische Bezüge auf (75%). Bei den Nachrichten von *Radio 7* war der Anteil politischer Meldungen besonders groß (82%), wobei vor allem Meldungen mit hohem Politisierungsgrad überdurchschnittlich häufig vertreten waren. Demgegenüber lag bei den Nachrichtensendungen von *Bürgerradio* und *Filstalwelle* der Anteil der Meldungen ohne politische Bezüge mit 29% bzw. 31% etwas über dem Durchschnitt. Allerdings standen auch bei diesen beiden Sendern die politischen Meldungen eindeutig im Vordergrund. Die Mehrheit aller Meldungen besaß bei den Nachrichtensendungen der drei untersuchten Veranstalter einen "mittleren" Politisierungsgrad (zwischen 51% und 57%).

Die Ergebnisse der Themenanalyse geben Auskunft über die im Privatfunk dargestellten Sachbereiche der Politik. Es sind hier vor allem die großen Themenbereiche Soziales, Wirtschaft und Ökologie, sonstige Innenpolitik (d.h. politische Institutionen und Prozesse) sowie internationale Politik, die den Hauptbestandteil der politischen Beiträge ausmachen.

Insgesamt kann man feststellen, daß die Nachrichtensendungen der privaten Hörfunkanbieter vorwiegend aktuelle politische Meldungen enthielten, die durch "Human-Interest"-Meldungen ergänzt wurden. Die primäre Funktion der Nachrichtensendungen lag eindeutig in der aktuellen, knappen Information über das politische Weltgeschehen. Eine Entpolitisierung des kommerziellen Nachrichtenangebots war somit bei den baden-württembergischen Privatsendern nicht festzustellen (vgl. Schaubild 3).

6. Messung der Repräsentanz von politischen Institutionen und gesellschaftlich relevanten Gruppen

Im folgenden Abschnitt wird die Repräsentanz der Organisationen und Parteien im Informationsangebot der Sender untersucht. Die "informativ Repräsentanz" dieser Gruppen ist deswegen wichtig, da sie unterschiedliche Auffassungsrichtungen zu politischen Streitfragen bündeln, die in einen öffentlichen "Meinungsmarkt" einzubringen sind. Dabei handelt es sich um ein Grunderfordernis einer pluralistischen Demokratie, bei der die politischen Entscheidungen als Ergebnis eines vorgelagerten Meinungsstreits, bei dem alle gesellschaftlichen Gruppen zu Wort kommen sollen, getroffen werden. Das Bundesverfassungsgericht hat mehrfach darauf hingewiesen, daß die relevanten gesellschaftlichen Kräfte im Rundfunk angemessen "zu Wort kommen" müssen (BVerfGE 12:262f.). Für den privaten Rundfunk formuliert das Bundesverfassungsgericht etwas

abgeschwächt einen "Grundstandard", nach dem für alle Meinungsrichtungen, auch diejenigen von Minderheiten, die Möglichkeit bestehen muß, im privaten Rundfunk zum Ausdruck zu kommen.

Entsprechend dieser Erfordernisse haben wir bei unserer Inhaltsanalyse unterschieden, ob eine politische Institution oder gesellschaftliche Organisation durch eine *Stellungnahme* im Hörfunk zu Wort kommt oder ob über eine *Handlung* einer politischen Institution oder gesellschaftlichen Organisation berichtet wird. Im ersten Fall handelt es sich um die Veröffentlichung einer Stellungnahme, die in den öffentlichen Meinungsmarkt eingebracht wird, im zweiten Fall um die Darstellung einer Handlung, die einen öffentlichen Aktivitätsnachweis darstellt.

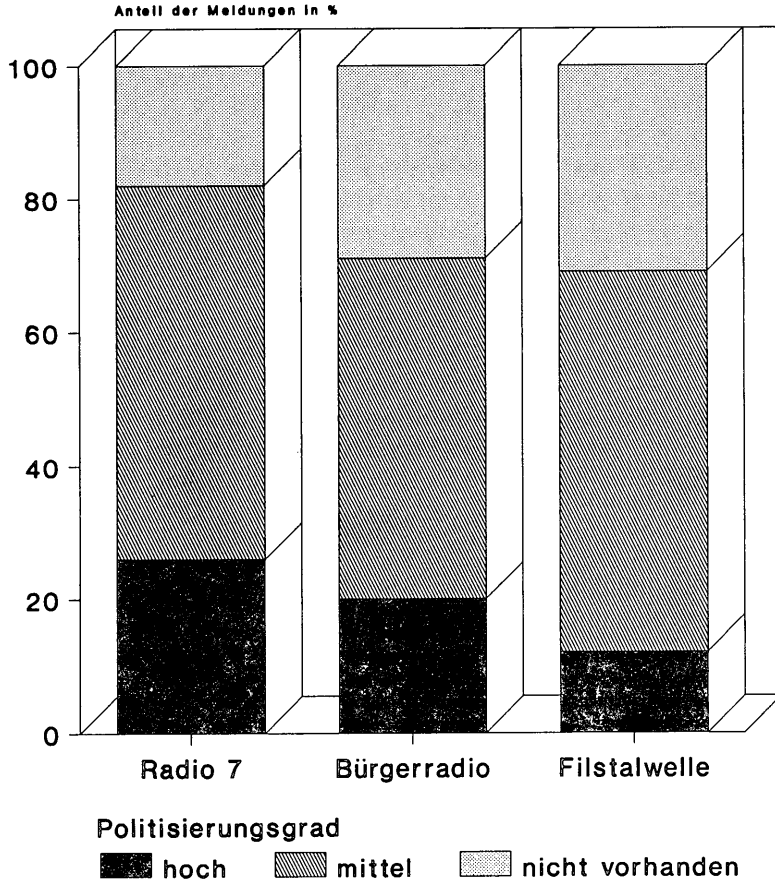
Als Stellungnahme galten in unserer Inhaltsanalyse alle berichteten Äußerungen sowie Beschlußfassungen. Die Stellungnahme eines Akteurs konnte in der Berichterstattung auch mit der Darstellung einer Handlung kombiniert sein, wobei es sich dabei wiederum um die Handlung des gleichen Akteurs oder eines anderen Akteurs handeln konnte. In diesen Fällen wurden beide Formen der Repräsentanz in Kombination verschlüsselt. Verschlüsselt wurde jeweils der handelnde oder stellungnehmende Akteur, der im Vordergrund der journalistischen Darstellung stand. Mit dem gewählten Verfahren lassen sich vor allem zwei Fragestellungen beantworten: Welche Artikulationschancen besaßen die verschiedenen politischen Institutionen und gesellschaftlichen Gruppen? Wie waren die öffentlichen Aktivitätsnachweise der politischen Institutionen und Gruppen verteilt?

6.1 Ergebnisse

Alle untersuchten baden-württembergischen Privatsender berichteten sowohl in den Nachrichten als auch im übrigen Programm vorwiegend über die Stellungnahmen der politischen und gesellschaftlichen Akteure; ihre Handlungen waren vergleichsweise selten Gegenstand der Berichterstattung. Über Stellungnahmen wurde etwa sechsmal so häufig berichtet (zwischen 80% und 85% aller Akteursnennungen) wie über Handlungen (zwischen 15% und 20%). Die Unterschiede zwischen den einzelnen Hörfunkprogrammen waren dabei nur gering. Die nachfolgend dargestellten Ergebnisse beschränken sich auf die Stellungnahmen in den Nachrichtensendungen.

Schaubild 3: Politische und unpolitische Meldungen in den Nachrichtensendungen

bei "Radio 7", "Bürgerradio" und "Filstalwelle"



Basis: alle Nachrichtensendungen,
Radio 7 (n=664), Bürgerradio (n=608),
Filstalwelle (n=364)

In den Nachrichtensendungen überwogen eindeutig die Stellungnahmen von politischen Institutionen und Akteuren, vor allem aus der Bundesrepublik Deutschland. Sie machten mehr als die Hälfte aller gesendeten Stellungnahmen aus (57%). Die unterschiedlichen politischen Ebenen (Bund, Länder und Kommunen) waren mit ihren Stellungnahmen unterschiedlich häufig repräsentiert. Vor allem die politischen Institutionen und Akteure auf Bundesebene - Bundespräsident, Bundesregierung, Bundestag, Bundesgerichte u.a. - erhielten die Möglichkeit zur öffentlichen Stellungnahme (40%). Unterhalb der Bundesebene wurde den politischen Institutionen und Akteuren deutlich weniger Aufmerksamkeit geschenkt. Die Stellungnahmen der Institutionen und Akteure auf Länderebene besaßen einen Anteil von 15%. Die kommunalen Institutionen und Akteure kamen in den Nachrichtensendungen nur in Ausnahmefällen zu Wort (2%). Die Stellungnahmen von ausländischen politischen Institutionen und Akteuren waren hingegen entsprechend der umfangreichen Auslandsberichterstattung relativ häufig vertreten (20%).

Bei den gesellschaftlichen Gruppen und Akteuren aus der Bundesrepublik Deutschland kamen die Gruppen und Akteure aus dem Wirtschaftsbereich am häufigsten zu Wort (11%). Hierzu zählten Stellungnahmen von Arbeitgeberorganisationen und einzelnen Firmen ebenso wie die Stellungnahmen von Gewerkschaften und Arbeitnehmergruppen sowie deren Repräsentanten. Sie waren in den Nachrichtensendungen der Untersuchungswoche im Vergleich zu den anderen gesellschaftlichen Gruppen überrepräsentiert. Akteure und Gruppen aus dem sozialen, kulturellen Bereich (z.B. Bildungseinrichtungen, Gesundheitswesen, kulturelle Einrichtungen und Kirchen) sowie aus anderen Bereichen (z.B. Umweltschutzorganisationen, Verbraucherorganisationen, Sportvereine) waren nur selten mit ihren Stellungnahmen vertreten (insgesamt 8%). Ebenso spielten die Stellungnahmen von nicht-organisierten Gruppen und Einzelpersonen keine nennenswerte Rolle (insgesamt 4%).

Betrachtet man die relativ häufig vertretenen Stellungnahmen von ökonomischen Akteuren differenzierter unter dem Blickwinkel der Chancengleichheit von Unternehmer- und Arbeitnehmerseite, so ergeben sich folgende Befunde. Die Chancen zur öffentlichen Stellungnahme waren zwischen den beiden Wirtschaftspartnern in der Regel ausgewogen verteilt. Allerdings waren bei den Nachrichten der *Filstalwelle* die Stellungnahmen von Unternehmen und Arbeitgeberseite im Vergleich zu den Stellungnahmen von Gewerkschaften und Betriebsräten im Verhältnis 3,5 zu 1 überrepräsentiert (vgl. Tabelle 2).

6.2 Messung der Repräsentanz von politischen Parteien

Die politischen Parteien in der Bundesrepublik Deutschland nehmen bei der Analyse der Artikulationschancen eine Sonderstellung ein, da sie im System der konkurrierenden Willensbildung eine Schlüsselrolle spielen. Bei unserer Analyse wurde bei jeder publizierten Stellungnahme oder berichteten Handlung eines Akteurs auch dessen Parteilugehörigkeit verschlüsselt. Voraussetzung für eine Codierung war allerdings, daß die Parteilugehörigkeit im Beitrag explizit genannt sein mußte. Neben Reliabilitätsgründen stand dabei die Überlegung im Vordergrund, daß man nur bei einer expliziten Erwähnung der Parteilugehörigkeit sicher sein kann, daß einerseits die Parteilugehörigkeit für den journalistischen Beitrag von Bedeutung ist und daß sie andererseits dem Hörer auch bekannt bzw. bewußt wird. Eine Folge dieser Regelung war, daß z.B. bei den Handlungen und Stellungnahmen von Regierungsmitgliedern auf Bundes- und Landesebene in der Regel keine Parteilugehörigkeit verschlüsselt wurde, da sie meist in ihrer Regierungsfunktion und nicht als Parteienvertreter vorgestellt wurden.

6.3 Ergebnisse

Entsprechend dieser Regelung kann es nicht überraschen, daß in den Nachrichtensendungen bei mehr als der Hälfte der stellungnehmenden politischen Akteure aus der Bundesrepublik Deutschland keine Parteilugehörigkeit genannt wurde (60%). Die Parteien besaßen in den Nachrichtensendungen *deutlich* unterschiedliche Artikulationschancen. Die CDU/CSU und ihre Repräsentanten waren mit ihren Stellungnahmen *deutlich* häufiger repräsentiert als die anderen Parteien. Jede fünfte publizierte Stellungnahme in den Nachrichtensendungen stammte von einem Parteienvertreter der CDU/CSU (20%). Besonders groß war das Übergewicht der CDU/CSU-Stellungnahmen bei der *Filstalwelle* (28%).

Die größte Oppositionspartei, die SPD, besaß in der Untersuchungswoche im Durchschnitt nur etwa halb so viele Artikulationschancen (11%). Eine Ausnahme stellten die *Bürgerradio*-Nachrichten dar, bei denen die beiden großen Parteien etwa gleich häufig die Möglichkeit zur öffentlichen Stellungnahme erhielten. Die etwa gleichgewichtige Repräsentanz der Stellungnahmen von CDU/CSU und SPD in den *Bürgerradio*-Nachrichten zeigt, daß die ungleiche Beachtung in den anderen Nachrichtensendungen nicht das Ergebnis der "Nachrichtenlage" der Untersuchungswoche, sondern vielmehr ein Resultat der journalistischen Nachrichtenauswahl war.

Tabelle 2: Stellungnahmen von politischen und gesellschaftlichen Akteuren in den Nachrichtensendungen von "Radio 7", "Bürgeradio" und "Filstalwelle"
- Anteil der Stellungnahmen -

	"Radio 7"- Nachrichten %	"Bürgeradio"- Nachrichten %	"Filstalwelle"- Nachrichten %	Summe %
Politische Institutionen und Akteure innerhalb der BRD	53	62	56	57
- kommunale Ebene	1	5	1	2
- Landesebene	16	17	7	15
- Bundesebene	36	40	48	40
Politische Institutionen und Akteure außerhalb der BRD	24	11	26	20
Gesellschaftliche Gruppen und Akteure in der BRD	16	22	17	19
- Wirtschaftsbereich	7	15	8	11
- sozialer, kultureller Bereich	6	2	4	4
- andere Bereiche	3	5	5	4
Nicht-organisierte Gruppen	3	3	1	2
Einzelpersonen	3	2	1	2
Summe	99	100	101	100
<i>Basis (in Minuten)</i>	<i>(558)</i>	<i>(533)</i>	<i>(286)</i>	<i>(1377)</i>

Basis: Alle Stellungnahmen in den Nachrichtensendungen, Montag bis Sonntag.

Tabelle 3: Parteizugehörigkeit der stellungnehmenden politischen Akteure aus der BRD in den Nachrichtensendungen von "Radio 7", "Bürgerradio" und "Filstalwelle"
- Anteil der Stellungnahmen -

	"Radio 7"- Nachrichten %	"Bürgerradio"- Nachrichten %	"Filstalwelle"- Nachrichten %	Summe %
Politische Akteure ohne genannte Parteizugehörigkeit	59	60	61	60
Politische Akteure mit genannter Parteizugehörigkeit	41	41	39	40
- CDU/CSU	22	14	28	20
- FDP	7	12	4	8
- SPD	11	12	7	11
- Grüne	1	2	-	1
- andere Parteien	x	1	-	x
Summe	100	101	100	100
<i>Basis (in Minuten)</i>	<i>(296)</i>	<i>(330)</i>	<i>(160)</i>	<i>(785)</i>

x = weniger als 1%

Basis: Alle Stellungnahmen von politischen Akteuren aus der BRD in den stündlichen Nachrichtensendungen, Montag bis Sonntag.

Die F.D.P. fand in den Nachrichtensendungen eine überproportionale Beachtung, wenn man ihre parlamentarische Repräsentanz als Bezugsgröße zugrunde legt. Die Stellungnahmen der F.D.P. und ihrer Vertreter machten im Durchschnitt 8% der publizierten Stellungnahmen aus und reichten z.B. bei den *Bürgerradio*-Nachrichten fast an die Häufigkeit der Stellungnahmen der beiden großen Parteien heran. Dies kann u.a. damit erklärt werden, daß die F.D.P. in Bonn Regierungspartei ist und damit über erhöhte Publizitätschancen verfügt.

Bei den Grünen war es genau umgekehrt. Sie besaßen in den untersuchten Nachrichtensendungen praktisch keine Möglichkeit, ihre Sichtweisen zu vertreten. Die *Radio 7*-Nachrichten publizierten zwei, die *Bürgerradio*-Nachrichten fünf und die Nachrichten der *Filstalwelle* keine Stellungnahmen der Grünen. Damit werden Ergebnisse früherer Studien bestätigt, die gezeigt haben, daß es den Grünen zwar gelungen ist, ihr zentrales Thema, die Ökologie, als einen wichtigen Gegenstand der Berichterstattung zu etablieren, daß sie aber in der Regel nicht in gleichem Maße als politischer Akteur publizistisch präsent sind (vgl. Mathes/Freisens 1990).

Alle anderen, kleineren Parteien kamen in den Nachrichtensendungen praktisch nicht zu Wort. Sie fielen, um einen Begriff von Hans-Dieter Gärtner (1986) zu gebrauchen, unter eine "publizistische 5%-Hürde", die ähnlich der 5%-Klausel bei den Bundestagswahlen den Zutritt zu dem öffentlichen Meinungsmarkt, wie er in den Massenmedien hergestellt wird, versperrt (vgl. Tabelle 3).

7. Zusammenfassung und Schluß

Der Hörfunk in der Bundesrepublik Deutschland hat an Bedeutung gewonnen. Er hat weiterhin durch die Zulassung privater lokaler und regionaler Anbieter in Baden-Württemberg einen strukturellen Wandel erfahren. Vor diesem Hintergrund erfüllen systematische Programmanalysen eine wichtige Informationsfunktion. Sie schaffen die Voraussetzungen für eine sachgerechte Beurteilung dieser Programme, an der Medienpolitiker und Aufsichtsgremien, Kommunikationswissenschaftler sowie die Öffentlichkeit ein Interesse besitzen.

Quantitative Inhaltsanalysen eignen sich in besonderem Maße für solche Programmanalysen, da mit dieser Methode die anfallenden großen Mengen an Kommunikationsinhalten in reliabler und intersubjektiv prüfbarer Weise analysiert werden können. Bei geeigneter methodischer Anlage können mit der Inhaltsanalyse sowohl die Breite des Programmangebots als auch

einzelne Merkmale und Programmelemente in differenzierter und detaillierter Weise analysiert werden. Den analytischen Möglichkeiten stehen allerdings ein erheblicher Zetaufwand und beträchtliche Kosten gegenüber.

Für die Inhaltsanalyse wurde auf die Sendungsaufzeichnungen der Veranstalter zurückgegriffen, zu denen sie nach Paragraph 54 des Landesmediengesetzes verpflichtet sind. Die Vollständigkeit des Untersuchungsmaterials war jedoch aufgrund von kleineren und zum Teil auch größeren Aufzeichnungslücken eingeschränkt. Die nicht aufgezeichnete Sendezeit machte im Durchschnitt etwa 10% der Sendezeit aus. Obwohl es sich dabei um zufällige Lücken handelt, sollten bei zukünftigen Programmanalysen die Aufzeichnungen in eigener Regie durchgeführt werden, um von den Programmaufzeichnungen der Veranstalter unabhängig zu sein.

Literatur

- Donsbach, W./Mathes, R., 1989: Rundfunk. S. 330-360 in: E. Noelle-Neumann/W. Schulz/J. Wilke (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation, Frankfurt: Fischer.
- Eckhardt, J., 1987: Musikakzeptanz und Programmstrategien des Hörfunks. In: Media Perspektiven 7.
- Faul, E., u.a. 1987: Ergebnisse der Programmuntersuchungen. S. 303-481 in: Wissenschaftliche Begleitkommission zum Versuch mit Breitbandkabel in der Region Ludwigshafen-Vorderpfalz. Bd. 5. Abschlußbericht an die Landesregierung Rheinland-Pfalz. Offenbach.
- Früh, W., 1981: Inhaltsanalyse. München: Ölschläger.
- Gärtner, H.-D., 1986: Wahlkampf und Presse. Königstein/Ts.: Hain.
- Infratest 1989: Kommunikationsforschung: Funkanalyse Baden-Württemberg 1989. München 1990 (MS-vervielfältigt, nicht im Buchhandel).
- Kepplinger, H.M./Mathes, R., 1988: Künstliche Horizonte. S. 111-152 in: J. Scharioth/H. Uhl (Hrsg.), Medien und Technikakzeptanz. München: Oldenbourg.
- Kepplinger, H. M./Hartmann, T., 1989: Stachel oder Feigenblatt? Rundfunk- und Fernsehgeräte in der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt: Institut für Medienentwicklung und Kommunikation.
- Kiefer, M.-L., 1987: Massenkommunikation III. S. 9-262 in: K. Berg/M.-L. Kiefer (Hrsg.), Massenkommunikation III. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964 bis 1985. Frankfurt: Media Perspektiven.
- Klingler, W./Schröter, C., 1989: Privatrechtlicher Hörfunk in Baden-Württemberg. Auf dem Weg zur landesweiten Kette. Media Perspektiven 7:419-435.
- Krüger, U. M., 1985: Entpolitisierung als Programm? APF-Nachrichten im Vergleich zu ARD und ZDF. Media Perspektiven 1:50-55.
- Mathes, R., 1990: Programmstruktur und Informationsangebote privater Hörfunksender in Baden-Württemberg. Stuttgart: Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg.
- Mathes, R., 1989: Modulsystem und Netzwerktechnik - neuere inhaltsanalytische Verfahren zur Analyse von Kommunikationsinhalten. Mannheim: ZUMA-Arbeitsbericht Nr. 89/13.
- Mathes, R./Freisens, U., 1990: Kommunikationsstrategien der Parteien und ihr Erfolg. Eine Analyse der aktuellen Berichterstattung in den Nachrichtenmagazinen der öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanstalten im Bundestagswahlkampf 1987". S. 531-568 in: M. Kaase/H.-D. Klingemann (Hrsg.), Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schulz, W., 1989: Inhaltsanalyse. S. 33-50 in: E. Noelle-Neumann/W. Schulz/J. Wilke (Hrsg.), Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation. Frankfurt: Fischer.
- Schulz, W./Scherer, H., 1989: Die Programme der Lokalradios im Raum Nürnberg. München: Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), Schriftenreihe Band 5.
- Schurig, C., 1990: Programmangebote zwischen Gesetz und Kommerz. Mediengesetzliche Vorgaben und Programmrealität. S. 39-46 in: C. Mast (Hrsg.), Rivalen im Äther. Radioprofile und Hörerwünsche in Baden-Württemberg. Konstanz: Universitäts Verlag.
- Teichert, W., 1987: Der Hörfunk des Nebenbei - ernstgenommen. Media Perspektiven 5:279ff.