

Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017

Hauptbericht



Institut für Medienforschung • Köln

März 2018

Auftraggeber Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)

Durchführung Institut für Medienforschung IM•GÖ
die netzberater/www.die-netzberater.de
Postfach 19 04 61
50501 Köln

Projektleitung Prof. Dr. Uli Bernhard
Prof. Dr. Helmut Volpers

Projektmitarbeit Dr. Holger Ihle
Anna-Maria Volpers, M. A.

Bericht Uli Bernhard / Helmut Volpers / Anna-Maria Volpers

Köln und Hannover, 27. März 2018

Inhalt

1	Einleitung.....	5
1.1	Untersuchungsgegenstand	5
1.2	Konzeption und Methode	6
1.3	Struktur des Berichts und Hinweise zur Interpretation der Inhaltsanalyse	7
2	Die niedersächsische Hörfunklandschaft – ein Überblick	13
2.1	Übersicht.....	13
2.2	Landesweite Vollprogramme.....	15
2.3	Landesweite Spartenprogramme	17
2.4	Private Lokalradios.....	19
2.5	Bürgerradios.....	22
2.6	Das einstrahlende Hörfunkprogramm mit dem größten Marktanteil.....	28
3	Landesweite Programmangebote.....	30
3.1	Die Programmangebote der werbetragenden Begleitprogramme	30
3.1.1	Das Programmangebot von radio ffh.....	30
3.1.2	Das Programmangebot von Antenne Niedersachsen	42
3.1.3	Das Programmangebot von RADIO 21	54
3.1.4	Das Programmangebot von NDR 2	65
3.2	Vergleich der Programmleistungen	77
3.3	Die Programmangebote von NDR 1 Niedersachsen und N-JOY	91
3.3.1	NDR 1 Niedersachsen	91
3.3.2	N-JOY	99
4	Regionale und lokale Programmangebote.....	106
4.1	Privater lokaler Hörfunk in Niedersachsen – von Holger Ihle	106
4.1.1	Struktur des lokalen privaten Hörfunks in den Bundesländern.....	106
4.1.2	Lokaler privater Hörfunk im dualen Rundfunksystem.....	111
4.1.3	Die Programmangebote des lokalen Hörfunks in Niedersachsen im Einzelnen	115
4.1.4	Die Angebote der niedersächsischen Lokalradios im Vergleich.....	145
4.1.5	Der Beitrag der Lokalradios zur publizistischen Vielfalt im Nahraum.....	148
4.1.6	Exkurs: Das „neue“ Angebot Meer Radio 88.0.....	151
4.1.7	Fazit	156

4.2	Die Programmstruktur der niedersächsischen Bürgerradios – Kernergebnisse der Inhaltsanalyse	157
4.2.1	Einleitung	157
4.2.2	Senderübergreifende Strukturmerkmale der Bürgerradios.....	157
4.2.3	Methodische Besonderheiten der Programmanalyse von Bürgerradios	159
4.2.4	Vergleichende Gegenüberstellung der Kernergebnisse der Inhaltsanalyse	160
4.2.5	Das Programm der Bürgerradios im Kontext des § 25 NMedienG.....	172
5	Sonstige in Niedersachsen gehörte Programme	175
5.1	Überblick	175
5.2	Das Programmangebot von 89.0 RTL.....	175
6	Exkurs: Die Webaktivitäten niedersächsischer Hörfunksender	181
6.1	Einleitung	181
6.2	radio ffn	181
6.3	Antenne Niedersachsen.....	182
6.4	RADIO 21.....	183
6.5	NDR	183
6.6	Lokalradios und Bürgerradios im Netz	184
7	Zusammenfassung und Fazit.....	189
	Literaturverzeichnis	193
	Verzeichnis der Abbildungen, Übersichten und Tabellen.....	197
	Anhang	206

1 Einleitung

1.1 Untersuchungsgegenstand

Die erste umfassende Untersuchung des niedersächsischen Hörfunkmarktes erschien im Jahr 1995 und enthielt die Analyse von sieben Radiosendern. In der vorliegenden „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017“ werden 26 Programmangebote inhaltlich analysiert. Dieses Anwachsen des Untersuchungsgegenstandes ist ein Indikator für die dynamische Entwicklung des niedersächsischen Hörfunkmarktes in den letzten 20 Jahren. Die jüngste Veränderung besteht in der – nach der Novelle des Niedersächsischen Mediengesetzes von 2010 möglichen – Zulassung privater Lokalradios. Zwischen 2013 und 2017 haben sechs lokale Sender ihren Betrieb aufgenommen.

Bei aller Dynamik gibt es aber auch Konstanten: Das erste niedersächsische Privatradioprogramm, radio ffN, ist seit 1986 ununterbrochen auf Sendung und hat sich in einem ausdifferenzierten Radiomarkt behaupten können. Auch Antenne Niedersachsen sendet (wenngleich mit wechselnden Namen) seit 1990 kontinuierlich sein Hörfunkprogramm. Im Jahr 1996 gingen die ersten Bürgerradios (zunächst unter den Etiketten „Nichtkommerzieller Rundfunk“ und „Offener Kanal Hörfunk“) auf Sendung. Nach einigen Strukturreformen entstand hieraus der Programmtyp des Bürgerradios, der sich inzwischen konsolidiert hat. So strahlen seit vielen Jahren 13 Bürgerradios ihre lokalen Programme aus. Der Norddeutsche Rundfunk zeigt in seiner Flottenstrategie Konstanz und Wandel gleichermaßen: Die „Flaggschiffe“ NDR 1 Niedersachsen (vormals NDR 1 Radio Niedersachsen) und NDR 2 sind nach wie vor die dominanten „Player“ im niedersächsischen Hörfunkmarkt. Die in der ersten „Hörfunklandschaft Niedersachsen“ im Jahr 1995 untersuchten Programme NDR 3 und NDR 4 sind hingegen inzwischen in anderen Hörfunkangeboten des NDR „aufgegangen“.

Der Hörfunkmarkt in Niedersachsen umfasst insgesamt jeweils vier landesweit terrestrisch zu empfangende Voll- und Spartenprogramme sowohl privater als auch öffentlich-rechtlicher Provenienz. Hinzu kommen mit lokaler bzw. regionaler technischer Reichweite die genannten sechs privaten Lokalradios und 13 Bürgerradios. Wenngleich der niedersächsische Hörfunkmarkt hiermit schon sehr stark ausdifferenziert ist, gibt es zudem „von außen kommende“ Konkurrenz, die auch Hörer¹ findet. Bei der terrestrischen Verbreitung des Hörfunks über UKW kommt es zum „Einstrahlen“ von Sendern aus den benachbarten Bundesländern. Allen voran ist hier RTL 89.0 zu nennen, das mit seiner enormen technischen Reichweite von einem Großteil der Niedersachsen zu empfangen ist. Aufgrund seines beachtlichen Marktanteils wird daher auch dieses Radioangebot im Kontext der „Hörfunklandschaft“ inhaltsanalytisch untersucht.

¹ Im vorliegenden Text wird das generische Maskulinum verwendet. Mit Begriffen wie „Hörer“, „Nutzer“, „Redakteur“ wird somit nicht auf ein natürliches Geschlecht Bezug genommen. Durch diese Sprachverwendung wird die Lesbarkeit des Textes erhöht.

Den Untersuchungsgegenstand der Inhaltsanalyse bilden somit 26 Hörfunkangebote.² Da die privaten Lokalradios ein Novum im niedersächsischen Hörfunkmarkt darstellen, erfolgt für diesen Radiotyp neben der Inhaltsanalyse auch eine historische und medienpolitische Einordnung.

Für die klassischen Offline-Medien sind im Zuge der Digitalisierung ihre Websites und ihre Social-Media-Aktivitäten von großer Bedeutung. Ein entsprechendes Engagement lässt sich auch bei den niedersächsischen Hörfunkangeboten feststellen. In einem Exkurs (Kapitel 6) wird daher auch eine Analyse der entsprechenden Angebote vorgenommen.

1.2 Konzeption und Methode

Die vorliegende Studie bietet in Kapitel 2 zunächst eine Darstellung der wesentlichen Strukturdaten des gesamten niedersächsischen Hörfunkmarktes. Das Kernstück der „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017“ bildet die quantitative Inhaltsanalyse von sechs landesweiten und sechs lokalen Hörfunkangeboten. Die Ergebnisse dieser Inhaltsanalyse basieren auf einer Stichprobe im Umfang einer natürlichen Woche vom 02.04. bis 18.04.2017.³ Für diese Tage wurde die Sendezeit von 5 bis 23 Uhr berücksichtigt. Somit wurde ein Volumen von 126 Stunden pro Sender in die Analyse einbezogen. Für die Bürgerradios wurde ebenfalls eine natürliche Woche im Stichprobenzeitraum vom 06. bis 12.02.2017 in der Sendezeit von 6 bis 24 Uhr untersucht.⁴ Die ausführliche Darstellung der Programmanalyse der Bürgerradios würde den Rahmen dieser Publikation sprengen. Es erfolgt daher in Kapitel 4.2 eine Zusammenfassung der Kernergebnisse.

Für jedes der analysierten Hörfunkangebote wird neben der Beschreibung der zentralen Programmkategorien (Wort, Musik, Werbung und Verpackung) und der detaillierten Untersuchung des Informationsangebots auch eine qualitative Analyse der Musikfarbe vorgenommen. Zudem wird für die Programmangebote von radio ffn, Antenne Niedersachsen, RADIO 21 und NDR 2 sowie für fünf Lokalradios das komplette Musikangebot (jeder Musiktitel) eines Stichprobentages im Zeitraum von 5 bis 20 Uhr quantitativ analysiert. Für alle Titel wurden der Interpret und dessen Herkunftsland sowie die Sprache (bei Liedtexten) erfasst. In einem weiteren Schritt ist anhand dieser Basisdaten eine Zuordnung der Titel zu dem jeweiligen Musikgenre vorgenommen worden.

Die grundlegende Konzeption und Methode der Inhaltsanalyse wurde in den letzten Studien der „Hörfunklandschaft Niedersachsen“ stets stabil gehalten, um eine retrospektive Ver-

² Aus forschungsökonomischen, aber auch hörfunktypologischen Gesichtspunkten werden in die empirische Inhaltsanalyse die NDR-Hörfunkangebote NDR Info und NDR Kultur *nicht* mit einbezogen. Sie stehen als Einschaltprogramme und Spartensender nicht in unmittelbarer Konkurrenz zu den primär untersuchten Begleitprogrammen.

³ Zusätzlich wurde von dem erst Ende 2017 terrestrisch auf Sendung gegangenen Meer Radio eine Tagesstichprobe (05.12.2017) analysiert. Für NDR 1 Niedersachsen musste aus technischen Gründen eine abweichende Stichprobenwoche vom 11. bis 17.06.2017 gewählt werden.

⁴ Die Abweichung von der untersuchten Sendezeit ist programmstrukturell begründet, da die meisten Bürgerradios mit ihrem Morgenmagazin erst um 6 Uhr beginnen.

gleichbarkeit der Daten zu ermöglichen und Veränderungen der Programmpraxis nachzeichnen zu können. Die zentralen Analysekategorien der Studie werden im folgenden Abschnitt knapp beschrieben.

1.3 Struktur des Berichts und Hinweise zur Interpretation der Inhaltsanalyse

Die „Hörfunklandschaft Niedersachsen“ erscheint seit 1995 regelmäßig und ist als Handbuch und Dokumentation über den niedersächsischen Hörfunkmarkt konzipiert. Der aktuelle Band folgt daher in Struktur und Aufbau weitgehend Vorgängerstudien. Allerdings hat der Marktzutritt des für Niedersachsen neuen Hörfunktyps „Lokalradio“ eine neue Kapiteleinteilung notwendig gemacht. Die beiden Hauptkapitel richten sich nunmehr auf die landesweiten Programmangebote (Kapitel 3) sowie die regionalen und lokalen Programmangebote (Kapitel 4).

Erläuterungen zur Lesart der Graphiken und Tabellen

Datenbasis

In den Abbildungen und Tabellen sind die für die einzelnen Programmkategorien ermittelten Daten überwiegend nach ihrem zeitlichen Umfang bzw. Anteil dargestellt. Fallzahlen werden nur dann ausgewiesen, wenn ihre Angabe eine besondere Aussagekraft für das Programmprofil ergibt. Die Prozentuierungsbasis für die einzelnen Programmkategorien ist zunächst das Gesamtprogramm innerhalb der Sendezeit von 5 bis 23 Uhr. Um bestimmte Relationen deutlich zu machen, ist die Basis allerdings häufig geringer als das Volumen des Gesamtprogramms; so wird z. B. in manchen Fällen das redaktionelle Wortprogramm oder das Informationsprogramm als Prozentuierungsbasis zugrunde gelegt. Die entsprechende Basis wird jeweils am Fuß der Tabelle oder Graphik deutlich gemacht.

Zentrale Kategorien der Programmanalyse

Untersuchungseinheiten (Fälle) = Der erste Schritt der inhaltsanalytischen Kategorisierung des Hörfunkprogramms besteht in der Bildung sog. Untersuchungseinheiten. Diese sind definiert als thematisch/inhaltlich zusammengehörige Sendestrecken derselben Darstellungsform. Für Musikstrecken bedeutet dies, dass mehrere, ohne Wort- oder Jingle-Unterbrechung hintereinander gespielte Titel eine Untersuchungseinheit bilden. Für besonders kleinteilige Untersuchungseinheiten (insbesondere Jingles) gilt als Erfassungsgrenze eine Länge von 3 Sekunden. Darunter liegende Elemente werden der vorhergehenden Untersuchungseinheit zugerechnet. Das Informationsprogramm wird auf Beitragsebene erfasst, d. h. jeder thematische Wechsel begründet eine Untersuchungseinheit, jeder Wechsel der Darstellungsform ebenfalls.

Musik = Alle Formen der Musik innerhalb des redaktionellen Programms, sofern es sich nicht um „Musikunterlegung“ von Wortstrecken handelt. Nicht als Musik erfasst wurden die sogenannten Hooks, d. h. die kurzen Musikeinspielungen mit Teaserfunktion innerhalb der Regie- und Unterhaltungsmoderation, die auf nachfolgend gespielte Musiktitel hinweisen.

Wort = Alle Programmbestandteile außerhalb von Musik, Verpackung und Werbung – unabhängig davon, ob sie „musikunterlegt“ sind –, die unterhaltende oder informierende Funktion haben.

Wort: informierend = Unter dieser Kategorie wird der informierende Kern des Programmangebotes in Form von Nachrichten, Informationsmoderationen, Service und radiojournalistischen Darstellungsformen erfasst.

Wort: nicht-informierend = Hierbei handelt es sich einerseits um die Regie- und Unterhaltungsmoderation und andererseits um die sonstige Wortunterhaltung in Form von Gewinnspielen, Comedy, Hörspielen usw.

Verpackung = Unter Verpackung werden die zumeist individuell für das jeweilige Programm produzierten Jingles (aus Musik, Sprache und Klängen bestehende Elemente) mit der Funktion der Programmidentifikation oder Trailer (Programmhinweise oder Hinweise auf Aktionen des Senders) subsumiert.

Regie- und Unterhaltungsmoderation = Regie- und Unterhaltungsmoderationen sind sämtliche Moderationen, die keine wesentlich über die Programmbegleitung hinausgehenden Informationen enthalten. Hierzu gehören beispielhaft: Stations- und Sendungskennung, Verweise auf spätere Sendungen, Nennung von Musiktitel, Interpret und Musikgenre, Hinweise auf Spiele und Verlosungen, allgemeines, primär unterhaltendes Geplauder (auch mit Hörern) über Befindlichkeiten, Wetter, Personen und Ähnliches mehr.

Füllteile in Nachrichtensendungen = Innerhalb von Nachrichtensendungen sind Elemente integriert, wie Einleitungsfloskeln, Begrüßung, Teaser usw., die keinen Bezug zur Berichterstattungswirklichkeit haben.⁵

Service = Beim Service handelt es sich um zumeist programmstrukturell verankerte (festgelegte, im Stundenformat platzierte) Meldungen zu den Themenbereichen Verkehr und Wetter. Hinzu kommen (kurze) Veranstaltungstipps und – weniger häufig – Börsenkurse, Job- bzw. Stellenbörse, Kochtipps, Kontakt- bzw. Flirtbörse usw.

Radiojournalistische Darstellungsformen = Hierunter werden sämtliche journalistischen Informationsangebote außerhalb der Nachrichten und der Informationsmoderation erfasst. Dies sind z. B. Bericht, Analyse, Kommentar, Reportage oder Feature.

⁵ Die Füllteile haben per Definition weder einen Themen- noch einen Raumbezug. Hieraus resultiert, dass sich die Basis bei den beiden letztgenannten Analysekatgorien jeweils um den Umfang der Füllteile reduziert. Als „Füllteile“ sind hier – im Gegensatz zu den Verpackungselementen im sonstigen Programm – notabene nur *in die Nachrichten integrierte* (nicht weitergehend analysierbare) *Elemente* erfasst. Da sie integraler Bestandteil von Nachrichtensendungen sind, erscheinen sie innerhalb der Grobkategorisierung des Programms zunächst als Information, werden in der Feinanalyse dann aber ausgeklammert.

Themenagenda

Die inhaltliche Kategorisierung der Berichterstattung erfolgte anhand folgender Themengroßstruktur, die jeweils mit einer thematischen Feinstruktur unterlegt ist:

Politische Sachthemen = Themen von allgemeinem öffentlichen Interesse aus den Bereichen Politik, Verwaltung, wirtschaftliche und gesellschaftliche Sachthemen, soweit sie im allgemeinen Diskurs politisiert sind bzw. kontrovers diskutiert werden.

Gesellschaftliche Sachthemen = Unpolitische, überwiegend nicht kontroverse Themen, ohne weitreichende gesamtgesellschaftliche Bedeutung aus Wirtschaft, Wissenschaft, gesellschaftlichem Leben, Kultur, Alltagskultur usw.

Human Touch (Soft News) = Themen zu menschlichen Befindlichkeiten von Prominenz, Normalbürgern sowie Kriminalität, Katastrophen, Kuriositäten, Alltagsbanalitäten usw.

Private Lebenswelt = Beratungsthemen zur Lebensbewältigung aus den Bereichen Reisen, Ernährung, Gesundheit, Psychologie, Beziehungen, Wohnen, Haushalt, Hobby usw.

Sport = Wettkampfsport, Ergebnisse, Begegnungen.

Sonstige Themen = Alle nicht unter die obigen Kategorien zu subsumierenden Themen; zumeist handelt es sich hierbei um Verkündigungen, Gottesdienstübertragungen, Meditation.

Funktionen des Informationsangebotes

Im Text umfasst der Begriff „Informierendes Programm“ alle im weitesten Sinne informierenden – also nicht primär unterhaltenden – Wortangebote in Form des hörfunktypischen Service (Wetter, Verkehr), Nachrichtensendungen, Informationsmoderationen und sonstige Darstellungsformen. Bei spezifischen Betrachtungen des Programmangebotes, z. B. bei der Themenagenda, wird der Service ausgeklammert. Jeder Informationsbeitrag wurde in einem weiteren Analyseschritt daraufhin untersucht, welche Funktion er für den Hörer erfüllt. Hierbei wurde nach Hinweis-, Ereignis-, Beratungs- und Bildungsinformation unterschieden. Die *Hinweisinformation* umfasst Serviceangebote, aber auch kurze Hinweise, z. B. in der Moderation auf Termine, Veranstaltungen usw. Die *Ereignisinformation* bezieht sich auf die Berichterstattung über das allgemeine Geschehen. Unter *Beratungsinformation* wurden solche Beiträge subsumiert, die verwertbare Informationen im Sinne von Handlungsempfehlungen enthalten (explizite oder implizite Ratgeberinformationen). Eine *Bildungsfunktion* wurde solchen Beiträgen zugeschrieben, die strukturierte Wissensvermittlung jenseits tagesaktueller Berichterstattung leisten.

Musikformate

Mit einem Radio- bzw. Programmformat wird das Gesamtprofil eines Radios beschrieben, das auf einem detaillierten Konzept basiert. Dazu zählt ganz wesentlich die Musikfarbe, mit der ein bestimmtes Publikum angesprochen werden soll. Um ein bestimmtes Hörersegment zu erreichen, wird ein Radio „konstruiert“, das sich an demographischen Kriterien wie Alter, Geschlecht, Bildung, Herkunft etc. orientiert. Im Ergebnis kommen dabei verschiedene

Musikformate zustande, wie sie überwiegend in den USA entwickelt wurden. Für den europäischen bzw. deutschen Radiomarkt lassen sich diese Formate nur zum Teil ableiten bzw. übertragen, zum anderen Teil werden sie über Mischformen beschrieben oder der Radiolandschaft angepasst bzw. neu entwickelt. Im Laufe der Jahre haben sich die Formate weiterentwickelt und neue wurden eingeführt. Dabei sind die Grundformate im Wesentlichen gleich geblieben, allerdings haben sich etliche Subformate ausdifferenziert. Dazu haben sich nachfolgende Klassifizierungen herausgebildet, mit denen die hier untersuchten Sender beschrieben werden können. Die gebräuchlichen Abkürzungen finden insbesondere bei den Kurzbeschreibungen der Sender Verwendung.

1 Adult Contemporary (AC)

Beschreibung: melodische Pop- und Rockmusik der letzten (beiden) Jahrzehnte bis heute; Zielgruppe 14-49 Jahre; meist gespieltes Musikformat

Subformate:

Current based AC: aktuelle Charts, kombiniert mit den Titeln aus den vergangenen Jahrzehnten

Hot AC: hoher Anteil an topaktuellen Titeln aus den Charts; sog. current hits und Musik der letzten 12 Monate; das „jüngste“ AC-Format; jugendzentriert

Soft AC: ruhige Popmusik, sanftere Titel, Love- und Kuschelsongs, Liebesballaden; kann die letzten vier Jahrzehnte umfassen; vorwiegend populäre Künstler

Euro AC (European Adult Contemporary): eine Mischung von aktuellen Titeln aus Deutschland, England, Italien und Frankreich

German based AC: ein musikalischer Mix aus aktuellen Titeln aus Deutschland

Oldie based AC: Titel der 1960er-, 70er-, 80er-Jahre sowie zusätzlich aktuelle Pophits

Major AC: service- und informationsorientierte Radiowelle mit einer entsprechenden Musikmischung

2 Contemporary Hit Radio (CHR)

Beschreibung: schnelle und aktuelle Tophits und Charts (Top 40); relativ hohe Rotation (bis 5-mal am Tag); Zielgruppe 14-29 Jahre

Subformate:

Mainstream CHR: vorwiegend aktuelle Charts bzw. Tophits

Rock Oriented CHR: Schwerpunkt bilden rocklastige, aktuelle Titel

Dance / Hit Oriented CHR: aktuelle Musiktitel (Dance, Techno, Electronic) aus der Disco- und Clubszene

Euro / German based CHR: aktuelle europäische Titel (Italien, Frankreich, teilweise England) bzw. deutschsprachige Titel

3 Urban Contemporary (UC)

Beschreibung: Mischung aus rhythmusbetonten Titeln; Dance-Classics, aktuelle Rap-/Hip-Hop-Titel und Funk; Zielgruppe 18-34 Jahre

Subformate:

Dance: aktuelle und teilweise noch unbekannte Dance-Titel aus unterschiedlichen Bereichen wie z. B. Techno oder House

Black Music: Mischung aus aktueller, afroamerikanischer Musik (Hip-Hop, Rap, Jungle)

Soul / Funk: Mischung aus älteren und aktuellen Titeln dieses Genres

Contemporary R&B: Urban steht z. T. auch für R&B (rhythm and blues); schwarze Musik; auch Rap, Hip-Hop, House, Soul; junges Publikum

Rap / Hip-Hop: Wurzeln im Funk und Soul; u. a. Sprechgesang; Jugendkultur (Breakdance, Beatboxing)

Urban AC: mehr Soul und Balladen, weniger Rap und Hip-Hop; älteres Publikum

Urban Oldies: schwarze Musik, Motown der 1950er-, 60er- und 70er-Jahre (R&B, Soul, Pop); Motown-Sound des Schallplattenkonzerns Tamla Motown Records

4 Album Oriented Rock (AOR)

Beschreibung: abwechslungsreiche Rock-Mischung; alternative Musik, i.e.L. Rock bzw. Hardrock; Zielgruppe 18-45 Jahre und älter, eher männlich

Subformate:

Classic Rock: hitbezogenes Rockformat mit Titeln der 1960er- bis 90er-Jahre; vorwiegend Single-Titel (im Ggs. zu Album-Titeln)

Hard Rock / Heavy Metal: harte, schnelle und teilweise aggressive Titel

Soft Rock: sanfte rocklastige Musiktitel

Indie Rock / Alternative / Crossover: auch als Independent Rock oder Alternative Rock bezeichnet, ab 1980er-Jahre; Gegensatz zu Classic Rock der 1960er- bis 80er-Jahre; ebenso topaktuelle Mainstream-Rockmusik (current hits) bzw. Musik der letzten 6-12 Monate; auch weniger Mainstream, mit lokalen Künstlern, inkl. Punk, Grunge, Industrial oder New Wave; Verschmelzung verschiedener Genres

5 Oldies (Gold)

Beschreibung: überwiegend englische Pop-Oldies der 1950er- bis 80er-Jahre; Zielgruppe 45 Jahre und älter

6 Easy Listening (EZ) / Beautiful Music

Beschreibung: ruhige, leichte, soft und entspannende Musiktitel

7 Middle of the Road (MOR) / Full Service

Beschreibung: ruhige, melodische, nationale und internationale Titel, nicht zu aktuell, aber auch nicht zu alt; Zielgruppe ab 35 Jahre

Mainstream-MOR: Musik im Vordergrund

Full-Service-MOR: Wortanteil im Vordergrund

8 Melodie-Schlager

Beschreibung: Mischung aus melodischen Schlagern, Evergreens und volkstümlicher Musik; auch internationale Oldies und Instrumentaltitel; ebenfalls deutsche Schlager von 1955 bis heute; Zielgruppe 35 Jahre und älter

Subformate:

Arabella: melodiegeprägte Schlager und Oldies

Deutsche Schlager: Schwerpunkt auf deutschsprachiger Schlagermusik

Volksmusik: Schwerpunkt auf deutschsprachiger Volksmusik sowie volkstümlicher Musik

2 Die niedersächsische Hörfunklandschaft – ein Überblick

2.1 Übersicht

Im Land Niedersachsen sind für die terrestrische landesweite Verbreitung drei private Veranstalter lizenziert: Die beiden Vollprogramme radio ffn und Antenne Niedersachsen sowie das Musik-Spartenprogramm RADIO 21. Des Weiteren bietet der Norddeutsche Rundfunk (NDR) mit seinen fünf Radioprogrammen ein breites Angebotsspektrum. Von diesen Hörfunkwellen ist lediglich NDR 1 Niedersachsen als reines Landesprogramm konzipiert, die anderen Hörfunkangebote sind auf das gesamte Sendegebiet der Mehrländeranstalt (Niedersachsen, Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern) ausgerichtet. Die bisher hinzu gekommenen sechs privaten Lokalradios sind neben dem Ballungsraum Hannover und den Großstädten Osnabrück und Braunschweig (mit Wolfsburg) in eher ländlichen Regionen (Steinhuder Meer, Mittelweser und Ostfriesland) angesiedelt. Die technische Reichweite der Bürgerradios überschneidet sich teilweise mit denen der Lokalradios. So stehen sie in Hannover, Osnabrück, Braunschweig und in Ostfriesland in Konkurrenz. Hinzu kommen neun weitere niedersächsische Orte bzw. Subregionen, in denen die Bürgerradios derzeit noch das einzige Hörfunkprogramm mit einem Angebot speziell für das Verbreitungsgebiet sind.

Bei den Marktanteilen⁶ gibt es in Niedersachsen eine klare Hierarchie: Es führt mit großem Abstand NDR 1 Niedersachsen mit gut 26 Prozent, gefolgt von NDR 2 mit 17 Prozent. Auf Rang drei steht radio ffn mit 12 Prozent Marktanteil und den vierten Platz hält Antenne Niedersachsen mit knapp 8 Prozent. Bei den Spartensendern dominiert mit 3,8 Prozent N-JOY gefolgt von RADIO 21 mit 3,1 Prozent. NDR Kultur erreicht 1,9 und NDR Info 1,6 Prozent.

Die Programmprofile der drei werbetragenden Tagesbegleitprogramme (radio ffn, Antenne Niedersachsen und NDR 2) liegen relativ dicht beieinander. Sie sind als musikbetonte Servicewellen mit umfangreichen Strecken an Unterhaltungsmoderation konzipiert. NDR 1 Niedersachsen zielt mit seiner Musikfarbe, seiner Anmutung und vergleichsweise längeren Wortstrecken auf einen Radiohörer mit Hörgewohnheiten der Generation der über 50-Jährigen. Es wird im Gesamtprogramm ein Wortanteil von über 33 Prozent geboten. Das Informationsangebot von NDR 1 Niedersachsen ist vorrangig auf das niedersächsische Sendegebiet ausgerichtet. Eine kulturinteressierte Zielgruppe bekommt mit NDR Kultur ein umfangreiches klassisches Musikspektrum und eine ausführliche Kulturberichterstattung. Das Informationsprogramm NDR Info verzichtet im Tagesverlauf nahezu weitgehend auf Musik und bietet stattdessen Nachrichten, Service und umfangreiche journalistische Beiträge aus Politik, Gesellschaft und Kultur. Das Programm von N-JOY ist in Musikfarbe und Anmutung für eine junge Hörerschaft konzipiert.

Die Übersicht auf der nächsten Seite zeigt die genannten Radioprogrammangebote und ihre Verbreitungsgebiete innerhalb der Niedersächsischen Hörfunklandschaft auf einen Blick.

⁶ Mo.–So., Marktanteil an der Hördauer, Gesamtbevölkerung in Niedersachsen, MA 2016/ Radio II.

Übersicht 1 Die Radioprogramme der Hörfunklandschaft Niedersachsen

Typ	Sender	Verbreitungsgebiet im Land Niedersachsen
Landesweite Vollprogramme	radio ffn	landesweit (mit Regionalfenstern)
	Antenne Niedersachsen	landesweit (mit Regionalfenstern)
	NDR 2	landesweit
	NDR 1 Niedersachsen	landesweit (mit Regionalfenstern)
Landesweite Spartenprogramme	RADIO 21	nahezu landesweit
	N-JOY (NDR)	landesweit
	NDR Kultur*	landesweit
	NDR Info*	landesweit
Lokalradios	Radio Hannover	Stadt Hannover und Umgebung
	Radio38	Braunschweig und Wolfsburg
	Radio Mittelweser	Landkreis Nienburg
	Radio Osnabrück	Stadt und Landkreis Osnabrück
	Radio Nordseewelle	Ostfriesische Inseln und vorgelagerter Küstenstreifen
	Meer Radio 88.0	Region Steinhuder Meer
Bürgerradios	Ems-Vechte-Welle	Emsland, Grafschaft Bentheim
	oldenburg eins	Oldenburg und Umgebung
	osradio 104,8	Osnabrück und Umgebung
	radio aktiv	Landkreis Hameln-Pyrmont
	radio leinehertz 106.5	Stadt Hannover und Umgebung
	Radio Jade	Wilhelmshaven, Friesland, Ostfriesland
	Radio Okerwelle	Braunschweig und Umgebung
	Radio Ostfriesland	Ostfriesland
	Radio Tonkuhle	Hildesheim und Umgebung
	Radio Weser.TV (Delmenhorst)	Nds. Umland von Bremen
	Radio Weser.TV (Nordenham)	Nds. Umland von Bremerhaven
	Radio ZuSa	Lüneburg/Uelzen/Lüchow-Dannenberg
	StadtRadio Göttingen	Göttingen Stadt und Umgebung

* Für die Programmangebote dieser Sender wurden *keine* Inhaltsanalysen durchgeführt.

2.2 Landesweite Vollprogramme

radio ffn

Gesellschaft	Funk & Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG
Sendestart	31.12.1986
Tagesreichweite*	15,4 Prozent
Kernzielgruppe	14–49 Jahre (mit nennenswertem Anteil auch unter 14Jahre)
Musikformat	Vorwiegend Hot AC sowie Current based AC
Regionalfenster	Das landesweite Programm wird Mo.-Fr. mehrfach täglich in sieben Regionalfenster auseinander geschaltet.
Charakteristik	Das Tagesbegleitprogramm radio ffn ist eine Servicewelle mit einem Musikanteil von knapp 72 Prozent. Mit seiner Kernzielgruppe steht der Sender in unmittelbarer Konkurrenz zu Antenne Niedersachsen und NDR 2. Die Hauptnachrichtensendungen werden zur vollen Stunde ausgestrahlt. Die Regionalfensterangebote haben weitgehend das Profil von Kurznachrichten.

* (Mo.–So.) Gesamtbevölkerung in Niedersachsen ab 10 Jahre, MA 2016/ Radio II

Antenne Niedersachsen

Gesellschaft	Antenne Niedersachsen GmbH & Co. KG
Sendestart	21.05.1990
Reichweite*	11,3 Prozent
Kernzielgruppe	14–49 Jahre
Musikformat	AC mit Subformat Soft AC und Current based AC
Regionalfenster	Das landesweite Programm wird Mo.-Fr. mehrfach täglich in fünf Regionalfenster auseinander geschaltet.
Charakteristik	Antenne Niedersachsen ist als formatierte Servicewelle konzipiert. Der Musikanteil beträgt knapp 72 Prozent. Die Hauptnachrichten werden bei Antenne Niedersachsen immer fünf Minuten vor der vollen Stunde gesendet, darüber hinaus gibt es mehrfach am Tag zur halben Stunde Regionalsendungen.

* (Mo.–So.) Gesamtbevölkerung in Niedersachsen ab 10 Jahre, MA 2016/ Radio II

NDR 2

Tagesreichweite*	20,9 Prozent
Kernzielgruppe	14–49 Jahre (mit nennenswertem Anteil auch in der Altersgruppe 50+)
Musikformat	AC mit den Subformaten Current based AC, Soft AC und German based AC; teilweise CHR (Tagesbegleitprogramm); abends Musikspecials
Charakteristik	NDR 2 ist der öffentlich-rechtliche Konkurrent der privaten Tagesbegleitprogramme in Niedersachsen. Musikstil und Anmutung unterscheiden sich kaum von den privaten Formatradioangeboten. Der Musikanteil beträgt 69,4 Prozent, der Wortanteil 25,1 Prozent. Das „öffentlich-rechtliche Profil“ bleibt primär durch Umfang und Berichterstattungstiefe der Nachrichten erkennbar. Ein Alleinstellungsmerkmal hat NDR 2 durch seine umfangreiche Sportberichterstattung.

* (Mo.–So.) Gesamtbevölkerung in Niedersachsen ab 10 Jahre, MA 2016/ Radio II

NDR 1 Niedersachsen

Tagesreichweite*	21,8 Prozent
Kernzielgruppe	50 Jahre +
Musikformat	Classic Hits, Oldies, deutschsprachige Pop-Hits; abends Musikspecials
Regionalfenster	10 Mal am Tag (Mo.-Fr.) wird das landesweite Programm in fünf Regionalfenster auseinandergeschaltet.
Charakteristik	NDR 1 Niedersachsen ist als Landessender konzipiert, hat ein umfangreiches Informationsprogramm und einen hohen Niedersachsenbezug. Der Musikanteil beträgt 64,4 Prozent, der Wortanteil knapp 33,2 Prozent. Mit seiner Kernzielgruppe über 50 Jahre steht das Programm nicht in unmittelbarer Konkurrenz zu den privaten Servicewellen und NDR 2.

* (Mo.–So.) Gesamtbevölkerung in Niedersachsen ab 10 Jahre, MA 2016/ Radio II

2.3 Landesweite Spartenprogramme

RADIO 21

Gesellschaft	NiedersachsenRock 21 GmbH & Co. KG
Sendestart	31.05.2000
Tagesreichweite*	4,1 Prozent
Kernzielgruppe	14–49 Jahre
Musikformat	AOR mit Subformaten Classic Rock, Soft Rock, Indie Rock, Hard Rock; abends Musikspecials
Charakteristik	RADIO 21 ist als Musik-Spartenprogramm lizenziert, hat jedoch mit 70 Prozent keinen erhöhten Musikanteil gegenüber den beiden privaten Vollprogrammen. Der Wortanteil beträgt fast 17 Prozent. Neben den Hauptnachrichten zur vollen Stunde werden Meldungen mit Niedersachsenbezug gesendet. Mit einem 14 Prozent entspricht der Informationsanteil demjenigen der privaten Vollprogramme.

* (Mo.–So.) Gesamtbevölkerung in Niedersachsen ab 10 Jahre, MA 2016/ Radio II

NDR Kultur

Tagesreichweite*	2,1 Prozent
Kernzielgruppe	50 Jahre +
Musikformat	Klassik
Charakteristik	Das Programmangebot dieser NDR-Welle wird durch klassische Musik und ein anspruchsvolles kulturelles Wortprogramm geprägt.

* (Mo.–So.) Gesamtbevölkerung in Niedersachsen ab 10 Jahre, MA 2016/ Radio II

NDR Info

Tagesreichweite*	2,9 Prozent
Kernzielgruppe	14–49 Jahre (mit relativ nennenswertem Anteil in der Altersgruppe 50+)
Wortformat	All-News
Charakteristik	Die Programmstruktur ist im Tagesverlauf auf aktuelle Informationen gerichtet; Nachrichten von 6 bis 20 Uhr im Viertelstundentakt. Neben den häufig wiederholten (bei Bedarf aktualisierten) Nachrichten werden Analysen und Kommentare platziert. Als zusätzliche Variante von NDR Info ist in Niedersachsen über den Kanal DAB+ NDR Info Spezial (ein Informations- und Kulturprogramm) zu empfangen.

* (Mo.–So.) Gesamtbevölkerung in Niedersachsen ab 10 Jahre, MA 2016/ Radio II

N-JOY

Tagesreichweite* 7,6 Prozent

Kernzielgruppe 14–29 Jahre (mit nennenswerten Anteilen in den Alterssegmenten darunter und darüber)

Musikformat CHR-Format sowie Current based AC

Charakteristik Die Jugendwelle für das gesamte Sendegebiet des NDR hat einen Musikanteil von 74,3 Prozent. Im Informationsangebot ist die Zielgruppenausrichtung kaum erkennbar, es dominieren universelle Nachrichten und Service.

* (Mo.–So.) Gesamtbevölkerung in Niedersachsen ab 10 Jahre, MA 2016/ Radio II

2.4 Private Lokalradios⁷

Radio Hannover

Gesellschaft	Radio Hannover GmbH
Tagesreichweite*	5,7 Prozent
Sendestart	02.04.2014
Kernzielgruppe	30–60 Jahre
Musikformat	AC und AOR
Charakteristik	Musikbetontes Tagesbegleitprogramm mit rund 75 Prozent Musikanteil. Das Wortprogramm enthält kaum Unterhaltungselemente und fokussiert auf lokale Service- und Ereignisinformationen.

* (Mo.–So.) Bevölkerung im Verbreitungsgebiet ab 14 Jahre; GFK-Umfrage im Auftrag der NLM, Frühjahr 2016

Radio38

Gesellschaft	Radio38 GmbH&Co.KG
Tagesreichweite*	7,2 Prozent
Sendestart	28.01.2015
Kernzielgruppe	20–59 Jahre
Musikformat	AC und MOR
Charakteristik	Lokales Tagesbegleitprogramm mit einem Musikanteil von rund 72 Prozent. Das Wortprogramm ist durch einen hohen Anteil an lokalen Nachrichten geprägt.

* (Mo.–So.) Bevölkerung im Verbreitungsgebiet ab 14 Jahre; GFK-Umfrage im Auftrag der NLM, Frühjahr 2016

⁷ Als Sendestart wird bei den Lokalradios der UKW Sendebeginn angegeben, teilweise waren sie bereits vorher als Webradio aktiv. Da noch keine belastbaren Zahlen zur Zielgruppendifferenzierung vorliegen, wird die Kernzielgruppe über die entsprechenden Angaben (Intentionen) der Veranstalter und das Musikformat erschlossen.

Radio Mittelweser

Gesellschaft	Radio Mittelweser GmbH
Tagesreichweite*	11,1 Prozent
Sendestart	31.03.2014
Kernzielgruppe	18–59 Jahre
Musikformat	AC und Soft AC, teilweise Classic Rock und Soft Rock
Charakteristik	Radio Mittelweser hat mit 77 Prozent einen hohen Musikanteil. Das informierende Wort hat zwar einen lokalen Schwerpunkt, aber auch hohe Anteile an nationaler/internationaler Ereignisberichterstattung.

* (Mo.–So.) Bevölkerung im Verbreitungsgebiet ab 14 Jahre; GFK-Umfrage im Auftrag der NLM, Frühjahr 2016

Radio Osnabrück

Gesellschaft	teutoRADIO Osnabrück GmbH
Tagesreichweite*	2,6 Prozent
Sendestart	16.11.2013
Kernzielgruppe	14–59 Jahre
Musikformat	Major AC und CHR
Charakteristik	Radio Osnabrück ist eine musikbetonte Tagesbegleitwelle mit über 74 Prozent Musikanteil. Bei weitgehendem Verzicht auf Unterhaltungselementen stehen Nachrichten und radiojournalistische Darstellungsformen im Vordergrund des Wortprogramms. Die Informationsgebung hat zwar lokale Bezüge, ist aber überwiegend auf nationale/internationale Ereignisinformation gerichtet.

* (Mo.–So.) Bevölkerung im Verbreitungsgebiet ab 14 Jahre; GFK-Umfrage im Auftrag der NLM, Frühjahr 2016

Nordseewelle

Gesellschaft	Radio Nordseewelle GmbH & Co.KG
Tagesreichweite*	13,7 Prozent
Sendestart	30.04.2015
Kernzielgruppe	19–59 Jahre
Musikformat	Current based AC
Charakteristik	Lokale Servicewelle mit einem hohem Musikanteil von rund 74 Prozent und einem vergleichsweise hohen Anteil an Unterhaltungsmoderation. Das informierende Wort besteht überwiegend aus Nachrichten mit hohem Regionalbezug.

* (Mo.–So.) Bevölkerung im Verbreitungsgebiet ab 14 Jahre; GfK-Umfrage im Auftrag der NLM, Frühjahr 2016

Meer Radio 88.0*

Gesellschaft	Meer Radio GmbH
Sendestart	01.11.2017

* Beim Meer Radio wurde aufgrund des „späten“ Sendestarts nur eine Tagestichprobe analysiert. Aus diesem Grund erfolgt an dieser Stelle keine weitergehende Einordnung.

2.5 Bürgerradios

Übersicht 2 Überblick über die Bürgerradios in Niedersachsen

Sender	Standort	Technische Reichweite*	Nettosendezeit (Std.)**
Ems-Vechte-Welle	Lingen	231.000	115
radio leinehertz 106.5	Hannover	328.000	119
oldenburg eins	Oldenburg	419.000	118
osradio 104,8	Osnabrück	203.000	120
radio aktiv	Hameln	124.000	120
Radio Jade	Wilhelmshaven	203.000	94
Radio Okerwelle	Braunschweig	385.000	119
Radio Ostfriesland	Emden	313.000	116
Radio Tonkuhle	Hildesheim	123.000	118
Radio ZuSa	Uelzen/ Lüneburg/Lüchow-Dannenberg	363.000	119
StadtRadio Göttingen	Göttingen	310.000	117
Kooperationsprojekte***			
Radio Weser.TV	Delmenhorst	154.000	
Radio Weser.TV	Nordenham	64.000	

* Quelle: NLM

** Eigenproduzierte deutschsprachige Nettosendezeit pro Woche nach vorliegender Analyse, jeweils gerundet auf die volle Stunde.

*** Sonderfälle: Diese Bürgerradios haben keine eigenständige Frequenz, sondern senden in programmlicher Verschränkung mit dem „Offenen Kanal Hörfunk Bremen“; daher auch keine Ausweisung der Nettosendezeit.

Abbildung 1 Verbreitungsgebiete der Bürgerradios in Niedersachsen

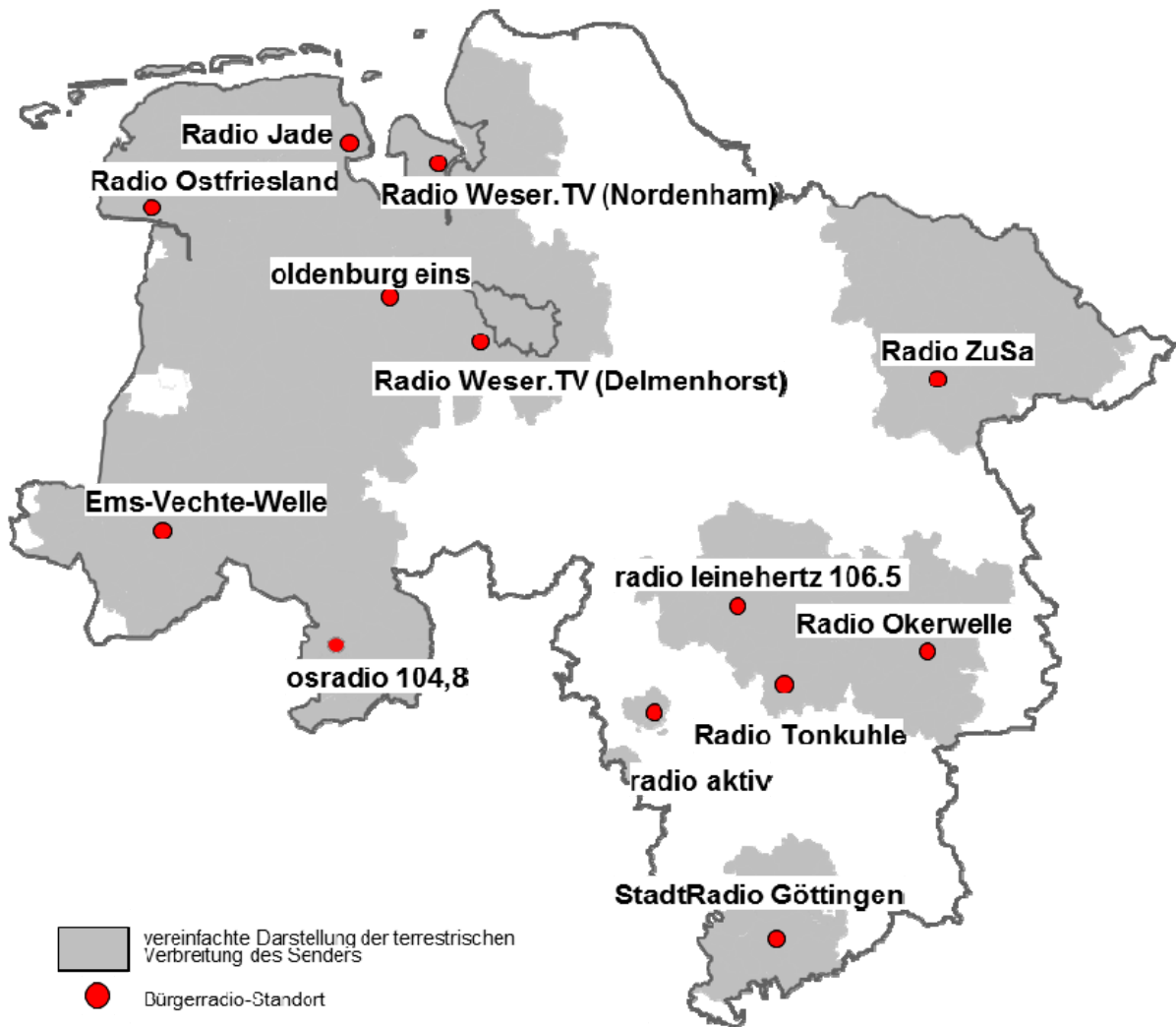
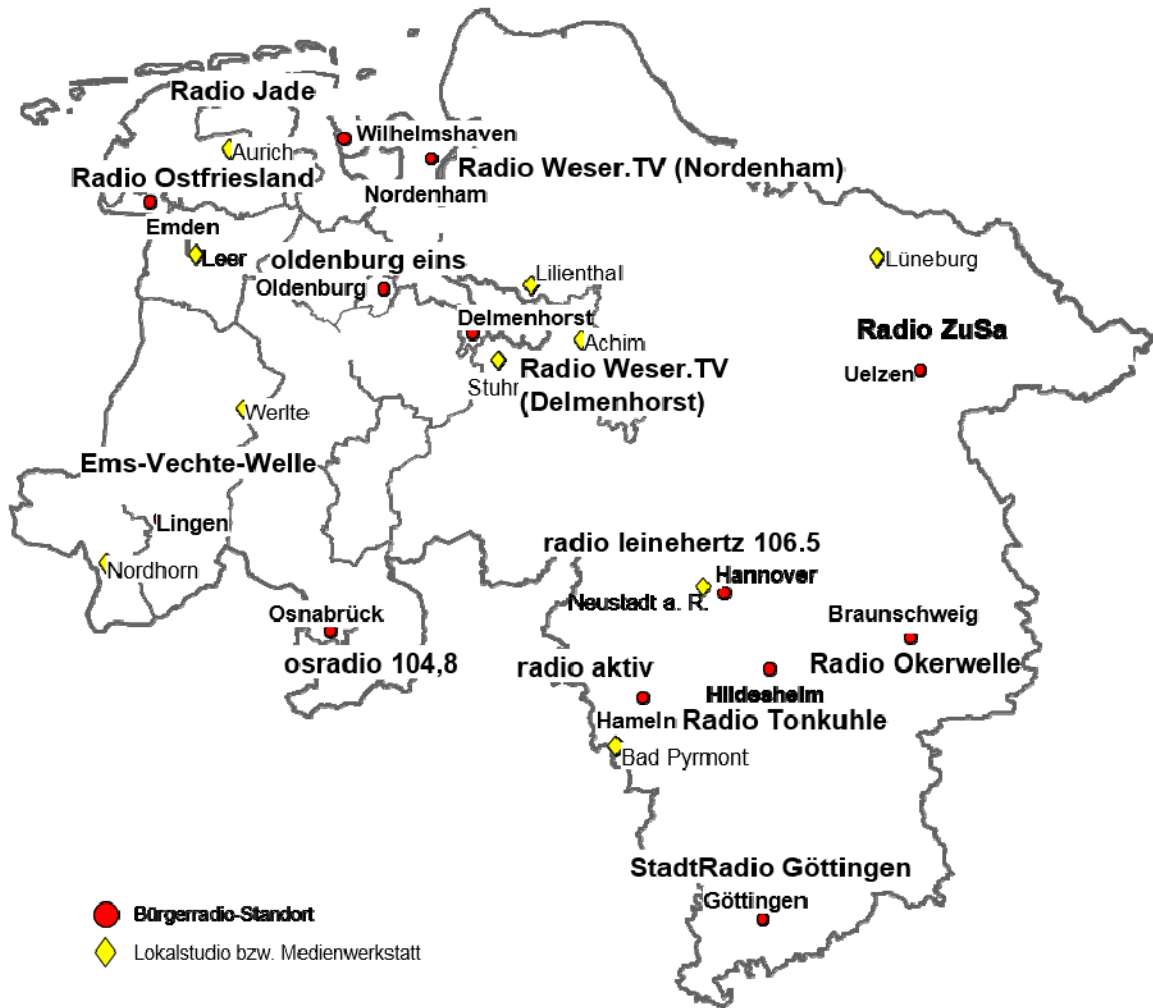


Abbildung 2 Hauptsitz und Lokalstudios der Bürgerradios in Niedersachsen



Ems-Vechte-Welle (Lingen)

Träger	Ems-Vechte-Welle gGmbH
Sendestart	31.05.1997
Studios	Lingen, Nordhorn, Werlte und Saterland
Fremdprogramm auf der Frequenz	Keines

radio leinehertz 106.5 (Hannover)

Träger	106,5 Rundfunkgesellschaft gGmbH
Sendestart	17.06.2009
Studios	Hannover und Neustadt a.R.
Fremdprogramm auf der Frequenz	Keines

oldenburg eins (Oldenburg)

Träger	Lokalsender Oldenburg e. V.
Sendestart	15.11.1996 (Hörfunk)
Fremdprogramm auf der Frequenz	Keines

osradio 104,8 (Osnabrück)

Träger	osradio 104,8 e. V.
Sendestart	18.10.1996
Fremdprogramm auf der Frequenz	Keines

radio aktiv (Hameln-Pyrmont)

Träger	radio aktiv e. V.
Sendestart	30.11.1996
Studios	Hameln und Bad Pyrmont
Fremdprogramm auf der Frequenz	keines

Radio Jade (Wilhelmshaven)

Träger Radio Jade Lokalfunk e. V.

Sendestart 31.08.1997

Studios Wilhelmshaven

Fremdprogramm
auf der Frequenz NDR Info

Radio Okerwelle (Braunschweig)

Träger Trägergemeinschaft für das Bürgerinnen- und Bürgerradio Braunschweig – Radio Okerwelle e. V.

Sendestart 01.05.1997

Fremdprogramm
auf der Frequenz Keines

Radio Ostfriesland (Emden)

Träger Radio Ostfriesland e. V.

Sendestart 20.5.2000

Studios Emden, Leer und Aurich

Fremdprogramm
auf der Frequenz Keines

Radio Tonkuhle (Hildesheim)

Träger Radio Tonkuhle – Trägerverein nichtkommerzielles Lokalradio in Hildesheim e. V.

Sendestart 15.08.2004

Fremdprogramm
auf der Frequenz Keines

Radio ZuSa (Lüneburg / Uelzen / Lüchow-Dannenberg)

Träger	Rundfunkgesellschaft Nordostniedersachsen mbH
Sendestart	07.05.1997
Studios	Lüneburg, Uelzen
Fremdprogramm auf der Frequenz	Keines

StadtRadio Göttingen (Göttingen)

Träger	Verein für Medienkultur Südniedersachsen e. V.
Sendestart	01.04.1997
Fremdprogramm auf der Frequenz	DLF

Radio Weser.TV (Delmenhorst)

Träger	Bürgerfunk Bremer Umland e. V.
Sendestart	28.08.1996
Studios	Delmenhorst, Lilienthal, Achim und Stuhr
Fremdprogramm auf der Frequenz	Länderübergreifende Kooperation mit Radio Weser.TV Bremen

Radio Weser.TV (Nordenham)

Träger	Radio Weser.TV e. V.
Sendestart	19.09.1996
Fremdprogramm auf der Frequenz	Länderübergreifende Kooperation mit Radio Weser.TV Bremerhaven.

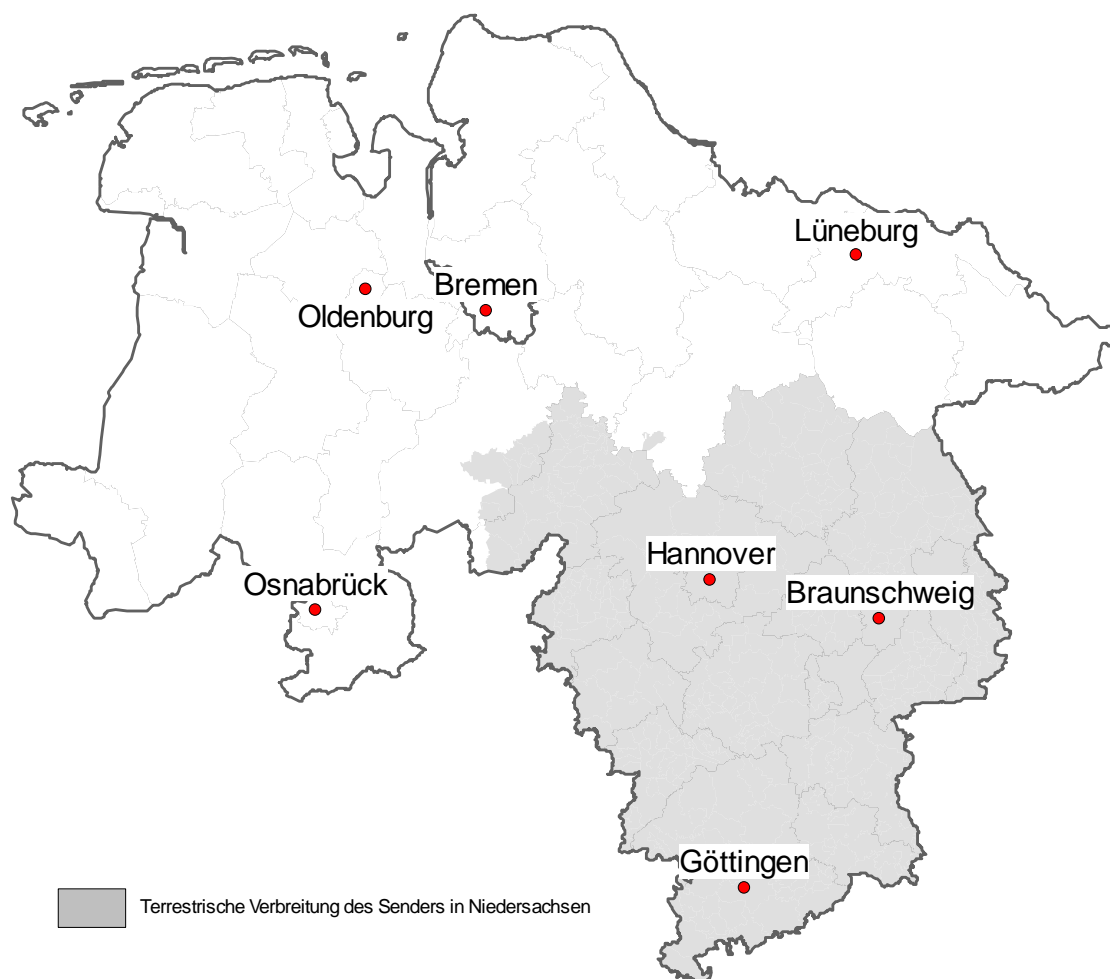
2.6 Das einstrahlende Hörfunkprogramm mit dem größten Marktanteil

89.0 RTL

Gesellschaft	Funkhaus Halle GmbH & Co. KG
Sendestart	24.08.2003
Tagesreichweite*	5,0 Prozent
Kernzielgruppe	14–49 Jahre (mit nennenswertem Anteil auch unter 14 Jahre)
Musikformat	CHR
Charakteristik	Das Programmangebot besteht zu rund 81 Prozent aus Musik. Informierende Wortanteile betragen lediglich 4,7 Prozent.

* (Mo.–So.) Gesamtbevölkerung in Niedersachsen ab 10 Jahre, MA 2016/ Radio II

Abbildung 3 Terrestrische Verbreitung von 89.0 RTL (Sachsen-Anhalt) in Niedersachsen (vollversorgtes Gebiet)



	versorgte Einwohner in Niedersachsen	Fläche
	absolut	in km ²
89.0 RTL (89,0 MHz)	5.559.757	31.900,5
• voll versorgt	3.660.616	17.220,1
• bedingt versorgt	1.899.141	14.680,4

Daten: Theoretische Versorgungsprognose für den Sender in Niedersachsen durch Media Broadcast, Stand: 2013

3 Landesweite Programmangebote

3.1 Die Programmangebote der werbetragenden Begleitprogramme

3.1.1 Das Programmangebot von radio ffn

Format

Die Programstruktur von radio ffn hat seit vielen Jahren ein schlichtes Schema: Von Montag bis Freitag orientiert sich die Etikettierung der Magazinstrecken an den Tageszeiten: Im Zeitraum von 5 bis 9 Uhr läuft die „ffn Morningshow“, der von 10 bis 14 Uhr „ffn am Vormittag“ (mit Julian Zumbrock) folgt. Von 14 Uhr bis 19 Uhr ist „ffn am Nachmittag“ auf Sendung und ab 19 Uhr „ffn am Abend“. Am Wochenende ändern sich die Sendungs-Etiketten und das Programm wird insgesamt musikhaltiger. Eine Ausnahme in Wortumfang, Anmutung und Thematik bietet am Sonntagmorgen von 6 bis 10 Uhr die vierstündige Kirchensendung „Die Kirche“.

Innerhalb der einzelnen Sendestunde ist ebenfalls eine klare Struktur gegeben: Zur vollen Stunde werden die Hauptnachrichten mit anschließendem Service gesendet. Zur halben Stunde wird das landesweite Programm von radio ffn montags bis freitags jeweils von 5:30 Uhr bis 20:30 Uhr für rund anderthalb Minuten in folgende Regionalfenster (mit eigenständigem Inhalt)⁸ auseinandergeschaltet:

- Braunschweig
- Cuxhaven
- Emsland
- Göttingen
- Hannover
- Hamburg
- Heide

Die Regionalfenster enthalten zumeist zwei bis drei regionale Meldungen und das lokale Wetter.

Ansonsten enthält die Sendestunde im Wortbereich Unterhaltungsmoderationen, Gewinnspiele und Comedy. Letztere ist im Vergleich zu den Jahren 2005 bis 2009 nach wie vor erheblich reduziert. Von den früheren Highlights der Comedy ist lediglich das bekannte Format „Günther, der Treckerfahrer“ erhalten geblieben. Hinzu gekommen sind in der „ffn Morningshow“ „Jogis Eleven“ (bezogen auf den Fußballbundestrainer) sowie gelegentlich einzelne aktuelle Comedys. Informierende Moderationsstrecken kommen kaum vor.

Die Pop- und Rocksongs von radio ffn sind klanglich so konzipiert, dass sie die Hörer durch den Tag und die Nacht begleiten und hierbei nicht durch extreme Musikstile irritieren. Um die Kernzielgruppe (14 bis 49 Jahre) musikalisch anzusprechen, setzt man auf das Hot-AC-

⁸ Weitere Regionalfenster enthalten zumeist lediglich Dubletten: Hameln = Hannover, Oldenburg und Meer = Cuxhaven sowie Emsland = Osnabrück).

Format, ein Subformat des Adult-Contemporary-Formats. Die Hörer dieses Formats sind in der Regel jünger als die durchschnittlichen AC-Hörer. Neben Hot AC wählt radio ffn zusätzlich auch das Subformat Current based AC. Die schnellen, progressiven Hits aus den aktuellen Charts und den Charts der vergangenen Jahre werden in einer recht hohen Rotation ausgestrahlt. Rockige Songs (z.B. von Mando Diao, Liquido, R.E.M. oder Nickelback) werden bei radio ffn deutlich seltener als die Mainstream-Pop-Titel gespielt. Das Musikprogramm ist am Tag sowie in den Abend- und Nachtstunden konsistent. Es finden somit keine Musik-Spezialsendungen am Abend statt. Stattdessen wird die vermeintliche Stimmung des Publikums antizipiert: So widmet man sich am Samstagabend musikalisch stärker dem partyorientierten Publikum und am Sonntagnachmittag läuft Musik „zum Relaxen und Ausspannen“, wie es von radio ffn formuliert wird. Musikalische Programmelemente werden regelmäßig im Rahmen von Gewinnspielen (zum Beispiel „Adel Tawil in der Einhornhöhle“) oder Wunschsendungen eingesetzt. Dazu können auch der „Superhit Countdown!“ (sonntags ab 13 Uhr) oder der „Jobhit“ (montags bis samstags um 10:40 Uhr) gezählt werden. Zusätzlich gibt es Tage mit Musikaktionen, an denen nur Sommerhits oder Hits aus den 90er Jahren gespielt werden („Nur 90er“).

Die quantitative Musikanalyse zeigt, dass die Musikeinsätze bei radio ffn durch die Segmente Pop (50,2 Prozent) und Rock (13,5 Prozent) dominiert werden. Auffällig ist, dass der Sender ein breites Spektrum an diversen Musik-Genres aufweist, die in der Summe die musikalische Anmutung des Senders mitprägen. Zu diesen Segmenten zählen unter anderem Dance/Techno (10,5 Prozent), Electronic (5,3 Prozent), R&B (4,7 Prozent) und HipHop/Rap (3,5 Prozent). Da radio ffn mit dem Hot-AC-Format das „jüngste“ AC-Format bedient, korrespondiert dieser Befund mit der musikalischen Anmutung der aktuellen Charts, die sich in den vergangenen Jahren stilistisch gesehen im Segment Pop/Dance ausdifferenziert haben.

Quantitative Ergebnisse

Die Grundstruktur von radio ffn ist gegenüber dem letzten Untersuchungszeitraum in Bezug auf den Musik- und den Wortanteil weitgehend konstant geblieben. Der Musikanteil wurde um einen Prozentpunkt auf knapp 72 Prozent erhöht, der Wortanteil beträgt nahezu unverändert rund 21 Prozent. Auch im Hinblick auf das Verhältnis zwischen informierendem und nicht-informierendem Wort zeigen sich kaum Veränderungen: Das informierende Wort wurde marginal um 0,7 Prozentpunkte auf 14 Prozent reduziert, während das nicht-informierende Wort leicht auf 6,8 Prozent ausgeweitet wurde. Deutlichere Verschiebungen in der Grundstruktur zeichnen sich dagegen bei der Verpackung und der Werbung ab. Der Anteil der Verpackungselemente hat sich gegenüber 2013 auf 2,3 Prozent halbiert, wodurch der Programmfluss etwas ruhiger wirkt. Dagegen wurde der Anteil der Werbung von 3,1 Prozent auf 5,2 Prozent gesteigert.

Ein Blick auf die Stundenuhren der morgendlichen Prime Time und der abendlichen Drive Time zeigt, dass vor allem das Programmangebot in der Prime Time von den anderen Sendestunden des Tages abweicht: Der Musikanteil ist morgens deutlich reduziert und beträgt nur rund 54 Prozent. Stattdessen setzt radio ffn in den Morgenstunden verstärkt auf das Wort, vor allem auf die nicht-informierende Regie- und Unterhaltungsmoderation. In der Drive Time wird der Musikanteil wieder erhöht, der Wortanteil abgesenkt. Im Vergleich zu 2013

weichen die Strukturierungen der Prime Time und Drive Time im aktuellen Erhebungszeitraum kaum ab. Auffällig ist auch hier vor allem der Rückgang der Verpackungselemente wie Trailer und Jingles zugunsten eines Anstiegs der Werbung.

Tabelle 1 Basisprogrammategorien von radio ffn im Längsschnitt (in Prozent)

Erhebungsjahr	Musik	Werbung	Wort		
			gesamt	nicht-informierend	informierend
2001	74,6	3,6	15,5	6,0	9,5
2005	73,8	3,3	18,2	9,0	9,2
2009	68,2	3,8	21,8	9,9	11,9
2013	70,7	3,1	20,6	5,9	14,7
2017	71,7	5,2	20,7	6,8	14,0

Bei der Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge zeichnen sich gegenüber 2013 kaum Veränderungen ab. Mit gut acht Stunden und einem Anteil von 31 Prozent am Wortumfang dominiert der Service. Auch Nachrichten nehmen mit fast 30 Prozent einen maßgeblichen Anteil am Wortprogramm ein. Informierende Beiträge außerhalb von Nachrichten und der Service-Berichterstattung finden sich dagegen kaum. Die radiojournalistischen Gestaltungsformen umfassen nur noch knapp 1,5 Stunden, was einen Rückgang um rund eine Stunde gegenüber der letzten Erhebung bedeutet. Hierbei ist die Informationsmoderation dominierend, wohingegen sich journalistisch aufwendigere Korrespondentenberichte nur vereinzelt finden. Wie bereits in den vergangenen Programmanalysen dominieren bei den Funktionen des Informationsangebotes mit jeweils rund acht Stunden die Ereignis- und Hinweisinformation. Das Beratungsangebot ist mit nicht einmal zwei Minuten im Tagesdurchschnitt dagegen vernachlässigbar.

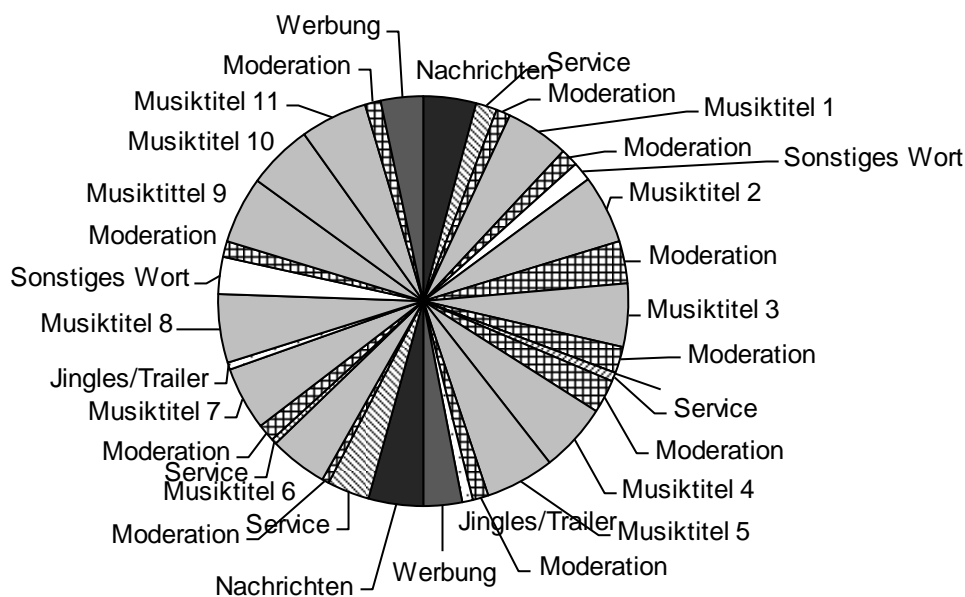
Während bei der Grundstruktur und den Darstellungsformen weitgehend Konstanz vorherrscht, zeichnen sich bei der Zusammensetzung der Themenagenda deutliche Verschiebungen gegenüber dem letzten Untersuchungszeitraum ab: So wurde die Politikberichterstattung deutlich von gut 31 Prozent auf nunmehr fast 58 Prozent ausgeweitet. Dies entspricht einer absoluten Steigerung von fast zwei Stunden auf knapp fünf Stunden. Dahinter steht allerdings keine geänderte Programmphilosophie. Ursächlich hierfür ist vielmehr der hohe Stellenwert der Nachrichten innerhalb der Ereignisberichterstattung. In der Untersuchungswoche wurde in den Nachrichten auf das rege internationale/nationale politische Geschehen reagiert (z.B. USA-Angriff in Syrien). Hinzu kommt, dass auch die Wortstrecken des Kirchenfunks in dieser Woche politisch/ethische Fragen (Flüchtlingspolitik) aufgegriffen haben. Im Gegenzug hat sich der Anteil der Berichterstattung über Gesellschaftsthemen spürbar von über 39 Prozent auf gut 11 Prozent reduziert. Insbesondere die Kultur spielt bei radio ffn mit einem Anteil von knapp 2 Prozent im aktuellen

Erhebungszeitraum kaum noch eine Rolle. Im Jahr 2013 betrug dieser Anteil knapp 19 Prozent.

Nach wie vor fokussiert der Großteil des informierenden Wortes auf das Sendegebiet (über 77 Prozent). Dieser Wert hat sich im Vergleich zu 2013 um fast acht Prozentpunkte erhöht. Mit jeweils rund 12,5 Stunden ist der Sendegebietsbezug absolut jedoch kaum verändert. Mit rund 8 Stunden ist der Großteil hiervon allerdings Service (primär Wetter, Verkehr), und weitere 1,5 Stunden entfallen auf die Regionalfenster-Meldungen.⁹

⁹ Siehe detaillierter in Kapitel 3.2.

Abbildung 4 Formatanalyse von radio ffn – Prime Time



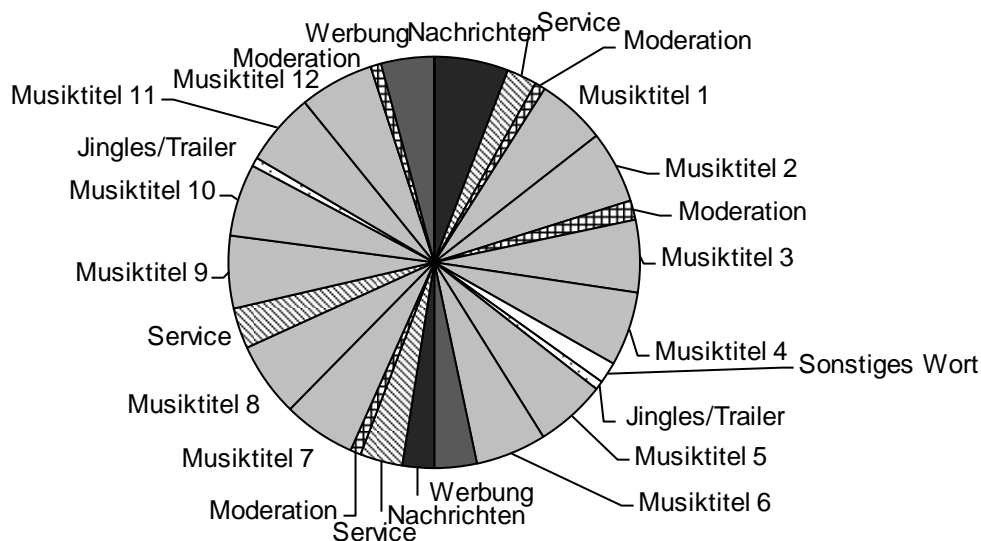
Die Sendeuhr gibt einen schematischen Überblick über das stündliche Format für die Zeit von 6 bis 7 Uhr für die Wochentage Montag bis Freitag (Durchschnittswerte). In der Darstellung sind alle Programmelemente ab einer Sendedauer von 30 Sekunden berücksichtigt.

Tabelle 2 Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Musik	0:32:32	54,2	10	20,0
Jingles und Trailer	0:01:16	2,1	6	10,9
Werbung	0:05:09	8,6	2	3,6
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:07:42	12,8	14	25,5
Service	0:04:05	6,8	8	14,5
Nachrichten	0:05:14	8,7	12	21,8
Sonstiges Wort	0:04:01	6,7	2	3,6
Gesamt	1:00:00	100,0	55	100,0

Die Tabelle stellt die durchschnittliche Verteilung für die Sendezeit von 6 bis 7 Uhr über die Wochentage Montag bis Freitag dar. Erfasst wurden alle Programmelemente ab einer Sendedauer von mindestens 3 Sekunden (allgemeine Erfassungsgrenze der Inhaltsanalyse).

Abbildung 5 Formatanalyse von radio ffn – Drive Time



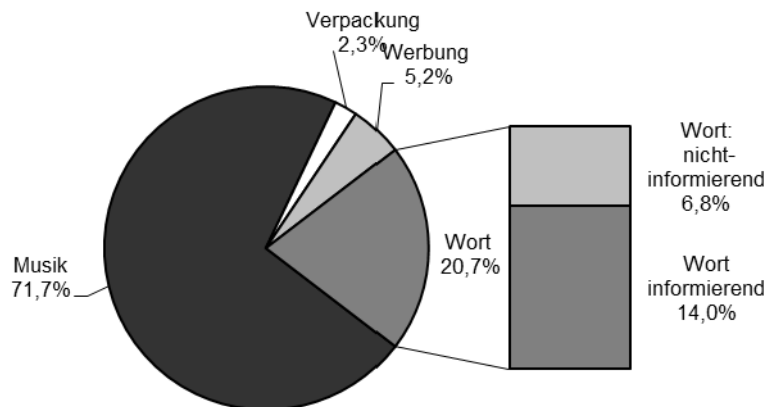
Die Sendeuhr gibt einen schematischen Überblick über das stündliche Format für die Zeit von 17 bis 18 Uhr für die Wochentage Montag bis Freitag (Durchschnittswerte). In der Darstellung sind alle Programmelemente ab einer Sendedauer von 30 Sekunden berücksichtigt.

Tabelle 3 Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Musik	0:38:44	64,5	12	30,8
Jingles und Trailer	0:02:07	3,5	7	17,9
Werbung	0:05:49	9,7	2	5,1
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:01:48	3,0	5	12,8
Service	0:06:26	10,7	5	12,8
Nachrichten	0:04:18	7,2	7	17,9
Sonstiges Wort	0:00:48	1,3	1	2,6
Gesamt	1:00:00	100,0	39	100,0

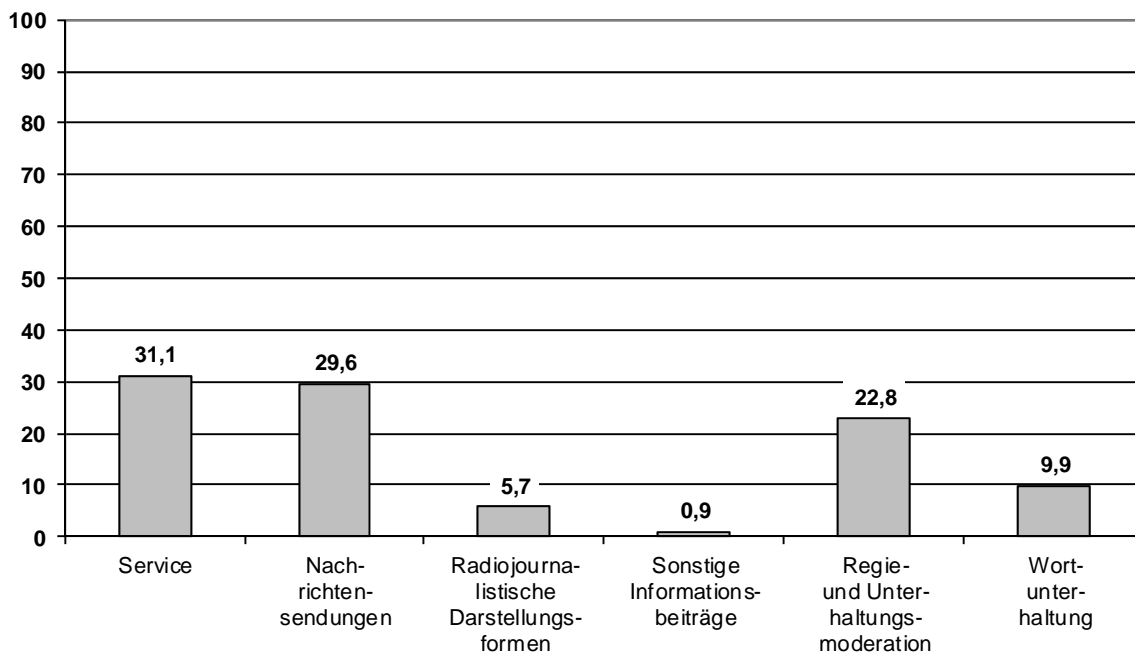
Die Tabelle stellt die durchschnittliche Verteilung für die Sendezeit von 17 bis 18 Uhr über die Wochentage Montag bis Freitag dar. Erfasst wurden alle Programmelemente ab einer Sendedauer von mindestens 3 Sekunden (allgemeine Erfassungsgrenze der Inhaltsanalyse).

Abbildung 6 radio ffn – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

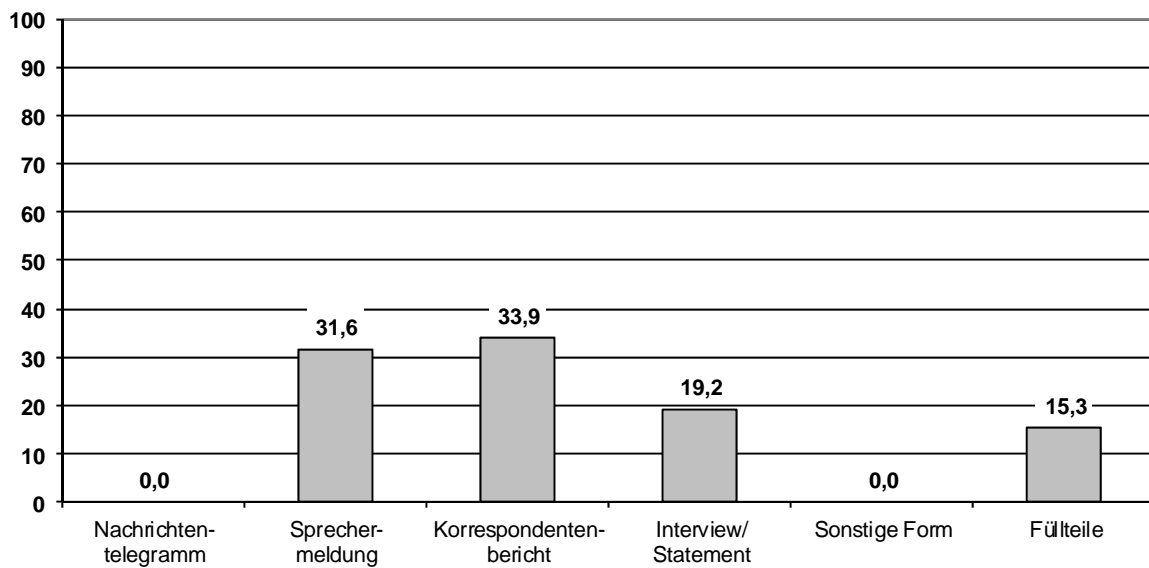
Abbildung 7 radio ffn – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=26:08:07 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

* Wortunterhaltung = Unterhaltungsformen sowie unterhaltungsbetonte selbständige Hörerbeiträge

Abbildung 8 radio ffn – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=7:43:35 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 4 radio ffn – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	0:53:40	59,7	44	68,8
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	-	-	-	-
Interview/Diskussion	-	-	-	-
Korrespondentenbericht	0:33:42	37,5	16	25,0
Reportage/Feature	-	-	-	-
Sonstige Form	0:02:28	2,7	4	6,3
Gesamt	1:29:50	100,0	64	100,0

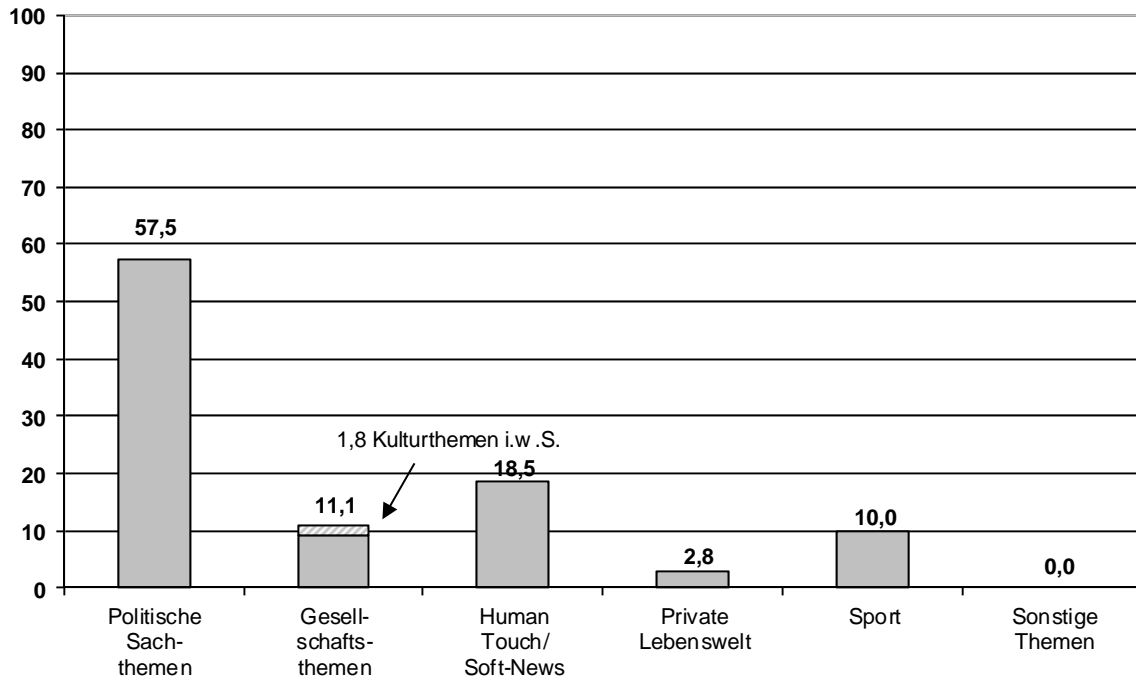
Tabelle 5 radio ffn – Formen der Informationsmoderation

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	0:20:37	38,4	27	61,4
Gespräch mit dem Hörer	0:02:10	4,0	1	2,3
Gespräch mit Prominenten/Experten	0:13:45	25,6	7	15,9
Gesprächsrunde im Studio	0:01:32	2,9	1	2,3
Sonstige Form	0:15:36	29,1	8	18,2
Gesamt	0:53:40	100	44	100,0

Tabelle 6 radio ffn – Funktionen des Informationsangebotes

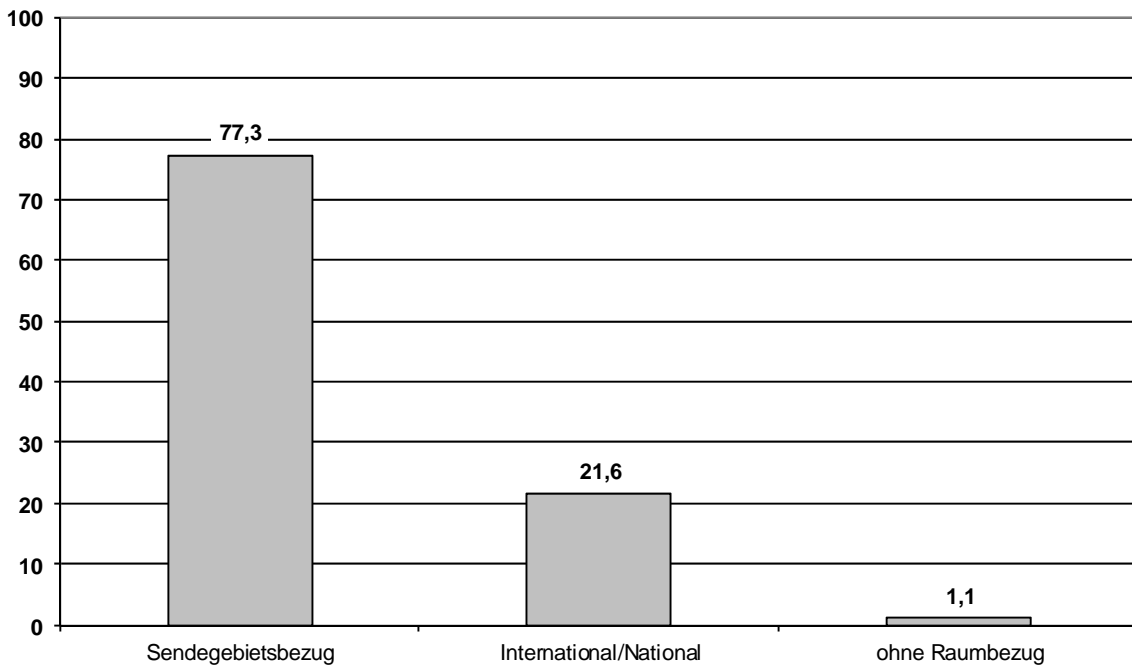
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Hinweisinformation	8:10:49	49,9	610	45,1
Ereignisinformation	8:01:43	49,0	736	54,4
Beratungsinformation	0:11:28	1,2	7	0,5
Bildungsinformation	-	-	-	-
Gesamt	16:24:00	100,0	1.353	100,0

Abbildung 9 radio ffn – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=8:15:58 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 10 radio ffn – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (=16:24:00) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 7 radio ffn – Herkunft der Interpreten

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Deutschland	17	9,9
sonstige Länder	154	90,1
Gesamt	171	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

Tabelle 8 radio ffn – Genre-Zuordnung der Musiktitel

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Pop	86	50,2
Rock	23	13,5
Soft-Rock	8	4,7
Heavy Metal/Hard-Rock	-	-
Alternative/Indie-Rock	5	2,9
Rock/Experimental	-	-
R&B	8	4,7
Soul/Funk	6	3,5
Dance/Techno	18	10,5
Electronic	9	5,3
Punk/New Wave	-	-
HipHop/Rap	6	3,5
Rock & Roll/Roots	-	-
Reggae/Ska	-	-
Folk/Country Rock	-	-
Worldmusic	-	-
Jazz	-	-
Blues	2	1,2
Singer-Songwriter	-	-
Schlager	-	-
Sonstiges	-	-
Gesamt	171	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

Tabelle 9 **radio ffn – Sprache der Liedtexte**

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Deutsch	9	5,3
Englisch	161	94,2
Französisch	-	-
Italienisch	-	-
Spanisch	-	-
Instrumentaltitel	-	-
Sonstige	1	0,6
Gesamt	171	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

3.1.2 Das Programmangebot von Antenne Niedersachsen

Format

Die Programmstruktur von Antenne Niedersachsen ist montags bis freitags durch großflächige Magazinflächen strukturiert: Von 5 bis 10 ist die „Moin Show“ auf Sendung, gefolgt von „Mehr Musik bei der Arbeit“ mit Kaya Laß. Im Anschluss ist bis 19 Uhr „Die Schollmayer Show“ zu hören, woraufhin dann „Antenne Niedersachsen am Abend“ folgt. Samstags und sonntags sind die Sendungsetiketten verändert: So läuft am Samstagmorgen von 6 bis 8 Uhr „Der wirklich witzige Wochenrückblick“ und daraufhin bis 12 Uhr „Die Lea Rosenboom Show“, der das „Antenne Niedersachsen Wochenende“ folgt. Im Kern besteht der Unterschied des Wochenendprogramms zu den anderen Wochentagen primär darin, dass der Musikumfang höher und neben dem Wortanteil generell auch der Informationsanteil reduziert ist.

Die Stundenstruktur von Antenne Niedersachsen hat sich im Vergleich zu der letzten Untersuchung der niedersächsischen „Hörfunklandschaft“ im Jahr 2013 bei den zentralen programmstrukturell verankerten Formaten Hauptnachrichten, Regionalnachrichten und Service kaum verändert. Nach wie vor werden fünf Minuten vor der vollen Stunde die Hauptnachrichten gesendet und fünf Minuten vor der halben Stunde die Regionalnachrichten, die teilweise aus subregionalsierten Meldungen in Regionalfenstern bestehen.

In der Zeitspanne von 5:25 Uhr bis 23:25 Uhr erfolgen 16 Auseinandersetzungen des Hauptprogramms in Regionalfenster. Hier werden jeweils folgende Regionalfenstergebiete mit eigenständigen¹⁰ Informationen versorgt:

- Hannover/Soltau
- Aurich/Cuxhaven
- Braunschweig/Großraum Braunschweig
- Hamburg
- Osnabrück/Lingen

Die Inhalte der Regionalfenster besehen in der Regel aus ein bis zwei Meldungen mit Bezug zur entsprechenden Region. Die Regionalfensterschaltung um 10:25 Uhr ist monothematisch auf Sport gerichtet. Um 12:25 und 15:25 Uhr gibt es Veranstaltungshinweise.

Im zeitlichen Umfeld der Haupt- und Regionalnachrichten (vorher/nachher) werden Wetterbericht und Verkehrshinweise gesendet. Damit ist der informative Wortanteil nahezu erschöpft. In der Wortunterhaltung dominiert die Moderation, zudem gibt es Gewinnspiele und gelegentlich Comedy. Die hier beschriebene – im Vergleich zum Jahr 2013 zurückgegangene – Informationsleistung spiegelt sich auch in den unten dargestellten quantitativen Ergebnissen wider.

¹⁰ Weitere Regionalfensterschaltungen existieren zwar, sie beinhalten aber keine eigenständigen Meldungen. So sind z.B. die Inhalte im Regionalfenster „Göttingen“ identisch mit „Braunschweig“.

Charakteristisch für Antenne Niedersachsen ist ein Mix aus alten Radiohits und aktuellen Musiktiteln. Die Musikfarbe deckt sich damit in den Grundzügen mit dem Musikangebot von Antenne Niedersachsen im Untersuchungszeitraum aus dem März 2013. Bei dem Musikprogramm handelt es sich um das Format AC mit den Subformaten Soft AC und Current based AC. Gespielt wird somit ein Mix aus aktuellen Chart-Hits und Radio-Hits aus den vergangenen Jahrzehnten. Ergänzt werden diese Titel von Recurrents. Die Kernzielgruppe des Senders sind die 20- bis 49-Jährigen. Die melodischen Mainstream-Popsongs von Antenne Niedersachsen umfassen kaum Hard-Rock, Progressive Rock oder extreme Musikstile. Vereinzelt wird das Programm allerdings von populären Rocksongs ergänzt. In den Abendstunden bleibt der Sender diesem Format treu. Die Sendungen „Antenne Niedersachsen am Abend“ (Montag bis Freitag), „Die Chart-Show am Samstagabend“ oder „Die Antenne Greatest-Hit-Show“ (sonntags) speisen ihre Titel aus dem AC-Reservoir. Selbst der neu eingeführte „WhatsApp-Wunsch-Sonntag“ (sonntags von 8 bis 20 Uhr) spielt Hörerwünsche, die sich vorwiegend in das Format des Senders einordnen.

In der quantitativen Musikanalyse wird deutlich, dass sich die Musiklisten bei Antenne Niedersachsen vor allem aus dem Segment Pop bedienen (63,1 Prozent) – im Vergleich zu den Konkurrenten der Spitzenwert in diesem Erhebungszeitraum. Nimmt man die Sub-Genres Dance/Techno (7,8 Prozent) und Electronic (3,4 Prozent) hinzu, wird deutlich, dass sich das musikalische Spektrum des Senders stärker als in den Vorjahren auf die Pop-Segmente fokussiert. Rock (10,1 Prozent) und Soft-Rock (5,6 Prozent) spielen eine vergleichsweise geringe Rolle.

Quantitative Ergebnisse

Das Verhältnis zwischen Wort und Musik hat sich bei Antenne Niedersachsen im Vergleich zum letzten Erhebungszeitraum leicht verändert: Während der Musikanteil von 68,0 auf fast 72 Prozent erhöht wurde (eine Steigerung um fast fünf Stunden), hat sich der Anteil des gesprochenen Wortes um drei Prozentpunkte auf knapp 19 Prozent verringert. Dieser Rückgang betrifft ausschließlich das informierende Wort, das um rund fünf Stunden reduziert wurde und nur noch einen Anteil von gut 13 Prozent an der Sendezeit hat. Der Umfang des nicht-informierenden Wortes ist im Gegensatz dazu nahezu stabil geblieben.

Leichte Veränderungen zeigen sich beim Umfang von Werbung und Verpackung: Das Volumen der Werbung wurde gegenüber 2013 um gut 1,5 Stunden auf knapp 8,5 Stunden gesteigert – ein Anteil von 6,7 Prozent an der gesamten Sendezeit. Zugleich wurde der Anteil der Verpackungselemente um zwei Prozentpunkte auf 2,9 Prozent reduziert, was absolut einem Rückgang von rund zweieinhalb Stunden entspricht.

Die Formatanalyse der Stundenuhren zeigt bei Antenne Niedersachsen Unterschiede zwischen der Prime Time und den übrigen Sendestunden des Tages. So ist der Anteil der Musik in den Morgenstunden spürbar auf nahezu 56 Prozent reduziert. Rund ein Drittel der Sendezeit wird mit Wortbeiträgen gestaltet. Diese verteilen sich etwa gleichermaßen auf Nachrichtenbeiträge, Servicemeldungen, Formen der Regie- und Unterhaltungsmoderation und sonstige Beiträge. Somit ist die Anmutung des Programms in der Prime Time vergleichsweise wortbetont. Allerdings war dies im letzten Untersuchungszeitraum (mit

einem Musikanteil von lediglich 47 Prozent und einem Wortanteil von über 40 Prozent) noch deutlicher ausgeprägter. Dagegen nähert sich die Programmgestaltung in der Drive Time der Anmutung der anderen Sendestunden des Tages an: Der Musikanteil beträgt hier 69 Prozent, der Wortanteil rund 17 Prozent.

Tabelle 10 Basisprogrammategorien von Antenne Niedersachsen im Längsschnitt (in Prozent)

Erhebungsjahr	Musik	Werbung	Wort		
			gesamt	nicht-informierend	informierend
2001	66,3	4,6	22,0	11,4	10,6
2005	68,8	4,1	20,3	9,4	10,8
2009	63,8	6,2	24,2	9,9	14,3
2013	68,0	5,5	21,5	5,0	16,5
2017	71,6	6,7	18,8	5,5	13,2

Bei den journalistischen Darstellungsformen fällt zunächst auf, dass der Anteil von Nachrichten und Service am gesprochenen Wort mit 32,5 und 30,5 Prozent im Vergleich zum Erhebungszeitraum 2013 weitgehend stabil geblieben ist. Absolut betrachtet wurde der Service-Umfang lediglich um eine Stunde auf gut 7 Stunden reduziert, wohingegen das Volumen der Nachrichten mit knapp 8 Stunden nahezu unverändert ist. Die gravierendste Veränderung betrifft die radiojournalistischen Darstellungsformen, die nur noch einen Umfang von weniger als zwei Stunden aufweisen und somit gegenüber 2013 um rund drei Stunden reduziert wurden. Festzustellen ist zudem ein Rückgang der journalistischen Formenvielfalt, da sich die Darstellungsform auf Informationsmoderationen und wenige Korrespondentenberichte beschränkt. Berichte oder Interviews außerhalb der Nachrichten kommen im Untersuchungszeitraum im Programm von Antenne Niedersachsen nicht mehr vor. Dies deutet darauf hin, dass Antenne Niedersachsen verstärkt auf Darstellungsformen setzt, die journalistisch vergleichsweise wenig aufwendig und damit kostengünstig zu produzieren sind.

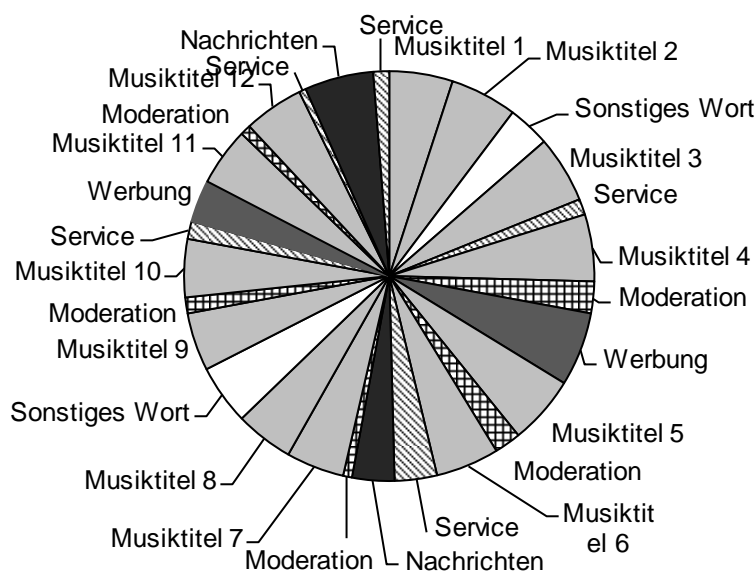
Ein Blick auf die Themenagenda zeigt gegenüber 2013 deutliche Verschiebungen: Während der Anteil der Politikberichterstattung – ähnlich wie bei radio ffn¹¹ – um rund 20 Prozentpunkte auf knapp 47 Prozent angestiegen ist, wurde die Berichterstattung über unpolitische Gesellschaftsthemen um 30 Prozentpunkte auf knapp 16 Prozent reduziert. Dies geht insbesondere zulasten der Kulturthemen, die nur noch einen Anteil von 6,3 Prozent am

¹¹ Was bei radio ffn bereits ausgeführt wurde, gilt auch für Antenne Niedersachsen: Der hohe Stellenwert der Nachrichten mit stark durch politische Ereignisse geprägter Nachrichtenlage in der Untersuchungswoche beeinflusst die Themenagenda.

informierenden Wort einnehmen (2013: 28,0 Prozent). Mit gut 21 Prozent ist dagegen der Anteil der Soft News gegenüber dem letzten Untersuchungszeitraum stabil.

Der räumliche Fokus der Berichterstattung von Antenne Niedersachsen liegt nach wie vor stark auf dem Sendegebiet: Rund 77 Prozent des informierenden Wortes berichten aus Niedersachsen. Dies entspricht absolut ca. 12,5 Stunden, wovon rund 7 Stunden auf Servicemeldungen wie Wetterberichte und Verkehrshinweise entfallen. Lediglich knapp 23 Prozent der Berichterstattung widmen sich Themen mit nationalem oder internationalem Bezug.

Abbildung 11 Formatanalyse von Antenne Niedersachsen – Prime Time



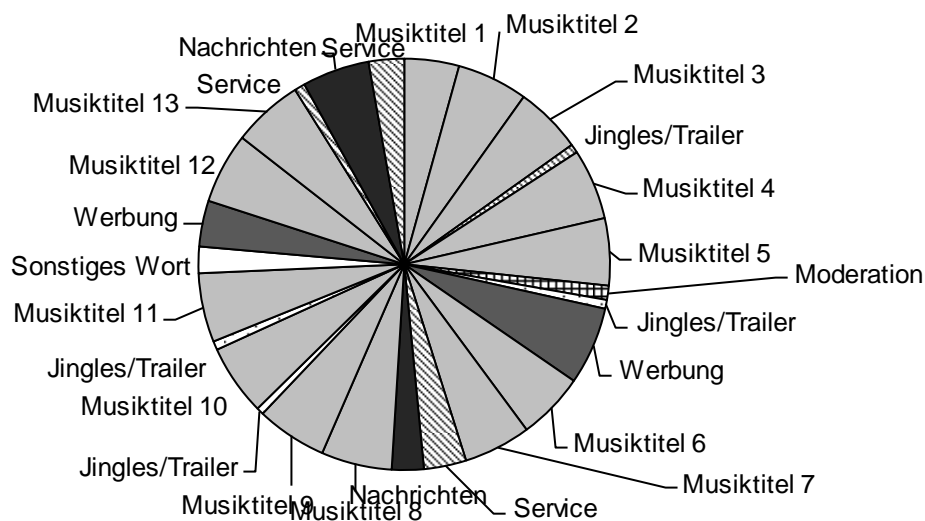
Die Sendeuhr gibt einen schematischen Überblick über das stündliche Format für die Zeit von 6 bis 7 Uhr für die Wochentage Montag bis Freitag (Durchschnittswerte). In der Darstellung sind alle Programmelemente ab einer Sendedauer von 30 Sekunden berücksichtigt.

Tabelle 11 Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Musik	0:33:20	55,6	12	24,0
Jingles und Trailer	0:00:40	1,1	4	8,0
Werbung	0:05:32	9,2	2	4,0
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:05:44	9,6	8	16,0
Service	0:05:24	9,0	10	20,0
Nachrichten	0:05:36	9,3	12	24,0
Sonstiges Wort	0:03:44	6,2	2	4,0
Gesamt	1:00:00	100,0	50	100,0

Die Tabelle stellt die durchschnittliche Verteilung für die Sendezeit von 6 bis 7 Uhr über die Wochentage Montag bis Freitag dar. Erfasst wurden alle Programmelemente ab einer Sendedauer von mindestens 3 Sekunden (allgemeine Erfassungsgrenze der Inhaltsanalyse).

Abbildung 12 Formatanalyse von Antenne Niedersachsen – Drive Time



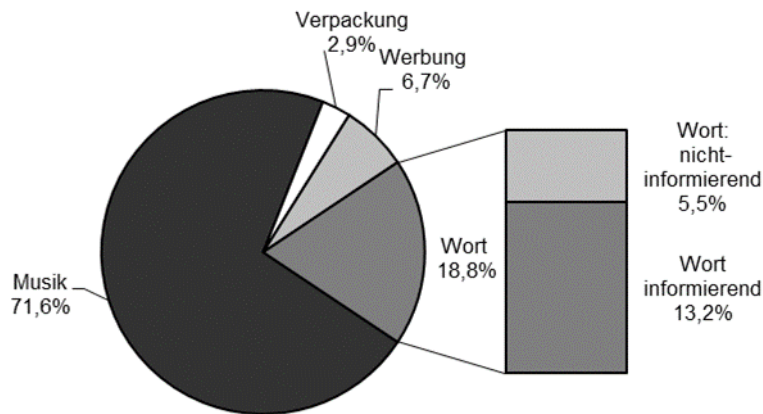
Die Sendeuhr gibt einen schematischen Überblick über das stündliche Format für die Zeit von 17 bis 18 Uhr für die Wochentage Montag bis Freitag (Durchschnittswerte). In der Darstellung sind alle Programmelemente ab einer Sendedauer von 30 Sekunden berücksichtigt.

Tabelle 12 Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Musik	0:41:27	69,1	13	28,9
Jingles und Trailer	0:02:14	3,7	11	24,4
Werbung	0:05:58	10,0	2	4,4
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:01:55	3,2	4	8,9
Service	0:03:24	5,7	5	11,1
Nachrichten	0:04:08	6,9	9	20,0
Sonstiges Wort	0:00:54	1,5	1	2,2
Gesamt	1:00:00	100,0	45	100,0

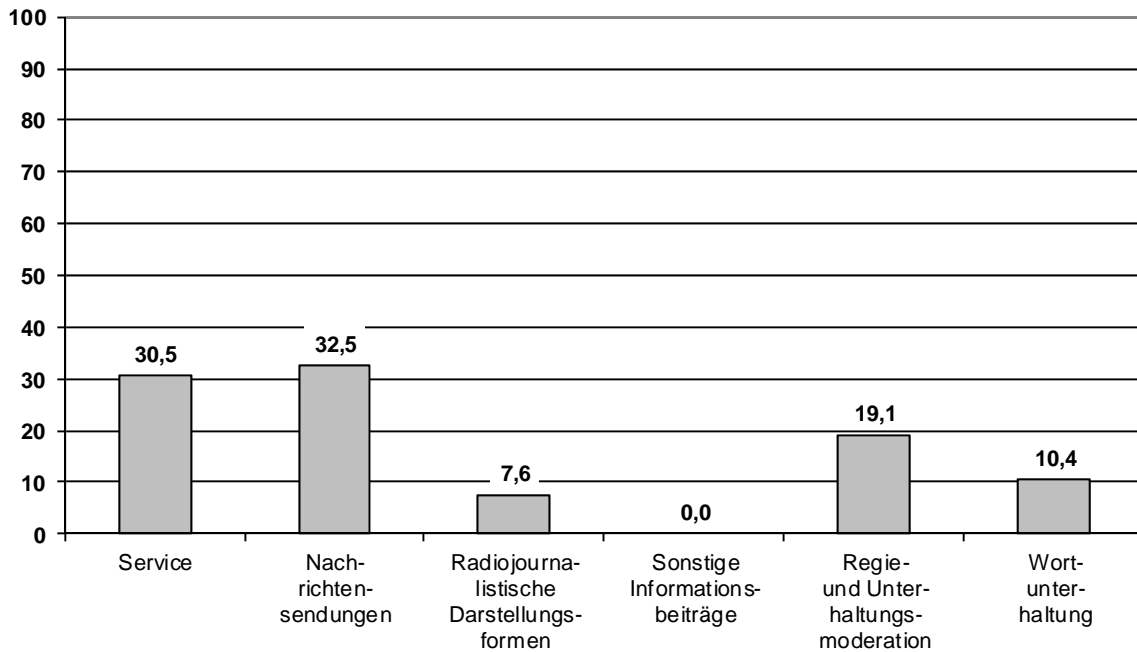
Die Tabelle stellt die durchschnittliche Verteilung für die Sendezeit von 17 bis 18 Uhr über die Wochentage Montag bis Freitag dar. Erfasst wurden alle Programmelemente ab einer Sendedauer von mindestens 3 Sekunden (allgemeine Erfassungsgrenze der Inhaltsanalyse).

Abbildung 13 Antenne Niedersachsen – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

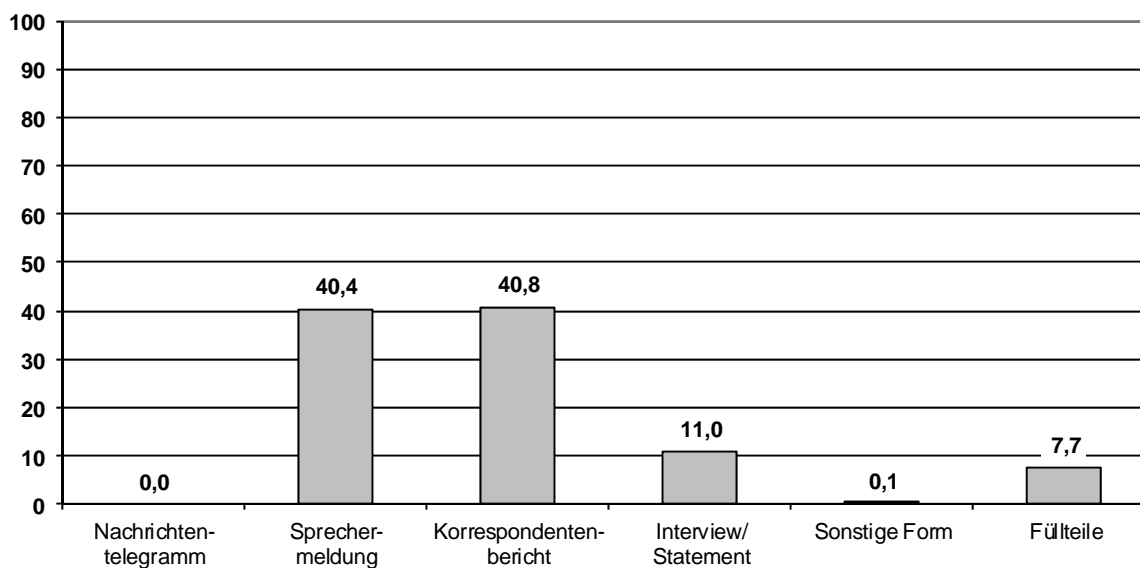
Abbildung 14 Antenne Niedersachsen – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=23:39:57 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

* Wortunterhaltung = Unterhaltungsformen sowie unterhaltungsbetonte selbständige Hörerbeiträge

Abbildung 15 Antenne Niedersachsen – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=7:41:29 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 13 Antenne Niedersachsen – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	1:28:56	82,9	66	89,2
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	-	-	-	-
Interview/Diskussion	-	-	-	-
Korrespondentenbericht	0:18:19	17,1	8	10,8
Reportage/Feature	-	-	-	-
Sonstige Form	-	-	-	-
Gesamt	1:47:15	100,0	74	100,0

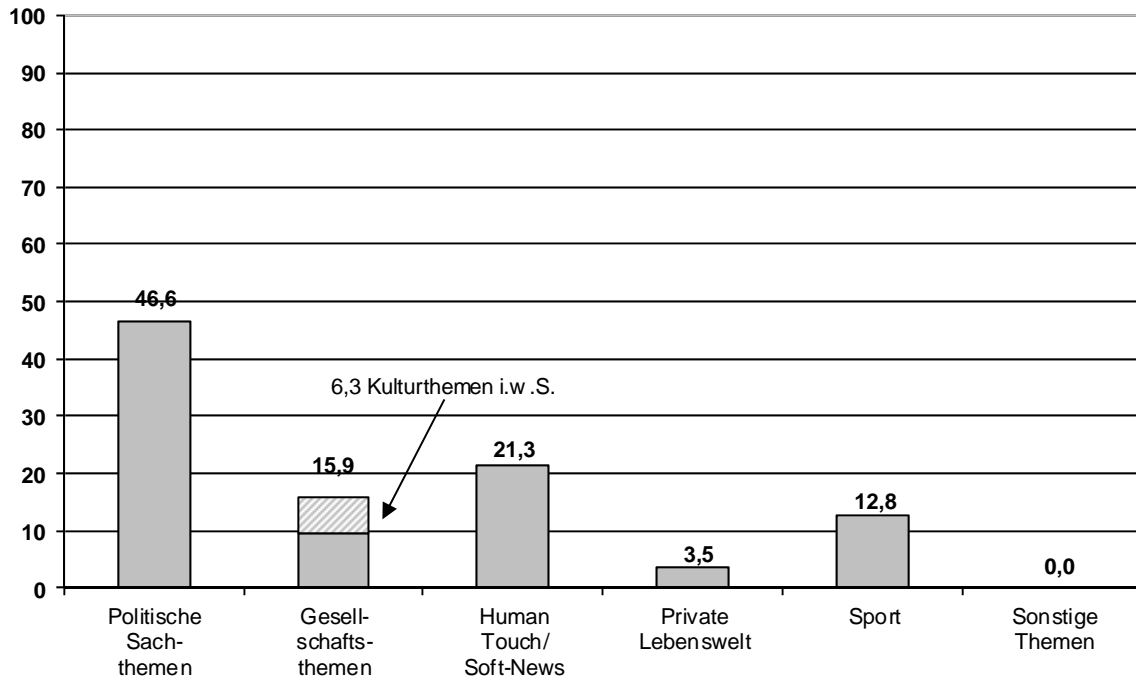
Tabelle 14 Antenne Niedersachsen – Formen der Informationsmoderation

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	0:25:35	23,9	24	32,4
Gespräch mit dem Hörer	-	-	-	-
Gespräch mit Prominenten/Experten	0:19:17	18,0	13	17,6
Gesprächsrunde im Studio	0:12:22	11,5	6	8,1
Sonstige Form	0:50:01	46,6	31	41,9
Gesamt	1:47:15	100,0	74	100,0

Tabelle 15 Antenne Niedersachsen – Funktionen des Informationsangebotes

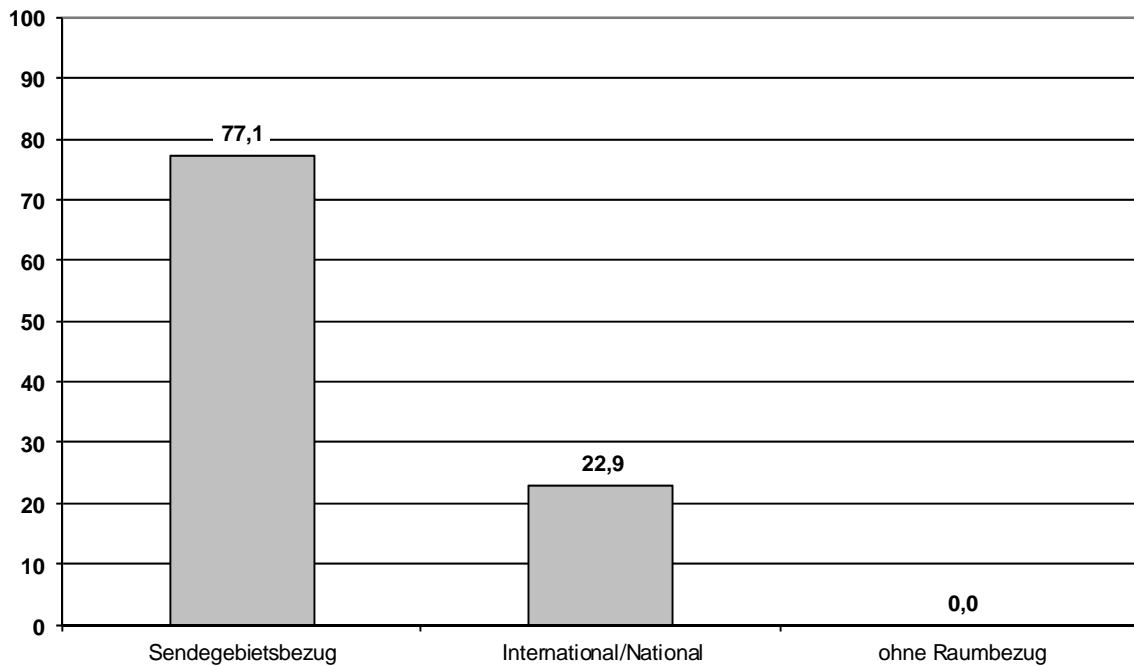
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Hinweisinformation	7:14:36	45,0	676	43,4
Ereignisinformation	8:51:14	55,0	881	56,6
Beratungsinformation	-	-	-	-
Bildungsinformation	-	-	-	-
Gesamt	16:05:50	100,0	1.557	100,0

Abbildung 16 Antenne Niedersachsen – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=8:53:25 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 17 Antenne Niedersachsen – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (=16:05:50 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 16 **Antenne Niedersachsen – Herkunft der Interpreten**

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Deutschland	36	20,1
sonstige Länder	143	79,9
Gesamt	179	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

Tabelle 17 **Antenne Niedersachsen – Genre-Zuordnung der Musiktitel**

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Pop	113	63,1
Rock	18	10,1
Soft-Rock	10	5,6
Heavy Metal/Hard-Rock	2	1,1
Alternative/Indie-Rock	1	0,6
Rock/Experimental	-	-
R&B	4	2,2
Soul/Funk	5	2,8
Dance/Techno	14	7,8
Electronic	6	3,4
Punk/New Wave	-	-
HipHop/Rap	4	2,2
Rock & Roll/Roots	-	-
Reggae/Ska	-	-
Folk/Country Rock	-	-
Worldmusic	-	-
Jazz	-	-
Blues	2	1,1
Singer-Songwriter	-	-
Schlager	-	-
Sonstiges	-	-
Gesamt	179	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

Tabelle 18 Antenne Niedersachsen – Sprache der Liedtexte

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Deutsch	29	16,2
Englisch	148	82,7
Französisch	-	-
Italienisch	1	0,6
Spanisch	-	-
Instrumentaltitel	-	-
Sonstige	1	0,6
Gesamt	179	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

3.1.3 Das Programmangebot von RADIO 21

Format

Das Musik-Spartenprogramm RADIO 21 ist ebenso wie radio ffn und Antenne Niedersachsen durch großflächige Magazinstrecken strukturiert, die allerdings immanent etwas abwechslungsreicher gestaltet sind als diejenigen der beiden als „Vollprogramme“ lizenzierten Konkurrenten. Von montags bis freitags ist von 5 bis 10 Uhr auf RADIO 21 „Der neue Morgen – Einfach erwachen“ zu hören. Neben Hauptnachrichten und Service enthält die Sendung mit „Das Thema des Tages“ einen informierenden Beitrag sowie dienstags und donnerstags den „Psycho Check“ mit dem Motivationstrainer Rolf Schmiel. Im Anschluss an die Hauptnachrichten kommen gelegentlich ein bis zwei Meldungen aus Niedersachsen. Von 10 bis 14 Uhr folgt die „Anette-Radüg-Show“, und im Anschluss läuft von 14 bis 20 Uhr die „Per-Eggers-Show“ – wobei sich die beiden letztgenannten Sendungen primär durch die Anmutung der Moderation unterscheiden. Hinzu kommt am Nachmittag eine thematisch stärkere Betonung der Musik mit den Rubriken „Per’s Rock 'N Pop-News“ und „Mythen der Rockgeschichte“. Am Samstag ist von 8 bis 14 Uhr die „Marius-Hühne-Show“ programmstrukturell verankert. Hierin sind thematisch Musik-News, der Bundesligaspieltag und die Kolumne „Menschen der Woche“ platziert. Am Sonntag entfallen die Shows und die Sendestrecken enthalten kaum Unterhaltungsmoderation. Allerdings werden stündlich Nachrichten und Service sowie gelegentlich Informationsmoderation geboten.

Bei der Musikfarbe von RADIO 21 handelt es sich um ein Rock-Format, dessen Repertoire sich aus den bekanntesten Rock-Hits der vergangenen vier Jahrzehnte zusammensetzt. Das Musikangebot besteht aus diversen Subformaten des Rock-Formats Album Oriented Rock (AOR). Dazu zählen Classic Rock, Soft Rock, Hard Rock, Heavy Metal und Indie Rock. Zusätzlich mischt der Sender in sein Musikprogramm auch Popsongs, wobei diese Titel in der Regel einem progressiven Up-Tempo-Sound unterliegen. Insgesamt kann RADIO 21 attestiert werden, dass die Musikfarbe innerhalb des Rock-Genres eine sehr große Spannbreite aufweist: Das Programm stellt rockige Musikstile wie Grunge (Nirvana), Rock (ZZ Top), Soft Rock (Boston), Hard Rock (Iron Maiden) neben gitarrenbetonten Pop (Liquidó), Deutschpop (Falco) und Oldies (The Beatles). Der Slogan des Senders lautet seit 2013 dementsprechend „Bester ROCK 'N POP“; der Claim „Wir spielen, was wir wollen“ wurde damit abgelöst. Die Rock-Songs und die gitarrenlastigen Pop-Titel bestimmen das durchformatierte Tages- und Nachtprogramm von RADIO 21. Die Zielgruppe ist ein an Rockmusik interessiertes Publikum zwischen 30 und 60 Jahren – somit Hörer, deren musikalische Sozialisation zwischen den 70er und 90er Jahren stattfand. In den Abendstunden sendet RADIO 21 Musik-Spezialsendungen, die explizit das Rock- und Pop-Format des Senders bedienen. Die Sendungen heißen zum Beispiel „Giganten des Rock“, „Home, Garden and Rock“, „Konzertkracher XXL“ oder „Zurück in die 80er“. Neue Rockmusik wird am Dienstagabend in der Sendung „Neu & Angesagt“ vorgestellt. Um den Musikgeschmack des Publikums besser einschätzen zu können, bietet RADIO 21 online den „Song-Tester“ an. Registrierten Hörern werden Songs vorgespielt, die sie bewerten können. Die Auswertung fließt in die RADIO 21-Playlisten ein.

Die quantitative Musikanalyse zeigt für RADIO 21, dass der Sender im Vergleich zu seinen Konkurrenten radio ffn, Antenne Niedersachsen und NDR 2 den niedrigsten Anteil an deutschsprachigen Titeln hat. Musik-Genres, die das Programm prägen, sind: Rock (45,8 Prozent), Heavy Metal/Hard Rock (17,4 Prozent) und Alternative/Indie Rock (13,9 Prozent). Sie sind traditionell angloamerikanisch gefärbt. Mit seinen dominanten Rock- und Hard-Rock-Musikanteilen nimmt RADIO 21 in der niedersächsischen Hörfunklandschaft ein Alleinstellungsmerkmal ein. Während das Genre Pop bei den Konkurrenten immer jeweils bei über 50 Prozent liegt, spielt es bei RADIO 21 mit 12,5 Prozent eine Nebenrolle.

Quantitative Ergebnisse

Die Grundstruktur des Programmangebots weist gegenüber dem letzten Untersuchungszeitraum Veränderungen auf: Während der Musikanteil um knapp fünf Prozentpunkte auf 70 Prozent verringert wurde, ist der Wortanteil von 13,8 auf 16,7 Prozent gestiegen. Insbesondere der Umfang des informierenden Wortes wurde erhöht, von 10,7 auf 14,3 Prozent. Dies entspricht einer Steigerung um rund 4,5 Stunden. Darüber hinaus hat sich der Anteil der Werbung gegenüber 2013 nahezu auf knapp 10 Prozent verdoppelt.

Tabelle 19 Basisprogrammategorien von RADIO 21 im Längsschnitt (in Prozent)

Erhebungsjahr	Musik	Werbung	Wort		
			gesamt	nicht-informierend	informierend
2001	78,1	2,7	15,2	3,9	11,3
2005	72,3	3,9	14,9	4,2	10,7
2009	76,9	4,1	12,0	4,9	7,1
2013	74,8	5,4	13,8	3,1	10,7
2017	69,5	9,8	16,7	2,4	14,3

Der beschriebene Anstieg des informierenden Wortes lässt sich vor allem auf eine Ausweitung der radiojournalistischen Darstellungsformen zurückführen, die um nahezu drei Stunden auf über fünf Stunden erhöht wurden. Auch die Nachrichten wurden um rund fünf Prozentpunkte erhöht; sie beanspruchen im aktuellen Untersuchungszeitraum einen Anteil von gut 43 Prozent an den redaktionellen Wortbeiträgen. Dagegen wurde die Wortunterhaltung (Comedy, Gewinnspiele etc.) um zehn Prozentpunkte auf knapp 3 Prozent Anteil am redaktionellen Wort verringert. Ihr Umfang beträgt lediglich 35 Minuten in der gesamten Untersuchungswoche. Insgesamt deuten die Veränderungen bei den Darstellungsformen darauf hin, dass RADIO 21 den bereits 2013 konstatierten Trend fortsetzt und vor allem auf ein journalistisch informierendes anstelle eines unterhaltenden Wortangebotes setzt.

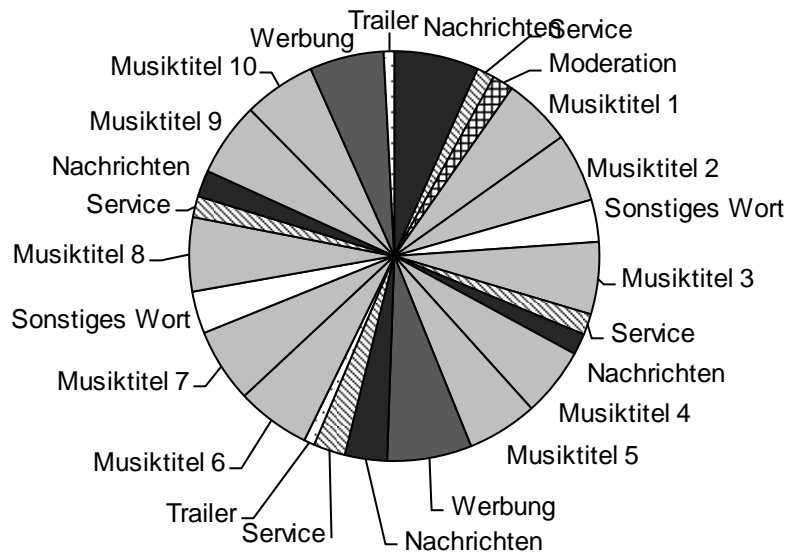
Die Entwicklung hin zu einer seriösen Programmanmutung spiegelt sich auch in der Themenagenda wider. So hat sich der Anteil der Politikberichterstattung am informierenden

Programm auf 49 Prozent verdoppelt. Absolut entspricht dies einem Anstieg um rund 4,5 Stunden.¹² Mit einem Umfang von rund einer Stunde ist die Berichterstattung über Human-Touch-Themen konstant geblieben. Aufgrund der deutlich erhöhten Basis des informierenden Wortes insgesamt bedeutet dies relativ jedoch eine Halbierung des Anteils auf knapp 8 Prozent. Auch gesellschaftliche Themen nehmen absolut und relativ weniger Raum ein als 2013. Sie sind aber immer noch – im Vergleich zu radio ffn und Antenne Niedersachsen – umfangreich, wobei insbesondere der hohe Anteil an Kulturthemen bemerkenswert ist.

Im Hinblick auf den Raumbezug der Berichterstattung ist zu konstatieren, dass der Umfang der Berichterstattung mit Bezug auf das Sendegebiet von RADIO 21 gegenüber der letzten Erhebung mit rund sechs Stunden nahezu unverändert ist. Dagegen wurde die Berichterstattung über nationale und internationale Themen deutlich ausgeweitet. Sie haben nunmehr in der Untersuchungswoche einen Umfang von rund 11 Stunden (2013: 6,5 Stunden), was einem Anteil von rund 64 Prozent am Informationsangebot entspricht.

¹² Wie bei radio ffn und Antenne Niedersachsen ist dies ein Reflex auf die Ereignis- bzw. Nachrichtenlage in der Untersuchungswoche.

Abbildung 18 Formatanalyse von RADIO 21 – Prime Time



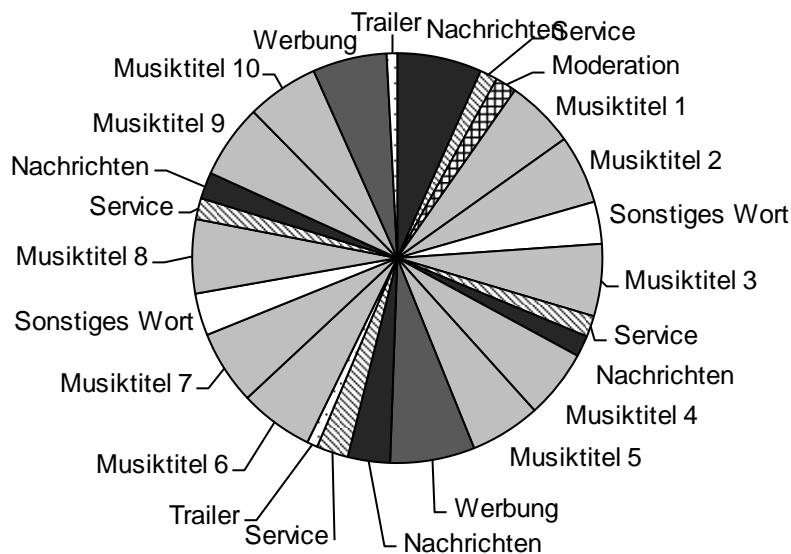
Die Sendeuhr gibt einen schematischen Überblick über das stündliche Format für die Zeit von 6 bis 7 Uhr für die Wochentage Montag bis Freitag (Durchschnittswerte). In der Darstellung sind alle Programmelemente ab einer Sendedauer von 30 Sekunden berücksichtigt.

Tabelle 20 Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Musik	0:33:07	55,2	10	18,9
Jingles und Trailer	0:03:13	5,3	9	17,0
Werbung	0:07:13	12,0	2	3,8
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:02:17	3,8	4	7,5
Service	0:03:31	5,9	8	15,1
Nachrichten	0:07:06	11,8	18	34,0
Sonstiges Wort	0:03:33	5,9	2	3,8
Gesamt	1:00:00	100,0	53	100,0

Die Tabelle stellt die durchschnittliche Verteilung für die Sendezeit von 6 bis 7 Uhr über die Wochentage Montag bis Freitag dar. Erfasst wurden alle Programmelemente ab einer Sendedauer von mindestens 3 Sekunden (allgemeine Erfassungsgrenze der Inhaltsanalyse).

Abbildung 19 **Formatanalyse von RADIO 21 – Drive Time**



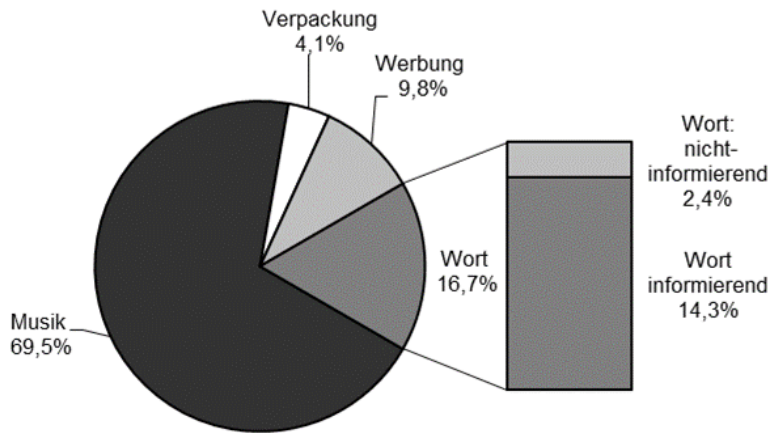
Die Sendeuhr gibt einen schematischen Überblick über das stündliche Format für die Zeit von 17 bis 18 Uhr für die Wochentage Montag bis Freitag (Durchschnittswerte). In der Darstellung sind alle Programmelemente ab einer Sendedauer von 30 Sekunden berücksichtigt.

Tabelle 21 **Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde**

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Musik	0:40:09	66,9	11	26,2
Jingles und Trailer	0:02:17	3,8	7	16,7
Werbung	0:06:59	11,7	2	4,8
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:00:42	1,2	2	4,8
Service	0:01:46	3,0	4	9,5
Nachrichten	0:04:54	8,2	14	33,3
Sonstiges Wort	0:03:13	5,4	2	4,8
Gesamt	1:00:00	100,0	42	100,0

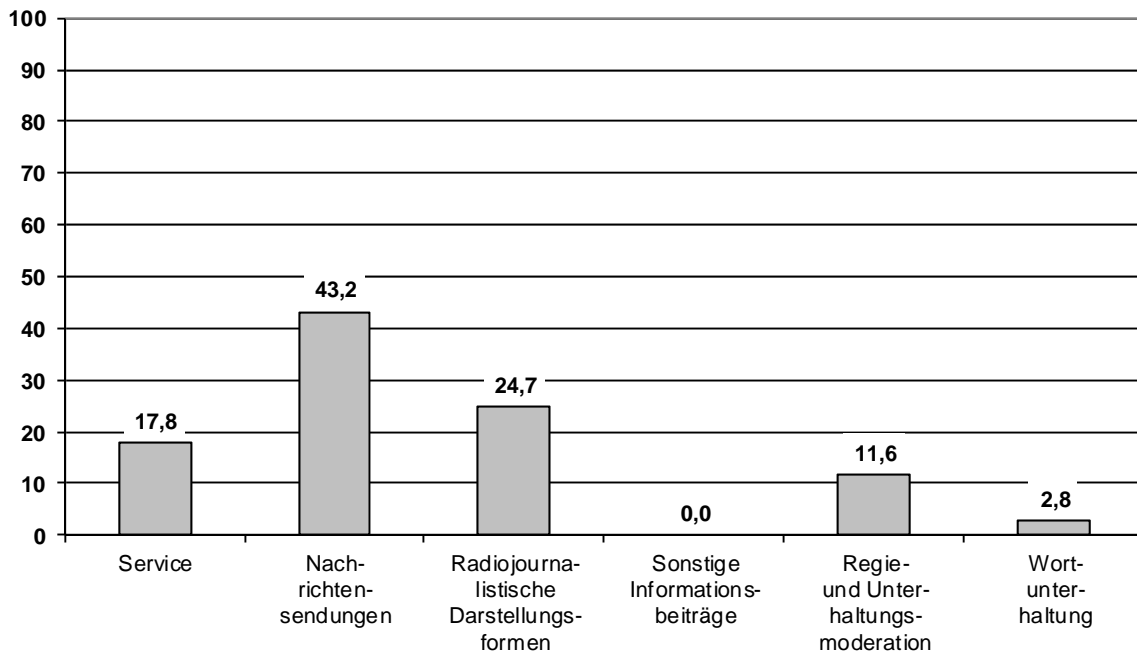
Die Tabelle stellt die durchschnittliche Verteilung für die Sendezeit von 17 bis 18 Uhr über die Wochentage Montag bis Freitag dar. Erfasst wurden alle Programmelemente ab einer Sendedauer von mindestens 3 Sekunden (allgemeine Erfassungsgrenze der Inhaltsanalyse).

Abbildung 20 RADIO 21 – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



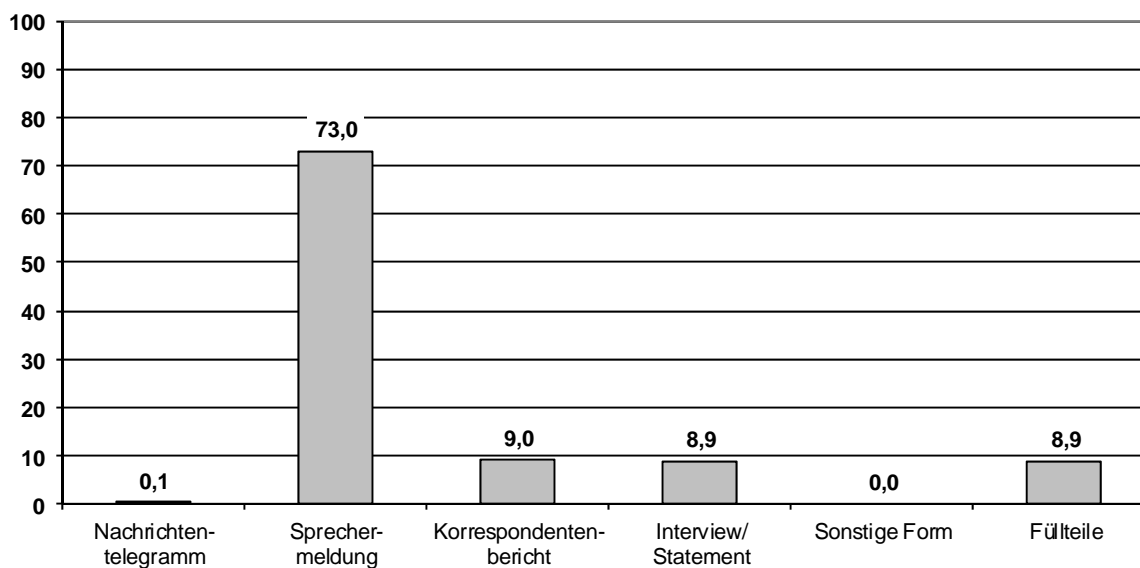
Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 21 RADIO 21 – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=21:00:37 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 22 RADIO 21 – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=9:04:32 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 22 RADIO 21 – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	4:35:36	88,6	156	88,6
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	-	-	-	-
Interview/Diskussion	0:08:08	2,6	3	1,7
Korrespondentenbericht	0:09:55	12,8	4	2,3
Reportage/Feature	-	-	-	-
Sonstige Form	0:17:23	5,6	13	7,4
Gesamt	5:11:02	100,0	176	100,0

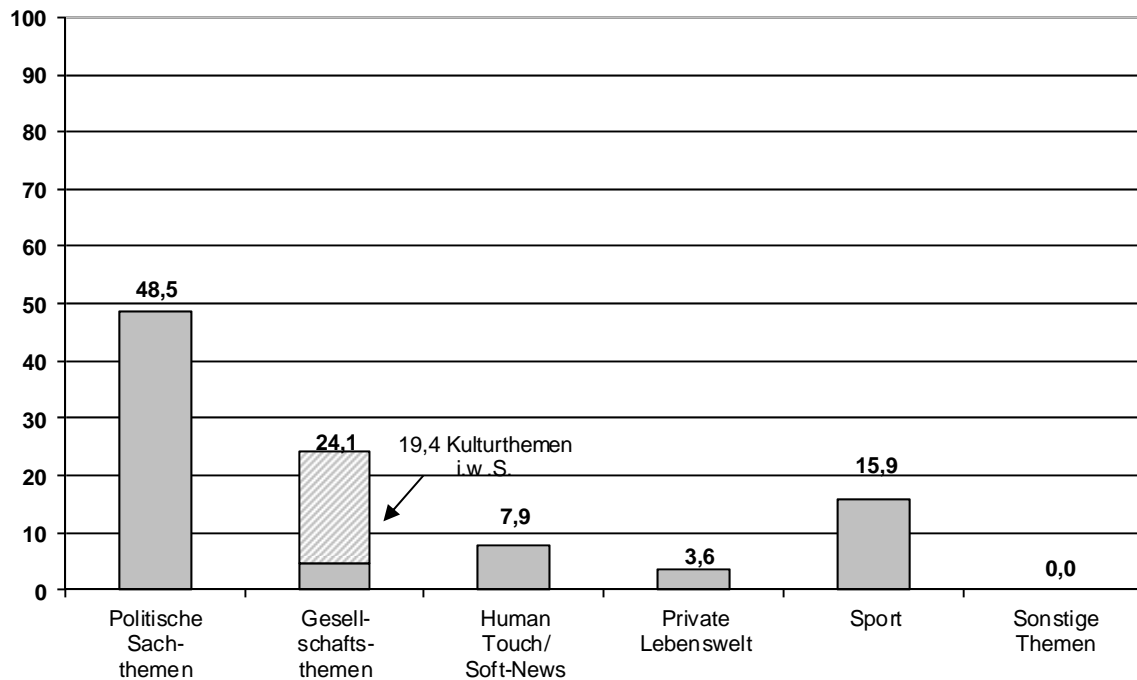
Tabelle 23 RADIO 21 – Formen der Informationsmoderation

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	1:30:45	32,9	64	41,0
Gespräch mit dem Hörer	0:32:23	11,8	15	9,6
Gespräch mit Prominenten/Experten	0:36:38	13,3	14	9,0
Gesprächsrunde im Studio	0:31:14	11,3	10	6,4
Sonstige Form	1:24:36	30,7	53	34,0
Gesamt	4:35:36	100,0	156	100,0

Tabelle 24 RADIO 21 – Funktionen des Informationsangebotes

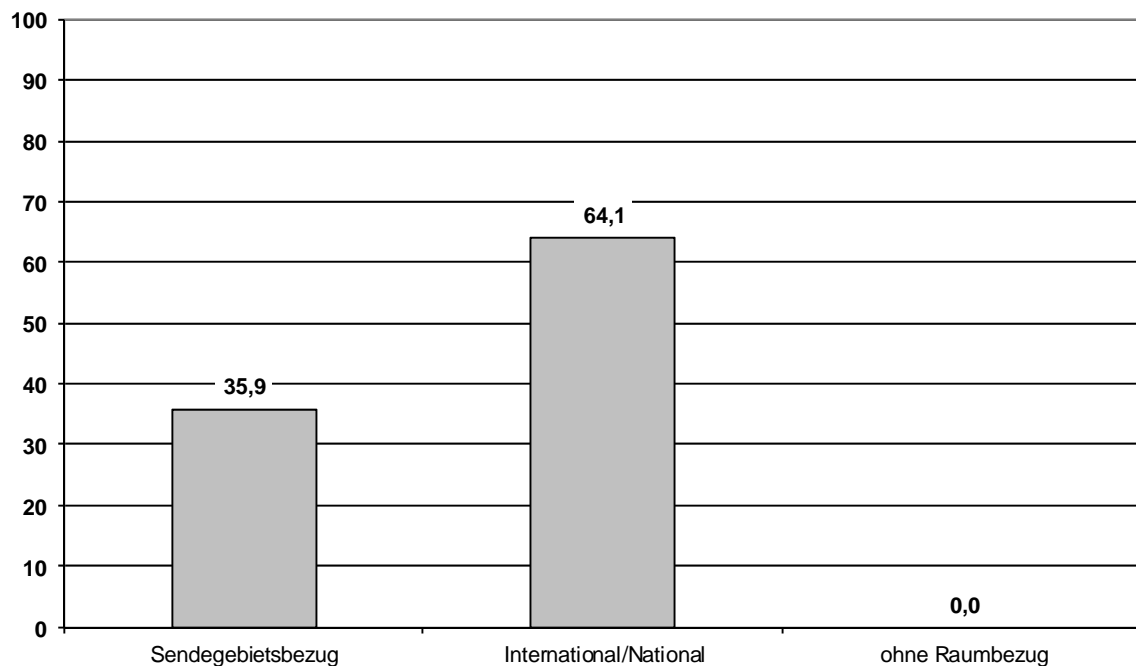
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Hinweisinformation	3:56:37	22,9	494	28,5
Ereignisinformation	13:14:52	77,1	1238	71,5
Beratungsinformation	-	-	-	-
Bildungsinformation	-	-	-	-
Gesamt	17:11:29	100,0	1.732	100,0

Abbildung 23 RADIO 21 – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=13:27:10 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 24 RADIO 21 – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (=17:11:29 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 25 **RADIO 21 – Herkunft der Interpreten**

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Deutschland	8	5,6
sonstige Länder	136	94,4
Gesamt	144	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

Tabelle 26 **RADIO 21 – Genre-Zuordnung der Musiktitel**

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Pop	18	12,5
Rock	66	45,8
Soft-Rock	11	7,6
Heavy Metal/Hard-Rock	25	17,4
Alternative/Indie-Rock	20	13,9
Rock/Experimental	-	-
R&B	-	-
Soul/Funk	-	-
Dance/Techno	-	-
Electronic	-	-
Punk/New Wave	1	0,7
HipHop/Rap	1	0,7
Rock & Roll/Roots	1	0,7
Reggae/Ska	1	0,7
Folk/Country Rock	-	-
Worldmusic	-	-
Jazz	-	-
Blues	-	-
Singer-Songwriter	-	-
Sonstiges	-	-
Gesamt	144	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

Tabelle 27 RADIO 21 – Sprache der Liedtexte

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Deutsch	7	4,9
Englisch	136	94,4
Französisch	-	-
Italienisch	-	-
Spanisch	1	0,7
Instrumentaltitel	-	-
Sonstige	-	-
Gesamt	144	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

3.1.4 Das Programmangebot von NDR 2

Format

Als werbetragendes Hörfunkprogramm des Norddeutschen Rundfunks steht NDR 2 in unmittelbarer Konkurrenz zur radio ffn und Antenne Niedersachsen. Im Unterschied zu den beiden niedersächsischen Privatradios umfasst das Sendegebiet von NDR 2 neben Niedersachsen auch Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern. Der damit zwangsläufig verbundene räumliche „Programmauftrag“ der Servicewelle („Informationen für den Norden“) wird vor allem innerhalb des Informationsangebots spürbar, wo der Fokus nur partiell auf Niedersachsen gerichtet ist. In der Anmutung hat NDR 2 jedoch, außerhalb der Informationsstrecken, durchaus Ähnlichkeiten mit den privaten Servicewellen. Auch NDR 2 ist im Tagesprogrammschema (montags bis freitags) durch großflächige Magazinstrecken strukturiert, die weitgehend über ihre Moderatoren definiert sind: Von 5 bis 10 Uhr läuft „Ponik & Petersen – Der NDR 2 Morgen“, dem bis 14 Uhr „Der NDR 2 Vormittag“ (mit Sascha Sommer) folgt. Von 14 bis 18 Uhr ist „Wiswedel & Mahrhold – Der NDR 2 Nachmittag“ auf Sendung. Am Wochenende wird dieses Schema verlassen und die Magazinstrecke heißt schlicht „Das NDR 2 Wochenende“. Am Samstag wird dieses Format von 15 bis 18 Uhr durch „Die NDR 2 Bundesligashow“ unterbrochen. Sonntags ist von 10 bis 12 Uhr das Talkformat „Tietjen talkt“ auf Sendung, und von 15 bis 20 Uhr werden innerhalb der Sendung „Der NDR 2 Sonntag“ die Ergebnisse der Fußball-Bundesliga präsentiert.

Innerhalb der Sendestunde unterscheidet sich das NDR 2-Format in der Grundstruktur wenig von der privaten Konkurrenz: Zur vollen Stunde werden immer die Hauptnachrichten gesendet, in den frühen Morgenstunden kommen zur halben Stunde auch Kurznachrichten. Zudem gibt es die üblichen Serviceanteile, Comedy, Moderatoren-Talk und ein Gewinnspiel. Das öffentlich-rechtliche Profil zeigt NDR 2 durch spezielle Informations-Formate. Hierzu gehört um 12, 17 und 19 Uhr der „NDR 2 Kurier“, der mit rund zehnminütigem Umfang aktuelle Ereignisberichterstattung liefert und Hintergründe aufarbeitet.¹³ Hinzu kommt donnerstags von 19 bis 20 Uhr das Format „NDR 2 Spezial – Das Thema“ in dem die hörfunkjournalistische Aufarbeitung eines aktuellen Themas erfolgt. Ein Alleinstellungsmerkmal innerhalb des Informationsangebots der niedersächsischen Begleitradios hat NDR 2 mit seiner umfangreichen Sportberichterstattung (primär Fußball) am Wochenende (s.u.).

NDR 2 sendet im Tagesbegleitprogramm ein historisiertes Adult-Contemporary-Musikformat mit den Subformaten Current based AC, Soft AC und German based AC. Die dazugehörige Zielgruppe umfasst das Altersspektrum von 14 bis 49 Jahren. Neben aktuellen Hitparaden-Titeln und Recurrents werden Radio-Hits aus den vergangenen Jahrzehnten gespielt. Einen Schwerpunkt bilden dabei die 80er Jahre. Der NDR 2-Musikclaim lautet konsequenterweise: „Alle aktuellen Hits und die besten 80er“. Bei dem Musik-Mix von aktuellen Radio-Hits (inklusive Recurrents) und 80er Jahre-Songs überwiegen eindeutig die melodischen Popsongs der Gegenwart. Dazu zählen auch deutschsprachige Interpreten wie Mark Forster, Adel Tawil, Wincent Weiss, Revolverheld oder Tim Bendzko. Was den Höreindruck

¹³ Diese Sendetermine gelten montags bis freitags, am Wochenende läuft der „NDR 2 Kurier um 12“.

betrifft, so ist bei der Musikauswahl des NDR 2 ein gemäßigter Musikstil das formatbestimmende Element. Der „Sound“ des Senders möchte das Publikum musikalisch nicht irritieren, sondern auf Grundlage der melodischen Popmusik eine Durchhörbarkeit garantieren. In der abendlichen Sendestrecke differenziert sich das Musikprogramm von NDR 2 aus. Es werden umfangreiche Musikspecials gesendet. Dazu zählen Live-Konzerte, Meilensteine der Musikgeschichte sowie Neuvorstellungen aus dem Bereich Rock und Pop. Jeder Wochentag hat am Abend seine eigene, regelmäßig wiederkehrende musikalische Spezialsendung (Reihentitel: „Soundcheck“): Montags werden Radio-Konzerte und Live-Songs gespielt; dienstags und freitags gibt es „Neue Musik“ mit Plattenvorstellungen, Interviews und News; mittwochs strahlt NDR 2 die „Musikszene Deutschland“ aus und widmet sich deutschen Titeln und neuen Labels; donnerstags moderiert Peter Urban eine Show mit neuen Alben und Singles; samstags umfasst die „NDR 2 Soundcheck Party“ neben aktuellen Chart-Hits vor allem Club-Klassiker der Genres Funk, Soul, R'n'B, Disco und Dance; sonntags bestimmen schließlich ruhige „Easy Sounds“ den Abend.

Die quantitative Musikanalyse zeigt, dass über 70 Prozent der Musiktitel aus den Segmenten Pop (59,6 Prozent) und Rock (12,3 Prozent) stammen. Im Vergleich zur letzten Erhebung hat sich bei NDR 2 in Bezug auf diese beiden dominanten Genres keine nennenswerte Verschiebung ergeben (der Rock-Anteil fällt lediglich etwas geringer aus). An Bedeutung haben dagegen die Segmente Dance/Techno mit fast 10 Prozent und Electronic (4,1 Prozent) gewonnen. Diese Entwicklung korrespondiert mit der musikalischen Anmutung der Airplay-Charts, die in den vergangenen Jahren pop- und dancelastiger geworden sind.

Quantitative Ergebnisse

Die Grundstruktur des Programmangebots von NDR 2 hat sich im Vergleich zum letzten Erhebungszeitraum nur geringfügig verändert. Insbesondere der Wortanteil ist mit gut 25 Prozent bemerkenswert konstant geblieben. Dabei dominiert das informierende Wort mit fast 20 Prozent. Der Anteil der Musik am Gesamtprogramm liegt bei rund 69 Prozent (2013: 70,7 Prozent), Verpackungselemente spielen mit 1,5 Prozent nur eine sehr kleine Rolle. Der Umfang der Werbung hat sich um 1,7 Prozentpunkte gegenüber 2013 auf 4 Prozent erhöht.

In der Prime Time und der Drive Time ist der Musikanteil mit jeweils rund 61 Prozent etwas geringer als im sonstigen Tagesprogramm. Dagegen erhöht sich der Anteil des gesprochenen Wortes. Nachrichten und das sonstige Wort nehmen in der Prime Time zusammen einen Anteil von gut 13 Prozent ein, der Service beansprucht knapp 6 Prozent. In der Drive Time wird der Anteil von Nachrichten und des sonstigen Wortes nochmals auf insgesamt 20 Prozent gesteigert; hinzu kommen über 6 Prozent Service-Anteil.

Tabelle 28 **Basisprogrammategorien von NDR 2 im Längsschnitt
(in Prozent)**

Erhebungsjahr	Musik	Werbung	Wort		
			gesamt	nicht- informierend	informierend
2001	71,0	2,5	24,1	5,0	19,1
2005	76,4	2,2	18,6	4,4	14,2
2009	70,1	2,3	24,5	4,8	19,7
2013	70,7	2,3	25,1	4,3	20,9
2017	69,4	4,0	25,1	5,3	19,9

Ein Blick auf die Darstellungsformen zeigt, dass das Nachrichten- und Serviceangebot von NDR 2 gegenüber der letzten Erhebung leicht reduziert wurde. Während Nachrichtensendungen 2013 noch über zehn Stunden füllten, beträgt der Umfang im aktuellen Untersuchungszeitraum nur knapp neuneinhalb Stunden – ein Anteil von rund 30 Prozent am informierenden Wort. Der Service wurde um rund 1 Stunde 25 Minuten auf 5 Stunden 45 Minuten reduziert (18,2 Prozent). Im Gegensatz dazu wurde der Umfang der radiojournalistischen Darstellungsformen (von 27,6 Prozent auf 30,8 Prozent) und der Regie- und Unterhaltungsmoderation (von 12,4 auf 16,1 Prozent) leicht ausgeweitet.

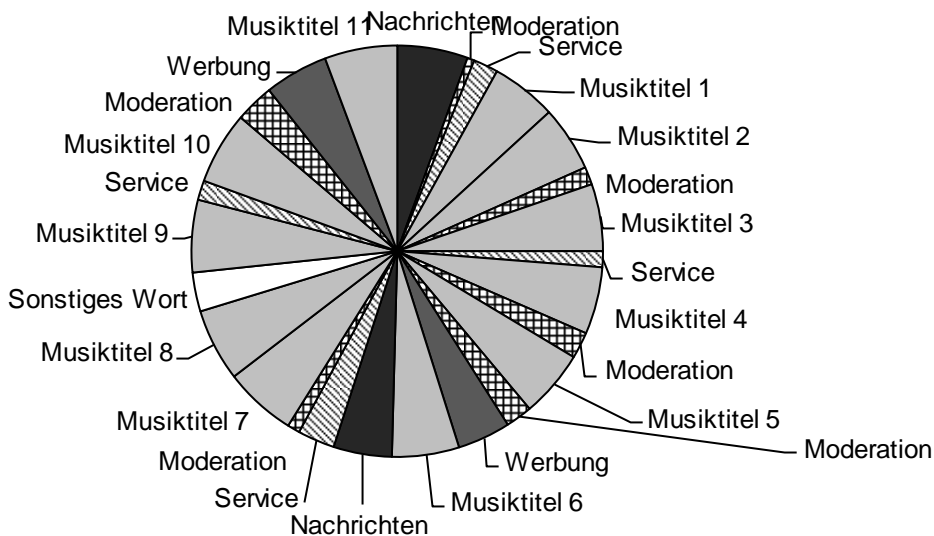
Innerhalb der Nachrichtensendungen fällt der große Anteil von Korrespondentenberichten (52,9 Prozent) auf. Hinzu kommen rund fünf Prozent an anderen ausführlichen Beiträgen, die sich aus mehreren Darstellungsformen zusammensetzen. Damit heben sich die Nachrichtensendungen von NDR 2 durch hörfunkjournalistischen Aufwand und Umfang von den privaten Sendern ab. Auch außerhalb der Nachrichtensendungen nehmen aufwändige Darstellungsformen wie Korrespondentenberichte breiten Raum ein.

Die Themenagenda von NDR 2 wird mit 40,1 Prozent von politischen Themen bestimmt – eine Steigerung gegenüber 2013 um gut elf Prozentpunkte. Dagegen haben gesellschaftliche Themenbereiche nur noch einen Anteil von 10,9 Prozent. Dies entspricht einem Rückgang um über 22 Prozentpunkte. Insbesondere die Kulturberichterstattung spielt mit 2 Prozent nur noch eine kleine Rolle im Programm von NDR 2.¹⁴ Auffällig ist der große Stellenwert des Sports, der knapp 40 Prozent Anteil am informierenden Wort (ohne Service) für sich beansprucht. Dieser außergewöhnlich große Anteil lässt sich auf die o.g. Sportsendungs-Formate zurückführen.

¹⁴ Da die beschriebene Themenselektion bei allen in diesem Kapitel behandelten Programmen zu finden ist, muss hierfür die Ereignislage ursächlich sein, wie sie bei radio ffn und Antenne Niedersachsen beschrieben ist.

Der Sendegebietsbezug von NDR 2 ist vor dem Hintergrund des großflächigen Verbreitungsgebietes zu betrachten. Rund 54 Prozent der Berichterstattung fokussieren auf das Sendegebiet, also auf den norddeutschen Raum insgesamt oder auf einzelne Bundesländer. Auch die Berichterstattung über nationale und internationale Themen nimmt mit einem Anteil von 43,6 Prozent breiten Raum ein. Absolut beträgt der Umfang der Berichterstattung über das Sendegebiet 13 Stunden, knapp acht Stunden entfallen hiervon auf Niedersachsen. Hierbei nehmen mit rund 5 Stunden 45 Minuten allerdings Servicemeldungen den größten Raum ein. Die ereignisbezogene Berichterstattung mit Fokus auf Niedersachsen beträgt dagegen lediglich gut zwei Stunden.

Abbildung 25 Formatanalyse von NDR 2 – Prime Time



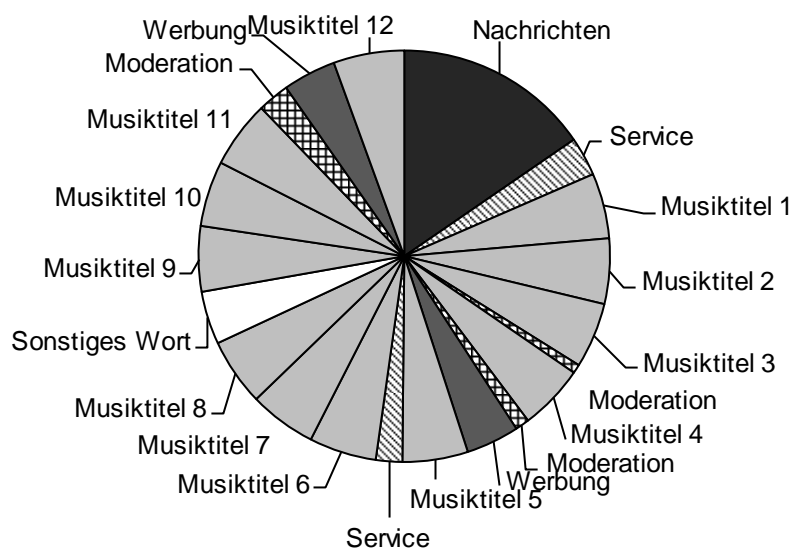
Die Sendeuhr gibt einen schematischen Überblick über das stündliche Format für die Zeit von 6 bis 7 Uhr für die Wochentage Montag bis Freitag (Durchschnittswerte). In der Darstellung sind alle Programmelemente ab einer Sendedauer von 30 Sekunden berücksichtigt.

Tabelle 29 Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Musik	0:37:02	61,7	11	24,4
Jingles und Trailer	0:00:55	1,5	5	11,1
Werbung	0:04:56	8,2	2	4,4
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:05:44	9,6	8	17,8
Service	0:03:25	5,7	6	13,3
Nachrichten	0:06:18	10,5	12	26,7
Sonstiges Wort	0:01:40	2,8	1	2,2
Gesamt	1:00:00	100,0	45	100,0

Die Tabelle stellt die durchschnittliche Verteilung für die Sendezeit von 6 bis 7 Uhr über die Wochentage Montag bis Freitag dar. Erfasst wurden alle Programmelemente ab einer Sendedauer von mindestens 3 Sekunden (allgemeine Erfassungsgrenze der Inhaltsanalyse).

Abbildung 26 **Formatanalyse von NDR 2 – Drive Time**



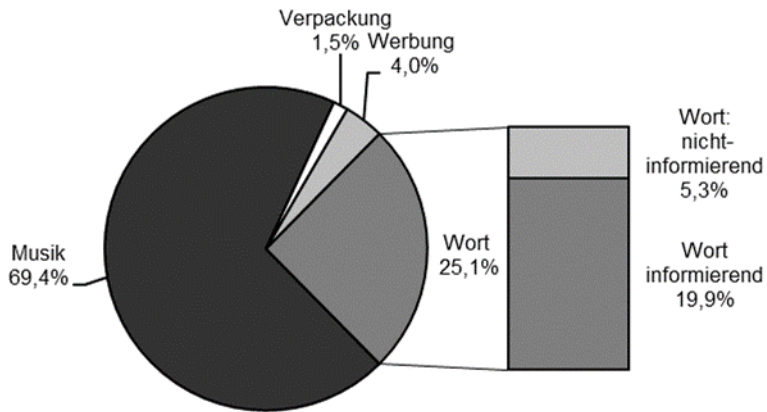
Die Sendeuhr gibt einen schematischen Überblick über das stündliche Format für die Zeit von 17 bis 18 Uhr für die Wochentage Montag bis Freitag (Durchschnittswerte). In der Darstellung sind alle Programmelemente ab einer Sendedauer von 30 Sekunden berücksichtigt.

Tabelle 30 **Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde**

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Musik	0:36:37	61,0	12	37,5
Jingles und Trailer	0:00:56	1,5	4	12,5
Werbung	0:04:57	8,3	2	6,3
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:01:50	3,1	3	9,4
Service	0:03:42	6,2	4	12,5
Nachrichten	0:09:31	15,9	6	18,8
Sonstiges Wort	0:02:27	4,1	1	3,1
Gesamt	1:00:00	100,0	32	100,0

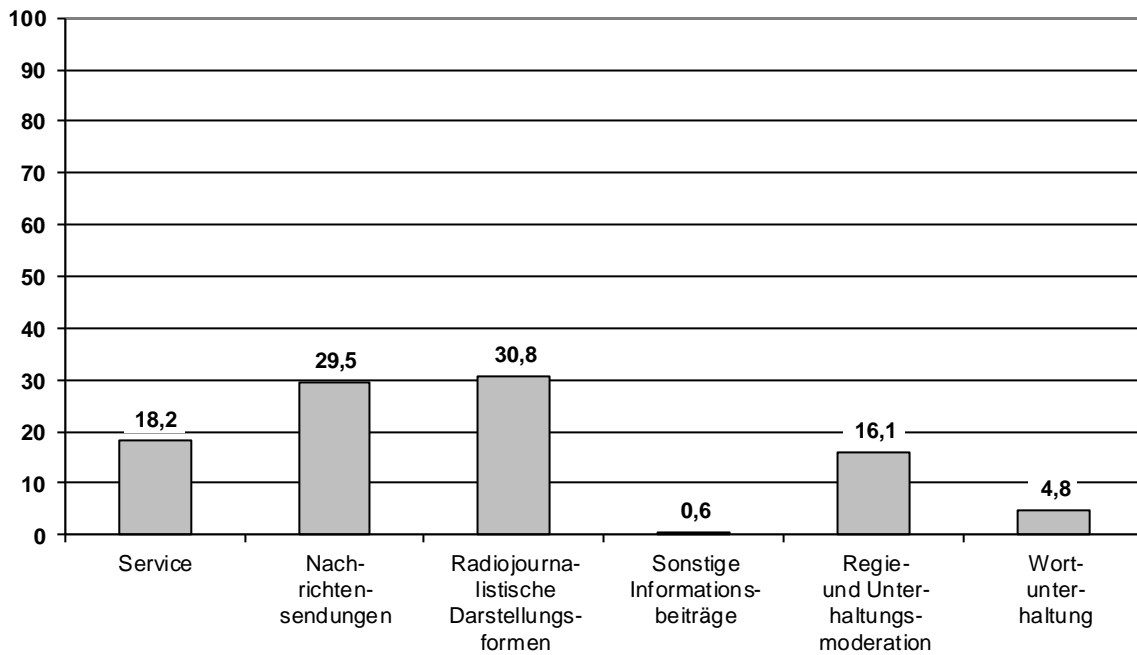
Die Tabelle stellt die durchschnittliche Verteilung für die Sendezeit von 17 bis 18 Uhr über die Wochentage Montag bis Freitag dar. Erfasst wurden alle Programmelemente ab einer Sendedauer von mindestens 3 Sekunden (allgemeine Erfassungsgrenze der Inhaltsanalyse).

Abbildung 27 NDR 2 – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

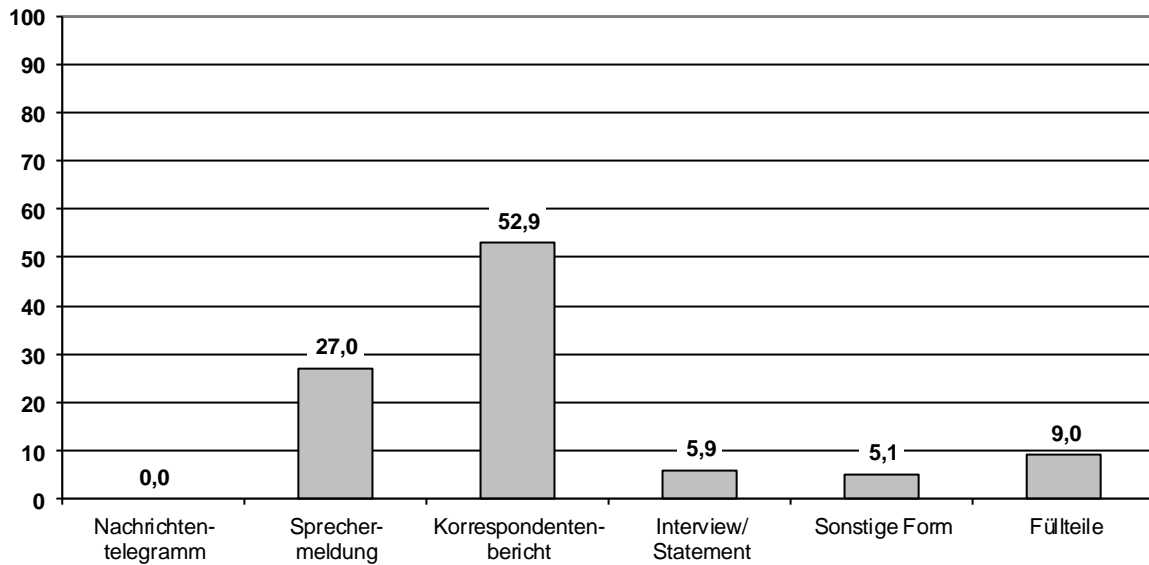
Abbildung 28 NDR 2 – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=31:41:02 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

* Wortunterhaltung = Unterhaltungsformen sowie unterhaltungsbetonte selbständige Hörerbeiträge

Abbildung 29 NDR 2 – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=9:21:35 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 31 NDR 2 – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	1:37:18	16,6	56	25,6
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	-	-	-	-
Interview/Diskussion	-	-	-	-
Korrespondentenbericht	7:03:05	72,2	146	66,7
Reportage/Feature	0:57:31	9,8	13	5,9
Sonstige Form	0:08:13	1,4	4	1,8
Gesamt	9:46:07	100,0	219	100,0

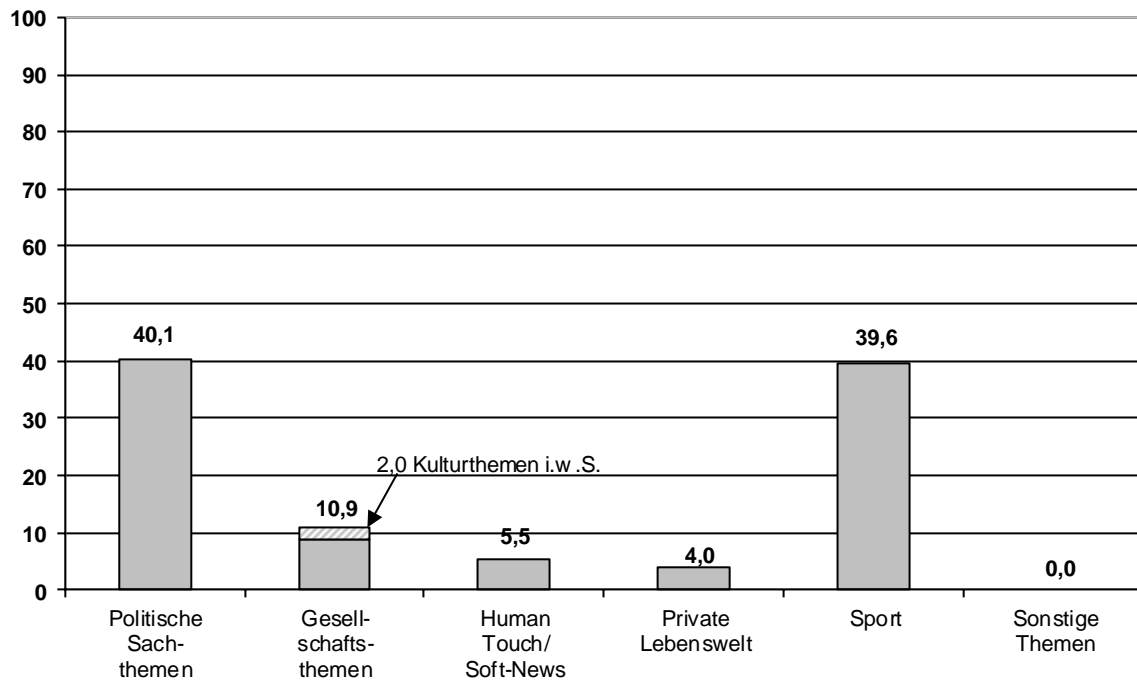
Tabelle 32 NDR 2 – Formen der Informationsmoderation

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	0:14:40	15,1	13	23,2
Gespräch mit dem Hörer	0:13:07	13,5	8	14,3
Gespräch mit Prominenten/Experten	0:24:00	24,7	10	17,9
Gesprächsrunde im Studio	0:30:01	30,8	14	25,0
Sonstige Form	0:15:30	15,9	11	19,6
Gesamt	1:37:18	100,0	56	100,0

Tabelle 33 NDR 2 – Funktionen des Informationsangebotes

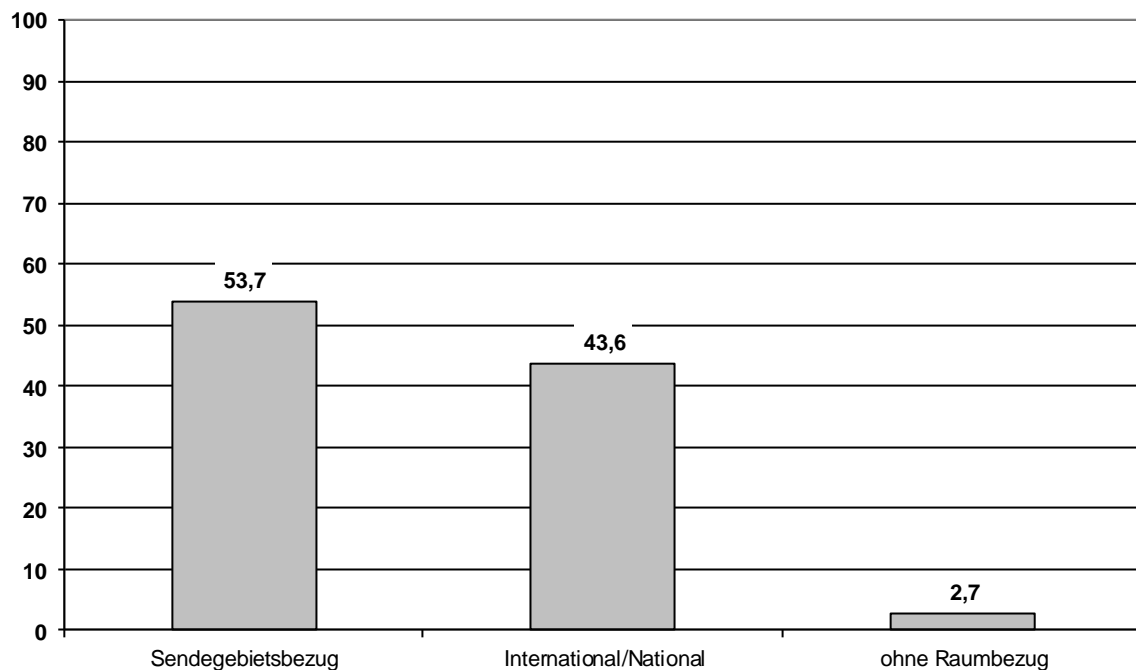
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Hinweisinformation	5:57:48	24,6	508	33,8
Ereignisinformation	18:03:12	74,5	989	65,7
Beratungsinformation	0:10:37	0,7	7	0,5
Bildungsinformation	0:01:44	0,1	1	0,1
Gesamt	24:13:21	100,0	1.505	100,0

Abbildung 30 NDR 2 – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=18:27:34 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 31 NDR 2 – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (=24:13:21 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 34 NDR 2 – Herkunft der Interpreten

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Deutschland	32	18,7
sonstige Länder	139	81,3
Gesamt	171	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

Tabelle 35 NDR 2 – Genre-Zuordnung der Musiktitel

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Pop	102	59,6
Rock	21	12,3
Soft-Rock	5	2,9
Heavy Metal/Hard-Rock	-	-
Alternative/Indie-Rock	5	2,9
Rock/Experimental	-	-
R&B	4	2,3
Soul/Funk	5	2,9
Dance/Techno	17	9,9
Electronic	7	4,1
Punk/New Wave	-	-
HipHop/Rap	-	-
Rock & Roll/Roots	-	-
Reggae/Ska	-	-
Folk/Country Rock	1	0,6
Worldmusic	-	-
Jazz	-	-
Blues	3	1,8
Singer-Songwriter	-	-
Schlager	1	0,6
Sonstiges	-	-
Gesamt	171	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

Tabelle 36 **NDR 2 – Sprache der Liedtexte**

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Deutsch	19	11,1
Englisch	152	88,9
Französisch	-	-
Italienisch	-	-
Spanisch	-	-
Instrumentaltitel	-	-
Sonstige	-	-
Gesamt	171	100,0

Basis: Tagesstichprobe vom 03.04.2017, Musiktitelanalyse von 5–20 Uhr

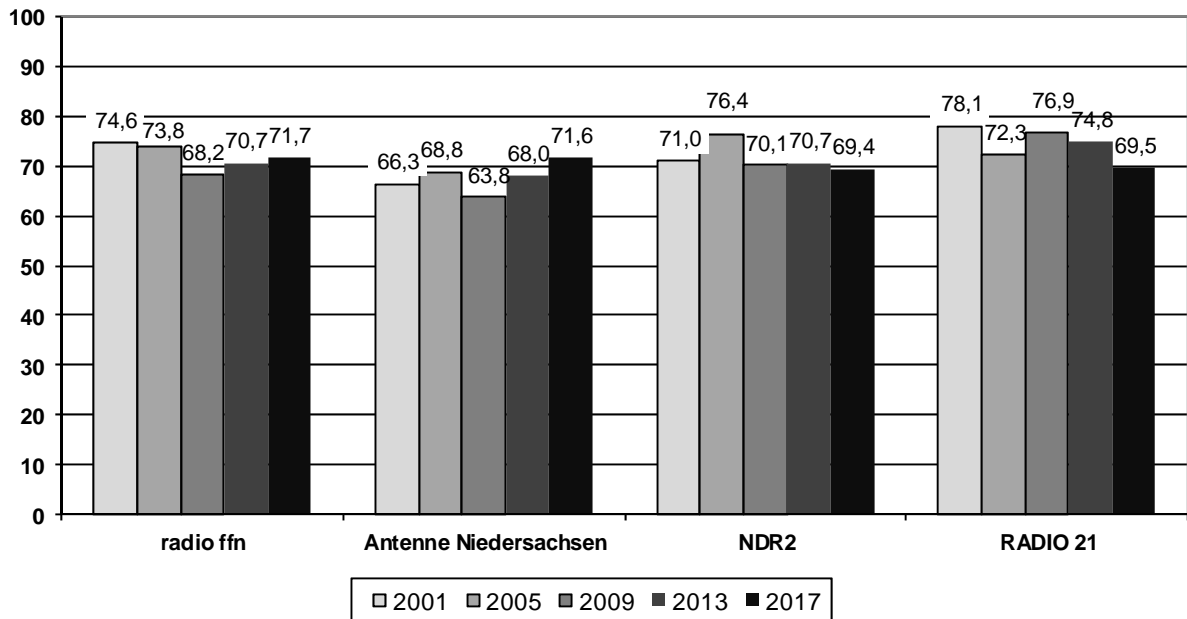
3.2 Vergleich der Programmleistungen

Grundstruktur der Programmangebote

Die in Konkurrenz stehenden vier niedersächsischen Hörfunkangebote radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 unterscheiden sich in ihrer Grundstruktur in einem Bereich kaum: Der Musikanteil an ihrem Gesamtprogramm beträgt jeweils rund 70 Prozent. Bedingt durch den unterschiedlichen Werbeumfang und den Anteil von Verpackungselementen ergeben sich jedoch leichte Abweichungen beim Wortanteil: Er liegt mit 17 Prozent am niedrigsten bei RADIO 21 und mit 25 Prozent am höchsten bei NDR 2. Bei radio ffn beträgt er 21 Prozent und bei Antenne Niedersachsen 19 Prozent. Im Vergleich zur letzten Untersuchung sind radio ffn und NDR 2 in ihren Werten exakt identisch geblieben, während RADIO 21 seinen Wortanteil um 3 Prozentpunkte erhöht und Antenne Niedersachsen ihren um 3 Prozentpunkte gesenkt hat. Beim Informationsangebot zeigt sich der Systemunterschied zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Angeboten: Während der Informationsumfang bei den privaten Hörfunkveranstaltern 14 (radio ffn und RADIO 21) bzw. 13 Prozent (Antenne Niedersachsen) beträgt, liegt er bei NDR 2 mit 20 Prozent deutlich darüber. Dieser Unterschied ist auch für die Hörer wahrnehmbar. Im retrospektiven Vergleich haben radio ffn und NDR 2 ihren Informationsumfang jeweils marginal um einen Prozentpunkt verringert, während Antenne Niedersachsen hier 4 Prozentpunkte abgebaut und RADIO 21 um 3 Prozentpunkte erhöht hat. Bei beiden letztgenannten Programmen ist auch dies in der Anmutung spürbar bzw. hörbar.

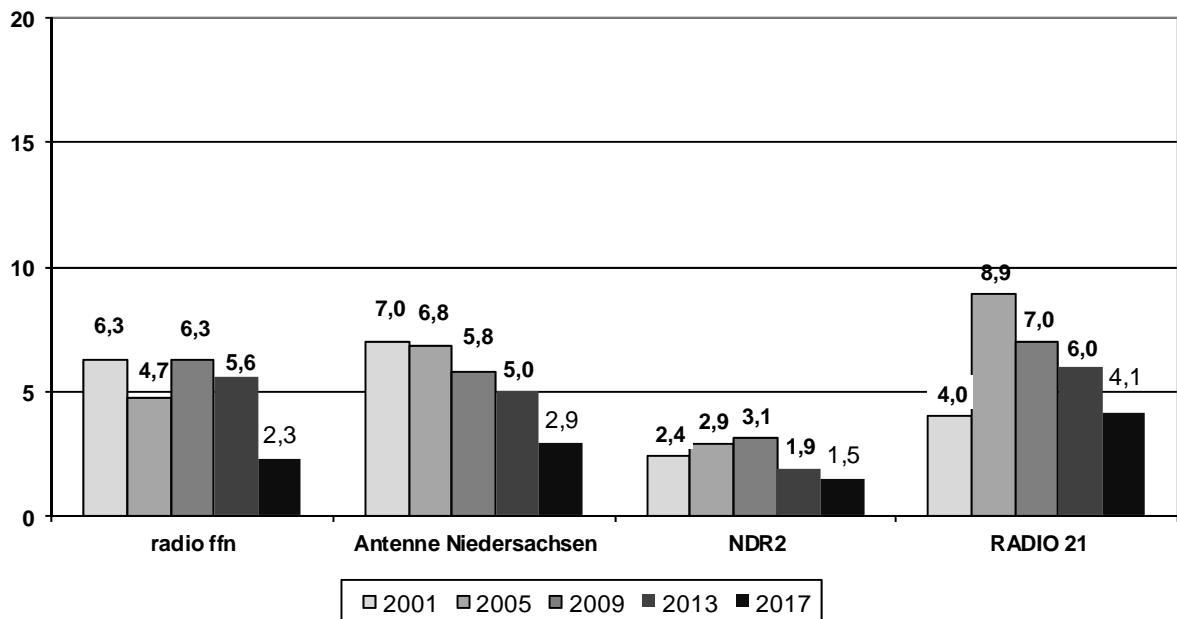
Zusammengefasst bleibt festzuhalten, dass die vier in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen in unmittelbarer Konkurrenz stehenden niedersächsischen Hörfunkprogramme sich in ihrer Grundstruktur nur in einem Punkt wesentlich unterscheiden: NDR 2 ist mit 6 bis 7 Prozentpunkten mehr an Informationsanteilen deutlicher hörfunkjournalistischer ausgerichtet, als dies bei der privaten Konkurrenz der Fall ist. Dies betrifft, wie im vorhergehenden Teil dargelegt, nicht nur den quantitativen Aspekt, sondern auch die Formenvielfalt und den damit verbundenen journalistischen Aufwand an Recherche und Produktion.

Abbildung 32 Musik-Anteile von radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 im Vergleich – Anteile an der Sendezeit in Prozent



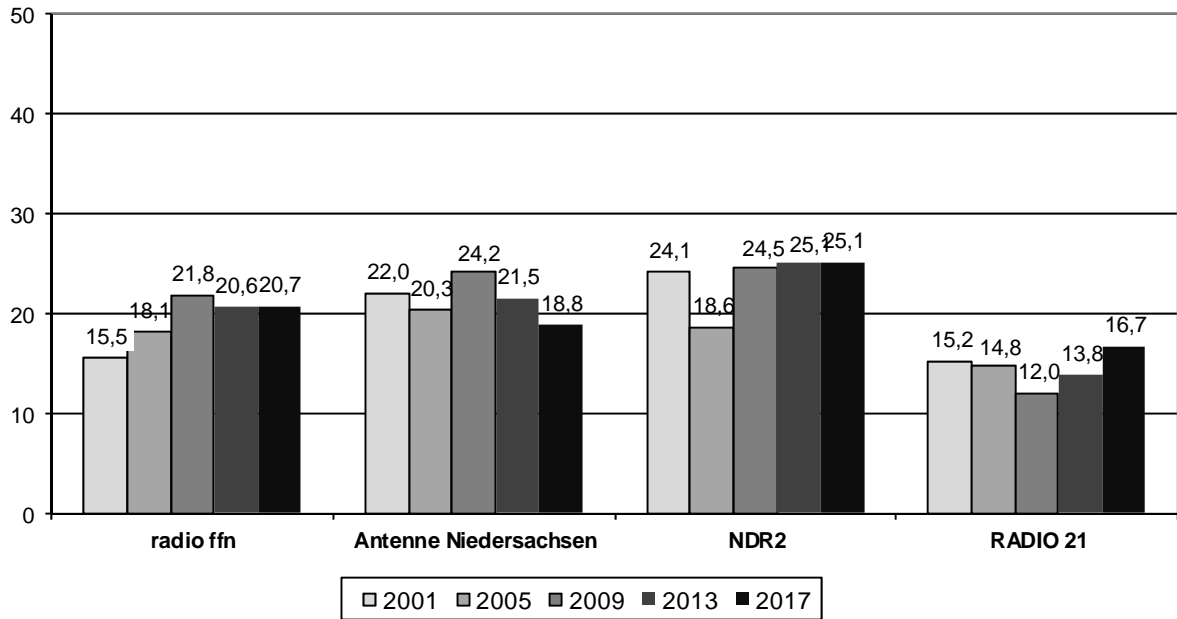
Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 33 Anteile der Verpackung von radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 im Vergleich – Anteile an der Sendezeit in Prozent



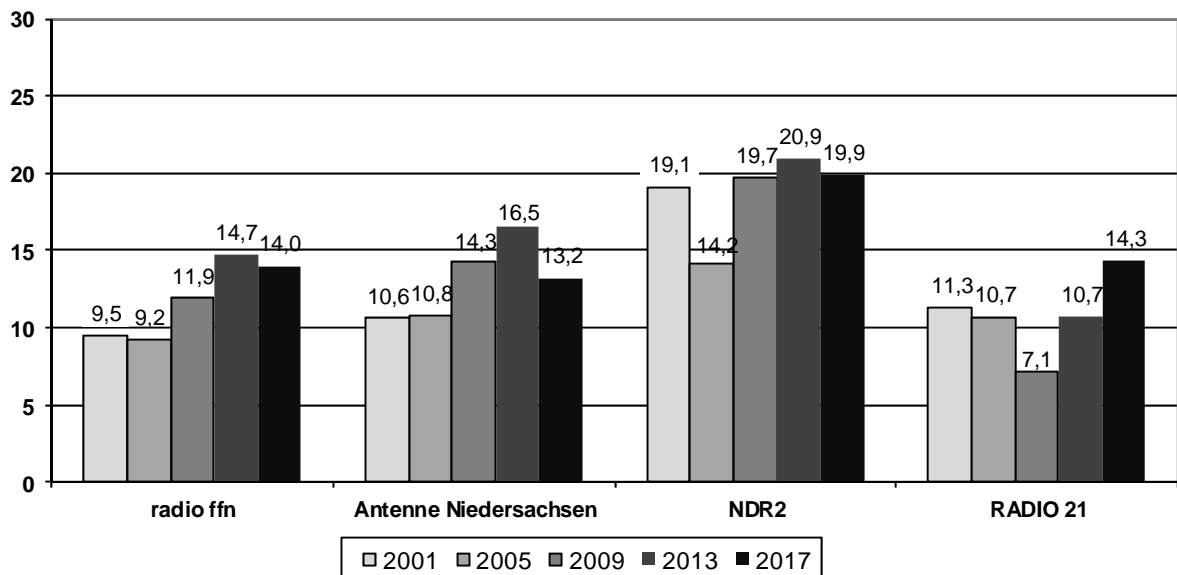
Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 34 Wortanteile von radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 im Vergleich – Anteile an der Sendezeit in Prozent



Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 35 Informationsanteile von radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 im Vergleich – Anteile an der Sendezeit in Prozent



Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 37 **Programme von radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)**

	radio ffn	Antenne Nds.	NDR 2	RADIO 21
Musik	90:21:38	90:13:35	87:24:46	87:33:15
Verpackung	2:54:53	3:39:58	1:50:45	5:08:08
Werbung	6:35:22	8:26:30	5:03:27	12:18:00
Wort	26:08:07	23:39:57	31:41:02	21:00:37
nicht-informierend	8:33:01	6:58:48	6:37:03	3:00:44
informierend	17:35:06	16:41:09	25:03:59	17:59:53
Darstellungsformen des Wortangebotes	26:08:07	23:39:57	31:41:02	21:00:37
Service	8:08:02	7:12:25	5:45:47	3:44:19
Nachrichtensendungen	7:43:35	7:41:29	9:21:35	9:04:32
Regie- und Unterhaltungsmoderation	5:57:26	4:30:33	5:05:41	2:25:38
Wortunterhaltung	2:35:35	2:28:15	1:31:22	0:35:06
Sonstige Darstellungsformen*	1:43:29	1:47:15	9:56:37	5:11:02
Themen	8:15:58	8:53:25	18:27:34	13:27:10
Politische Sachthemen	4:45:21	4:08:25	7:23:47	6:31:17
Gesellschaftsthemen	0:55:17	1:24:34	2:00:29	3:14:30
Human Touch	1:31:50	1:53:39	1:01:04	1:03:57
Private Lebenswelt	0:13:48	0:18:30	0:44:11	0:28:51
Sport	0:49:42	1:08:17	7:18:03	2:08:35
Sonstige	-	-	-	-

* Radiojournalistische Darstellungsformen und sonstige Informationsanteile

Die Niedersachsen-Berichterstattung

In den Kapiteln mit der detaillierten Programmanalyse wurden die Sendegebietsbezüge innerhalb der Berichterstattung der untersuchten Programme bereits dargestellt. Als Sendegebiet im weitesten Sinne ist dort die Region Norddeutschland mit allen Bundesländern (Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen) definiert. Nachfolgend wird die Hörfunkberichterstattung mit Bezug auf das *Land Niedersachsen* in den Blick gefasst. Wenn man die hierauf bezogenen Informationsleistungen vergleichen will, sind allerdings die unterschiedlichen Kernsendegebiets der vier Programme zu berücksichtigen: Während für radio ffn, Antenne Niedersachsen und RADIO 21 Niedersachsen das Kernsendegebiet darstellt, sind es für NDR 2 vier norddeutsche Bundesländer (Schleswig-Holstein, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen). Die nachfolgende Übersicht veranschaulicht die Sendevolumina der auf Niedersachsen bezogenen Berichterstattung.

Übersicht 3 Niedersachsen-Berichterstattung in absoluten Werten (Std:Min:Sek)

Sender	radio ffn*	Antenne Nds.*	NDR 2	RADIO 21
insgesamt	12:19:31	12:24:24	7:56:51	6:10:24
davon**:				
Hinweis- information***	8:08:44	7:14:36	5:45:47	3:46:34
Ereignisinformation	4:05:40	5:09:48	2:11:04	2:23:50

* Werte bei radio ffn und Antenne Niedersachsen inkl. eines Regionalfensters.

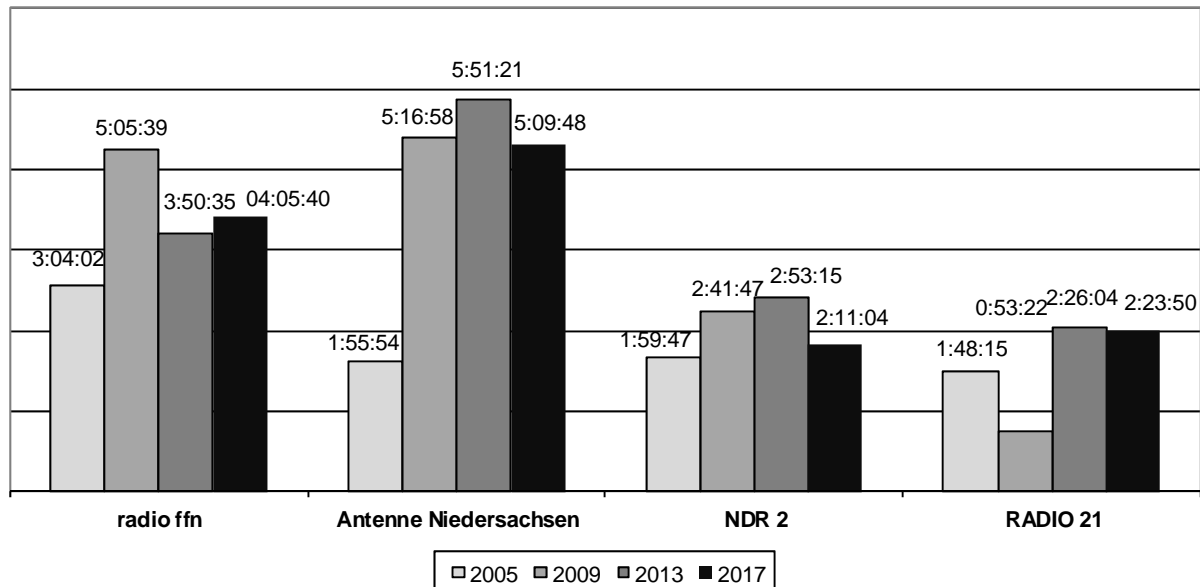
** Ohne Ausweisung marginaler Anteile mit Beratungsfunktion

*** Der Service bei NDR 2 bezieht sich häufig auf Norddeutschland insgesamt, beinhaltet aber jeweils große Bezüge zu Niedersachsen und wurde daher als Niedersachsenbezug gewertet.

Der Vergleich zwischen den drei Vollprogrammen zeigt, dass radio ffn und Antenne Niedersachsen in deutlich größerem Umfang über Niedersachsen berichten als NDR 2. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass der Service (primär Wetter und Verkehr) bei diesen Hörfunkangeboten großen Sendeanteil hat. Fasst man nur die Ereignisberichterstattung – also Meldungen und Berichte über Geschehnisse in Niedersachsen – in den Blick, ergibt sich folgendes Bild: Antenne Niedersachsen berichtet im Untersuchungszeitraum mit gut fünf Stunden am umfangreichsten über Niedersachsen. während radio ffn mit gut vier Stunden etwas weniger an Berichterstattung mit Niedersachsenbezug aufweist. Im Vergleich zu NDR 2 hingegen haben beide Programme in diesem Punkt ein deutlich anderes Profil. Die niedersächsische Hörerschaft erhält bei NDR 2 mit gut 2 Stunden in der Untersuchungswoche erheblich weniger Informationen aus ihrem Bundesland als bei den privaten Servicewellen. Der Umfang der Niedersachsenberichterstattung ist bei NDR 2 im Vergleich zu letzten Erhebung sogar um rund 40 Minuten rückläufig. Gegenüber den Vollprogrammen ist beim Spartenprogramm RADIO 21 der Niedersachsenbezug erheblich geringer, er liegt aber mit 2 Stunden 20 Minuten sogar noch leicht über demjenigen von NDR 2. Vor dem Hintergrund der NDR-Wellenstruktur und dem großen norddeutschen Verbreitungsgebiet ist diese redaktionelle Ausrichtung allerdings

erklärbar. Demgegenüber hat NDR 1 Radio Niedersachsen einen klaren Niedersachsenbezug und ist – nicht nur in der NDR-Philosophie, sondern auch faktisch – das Hörfunkangebot mit dem größten Volumen an Berichterstattung über dieses Land.

Abbildung 36 Ereignisbezogene Berichterstattung mit Niedersachsenbezug 2005, 2009, 2013 und 2017



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (in Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

In der bisherigen Analyse sind zwei Aspekte unberücksichtigt geblieben, die nachfolgend behandelt werden: die regionale Streuung der Berichterstattung über das Flächenland Niedersachsen sowie die Themenauswahl bzw. die Berücksichtigung relevanter Ereignisse. Innerhalb der Niedersachsen-Berichterstattung wurde in der Analyse zwischen solchen Themen differenziert, die einen pauschalen Niedersachsenbezug aufweisen (d.h. ohne die konkrete Bezugnahme auf einen niedersächsischen Ort) und solchen mit explizitem Ortsbezug. Bei Beiträgen mit landesweiten Bezügen handelt es sich vornehmlich um Wetterberichte und Verkehrshinweise und nur in geringem Umfang um andere Themenbereiche.

Nachfolgend wird die Niedersachsen-Berichterstattung mit explizitem Ortsbezug eingehender analysiert. Bei der Berichterstattung mit Ortsnennung handelt es sich im Wesentlichen um Ereignisinformationen über das tagesaktuelle Geschehen in Niedersachsen.¹⁵ Bei der Betrachtung dieser „Ortsmarken“ ist zu berücksichtigen, dass radio ffN und Antenne Niedersachsen ihre Programme jeweils in verschiedene Regionalfenster auseinanderschalten. Insofern ist beim Niedersachsenbezug zwischen Meldungen zu unterscheiden, die alle Hörer empfangen können, und solchen, die nur in den jeweiligen Regionalfenster-Sendegebieten ausgestrahlt werden. Die Analyse der Ortsbezüge macht deutlich, dass radio ffN und Antenne Niedersach-

¹⁵ Ortsnennungen bei Verkehrsmeldungen und dem Wetterbericht sind hier nicht enthalten.

sen den größten Teil ihrer Ereignisberichterstattung über Niedersachsen in den Regionalfenstern erbringen: Während im landesweiten Programm von radio ffn 206 Ortsnennungen auftauchen, die aus 36 verschiedenen Orten stammen, sind es inklusive aller Regionalfenster 920 Nennungen aus 93 Orten. Bei Antenne Niedersachsen sind es ohne die Regionalfenster 274 Ortsnennungen aus 47 verschiedenen Orten und inklusive der Regionalfenster 716 aus 86 unterschiedlichen Orten.

Die Abbildungen 37 bis 42 zeigen die regionale Streuung der Berichterstattung bei den Themen mit Ortsbezug. Die Darstellungen veranschaulichen, dass radio ffn und Antenne Niedersachsen – insbesondere unter Einbezug ihrer Regionalfenster – eine breitere Abdeckung der Fläche erreichen als NDR 2 und RADIO 21. Durch die Regionalfensterberichterstattung steigt bei radio ffn und Antenne Niedersachsen auch die hörfunkjournalistisch aufgebrauchte Gesamtsendezeit mit Ortsbezug. Bei radio ffn sind es fast 17 Stunden und bei Antenne Niedersachsen gut 11 Stunden. Bei den Sendern ohne Regionalfenster ist die Gesamtzeit mit Ortsbezug nachvollziehbarerweise deutlich geringer: zwischen 0,5 und 3 Stunden.

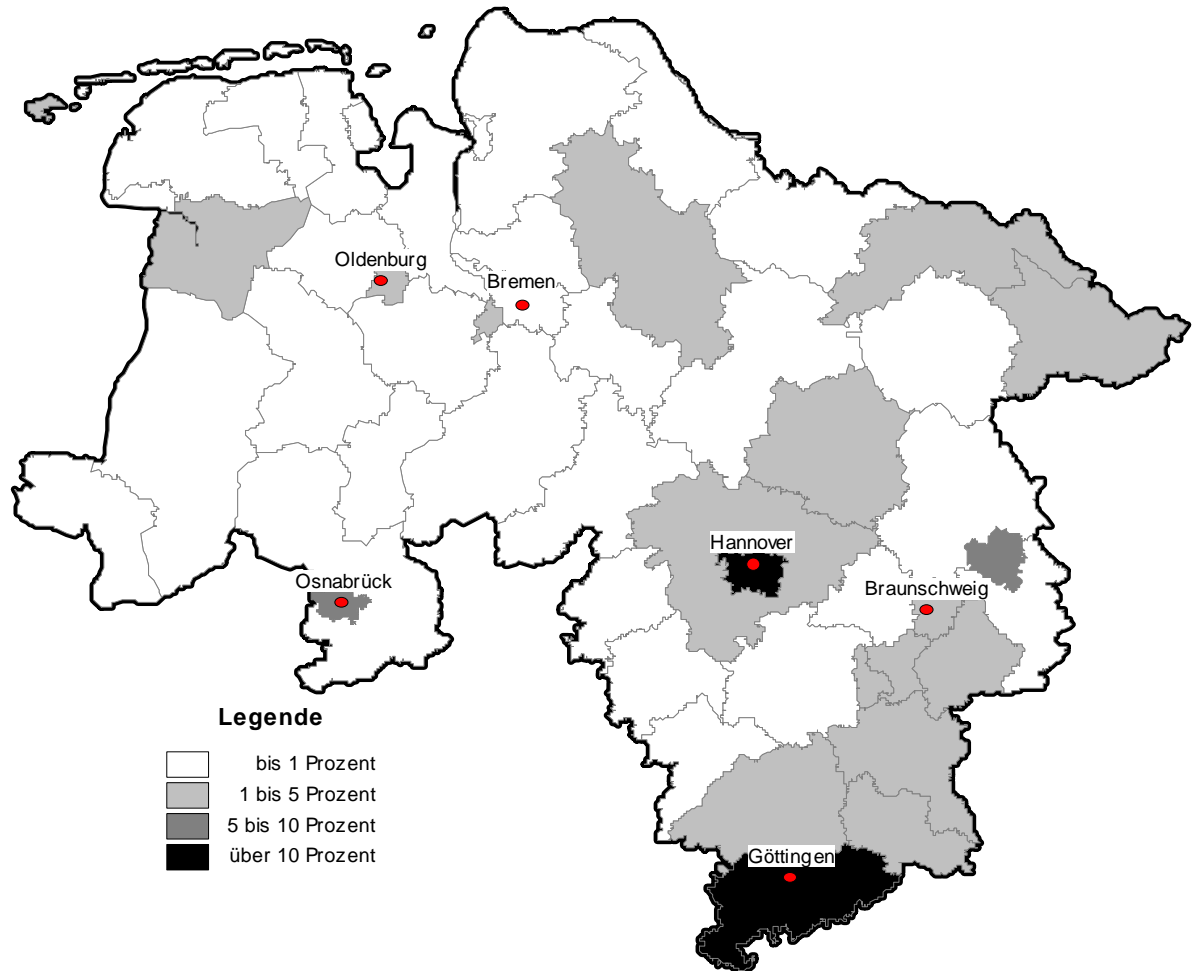
Um die Bedeutung der Hörfunkberichterstattung für die politische Meinungsbildung und die tatsächliche Abdeckung der Ereignis- und Themenagenda aus dem politischen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Leben in Niedersachsen zu analysieren, wurde ein Vergleich der Presseberichterstattung mit derjenigen des Hörfunks durchgeführt. Die nachfolgende Übersicht zeigt die 20 Top-Themen der Erhebungswoche. Sie wurden aus den Berichterstattungsagenden der vier bedeutendsten niedersächsischen Tageszeitungen gewonnen.¹⁶ Für die beiden privaten Vollprogramme lässt sich festhalten, dass radio ffn und Antenne Niedersachsen in ihrer Berichterstattung die Relevanzstruktur der Ereignisagenda mit 16 bzw. 17 Übereinstimmungen berücksichtigen, während es bei NDR 2 lediglich 6 sind. Das Spartenprogramm RADIO 21 zeigt mit 13 Übereinstimmungen eine vergleichsweise breite Berücksichtigung der Top-Themen. Insofern bestätigt diese Analyse die vorhergehenden Befunde.

¹⁶ Dabei handelt es sich um die vier auflagenstärksten Tageszeitungen in Niedersachsen: Hannoversche Allgemeine Zeitung, Neue Osnabrücker Zeitung, Braunschweiger Zeitung, Nordwest-Zeitung. In die Liste wurden nur solche Niedersachsen-Themen aufgenommen, die in mindestens drei Zeitungen Berücksichtigung fanden. Bei diesen Themen ist also von einer großen publizistischen Relevanz für die landesweite Berichterstattung auszugehen.

Übersicht 4 Berücksichtigung relevanter niedersächsischer Ereignisse in der Berichterstattung

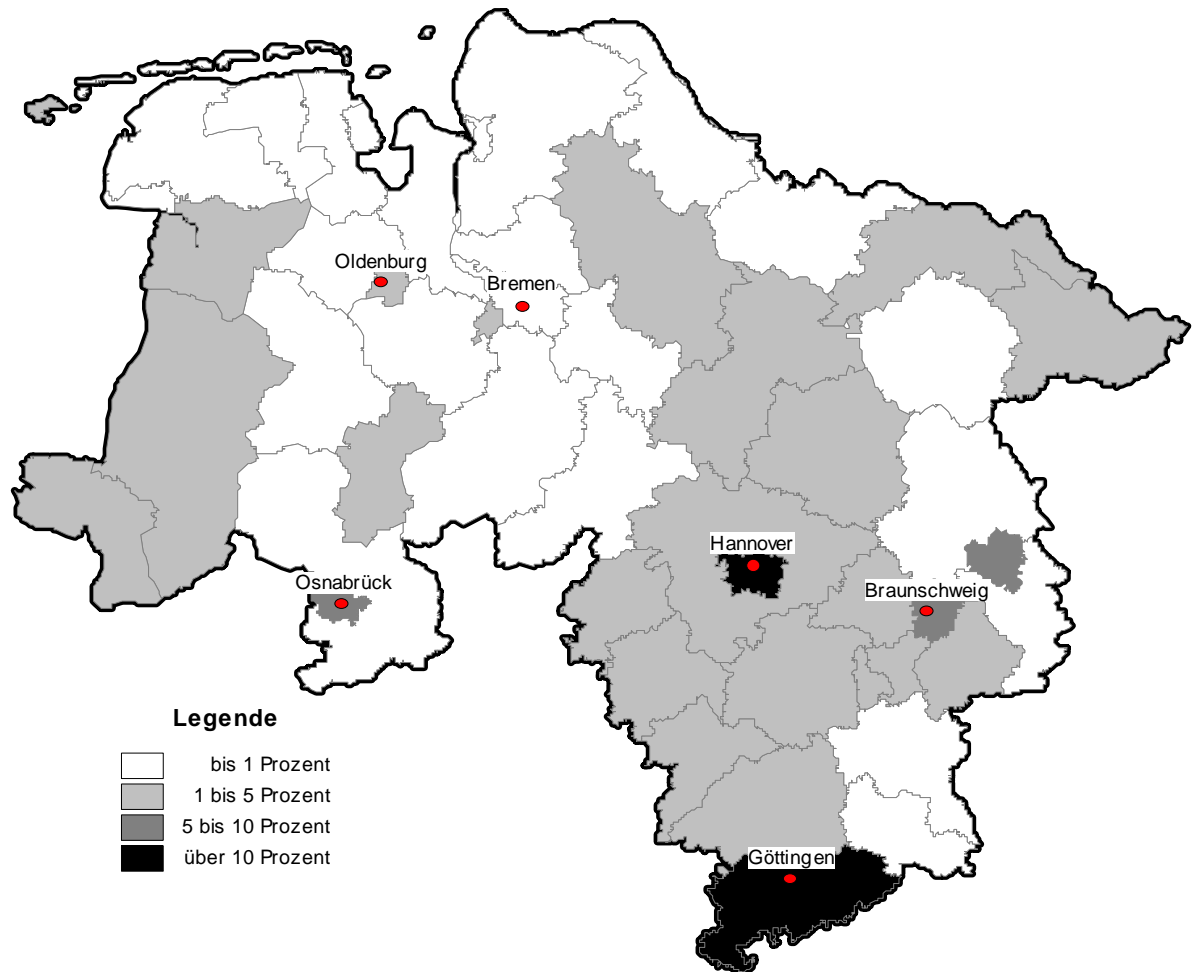
20 Top-Themen in der Tagespresse	Antenne Nds.	radio ffn	NDR 2	RADIO 21
„Wasserstreit“ in Delmenhorst – Stadtwerke drehen Bewohnern das Wasser ab	x	x	x	x
Bremer Landesbank (BLB) soll mit Norddeutscher Landesbank verschmolzen werden		x		
50 Jahre Atommüll in der Asse		x		x
Bannmeile um Landtag	x	x		x
Elefanten im Zoo Hannover (Verdacht auf Tierquälerei)	x	x	x	x
Investitionen in Ausbildung bei Feuerwehr	x	x		x
Kugelsichere Helme für Polizei	x	x		x
Islamist aus Göttingen abgeschoben	x	x	x	x
Tierschützer erhalten mehr Klagerechte – Landtagsentscheidung	x			
Geld für Hochschulen Kliniken und Kitas	x	x		x
Nachwuchs- und Fachkräftemangel im Handwerk				
Frauenleiche in Seelze	x	x		
Leiche nach Brand in Gartenlaube (Hildesheim)	x	x		
Zeitungsbote ersticht 51-Jährige (Lüneburg)	x	x		x
Amokdrohung Uslar	x	x		x
Flugzeugabsturz – Ultraleichtflieger (Wedemark)	x	x	x	x
Verwaltungsgericht stoppt Abschiebung nach Bulgarien			x	x
Neue Fremdsprache in der Schule (u.a. Arabisch)	x	x		
Demonstration gegen „Rechts“ in Göttingen	x	x		
Fälle von Vogelgrippe in Niedersachsen	x	x	x	x

Abbildung 37 radio ffn – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent (*ohne Regionalfenster*)



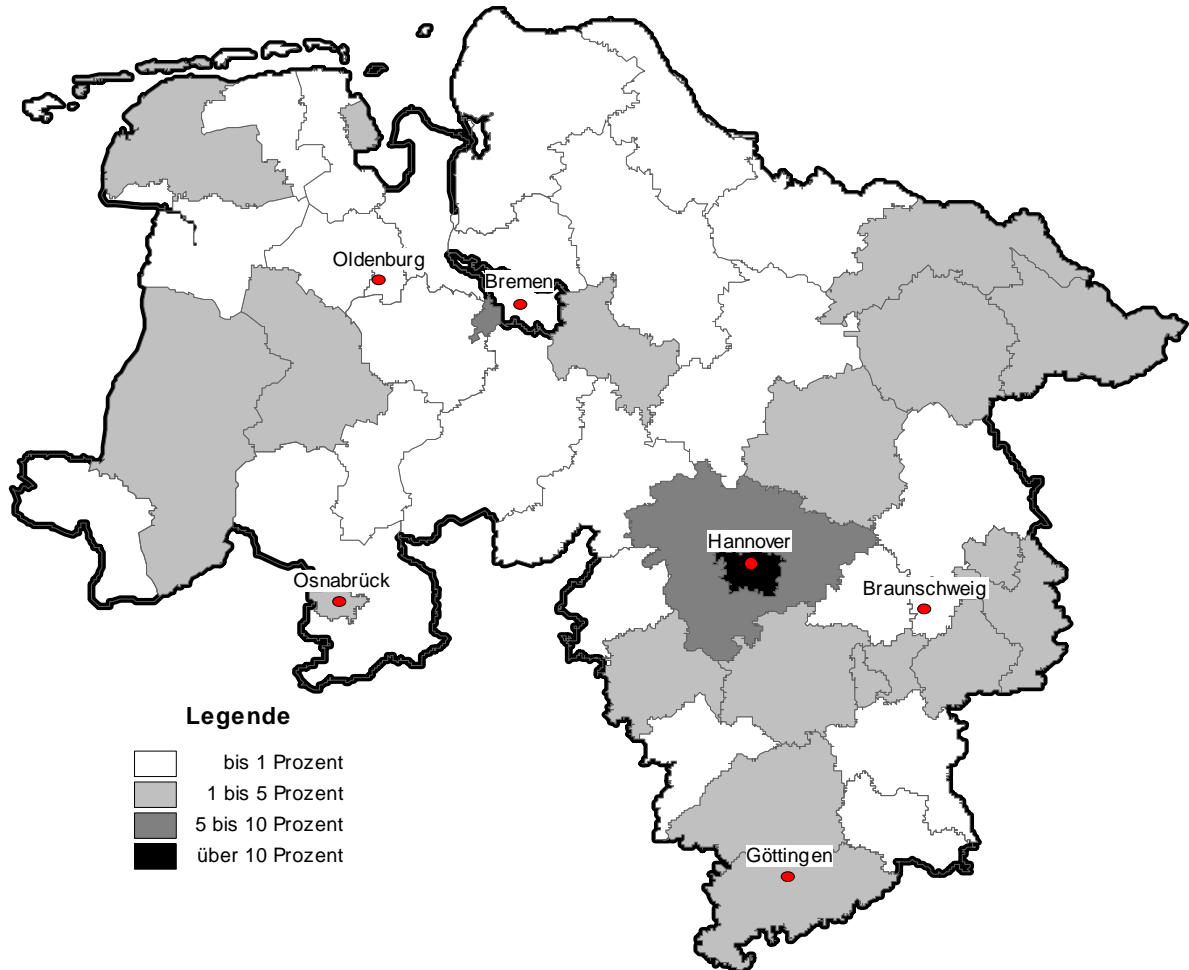
Basis: radio ffn-Kernprogramm ohne Regionalfenster mit ortsbezogener Berichterstattung (=2:49:42 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr. Da einzelne Untersuchungseinheiten mehr als einen Ereignisort enthalten können, ist die ausgewiesene Sendezeit hier erhöht.

Abbildung 38 radio ffn – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent (*mit allen Regionalfenstern*)



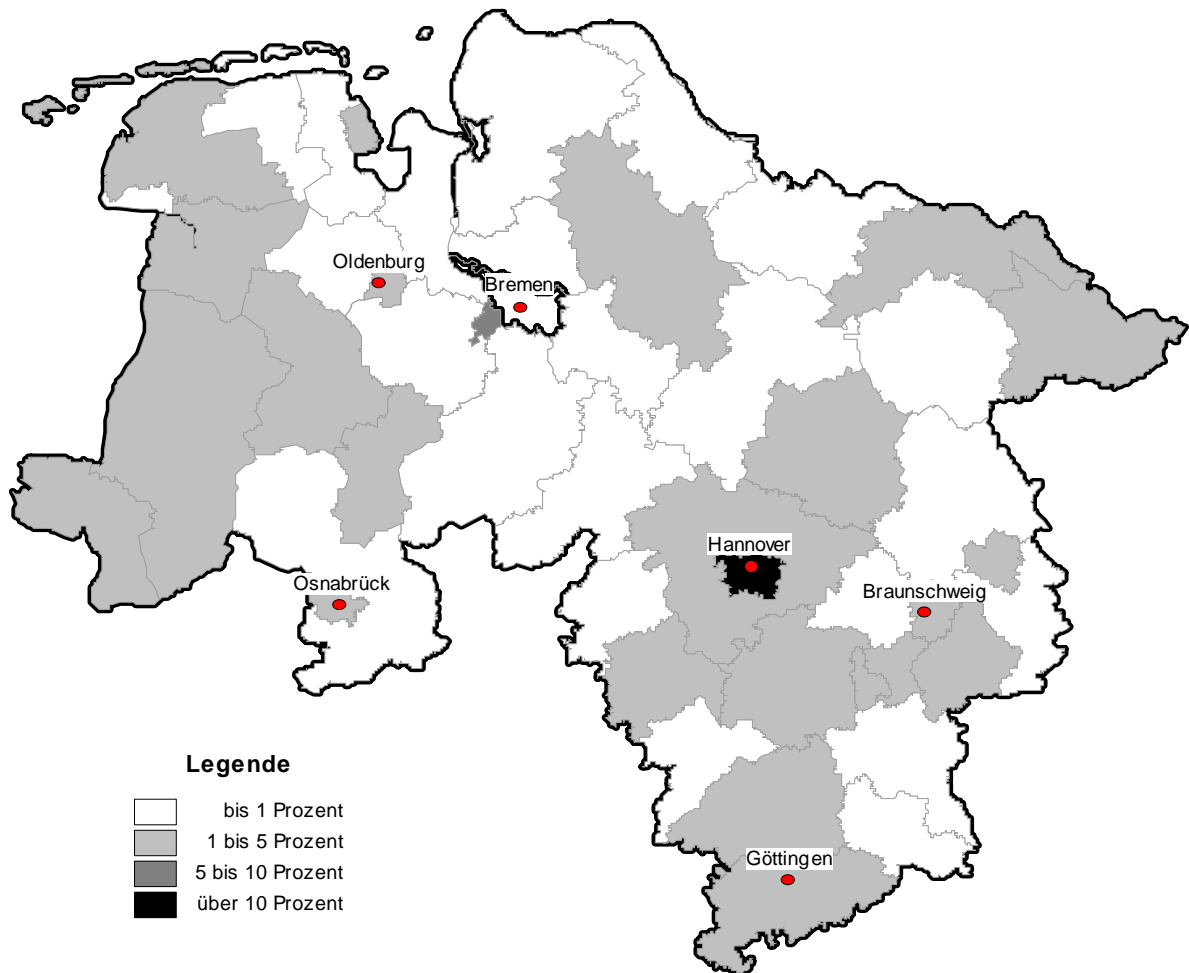
Basis: radio ffn-Kernprogramm inkl. aller Regionalfenster mit ortsbezogener Berichterstattung (=10:32:18 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr. Da einzelne Untersuchungseinheiten mehr als einen Ereignisort enthalten können, ist die ausgewiesene Sendezeit hier erhöht.

Abbildung 39 Antenne Niedersachsen – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent (*ohne Regionalfenster*)



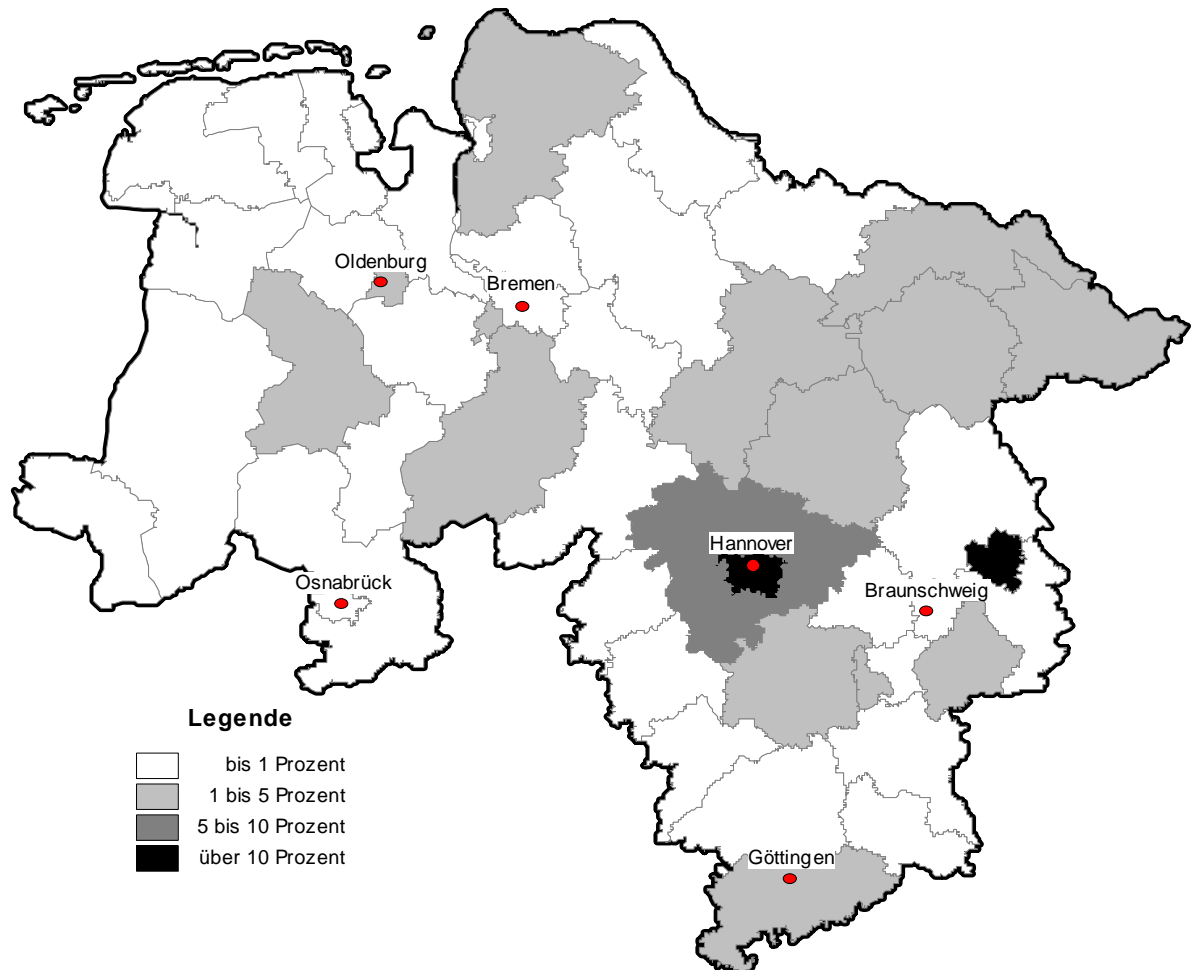
Basis: Antenne-Niedersachsen-Kernprogramm ohne Regionalfenster mit ortsbezogener Berichterstattung (=3:11:20 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr. Da einzelne Untersuchungseinheiten mehr als einen Ereignisort enthalten können, ist die ausgewiesene Sendezeit hier erhöht.

Abbildung 40 Antenne Niedersachsen – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent (*mit allen Regionalfenstern*)



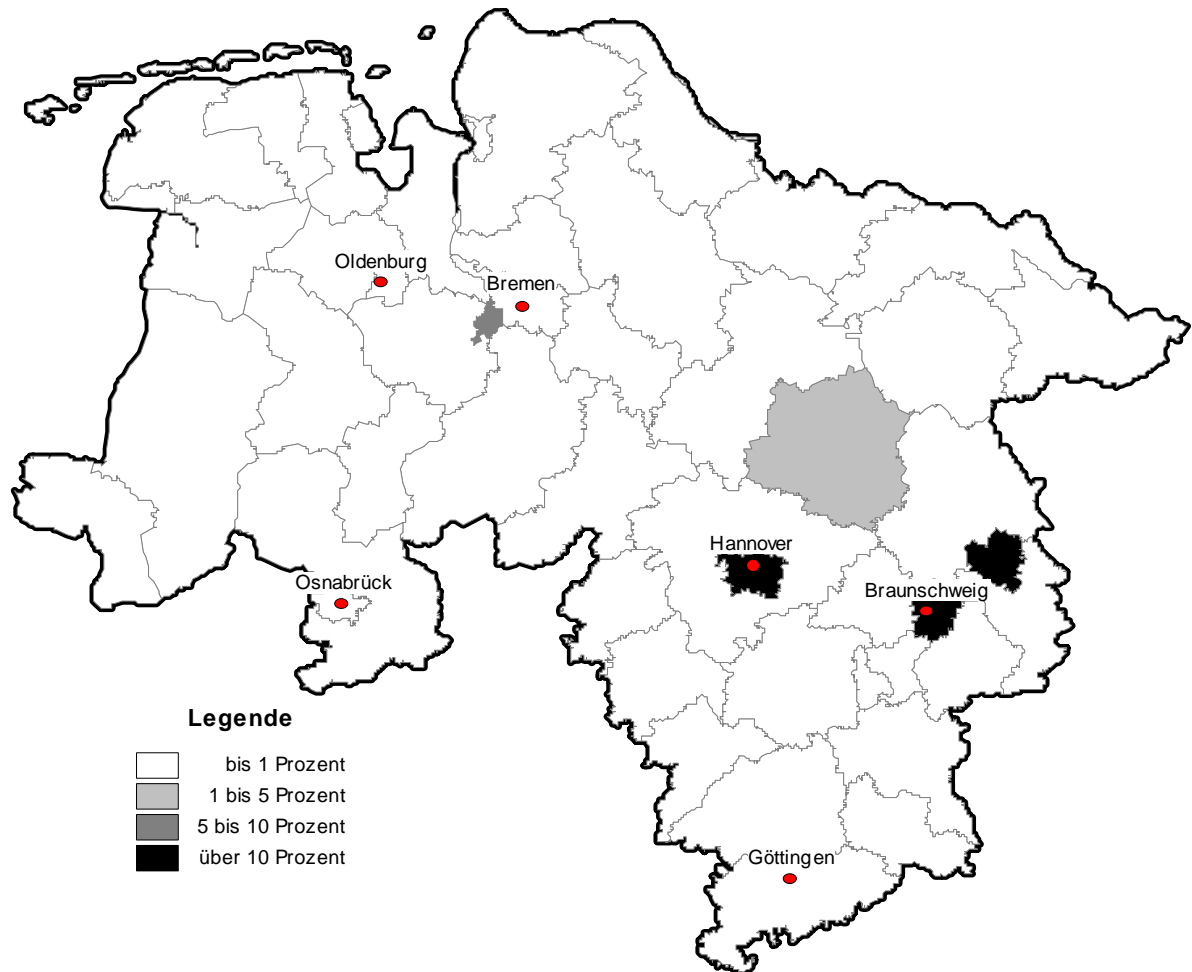
Basis: Antenne-Niedersachsen-Kernprogramm inkl. aller Regionalfenster mit ortsbezogener Berichterstattung (=7:58:07 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr. Da einzelne Untersuchungseinheiten mehr als einen Ereignisort enthalten können, ist die ausgewiesene Sendezeit hier erhöht.

Abbildung 41 RADIO 21 – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: RADIO 21-Kernprogramm mit ortsbezogener Berichterstattung (=2:15:24 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr. Da einzelne Untersuchungseinheiten mehr als einen Ereignisort enthalten können, ist die ausgewiesene Sendezeit hier erhöht.

Abbildung 42 NDR 2 – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: NDR 2-Kernprogramm mit ortsbezogener Berichterstattung (=1:56:05 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr. Da einzelne Untersuchungseinheiten mehr als einen Ereignisort enthalten können, ist die ausgewiesene Sendezeit hier erhöht

3.3 Die Programmangebote von NDR 1 Niedersachsen und N-JOY

3.3.1 NDR 1 Niedersachsen

Format

Das Programm hat im Tagesverlauf eine feste Struktur, die nur am Wochenende leicht abweicht. Von 5 bis 6 Uhr wird die „NDR 1-Nacht“ gesendet. Diese Sendestrecke beginnt mit den Nachrichten zur vollen Stunde und hat einen hohen Musikanteil, der Wortbereich ist auf Verkehrs- und Wetterinformationen sowie auf Regie- und Unterhaltungsmoderation beschränkt. Auf informierende Beiträge oder journalistische Darstellungsformen wird weitestgehend verzichtet.

Dies ändert sich mit der Morgensendung „Hellwach“ von 6 bis 10 Uhr. Neben den Nachrichten zur vollen Stunde werden zur halben Stunde auch Kurznachrichten und Lokalnachrichten gesendet. Weitere feste Bestandteile sind journalistische Darstellungsformen, Beiträge aus der Kirche (i.d.R. Andachten), das Gewinnspiel „Entenjagd“, die beiden Comedy-Strecken „Der kleine Erziehungsratgeber“ und „Der Comedy-Klempner“, Veranstaltungsempfehlungen, Telefoninterviews sowie Verkehrs- und Wetterinformationen. Der gleiche Aufbau gilt für die Sendung „Niedersachsen am Mittag“ (Montag bis Freitag von 10 bis 12 und von 13 bis 14, am Samstag von 12 bis 14 und am Sonntag von 10 bis 14 Uhr) und „Niedersachsen am Nachmittag“ von 15 bis 18 Uhr.

Montags bis freitags hat traditionell in der Mittagsstunde von 12 bis 13 Uhr die „Plattenkiste“ ihren Sendeplatz. Hier werden i.d.R. Gäste aus regionalen Institutionen zu einer Gesprächsrunde eingeladen, in der sie Stellung zu Fragen der Moderatoren nehmen. In einigen Fällen wird die zwischenzeitlich gespielte Musik von den Institutionen zusammengestellt.¹⁷

Von 18 bis 19 Uhr sind werktags die „Funkbilder aus Niedersachsen“ programmstrukturell verankert. Hier findet eine intensive Berichterstattung über (regionalen) Themen des Tages statt. NDR 1 Niedersachsen schaltet zudem sein landesweites Programm 10 Mal am Tag in fünf Regionalfenster mit unterschiedlichen Informationen auseinander.¹⁸

Der Zeitraum von 19 bis 20 Uhr ist die einzige Stunde, die sich täglich unterscheidet. Montags und freitags kommt die Sendung „Dit und Dat up Platt“, während dienstags der Kulturspiegel, mittwochs der „Ratgeber“ und donnerstags „Unser Thema“ gesendet wird.

Von 20 bis 22 Uhr wird das Format „Traumhaft“ ausgestrahlt, wobei es sich montags bis freitags um Musikstrecken handelt, in denen Nachrichten zur vollen Stunden gesendet werden. Zwischenzeitlich werden Verkehrs- und Wetterinformationen sowie Jingles eingespielt. Samstags und sonntags wird die Sendung zusätzlich moderiert. Freitags wird von 20 bis 20:30

¹⁷ Aufgrund der Themenwoche „Woran glaubst du“ wurden im Untersuchungszeitraum ausschließlich unterschiedliche Glaubensrichtungen zu ihrem Glauben und ihrer Religion befragt.

¹⁸ In der Inhaltsanalyse wurde das Programm inklusive des Regionalfensters für die Region Hannover untersucht.

Uhr die Sportsendung „Sportland“ ausgestrahlt, die Informationen zu aktuellen Spielen und Spielergebnissen zusammenfasst.

Am Sonntag hat um 14 Uhr die einstündige Sendung „Stars am Sonntag“ ihren Sendeplatz. Von 18 bis 20 Uhr findet zudem die Sendung „Oldies“ statt, in der Klassiker aus den 80er und 90er Jahren gespielt werden.

Samstags ist von 18 bis 20 Uhr die Kontaktbörse „Miteinander“ im Programm. Im Anschluss wird bis 22 Uhr die Sendung „Das gibt’s nur einmal“ gesendet. Hierbei handelt es sich um eine Musik-Spezialsendung, die ausschließlich „One-Hit-Wonder“-Titel spielt. Von 22 bis 23 Uhr wird an allen Tagen wieder ins Nachtprogramm „NDR 1-Nacht“ übergeleitet.

NDR 1 Niedersachsen zeichnet sich im Vergleich zu den anderen hier untersuchten Programmen durch ein hörfunkjournalistisch relativ aufwendig produziertes Radioangebot aus. Es werden deutlich mehr journalistische Darstellungsformen und informierende Beiträge gesendet, die sich vergleichsweise selten wiederholen. Auch zum Ende des Tages werden neue Beiträge eingebaut. Zudem weist die Programplanung eine hohe Flexibilität auf. So wurde nach der Bekanntgabe des Todes von Helmut Kohl in der nächsten Stunde bereits eine Spezialsendung gesendet, die u.a. Interviews mit bekannten Weggefährten des Altkanzlers beinhaltete (s.u.).

Das Musikprogramm von NDR 1 Niedersachsen ist durch Classic Hits und Oldies gekennzeichnet; meist handelt es sich um ruhigere bis mittelschnelle Pop- und Rockmusik (Oldie based AC). Schwerpunktmäßig setzt sich das Musikprogramm aus Titeln zusammen, die in den 70er und 80er Jahren Hits im Radio waren. Allerdings bilden diese Titel nur das Fundament des Programms; ergänzt werden sie von Kult- und Radiohits aus weiteren Jahrzehnten, wenn sie zur melodiösen Mischung aus Oldie, Gold, Softpop und deutschem Schlager passen. Das Format ist klanglich geprägt von gut gelaunten Up-Tempo-Titeln und melodiösen Pop-Nummern. In den Abendstunden und am Wochenende nimmt NDR 1 Niedersachsen spezielle Musiksendungen ins Programm. Samstags von 20 bis 22 Uhr spielt der Sender „Meine Musik“ mit unterschiedlichen Schwerpunkten: von Country über Filmmusik und Klassik bis hin zu Meilensteinen der Popmusik und Kultschlagern. Auch die regionale Musikszene und Volkslieder finden hier ihren Platz: Jeden ersten Samstag im Monat beleuchtet „Musikland“ die Musikszene in Niedersachsen. In der Sendung werden Amateure und Profis vorgestellt – Musiker und Sänger, Jazz-Bands, Chöre oder „Teufelstrompeter“. Weitere Musiksendungen widmen sich Oldies der 50er Jahre, Shantys, Schlagern und Big-Band-Musik.

Quantitative Ergebnisse

Die Grundstruktur von NDR 1 Niedersachsen ist gegenüber 2013 weitgehend konstant geblieben.¹⁹ Ähnlich wie im vorhergehenden Untersuchungszeitraum setzt sich die Programmfläche aus knapp zwei Dritteln Musik (64,4 Prozent) und einem Drittel Wort (33,2 Prozent)

¹⁹ Aus technischen Gründen liegt der Inhaltsanalyse, abweichend von den anderen landesweiten Programmangeboten, der Zeitraum vom 11. bis 17. Juni 2017 zugrunde.

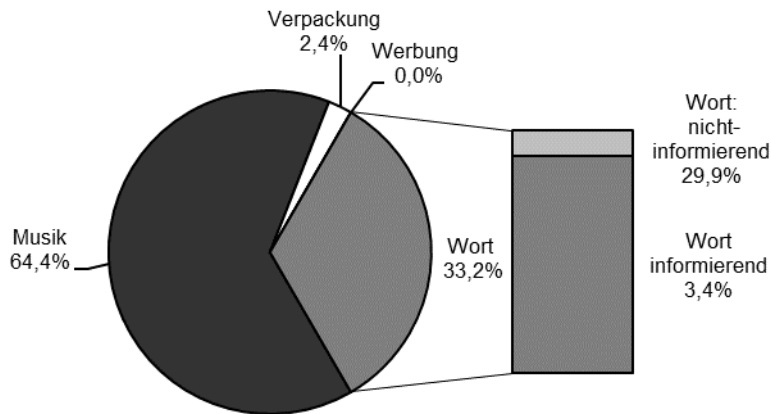
zusammen. Der Anteil an Verpackungselementen wie Trailer und Jingles beträgt 2,4 Prozent. Mit seinen langen Wortstrecken weicht das Programm nach wie vor deutlich von den anderen untersuchten Sendern ab. So zeigt sich die Ausnahmerolle von NDR 1 Niedersachsen beim Anteil des informierenden Worts, der mit 29,9 Prozent vergleichsweise hoch ausfällt (2013: 29,5 Prozent). Dagegen nimmt das nicht-informierende Wort lediglich 3,4 Prozent an der Programmfläche für sich in Anspruch.

Das beschriebene Programmprofil mit dem starken Fokus auf dem informierenden Wort spiegelt sich auch in den Darstellungsformen wider: Die Regie- und Unterhaltungsmoderation (5,2 Prozent) sowie Unterhaltungsformen (4,9 Prozent) spielen innerhalb des Wortangebots von NDR 1 Niedersachsen kaum eine Rolle. Vielmehr wird das gesprochene Wort – wie bereits in den letzten beiden Erhebungen – dominiert von Nachrichtensendungen (35,5 Prozent) und radiojournalistischen Darstellungsformen (31,1 Prozent). Absolut beträgt der Umfang der Nachrichten knapp 15 Stunden; radiojournalistische Darstellungsformen nehmen rund 13 Stunden ein. Auch diese Werte sind gegenüber 2013 weitgehend unverändert. Innerhalb der Nachrichten und der Darstellungsformen ist – wie bei NDR 2 – auch bei NDR 1 Niedersachsen ein hoher Anteil von vergleichsweise aufwendigen radiojournalistischen Formen festzustellen. So haben Korrespondentenberichte einen Anteil von knapp 45 Prozent an den Nachrichten und knapp 47 Prozent an den Darstellungsformen. Hinzu kommen in den Nachrichtensendungen rund 3 Prozent ausführliche Beiträge, die sich aus mehreren Formen zusammensetzen, und bei den Darstellungsformen mit rund 10 Prozent Reportagen und Features – Formen, die abgesehen von NDR 2 von den anderen Sendern vollständig vernachlässigt werden.

Beim Blick auf die Themenagenda fällt zunächst der starke Anstieg der Berichterstattung über politische Themen auf. Diese hat sich im Vergleich zur letzten Erhebung absolut und relativ fast verdoppelt: von rund 6 Stunden und 22,4 Prozent im Jahr 2013 auf fast 12 Stunden und 43,5 Prozent im aktuellen Untersuchungszeitraum. Dies liegt darin begründet, dass in der Untersuchungswoche der Tod von Altbundeskanzler Helmut Kohl lag. Dieses Ereignis zog eine breite Berichterstattung mit zumeist politischer Thematik nach sich. Um rund 10 Prozentpunkte auf 38,7 Prozent ist dagegen die Berichterstattung über gesellschaftliche Themen zurückgegangen; die Kulturberichterstattung nimmt dabei knapp 17 Prozent ein. Mehr als halbiert hat sich auch der Umfang der Sportberichterstattung, die aktuell nur noch einen Anteil von 6,4 Prozent aufweist. Der Anteil an Human-Touch-Themen hat sich mit 8,1 Prozent dagegen kaum gegenüber 2013 verändert.

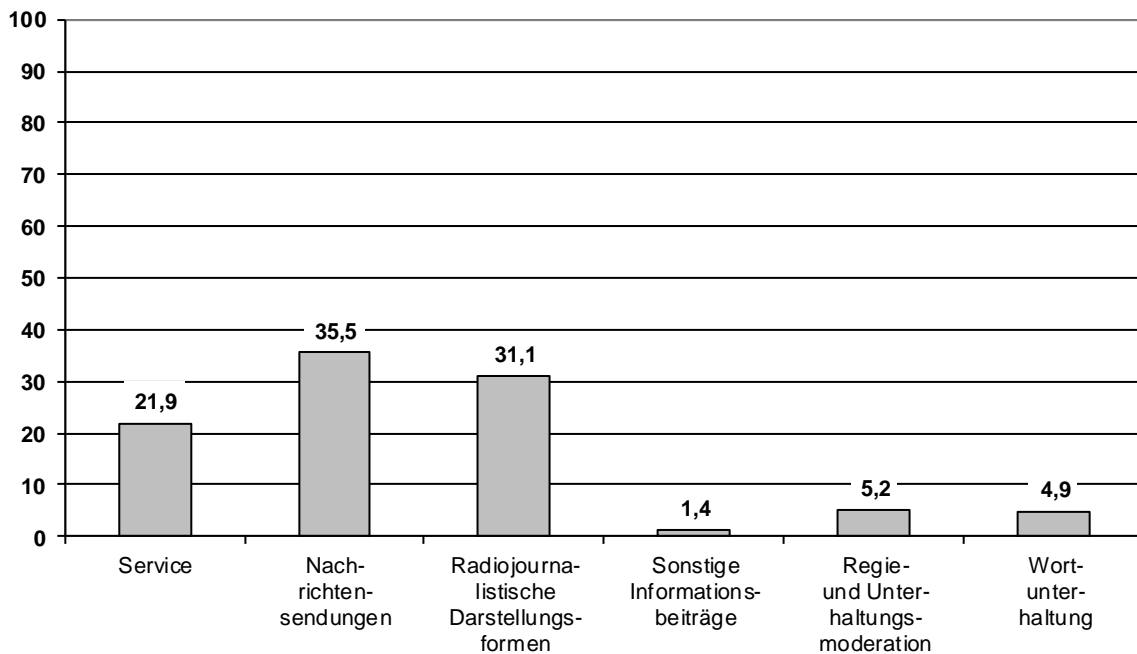
Mit rund 26 Stunden stabil ist auch der vergleichsweise hohe Umfang der Berichterstattung mit Bezug auf das Sendegebiet (Niedersachsen und angrenzende Regionen). Dies entspricht einem Anteil von gut 72 Prozent des informierenden Wortes. Davon fokussieren rund 22,5 Stunden auf Niedersachsen – nach wie vor der größte Niedersachsenbezug von allen untersuchten Sendern. Die Berichterstattung über nationale und internationale Themen umfasst im aktuellen Untersuchungszeitraum 26 Prozent.

Abbildung 43 NDR 1 Niedersachsen – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

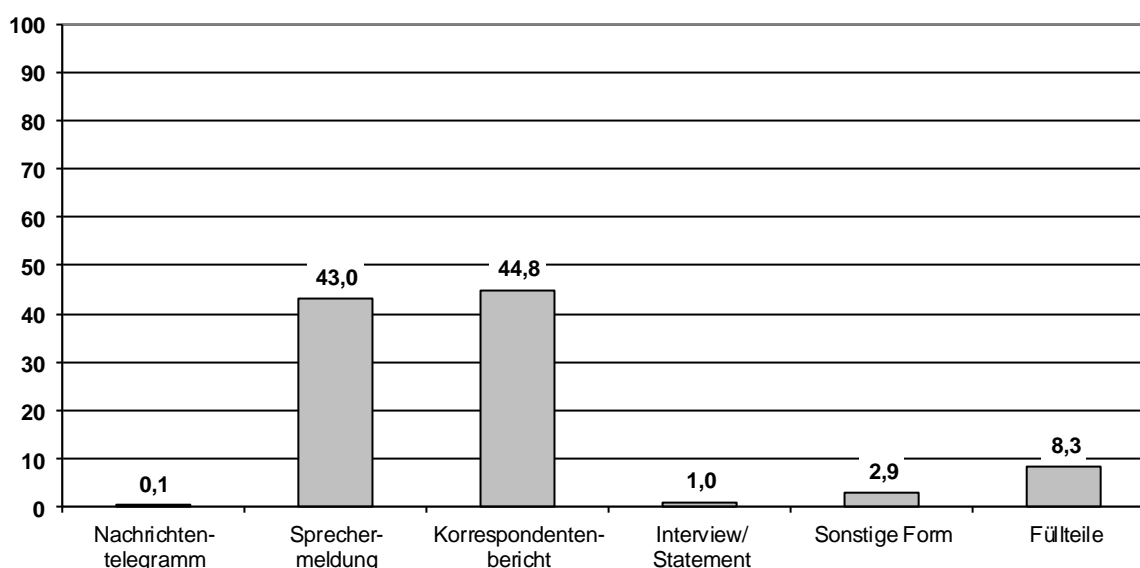
Abbildung 44 NDR 1 Niedersachsen – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=41:51:26 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

* Wortunterhaltung = Unterhaltungsformen sowie unterhaltungsbetonte selbständige Hörerbeiträge

Abbildung 45 NDR 1 Niedersachsen – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=14:50:44 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 38 NDR 1 Niedersachsen – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	5:12:35	40,1	143	52,4
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	0:04:06	0,5	2	,7
Interview/Diskussion	0:14:48	1,9	7	2,6
Korrespondentenbericht	6:05:58	46,9	116	42,5
Reportage/Feature	1:20:33	10,3	4	1,5
Sonstige Form	0:01:49	0,2	1	0,4
Gesamt	12:59:49	100,0	273	100,0

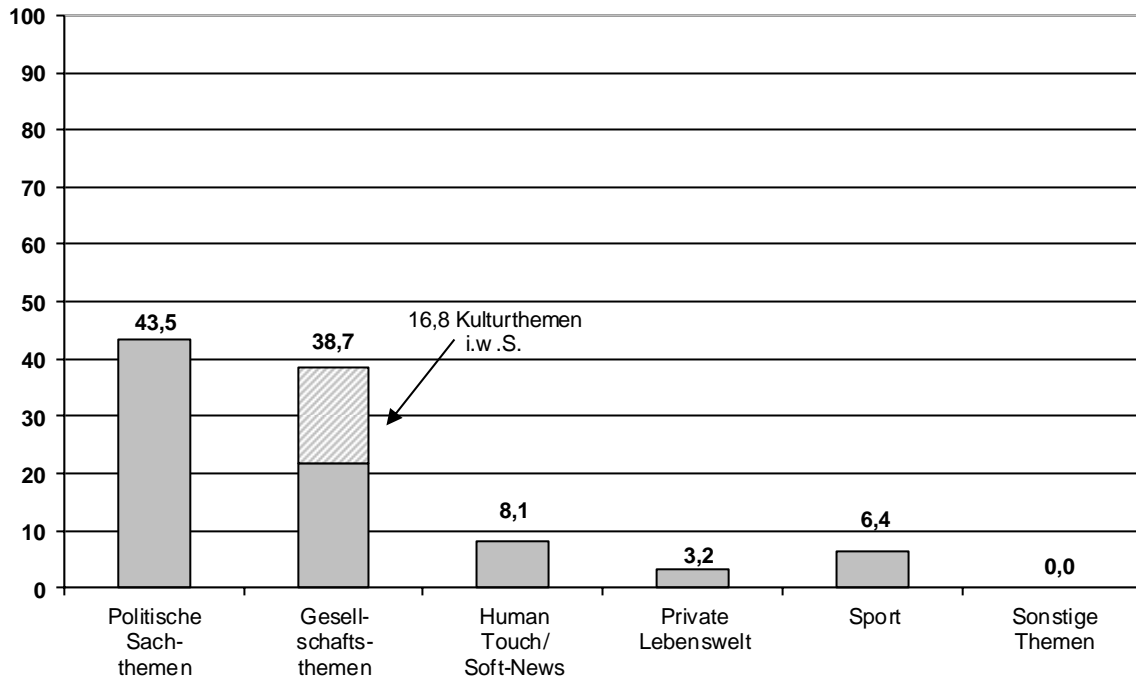
Tabelle 39 NDR 1 Niedersachsen – Formen der Informationsmoderation

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	0:54:17	17,4	52	36,4
Gespräch mit dem Hörer	0:33:51	10,8	12	8,4
Gespräch mit Prominenten/Experten	1:28:09	28,2	25	17,5
Gesprächsrunde im Studio	1:21:46	26,2	23	16,1
Musikmoderation	0:54:32	17,4	31	21,7
Sonstige Form	0:54:17	17,4	52	36,4
Gesamt	5:12:35	100,0	143	100,0

Tabelle 40 NDR 1 Niedersachsen – Funktionen des Informationsangebotes

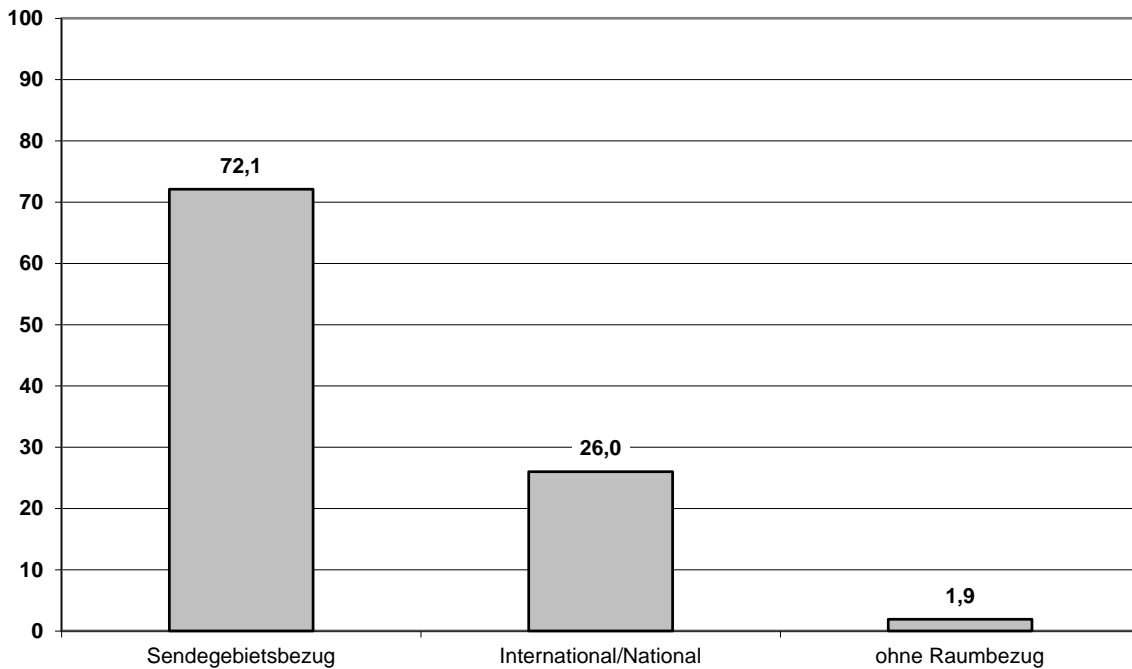
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Hinweisinformation	9:10:04	25,2	597	29,6
Ereignisinformation	26:36:47	73,1	1413	70,0
Beratungsinformation	0:24:32	1,1	7	0,3
Bildungsinformation	0:12:39	0,6	3	0,1
Gesamt	36:24:02	100,0	2.020	100,0

Abbildung 46 NDR 1 Niedersachsen – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



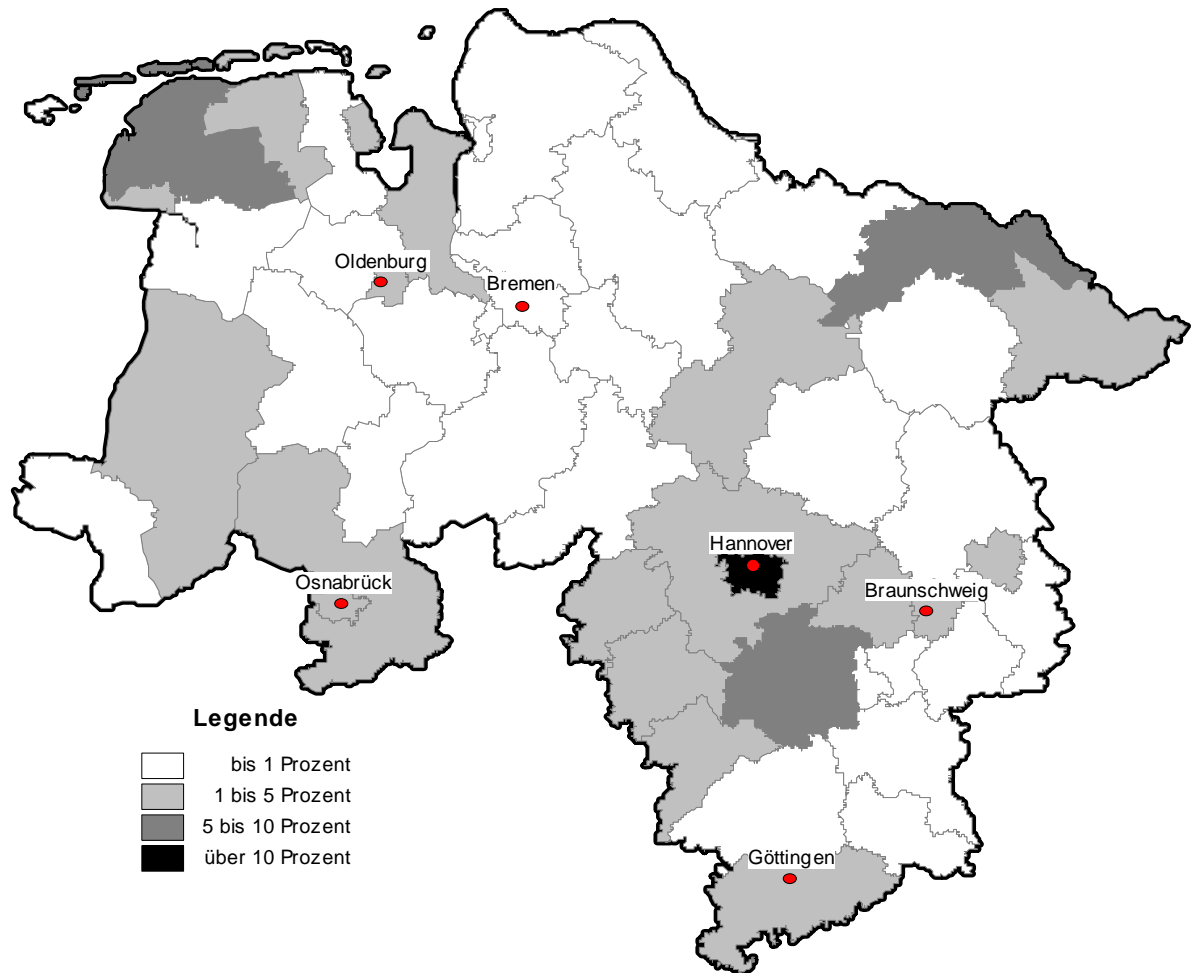
Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=27:12:51 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 47 NDR 1 Niedersachsen – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (= 36:24:02 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 48 NDR 1 Niedersachsen – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent (ohne Regionalfenster)



Basis: NDR 1 Niedersachsen-Kernprogramm mit ortsbezogener Berichterstattung ohne Regionalfenster (=13:46:30 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr. Da einzelne Untersuchungseinheiten mehr als einen Ereignisort enthalten können, ist die ausgewiesene Sendezeit hier erhöht.

3.3.2 N-JOY

Format

Das Programmschema von N-JOY hat montags bis freitags eine schlichte, einheitliche Struktur: In der Zeitspanne von 5 Uhr bis 9 Uhr wird die „Morningshow von Kuhlage und Harde-land“ gesendet. Anschließend folgt von 9 Uhr bis 12 Uhr der „N-JOY Vormittag“ sowie der „N-JOY Mittag“ von 12 Uhr bis 15 Uhr. Am Nachmittag von 15 bis 19 Uhr wird das Programm wie in der Morgenschiene durch eine Doppelmoderation („N-JOY mit Nina und dem Haacke“) gestaltet. Die Hauptnachrichten sind programmstrukturell zur vollen Stunde verankert. In der Prime- und Cartime werden zur halben Stunde auch Kurznachrichten präsentiert. Gelegentlich werden über den Tag verteilt Informationsmoderationen eingeschoben. Dabei werden Nachrichten aus den Hauptblöcken detailliert erläutert oder Musikstücke und deren Interpreten vorgestellt. Ein spezielles Nachrichtenformat für das Sendegebiet gibt es nicht. Wetter und Verkehr werden mehrfach pro Sendestunde, meist vor den Hauptnachrichten und zur halben Stunde, präsentiert. Innerhalb der Wortunterhaltung dominieren neben den entsprechenden Moderationsstrecken Comedy und Gewinnspielblöcke.

Am Wochenende wird das Programm modifiziert: Am Samstag gibt es mehr Musik und einen Rückblick auf die gesamte Woche. Am Morgen werden die „besten“ Beiträge aus der Morningshow nochmals aufgegriffen. Auch sonntags ist der Musikanteil erhöht, zudem wird an beiden Wochenendtagen auf die Kurznachrichten zur halben Stunde verzichtet.

Die Musikfarbe von N-JOY ist geprägt durch ein CHR-Format, das die junge Hörerschaft unter 30 Jahren mit seinem Up-Tempo-Sound anspricht. Mit dem Abspielen von aktuellen Chart-Hits kann der Sender eine Trendfunktion für sich beanspruchen (der N-JOY-Slogan lautet: „Die meisten Hits von heute“). Somit bestimmen die oberen Positionen der internationalen Hitparaden die Musikfarbe der Jugendwelle. Zusätzlich zu dem CHR-Format kann das Programm auch eine Current Based AC-Musikfarbe vorweisen. Neben aktuellen Titeln sind auch Recurrents im Programm. Der Sender hat einige wenige Spezial-Musik-Sendungen im Abendprogramm, z.B. „Soundfiles Hip-Hop“, „Soundfiles Alternative“ und die Chillout-Sendung „N-JOY Abstrait“. Darüber hinaus gibt es musikthematische Formate wie „Newcomer des Monats“, „Geschichte hinter dem Song“, Live-Mitschnitte oder Sendungen mit N-JOY-Musikredakteuren, in denen mit Gästen über neue Musik diskutiert wird. Insgesamt ist das Programm auf gute Durchhörbarkeit mit schnellen, dynamisch-progressiven Hits ausgerichtet.

Quantitative Ergebnisse

Die Grundstruktur von N-JOY zeigt sich gegenüber 2013 nur leicht verändert. Der Musikanteil wurde abermals leicht um 1,5 Stunden auf fast 94 Stunden erhöht. Dies entspricht einem Anteil am Gesamtprogramm von 74,3 Prozent – der höchste Musikanteil der landesweiten niedersächsischen Hörfunkprogramme. Im Gegenzug wurde der Wortanteil um 1,5 Stunden auf knapp 28 Stunden reduziert, dies entspricht fast 22 Prozent. Diese Verringerung geht allerdings ausschließlich zulasten des nicht-informierenden Wortes, das um gut 2 Stunden zurückging und nur noch einen Anteil knapp 8 Prozent ausmacht. Das informierende Wort wurde dagegen minimal um knapp 20 Minuten auf 17,5 Stunden erhöht und liegt nunmehr bei

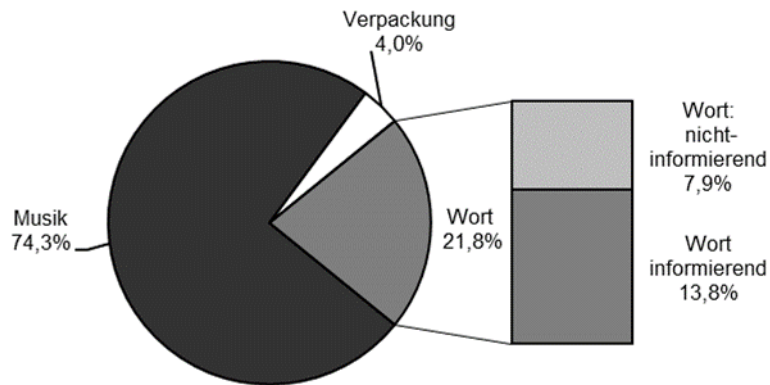
rund 14 Prozent. Der Anteil an Verpackungselementen wie Trailern und Jingles beträgt weitgehend konstant 4 Prozent.

Innerhalb des gesprochenen Wortes zeigen sich leichte Verschiebungen. So wurde das Serviceangebot um gut eine Stunde auf knapp 6 Stunden verringert, während die radiojournalistischen Darstellungsformen um knapp 2 Stunden erhöht wurden und fast 5 Stunden für sich beanspruchen. Der Umfang der Nachrichten liegt nahezu unverändert bei rund 7 Stunden. Dies entspricht einem Anteil am informierenden Wort von 25 Prozent. Dabei nehmen Korrespondentenberichte innerhalb der Nachrichtensendungen mit knapp 44 Prozent einen vergleichsweise großen Raum ein. Außerhalb der Nachrichten finden sich solche aufwendigen Darstellungsformen dagegen kaum. Hier dominiert die Informationsmoderation und vor allem die Regie- und Unterhaltungsmoderation. Letztere wurde jedoch im Vergleich zu 2013 um nahezu drei Stunden reduziert und umfasst lediglich noch gut 7 Stunden.

Die Themenagenda der Berichterstattung wird – anders als 2013 – von politischen Sachthemen bestimmt, die gut 4,5 Stunden und damit 43 Prozent des informierenden Wortes ohne Service umfassen (2013: 35,8 Prozent). Die im letzten Erhebungszeitraum noch dominierenden gesellschaftlichen Themen wurden dagegen um fast 15 Prozentpunkte reduziert und liegen nunmehr noch bei gut 30 Prozent. Dabei nimmt insbesondere die Kulturberichterstattung mit einem Anteil von 24,9 Prozent breiten Raum ein. Hierbei dominiert der Bezug zur Musik. Der Umfang der Human-Touch-Berichterstattung wurde absolut und relativ leicht ausgeweitet: Sie beanspruchen mit knapp 1,5 Stunden einen Anteil von 13,8 Prozent (2013: 50 Minuten und 9,1 Prozent). Dagegen wurde die Sportberichterstattung um knapp 4 Prozentpunkte auf nunmehr rund 5 Prozent verringert.

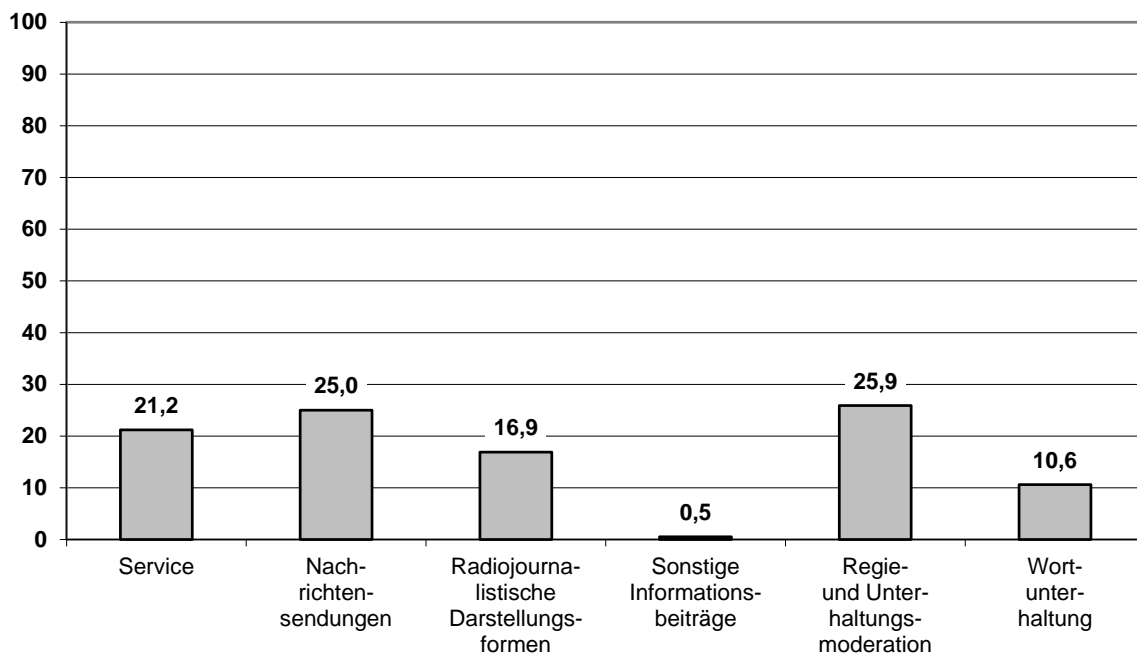
Wie bereits 2013 fokussiert die Berichterstattung gleichermaßen auf nationale/internationale Themen und auf Themen aus dem Sendegebiet. Letztere beziehen sich mit nahezu 92 Prozent auf das gesamte norddeutsche Sendegebiet. Hierbei handelt es sich allerdings überwiegend um den Wetterbericht für Norddeutschland und die Verkehrsmeldungen. Sonstige Informationen mit Sendegebietsbezug sind nur marginal vorhanden. Speziell auf Niedersachsen beziehen sich in der gesamten Untersuchungswoche lediglich 23 Minuten.

Abbildung 49 N-JOY – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

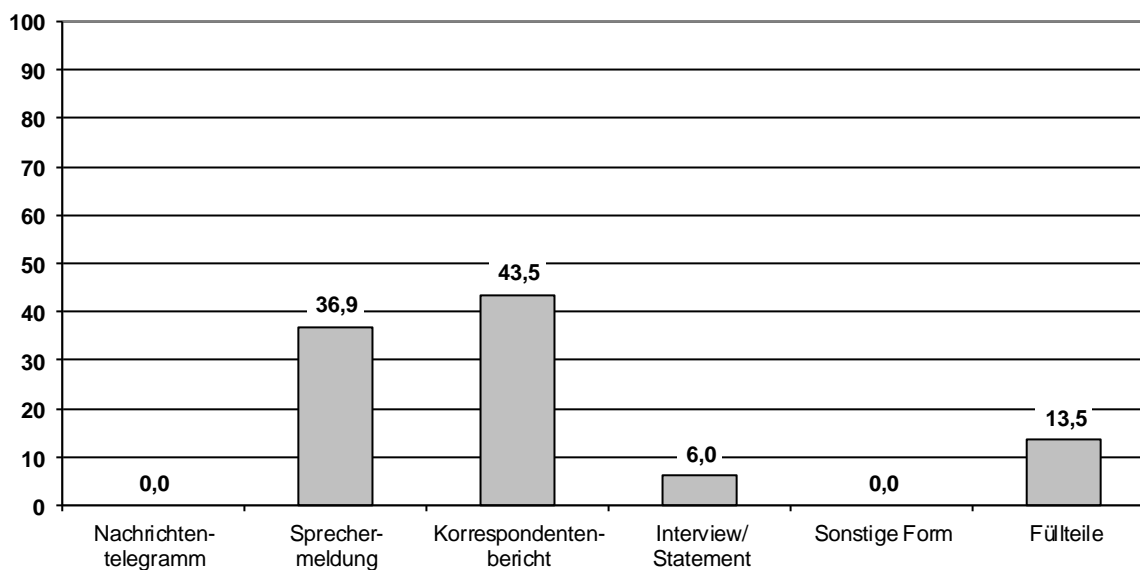
Abbildung 50 N-JOY – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=27:27:25 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

* Wortunterhaltung = Unterhaltungsformen sowie unterhaltungsbetonte selbständige Hörerbeiträge

Abbildung 51 N-JOY – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=6:51:21 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 41 N-JOY – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	3:52:04	83,4	118	85,5
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	-	-	-	-
Interview/Diskussion	-	-	-	-
Korrespondentenbericht	0:17:15	6,2	7	5,1
Reportage/Feature	-	-	-	-
Sonstige Form	0:29:05	10,4	13	9,4
Gesamt	4:38:24	100,0	138	100,0

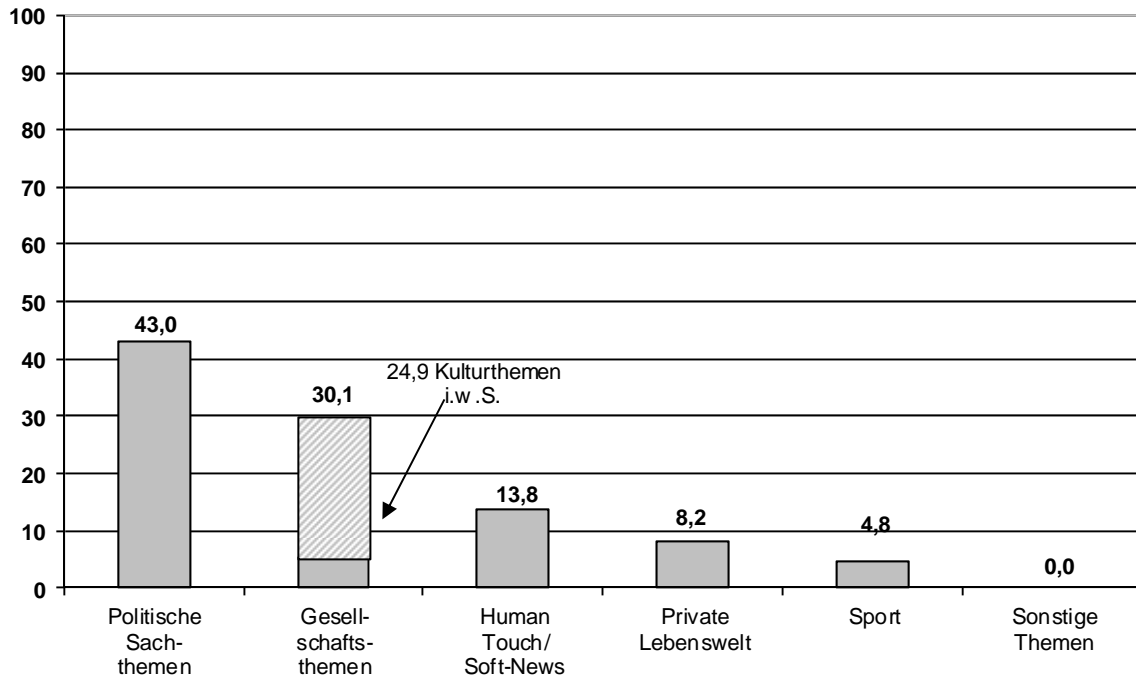
Tabelle 42 N-JOY – Formen der Informationsmoderation

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	1:18:03	33,6	62	52,5
Gespräch mit dem Hörer	-	-	-	-
Gespräch mit Prominenten/Experten	0:03:30	1,5	2	1,7
Gesprächsrunde im Studio	0:49:45	21,4	14	11,9
Sonstige Form	1:40:46	43,4	40	33,9
Gesamt	3:52:04	100,0	118	100,0

Tabelle 43 N-JOY – Funktionen des Informationsangebotes

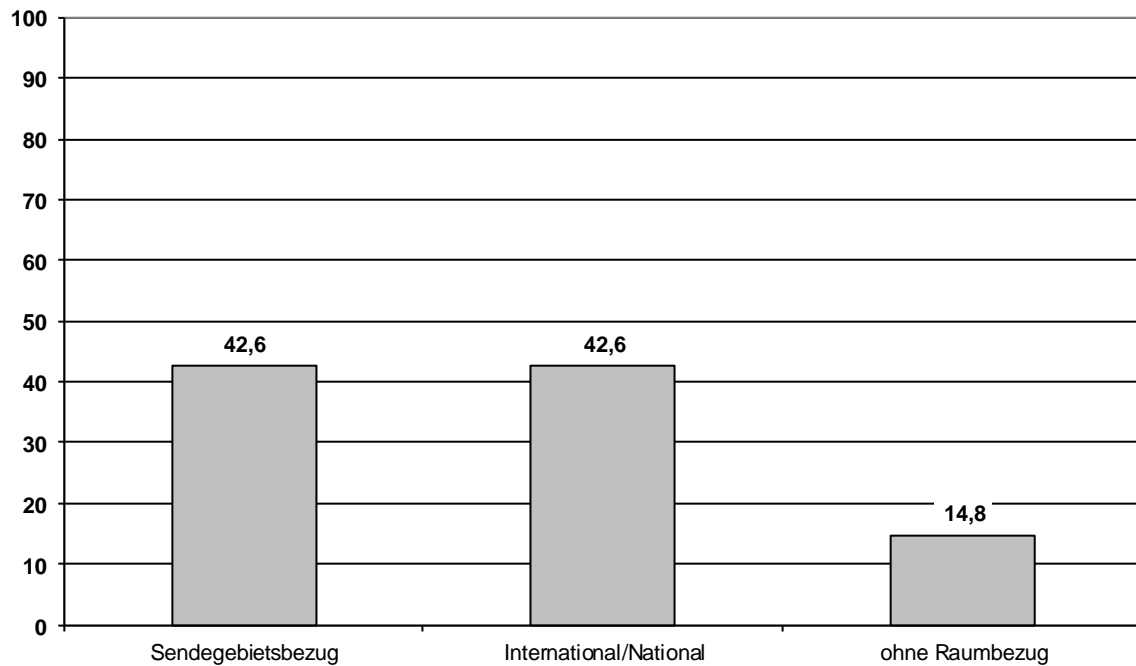
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Hinweisinformation	5:57:55	36,1	494	37,8
Ereignisinformation	10:12:06	61,8	799	61,1
Beratungsinformation	0:21:14	2,1	15	1,1
Bildungsinformation	-	-	-	-
Gesamt	16:31:15	100,0	1.308	100,0

Abbildung 52 N-JOY – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



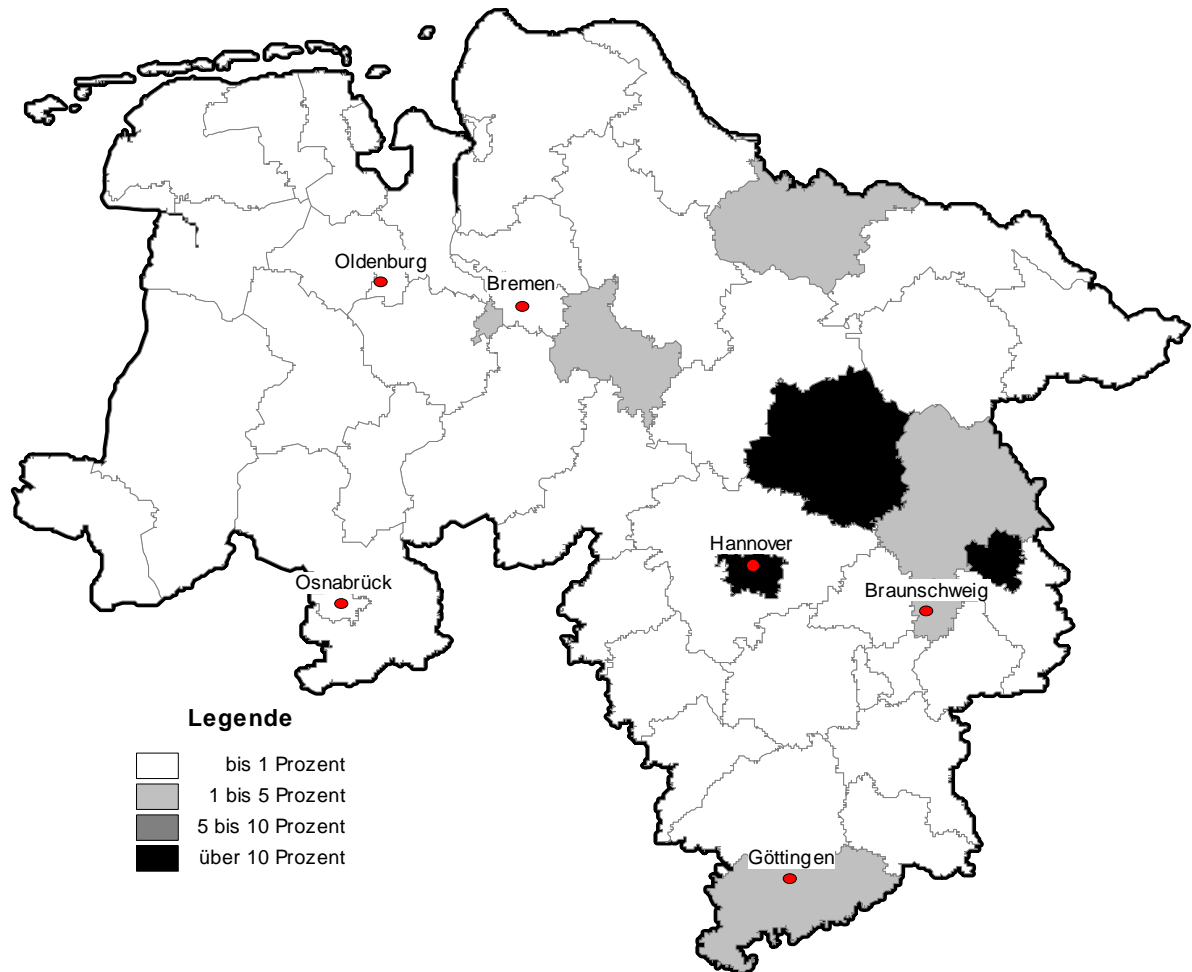
Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=10:42:41 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 53 N-JOY – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (=16:31:15 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 54 N-JOY – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: N-JOY-Kernprogramm mit ortsbezogener Berichterstattung (=0:24:12 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr. Da einzelne Untersuchungseinheiten mehr als einen Ereignisort enthalten können, ist die ausgewiesene Sendezeit hier erhöht.

4 Regionale und lokale Programmangebote

4.1 Privater lokaler Hörfunk in Niedersachsen – von Holger Ihle²⁰

4.1.1 Struktur des lokalen privaten Hörfunks in den Bundesländern

Der private lokale Hörfunk hat in Deutschland eine sehr unterschiedliche Tradition, da sich hier die teilweise voneinander abweichende Medienpolitik der Länder niederschlägt. So ergibt sich ein heterogenes Gesamtbild, was die Zahl der Angebote, die Nutzung und die wirtschaftliche Lage der lokalen Radiostationen in den 16 Bundesländern betrifft. In Niedersachsen ist privates werbefinanziertes Radio für lokale Sendgebiete erst seit 2011 medienrechtlich möglich.

Wie aus Tabelle 44 hervorgeht, sind Bayern und Nordrhein-Westfalen die Bundesländer mit den meisten privaten lokalen Stationen. Danach folgen mit einigem Abstand Sachsen, Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg. Insbesondere im weit gefächerten bayerischen Radiomarkt sind die privaten Lokalradios bei den Zuhörern beliebt. Allein die im „Bayern Funkpaket“ zusammengefassten Sender hatten 2016 insgesamt einen Hörermarktanteil von 17,9 Prozent²¹. In Nordrhein-Westfalen betrug der Marktanteil der Lokalprogramme insgesamt 31,1 Prozent; sie belegten damit den Spitzenplatz im einwohnerstärksten deutschen Bundesland. Von den 14 rheinland-pfälzischen Lokalradios erreichten die zehn in der „City-Kombi 3a“ zusammengeschlossenen Stationen im Jahr 2016 4,2 Prozent der Zuhörer. In Sachsen erzielen die im „Sachsen Funkpaket“ zusammengeschlossenen Programme einen Marktanteil von 10,4 Prozent. Damit liegen diese Lokalsender auf dem Spitzenplatz unter allen sächsischen Privatsendern und insgesamt auf Rang 2 hinter der öffentlich-rechtlichen Landeswelle MDR 1 Sachsen. Auch in Baden-Württemberg erfreut sich der private Hörfunk großen Zuspruchs. Diese Zahlen zeigen insgesamt, dass dort, wo das Angebot an Lokalradios breit ist, diese Programme zusammengenommen erhebliche Marktanteile bekommen können.

Im Vergleich der verschiedenen regionalen Radiomärkte in Deutschland nehmen Bayern und Nordrhein-Westfalen nicht nur hinsichtlich der Angebotsvielfalt, sondern auch bezüglich der Organisationsstruktur des privaten Rundfunks eine Sonderstellung ein. Sie bilden quasi die beiden Pole unterschiedlicher medienpolitischer Organisationsprinzipien. In Bayern ist der lokale Hörfunk außenpluralistisch organisiert, in Nordrhein-Westfalen binnenpluralistisch. Beide Länder sollen daher im Folgenden – auch im Vergleich mit den übrigen Bundesländern – genauer betrachtet werden, bevor die Besonderheiten des niedersächsischen Hörfunkmarkts herausgestellt werden und die Rolle der dort neu entstandenen lokalen Privatradios betrachtet wird.

²⁰ Die Autorenschaft von Holger Ihle bezieht sich auf den theoretischen Teil und die Dateninterpretation. Die empirische Erhebung wurde von der Forschergruppe der Gesamtuntersuchung durchgeführt.

²¹ Vgl. zu den Hörermarktanteilen im Folgenden ALM, 2017.

Tabelle 44 **Anzahl lokaler privater Hörfunksender im bundesweiten Vergleich**

Bundesland	Anzahl
Baden-Württemberg	13
Bayern	89 (24)*
Berlin**	12
Brandenburg	7
Bremen**	4
Hamburg**	6
Hessen	-
Mecklenburg-Vorpommern	5
Niedersachsen	6***
Nordrhein-Westfalen	45****
Rheinland-Pfalz	14
Saarland	7
Sachsen	15(1)
Sachsen-Anhalt	1(1)
Schleswig-Holstein	2
Thüringen	-

Anmerkungen: eigene Zählung auf der Basis „Verzeichnis Hörfunk“ (ALM, 2017, S. 302–313). Gezählt wurden alle als lokal ausgewiesenen Programme mit ausgewiesenem Sendegebiet innerhalb des jeweiligen Bundeslandes. Nicht gezählt wurden dagegen Programme ohne lokalen Sendegebietsbezug sowie Programme, denen auf Grundlage bundesweiter Sendelizenzen auch lokale UKW-Frequenzen zugewiesen sind.

*() = davon mit ausschließlich anderem Verbreitungsweg als UKW

**Landesweite und lokale Programme in Berlin, Bremen und Hamburg jeweils zusammengefasst.

***Mit Meer Radio 88 hat zum 01.11.2017 ein sechstes privates lokales Radioprogramm in Niedersachsen den Programmbetrieb aufgenommen, das aber in der o.g. Quelle noch nicht enthalten ist, hier aber der Vollständigkeit halber ergänzt wurde.

**** Davon ein sublokales Hörfunkspartenprogramm (Antenne Pulheim).

Struktur des privaten Lokalhörfunks in Bayern

Die Besonderheit des bayerischen Hörfunkmarkts zeigt sich auf den ersten Blick in der großen Breite des Angebots privatkommerzieller lokaler, regionaler und landesweiter Hörfunkprogramme. Allein die Zahl der in Bayern lizenzierten Hörfunkprogramme übersteigt die Zahl solcher Angebote in den anderen Bundesländern um ein Vielfaches. Als prägend können die Stellung der landesweiten privaten Hörfunkprogramme und die Angebotsbreite lokaler Hörfunkwellen bezeichnet werden. Führender Anbieter ist das landesweite private Hörfunkprogramm „Antenne Bayern“.²²

Der private Rundfunk in Bayern folgt einem außenpluralistischen Organisationsprinzip. Das heißt, dass die unterschiedlichen „bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen“ nicht innerhalb jedes einzelnen Programms angemessen berücksichtigt werden müssen, sondern dass diese Meinungsvielfalt durch die Gesamtheit aller privaten Programme hergestellt werden soll. Für den lokalen Hörfunk ist dabei bedeutsam, dass diese Regelung explizit auch für einzelne „Versorgungsgebiete“ gilt, wo die Gesamtheit der Rundfunkprogramme nicht einseitig eine Partei oder Interessengruppe begünstigen darf.²³

Das außenpluralistische Organisationsprinzip schlägt sich zumindest in den größeren Ballungsgebieten in der Anbieterzahl nieder. So gibt es beispielsweise allein in der Landeshauptstadt München neun (über UKW verbreitete) lokale Hörfunkanbieter, im mittelfränkischen Zentrum Nürnberg acht und in der drittgrößten Stadt Augsburg zwei Anbieter.²⁴ Daneben wird auch der digitale Verbreitungsweg im Lokalfunk ausgebaut, wobei die privaten Anbieter beim Umstieg von UKW auf DAB+ auch finanziell aus Landesmitteln unterstützt werden.

Bei der Einhaltung der Pluralismusvorgaben kommt der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) eine – auch im Vergleich mit anderen Bundesländern – besondere Stellung zu. Rundfunk wird gemäß Art. 111a, Abs. 2 der bayerischen Verfassung „in öffentlicher Verantwortung und in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft betrieben“. Daraus ergibt sich das in Deutschland einmalige öffentlich-rechtliche Trägerschaftsmodell kooperativer Rundfunkveranstaltung, bei dem der Rundfunkbetrieb „funktionenteilig von Landeszentrale (Organisation) und privaten Anbietern (Angebotsgestaltung) gemeinschaftlich durchgeführt“²⁵ wird. „Private Anbieter dürfen Rundfunk nicht außerhalb der Trägerschaft der Landeszentrale veranstalten und die Landeszentrale stellt nach dem gesetzlichen Organisationsmodell die Programmbeiträge nicht selbst her. Nur in der Kooperation zwischen Landeszentrale und Anbietern kommen somit Rundfunkprogramme auf Basis des BayMG zustande.“²⁶

Im Ergebnis führt diese Struktur nicht zu einer grundsätzlich anderen Ausgestaltung des privaten Rundfunks. „Anbieter“ von privatem Hörfunk können gemäß BayMG natürliche oder

²² Vgl. ALM, 2017, S. 180.

²³ Vgl. Art. 4, BayMG.

²⁴ Vgl. ALM, 2017, S. 306–307.

²⁵ Bornemann, 2017, vor Rn. 1.

²⁶ Bornemann, 2017, Rn. 5..

juristische Personen oder Personenvereinigungen sein.²⁷ Auch wenn die BLM rechtlich gesehen die „programmliche Letztverantwortung [...] für die Rundfunkangebote nach dem BayMG“²⁸ innehat, gestalten die lizenzierten Rundfunkanbieter ihre Programme selbst. Gleichwohl gehört es zu den genuinen Aufgaben der BLM, nicht nur eine inhaltlich ausgewogene Rundfunkstruktur sicherzustellen, sondern auch an positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Programmanbieter mitzuwirken. Dazu gehört unter anderem, die technische Verbreitung der Angebote sicherzustellen oder auch Mediennutzungsdaten erheben zu lassen, die für die Mediaplanung im werbefinanzierten Rundfunk bedeutsam sind. Auch wenn an dieser Stelle nicht bewertet werden kann, ob diese Rahmenbedingungen dafür (mit-)ausschlaggebend sind, so kann dennoch konstatiert werden, dass der bayerische private Lokalfunk sich insgesamt seit nunmehr zehn Jahren in einer wirtschaftlichen Wachstumsphase befindet.²⁹ Ein Großteil der lokalen Hörfunkanbieter ist für die Werbezeitenvermarktung im „Bayern Funkpaket“ zusammengeschlossen.

Struktur des privaten Lokalhörfunks in Nordrhein-Westfalen

Im bevölkerungsreichsten Bundesland ist der lokale Hörfunk ebenfalls sehr stark am Markt positioniert. Dies dürfte nicht unwesentlich von den besonderen Rahmenbedingungen der dortigen Hörfunklandschaft abhängen. Landesweite Radioprogramme werden ausschließlich vom öffentlich-rechtlichen WDR veranstaltet.³⁰ Lokaler Hörfunk wird dagegen ausschließlich von privaten Rundfunkveranstaltern angeboten.³¹

Die organisatorische Besonderheit besteht im „Zwei-Säulen-Modell“. Es ist in § 52 des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen festgelegt. Demnach besteht jeder Veranstalter lokalen Hörfunks aus einer Veranstaltergemeinschaft und einer Betriebsgesellschaft. „Diese sind jeweils rechtlich selbstständig und durch einen Vertrag miteinander verbunden. Als Veranstalterin des Programms trägt die Veranstaltergemeinschaft die alleinige inhaltliche Verantwortung.“³² Dabei sind die Veranstaltergemeinschaften aus verschiedenen gesellschaftlich relevanten Gruppen zusammengesetzt und haben die alleinige inhaltliche Verantwortung für das Programm. Somit handelt es sich beim nordrhein-westfälischen Modell um eine binnenpluralistische Organisationsform. Obwohl das Landesmediengesetz nicht grundsätzlich von Lokalmonopolen im Hörfunk ausgeht, haben sich bisher keine lokal konkurrierenden Sender in Nordrhein-Westfalen etabliert. Lediglich im Rhein-Erft-Kreis (dem Sendegebiet von „Radio Erft“) gibt es seit März 2017 mit „Antenne Pulheim“ ein sublokales Hörfunkprogramm.³³ In ganz NRW senden aktuell 44 lokale Hörfunkprogramme in den 46 festgelegten Verbreitungsgebieten. Sie beziehen ein Mantelprogramm von „Radio NRW“. Das heißt, je nach Umfang

²⁷ Vgl. Bornemann, 2017, Rn. 11.

²⁸ Bornemann, 2017, Rn. 8.

²⁹ Vgl. Goldhammer & Wiegand, 2016, S. 23–26; Goldhammer & Wiegand, 2014, S. 23–26; ALM, 2017, S. 162; ALM, 2016, S. 152).

³⁰ Eine Ausnahme stellt das kirchliche Programm „domradio“ dar, das landesweit aber nur über DAB+ und Kabel verbreitet wird, über UKW-Frequenzen aber nur in Köln und Umgebung zu empfangen ist.

³¹ Implementiert sind hierin Sendefenster für den nicht-kommerziellen Bürgerfunk.

³² Schwartmann, 2017, Rn. 63.

³³ Vgl. Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen [LfM], 2016.

der redaktionellen Eigenleistung der jeweiligen lokalen Veranstaltergemeinschaft wird dieses Mantelprogramm in mehr oder weniger großem Umfang bezogen. Im Wesentlichen besteht das Mantelprogramm aus längeren Musikstrecken, die vor allem außerhalb der Hauptsendezeiten von den lokalen Sendern übernommen werden.

Die zweite Säule jedes Lokalfunkveranstalters besteht in der Betriebsgesellschaft, welche für die wirtschaftliche Versorgung der Veranstaltergemeinschaft zuständig ist.³⁴ Die ökonomische Beteiligung an der Betriebsgesellschaft ist nur nach den Regelungen von § 59 LMG NRW zulässig. Demnach dürfen bspw. lokale Zeitungsverlage im Verbreitungsgebiet nicht mehr als 75 Prozent Kapital- und Stimmrechtsanteil in der Betriebsgesellschaft haben. Auf das Programm darf die Betriebsgesellschaft keinen Einfluss nehmen.

Die vom nordrhein-westfälischen privaten Hörfunk insgesamt erzielten Werbeerlöse waren in den vergangenen Jahren Schwankungen unterworfen. In der Zeit seit 2008 lassen sich in einigen Jahren jeweils Steigerungen bei den Werbeumsätzen gegenüber dem jeweiligen Vorjahr konstatieren (2016, 2015, 2010, 2012, 2013), während in anderen Jahren Rückgänge zu verzeichnen sind (2008, 2009, 2011, 2014).³⁵

Weitere Besonderheiten der deutschen lokalen Hörfunklandschaft

Weitere Bundesländer mit vergleichsweise vielen privaten lokalen Hörfunkangeboten sind Sachsen, Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg. Während in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz die Landesmediengesetze eine außenpluralistische Organisationsform des Rundfunks vorsehen,³⁶ sind in Sachsen Regelungen getroffen, die – wie in den meisten anderen Bundesländern auch – letztlich einer Mischform aus Binnen- und Außenpluralismus darstellen.³⁷ Gleichzeitig beschränken das sächsische und rheinland-pfälzische Medienrecht den möglichen Einfluss einzelner Medienunternehmen auf einzelne Programmangebote, um die Entstehung lokaler und regionaler Meinungsmonopole zu verhindern.

Auf der anderen Seite gibt es mit Hessen und Thüringen auch zwei Bundesländer, in denen keine privaten lokalen Radioprogramme ausgestrahlt werden.³⁸ Im Hessischen Privatrundfunkgesetz sind lediglich landesweite private Hörfunkvollprogramme sowie nichtkommerzielle Lokalradios vorgesehen. Das Thüringer Landesmediengesetz trifft keine einschränkenden Regelungen bezüglich der lokalen Radios.

³⁴ Vgl. Schwartmann, 2017, Rn. 63.

³⁵ Vgl. ALM, 2017, S. 163; ALM, 2016, S. 152; ALM, 2015, S. 135; ALM, 2014, S. 157; ALM, 2013, S. 174; ALM, 2012, S. 182; ALM, 2011, S. 183; ALM, 2010, S. 187; ALM, 2009, S. 189.

³⁶ Das heißt, es wird davon ausgegangen, dass durch die Gesamtheit der Rundfunkprogramme die Vielfalt von Meinungen und von Kultur zum Ausdruck gebracht wird.

³⁷ Beispielsweise wird in § 2 des Sächsischen Privatrundfunkgesetzes darauf verwiesen, dass öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk sich ergänzen und in ihrer Gesamtheit die Vielfalt der Meinungen und Gruppen darstellen; dieser Pluralitätsgrundsatz wird aber in § 7 SächsPRG nochmals für die einzelnen Vollprogramme niedergelegt.

³⁸ In Hessen erscheint zumindest das seit 2013 sendende Programm „Antenne Frankfurt“ als Lokalprogramm. Lizenzrechtlich ist es aber als Programm mit Schwerpunkt Wirtschaftsnachrichten zugelassen und hat zudem eine landesweite Sendelizenz (vgl. Paperlein, 2013).

Besonderheiten des niedersächsischen Hörfunkmarkts

In Niedersachsen sind erst seit 2013 private lokale Hörfunksender auf Sendung. Deren Einführung ist eine Änderung des Niedersächsischen Mediengesetzes vorausgegangen. Bis dahin waren nur Programme mit landesweiter Verbreitung zulässig. Zudem war es verboten, in Programmen, die nicht von mehr als 2,5 Millionen Einwohnern in Niedersachsen zu empfangen sind, Werbung ohne landesweiten Bezug auszustrahlen.

Die derzeitige Struktur des Hörfunks in Niedersachsen ist also Folge einer langen Etablierungsphase des landesweiten privaten Hörfunks. Zugleich ist Niedersachsen aber ein vergleichsweise dünn besiedeltes Flächenbundesland³⁹ mit wenigen urbanen Zentren. In dieser Kombination müssen die Marktzutrittschancen für lokale Hörfunkanbieter als vergleichsweise schwierig eingeschätzt werden. Die lokalen Sender sind erst seit wenigen Jahren auf Sendung, wobei Radio Osnabrück (seit 2013) und Radio Mittelweser sowie Radio Hannover (2014) am längsten am Markt sind, während Meer Radio (Neustadt am Rübenberge) erst im November 2017 den Sendebetrieb aufgenommen hat.

4.1.2 Lokaler privater Hörfunk im dualen Rundfunksystem

Aufgabe, Geschichte und Funktion lokaler Radiostationen

Die Struktur des privaten Hörfunkmarkts in Deutschland, insbesondere seine regional und lokal sehr unterschiedliche Ausdifferenzierung, ist das Ergebnis von zum Teil stark differierenden Konzepten und Zielvorstellungen bei der Zulassung und Regulierung privater Sender in den einzelnen Bundesländern. Diese spielten insbesondere bei der Einführung privaten Rundfunks in Deutschland eine Rolle, haben sich in der Gesetzgebung niedergeschlagen und wirken sich – trotz zu beobachtender Angleichungsprozesse – bis heute aus.

Unstrittig erfüllt der Rundfunk eine öffentliche Aufgabe, was so auch *expressis verbis* für den privaten Rundfunk in diversen Landesmediengesetzen formuliert ist (*pars pro toto*: § 6 Landesmediengesetz Baden-Württemberg). Generell besteht diese Aufgabe in der Beschaffung und Verbreitung von Nachrichten in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse und der Mitwirkung an der Meinungsbildung.⁴⁰ Im lokalen und regionalen Kontext gilt dies entsprechend, wobei hier zudem die identitätsstiftende Funktion zu betonen ist. Partizipation, soziale Orientierung und Integration können daher als die eigentlichen publizistischen Funktionen lokaler Medien gelten, die insbesondere durch Behandlung lokalpolitischer Themen (Forumsfunktion) und alltagsrelevante Informationen aus der Nahwelt (soziale Orientierung) erfüllt werden.⁴¹ Während diese Funktionen für alle lokalen Medien in unterschiedlicher Gewichtung als relevant gelten können, ist im Bereich des lokalen Hörfunks auch die ökonomische Komponente nicht zu vernachlässigen. Gerade vor dem Hintergrund der Konzentrationsprozesse am Zeitungsmarkt wurde die Einführung und Regulierung lokalen Rundfunks auch als wich-

³⁹ 166 Einwohner je Quadratkilometer. Nur Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Thüringen weisen eine geringere Bevölkerungsdichte auf (vgl. Statistisches Bundesamt, 2016).

⁴⁰ Vgl. Martini, 2017, Rn. 7.

⁴¹ Vgl. Trebbe, 1996, S. 16–18.

tiges Steuerungselement zum Erhalt der publizistischen Vielfalt angesehen.⁴² Und nicht zuletzt waren es die Zeitungsverlage selbst, die sich für die Einführung privaten Rundfunks einsetzten.⁴³

Folgerichtig ist ein Charakteristikum des deutschen privaten Radiomarktes die nahezu flächendeckende Beteiligung von Zeitungsverlagen an den Hörfunkwellen.⁴⁴ Darin spiegeln sich medienpolitische Entscheidungen aus der Gründungsphase des privaten Rundfunks in Deutschland wider, mit denen divergierende Interessen vereint werden sollten. Einerseits sollte die Verlagsbeteiligung insbesondere lokale und regionale Medienvielfalt sichern: Durch Beteiligung der Verlage am vermeintlich attraktiveren Rundfunkwerbemarkt sollten die befürchteten negativen Auswirkungen auf den Printwerbemarkt aufgefangen werden.⁴⁵ Andererseits sollten überwiegender Einfluss und Meinungsmacht durch Doppelmonopole in Presse und Rundfunk verhindert werden.⁴⁶

Medienpolitisch war in Deutschland insbesondere ab den 1970er Jahren darauf hingewirkt worden, dass Hörfunk verstärkt lokal informieren solle.⁴⁷ Dementsprechend wurde während und nach Beginn der Etablierung privaten lokalen Hörfunks in den 1980er Jahren untersucht, „ob die Lokalradios überhaupt lokale Information böten und wenn ja, welcher Art.“⁴⁸ Vor dem Hintergrund der angenommenen Funktionen des lokalen Hörfunks ist dabei insbesondere von Bedeutung, ob Lokalradio zu einer umfassenden Information über lokalpolitische Themen beiträgt und die soziale Nahwelt erfahrbar macht.⁴⁹ Seit ihrer Etablierung zeigt sich aber insgesamt: „insbesondere bei den privat-rechtlichen Programmen war es mit den lokalen Inhalten nicht weit her.“⁵⁰

Zum Hörfunk als generell in der Forschung eher wenig beachtetem Medium liegen vergleichsweise wenige Programmanalysen vor. Dies gilt umso mehr für lokale Programmangebote. Gleichwohl gibt es – insbesondere im Kontext von Programmevaluationen durch Landesmedienanstalten – einige Daten, aus denen sich Rückschlüsse ziehen lassen, inwieweit Radio das lokale Informationsportfolio bereichert. Dies bezieht sich auf Untersuchungen, die sowohl lokale Medienangebote insgesamt in den Blick nehmen, als auch im engeren Sinne auf lokaljournalistische Leistungen fokussieren.

Als wegweisend ist in diesem Kontext die Pilotstudie „Der Beitrag privater Lokalradio- und Lokalfernsehprogramme zur publizistischen Vielfalt“ von Trebbe (1996) zu nennen, der anhand des Kommunikationsraums Augsburg u.a. evaluiert hat, ob sich dort „typische anbieter-spezifische Leistungen in der auf das Verbreitungsgebiet bezogenen Berichterstattung der

⁴² Vgl. bspw. CDU Nordrhein-Westfalen, 1986.

⁴³ Vgl. Meyn, 1999, S. 218.

⁴⁴ Vgl. Halefeldt, 2001, S. 1425; van Rinsum, 2015, S. 222–223.

⁴⁵ Vgl. van Rinsum, 2015, S. 223).

⁴⁶ Vgl. van Rinsum, 2015, S. 223.

⁴⁷ Vgl. Schumacher, 2001, S. 1456.

⁴⁸ Schumacher, 2001, S. 1456.

⁴⁹ Vgl. Trebbe, 1996, S. 16–18.

⁵⁰ Schumacher, 2001, S. 1456.

lokalen Hörfunkprogramme entwickelt“⁵¹ haben. Die Ergebnisse zeigen, dass in der lokalpublizistischen Informationsgebung lokale Politik, gesellschaftliche Themen, lokaler Sport und Beiträge zur privaten Lebenswelt in unterschiedlicher Gewichtung als die Hauptfelder erscheinen, wobei im Hörfunk die „Thematisierung lokaler Politik eindeutig an erster Stelle steht.“⁵²

Aktuellere Studien zu lokalen Medienmärkten in Nordrhein-Westfalen zeigen, dass zwar insgesamt durch lokalen Rundfunk eine Angebotserweiterung entsteht, der publizistische Mehrwert der Lokalradios aber eher gering ausfällt und die Tageszeitung weiterhin als lokales Leitmedium gelten muss.⁵³ Auch wenn sich im Einzelnen insgesamt vielfältige lokale Medienöffentlichkeiten vorfinden lassen, so ist der inhaltliche Beitrag von Lokalradios dazu meistens marginal. Dies liegt insbesondere daran, dass im lokalen Hörfunk unterhaltungs- und servicebetonte Wellen – also Tagesbegleitprogramme – dominieren.⁵⁴ Der durchgängig hohe Musikanteil entsteht dabei nicht nur durch den Bezug des musikbetonten Mantelprogramms außerhalb der Primet-Tme, sondern betrifft explizit auch die von den jeweiligen lokalen Veranstaltergemeinschaften selbst produzierten Sendestrecken.⁵⁵ Der lokale Hörfunk entspricht damit letztlich vor allem den mehrheitlichen Hörerwünschen und -gewohnheiten, denn „die Bindung der Hörer an das Programm [beruht] nicht in erster Linie auf dem durch Lokalinformation intendierten Zugehörigkeitsgefühl zu einem räumlich abgrenzbaren Gebiet, sondern auf der je besonderen Komposition des Programms, die sich aus der Musik, der Moderation und der Information gleichermaßen“⁵⁶ konstituiert.

⁵¹ Trebbe, 1996, S. 65.

⁵² Trebbe, 1996, S. 160.

⁵³ Vgl. Volpers, Bernhard, Ihle & Schnier, 2013; Volpers, Salwiczek & Schnier, 2003.

⁵⁴ Vgl. Volpers et al., 2013, S. 219.

⁵⁵ Vgl. Klingemann, 2013, S. 223.

⁵⁶ Schumacher, 2001, S. 1456.

Medienpolitische Erwartungen bei der Einführung privatkommerziellen Lokalfunks in Niedersachsen

Bei der Novellierung des niedersächsischen Mediengesetzes im Jahr 2010 waren im Hinblick auf den lokalen Hörfunk solche Überlegungen leitend, die bereits früher die Medienpolitik in anderen Bundesländern geprägt haben. Der niedersächsische Gesetzgeber wollte mit der Zulassung privaten lokalen Hörfunks insbesondere dem bei Zeitungsverlagen gewachsenen Interesse zur Ausdifferenzierung ihres Angebots und Erschließung neuer Verbreitungswege des journalistischen Angebots entgegenkommen.⁵⁷ Dabei wurde davon ausgegangen, dass privater Rundfunk auf lokaler Ebene identitätsstiftend wirkt und seine Zulassung auf lokaler Ebene einen Vielfaltsgewinn erwarten lässt. Begründet wurde diese Erwartung vor allem damit, dass auf der lokalen Ebene zu wenige entsprechende Inhalte angeboten werden:

„Denn gerade auf der lokalen Ebene stellen der öffentlich-rechtliche Rundfunk wie auch private Rundfunkveranstalter regelmäßig keine oder nur wenig Programmangebote bereit. Durch lokalen und regionalen Rundfunk können die Menschen daher künftig umfassender lokal und regional informiert werden; das Spektrum lokaler Meinungen, Informationen und kultureller Themen kann weiter aufgefächert und einem breiteren Diskurs zugeführt werden.“⁵⁸

Im neu gefassten Niedersächsischen Mediengesetz wird in § 15, Absatz 4 dieser gesetzgeberische Wunsch der inhaltlichen Erweiterung lokaler Informationsangebote genauer normiert. Dort werden Veranstalter lokaler oder regionaler Rundfunkprogramme verpflichtet, ihre Programme inhaltlich auf das jeweilige Sendegebiet auszurichten. Der lokale bzw. regionale Informationsanteil soll zudem im Durchschnitt einer Woche mindestens sieben Prozent der Sendezeit umfassen, dies entspricht rund 11 Stunden pro Woche.⁵⁹

Der Aspekt der medienpolitischen wie ökonomischen Förderung der lokalen Zeitungsverlage kann im Rahmen der Untersuchung des inhaltlichen Angebots der lokalen Hörfunkangebote nicht untersucht werden. Ob die Hoffnung des Gesetzgebers auf umfassendere lokale Informationen und kulturelle Themen bisher als gerechtfertigt erscheint, lässt sich aber anhand der Daten der Inhaltsanalyse der „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017“ einschätzen. Die Ergebnisse dieser Untersuchung werden im Folgenden für alle erhobenen Programme im Einzelnen dargelegt. Daran schließt sich eine vergleichende Gegenüberstellung der Programme an, wobei auch die gesetzgeberische Intention der Vielfaltssteigerung in der Lokalpublizistik gewürdigt wird

⁵⁷ Vgl. Niedersächsischer Landtag, 2010, S. 36. Wobei zu konzedieren ist, dass es hier vor allem um neue crossmediale Angebotsstrategien ging und nicht in erster Linie um „klassischen“ UKW-Hörfunk.

⁵⁸ Niedersächsischer Landtag, 2010, S. 36.

⁵⁹ Der Anteil bezieht sich auf die Gesamtsendezeit von 24 Stunden. In der vorliegenden – nicht aufsichtlich konzipierten – Untersuchung wurden aus forschungsökonomischen Gründen lediglich 18 Stunden (von 5 bis 23 Uhr) analysiert. Ein Unterschreiten von 11 Stunden Sendegebietsbezug ist also nicht als Beleg für einen zu geringen Sendegebietsbezug innerhalb der Gesamtsendezeit zu werten.

4.1.3 Die Programmangebote des lokalen Hörfunks in Niedersachsen im Einzelnen

4.1.3.1 Radio Hannover

Radio Hannover wurde im Juli 2012 zugelassen und ist in der Landeshauptstadt und der näheren Umgebung seit dem 2. April 2014 zu hören. Intendiert wird von den Verantwortlichen ein Programm, das sich an eine breite Hörergruppe mit dem Kernsegment der 30- bis 60-Jährigen richtet.

Format

Das Programmschema ist montags bis freitags ähnlich aufgebaut. Jeweils zur vollen Stunde werden Weltnachrichten und zur halben Stunde Lokalnachrichten ausgestrahlt. Die Prime-Time wird mit der Magazinsendung „Hannover am Morgen“ von 6 bis 12 Uhr gefüllt, am Nachmittag inklusive der Drive-Time wird „Hannover am Nachmittag“ ausgestrahlt (14 bis 19 Uhr). Über den Tag verteilt, insbesondere mittags und nachmittags, werden Beiträge aus dem Themenbereich der privaten Lebenswelt (Wohnen und Haushalt) ausgestrahlt, die häufig mit Sponsorenhinweisen oder auch als Dauerwerbesendung gekennzeichnet sind. Nach 19 Uhr gibt es nur noch wenige Wortbeiträge. Nach 20 Uhr sowie am Wochenende ganztägig werden keine Lokalnachrichten ausgestrahlt.

Die Musikformatierung von Radio Hannover ist geprägt von Titeln, die den Formaten AC und AOR zugeordnet werden können. Gespielt wird im Tagesprogramm eine Mischung aus – überwiegend internationalen – melodischen Pop- und Rocksongs der letzten Jahrzehnte bis heute. Dazu zählen auch Neuvorstellungen von aktuellen Popsongs. Ansonsten spielt der Sender aktuelle und ältere Radio- und Pophits, die melodisch und schwungvoll ausgerichtet sind. Bei den Rocksongs handelt es sich vornehmlich um hitbezogene Rockformat-Titel, die überwiegend in Richtung Soft Rock tendieren. Was die Musikfarbe betrifft, unterscheidet sich das Tages-, Abend- und Nachtprogramm kaum voneinander. Radio Hannover zeichnet sich durch eine durchgängig konsistente Musikauswahl aus, die das Programm 24 Stunden lang durchformatiert.

Quantitative Ergebnisse

Bei Radio Hannover füllt die Musik rund 75 Prozent der Sendezeit aus, Verpackungselemente umfassen 3 Prozent und die Werbung fast 5 Prozent. Der Wortanteil beträgt knapp 17 Prozent, wobei es sich zum allergrößten Teil um informierende Beiträge handelt.

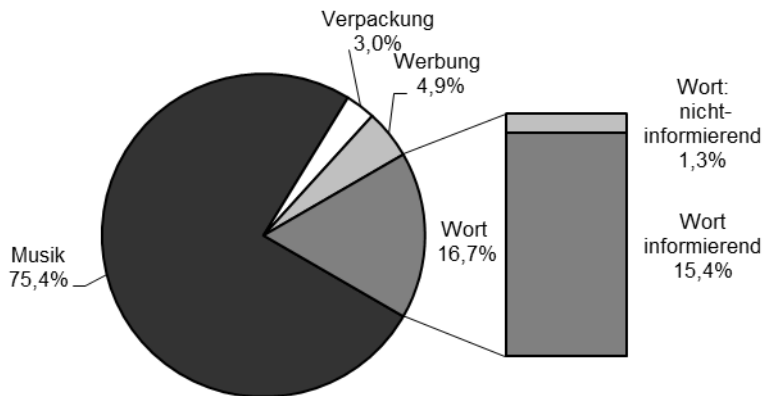
Mit fast 19,5 Stunden bzw. 15,4 Prozent der Gesamtsendezeit weist Radio Hannover einen vergleichsweise hohen Anteil von Informationsbeiträgen auf. Der größte Teil davon entfällt mit über 44 Prozent auf Nachrichtensendungen und zu gut 28 Prozent auf Serviceangebote. Innerhalb der Nachrichtensendungen entfällt knapp die Hälfte der Zeit auf Sprechermeldungen und etwa ein Drittel auf Korrespondentenberichte. Dabei kommen die meisten Korrespondentenberichte aber in den Weltnachrichten vor. In den Lokalnachrichten entfallen darauf nur ca. 10 Prozent des Umfangs.

Radiojournalistische Darstellungsformen machen mit über 4 Stunden fast 20 Prozent des Wortanteils aus, wovon gut 30 Prozent Korrespondentenberichte sind.⁶⁰ Nach Abzug der Servicebestandteile weist Radio Hannover noch insgesamt knapp 13 Stunden informierende Wortbeiträge auf. Darin dominiert die Politikberichterstattung, die vergleichsweise breit aufgefächert ist, indem nicht nur der Kern politischer Entscheidungsprozesse, sondern auch wirtschaftliche Sachthemen und administrative Prozesse behandelt werden. Gesellschaftsthemen machen 22 Prozent aus, wobei vergleichsweise wenig Kulturberichterstattung vorzufinden ist. Knapp 19 Prozent entfallen auf Neuigkeiten im Bereich der Soft News und über 11 Prozent auf den Sport.

Der Sendegebietsbezug von Radio Hannover beträgt innerhalb des Stichprobenzeitraumes (5 bis 23 Uhr) über 13 Stunden. Damit liegt Radio Hannover leicht über dem Durchschnitt der Lokalsender. Vom reinen Informationsteil entfallen fast 70 Prozent auf Berichterstattung aus dem Sendegebiet. Das ist der (relativ) höchste Wert im Vergleich aller Lokalsender. Aus anderen niedersächsischen Regionen wird nur in marginalem Umfang berichtet.

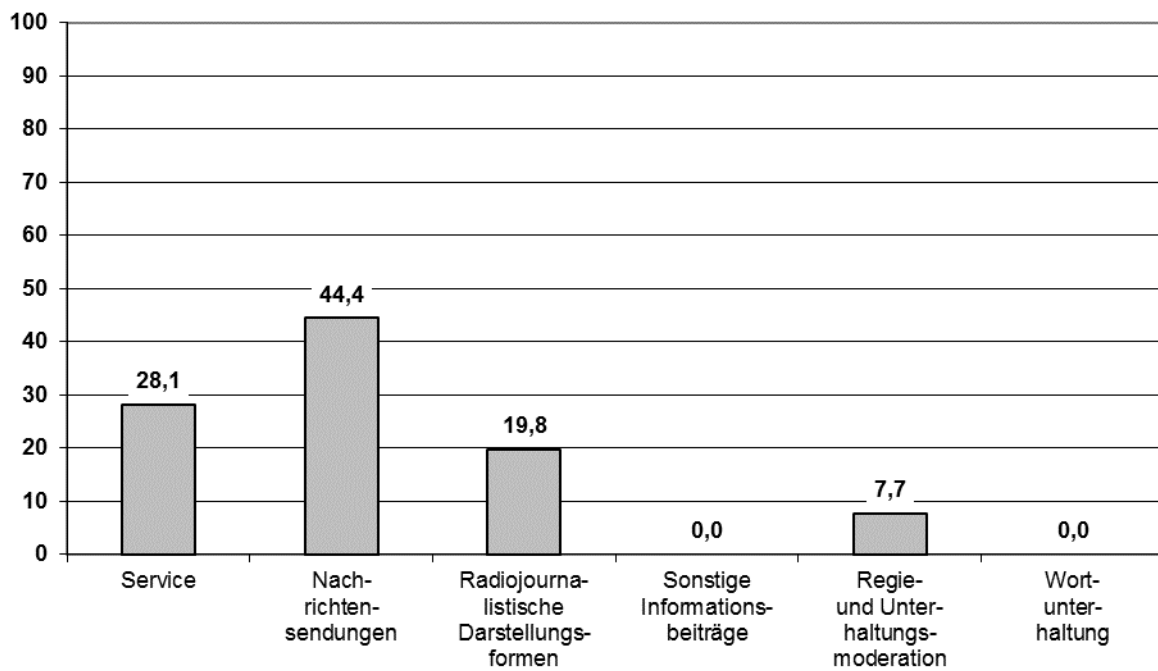
⁶⁰ Es ist an dieser Stelle jedoch einzuschränken, dass zum Zeitpunkt der Untersuchung das Sendegebiet der Station erweitert wurde, was die Redaktion zum Anlass nahm, mehrfach Berichte aus den neu hinzugekommenen Gemeinden auszustrahlen. Insofern ist unklar, ob dieser Befund dadurch verzerrt ist oder ob auf diesen Sendeplätzen auch ohne einen solchen äußeren Anlass entsprechende Berichte ausgestrahlt werden.

Abbildung 55 Radio Hannover – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



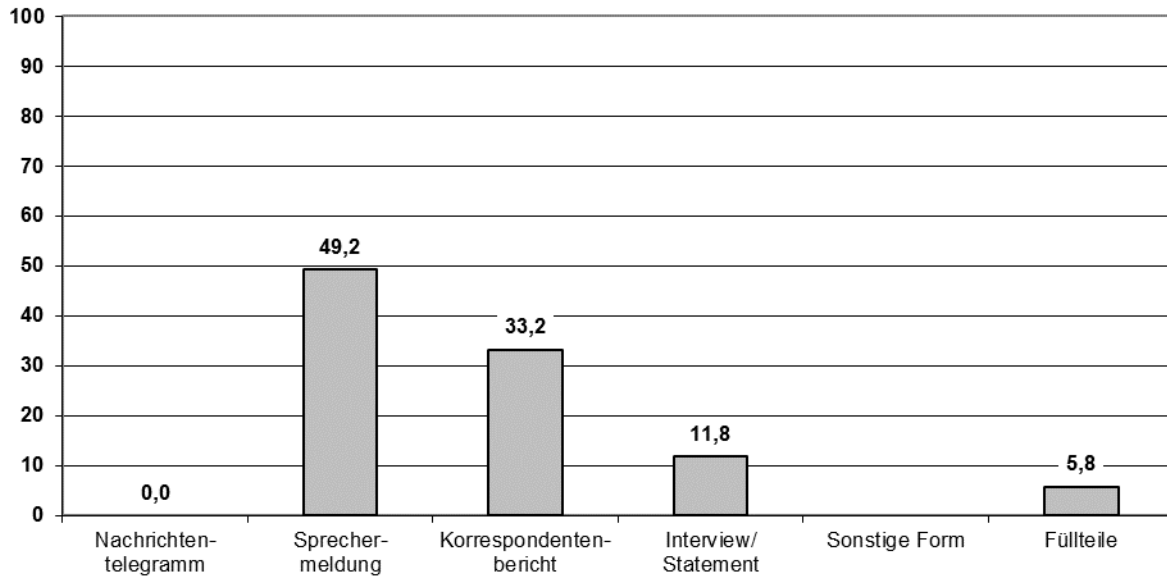
Basis: Gesamtprogramm (=125:58:09 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 56 Radio Hannover – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=21:00:39 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 57 Radio Hannover – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=9:19:15 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

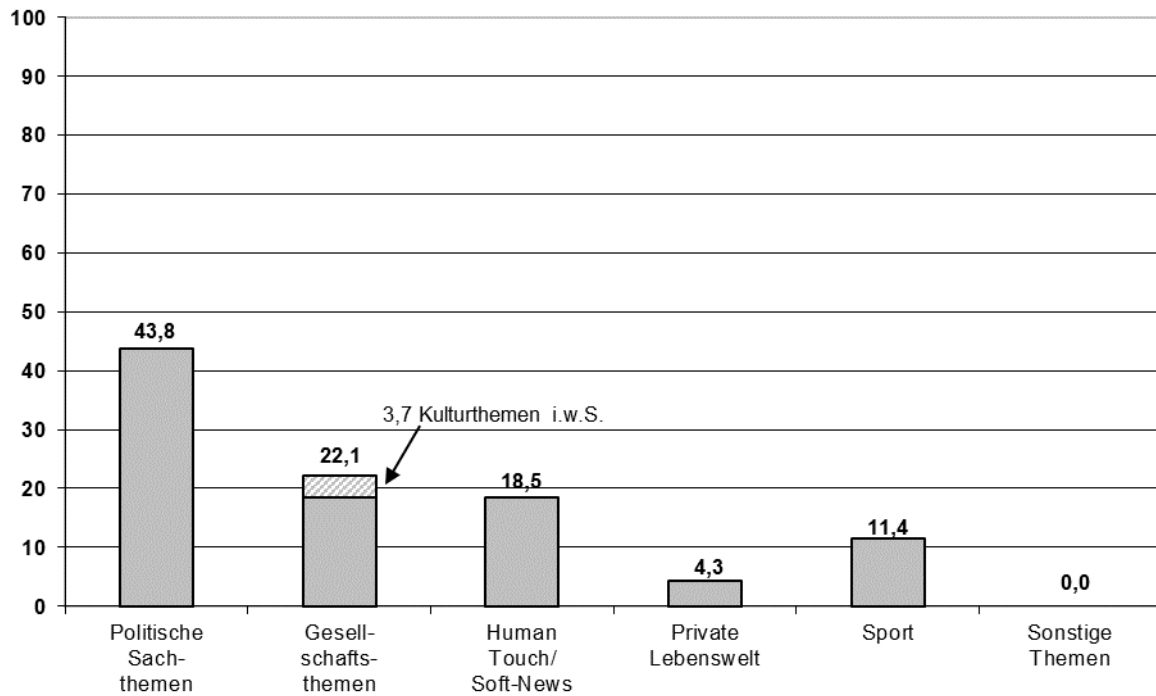
Tabelle 45 Radio Hannover – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	2:33:40	61,7	127	77,9
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	-	-	-	-
Interview/Diskussion	0:02:21	0,9	1	0,6
Korrespondentenbericht	1:18:12	31,4	29	17,8
Reportage/Feature	0:02:02	0,8	1	0,6
Sonstige Form	0:12:50	5,2	5	3,1
Gesamt	4:09:05	100,0	163	100,0

Tabelle 46 Radio Hannover – Formen der Informationsmoderation

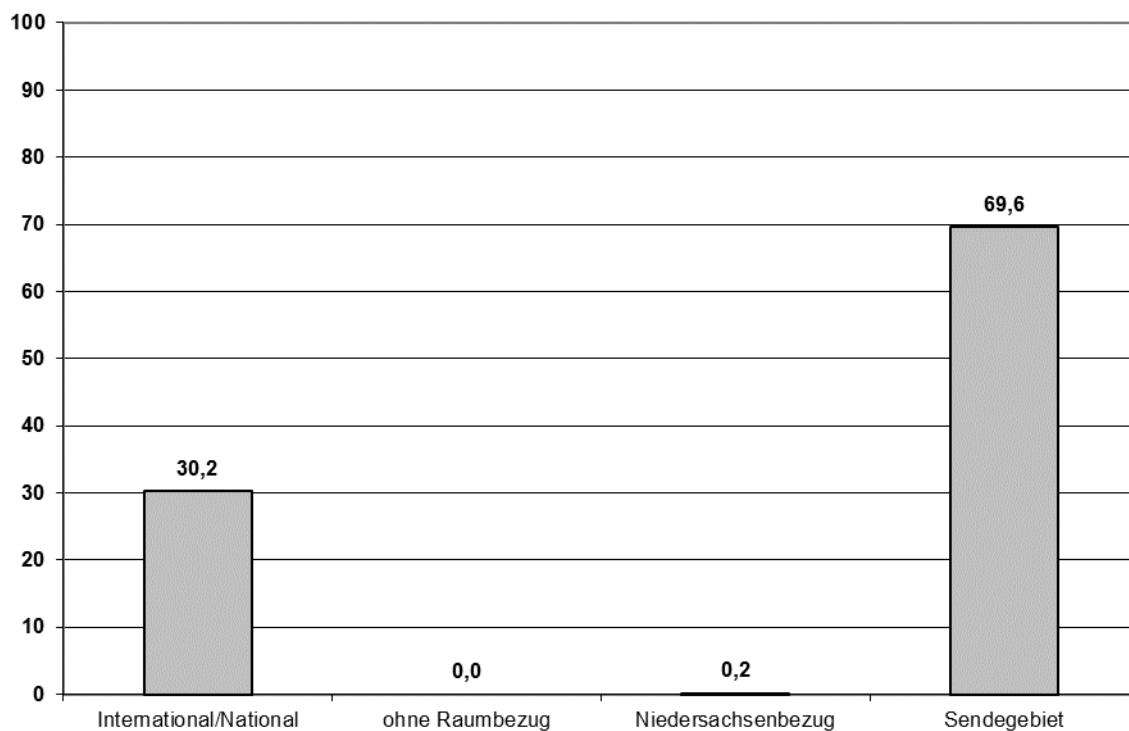
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	0:28:40	18,7	82	64,6
Gespräch mit dem Hörer	-	-	-	-
Gespräch mit Prominenten/Experten	0:08:27	5,5	4	3,1
Gesprächsrunde im Studio	0:54:26	35,4	17	13,4
Sonstige Form	1:02:07	40,4	24	18,9
Gesamt	2:33:40	100,0	127	100,0

Abbildung 58 Radio Hannover – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=12:55:47 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 59 Radio Hannover – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (=18:50:39) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

4.1.3.2 Radio38

Radio38 wurde von der NLM im Juli 2012 als lokales Vollprogramm zugelassen und ist in Braunschweig und Wolfsburg seit dem 28. Januar 2015 zu empfangen. Die Zielgruppe des Programms umfasst das Segment der 20- bis 59-Jährigen.

Format

Die Programmstruktur von Radio38 ist montags bis freitags durch lange und täglich wiederkehrende Magazinstrecken für die verschiedenen Tageszeiten gekennzeichnet. Von 5 bis 10 Uhr wird die Morningshow „Frühschicht“ ausgestrahlt, gefolgt von „Bei der Arbeit“ (10 bis 15 Uhr) und die „Spätschicht“ (15 bis 20 Uhr). Jeweils zur vollen Stunde werden Weltnachrichten gesendet. Die Lokalnachrichten werden – dem Lokalbezug des Sendernamens entsprechend – jeweils acht Minuten nach der halben Stunde ausgestrahlt (also 5 Uhr 38, 6 Uhr 38 usw.). Der Stellenwert der Lokalnachrichten wird dadurch erhöht, dass diese jeweils ca. 20 Minuten vorher angeteasert werden.

Die Musikfarbe des Senders Radio38 vereint in erster Linie die Formate AC und Middle of the Road (MOR). Die gespielte Musikmischung setzt sich somit aus meist englischsprachigen Radiohits der 1980er-Jahre bis heute zusammen. Ergänzt wird diese Formatierung durch ein bis zwei deutschsprachige Radiohits pro Stunde. Ab und zu werden auch Titel, die sich aus dem CHR-Format speisen, sowie Rock-Titel und Oldies eingestreut. Insgesamt spricht Radio38 damit eine Hörerschaft im Alter zwischen 20 und 60 Jahren an. In der Abendschiene des Senders wird wochentäglich ein Musikspezial ausgestrahlt, das von melodischen Radiohits aus den 1980er Jahren bestimmt wird. Abgesehen von diesen Musikspecials ist die Musik von Radio38 in den Tag- und Nachtstunden weitgehend durchformatiert.

Quantitative Ergebnisse

Radio38 bestreitet rund 72 Prozent der Gesamtsendezeit mit Musik, 3,6 Prozent entfallen auf Verpackungs- und Füllteile, 3,2 Prozent auf Werbung. Damit bleiben für den Wortanteil 21,3 Prozent, von dem der größte Teil auf informierende Wortbeiträge entfällt. Im Vergleich der niedersächsischen Lokalsender ist dies der höchste Wort- und Informationsanteil.

Innerhalb der Wortbeiträge machen Nachrichtensendungen mit 53 Prozent den größten Anteil aus. Auch damit liegt Radio38 im Lokalsendervergleich an der Spitze. Servicemeldungen haben einen Anteil von etwas über einem Viertel des Wortangebots, die radiojournalistischen Darstellungsformen summieren sich auf rund 12 Prozent. Innerhalb der Nachrichten werden vor allem Sprechermeldungen verlesen (50,3 Prozent der Nachrichten), mit fast 23 Prozent entfällt aber auch ein recht großer Teil auf Interviews und Statements. Dabei unterscheidet sich die Formenvielfalt zwischen Welt- und Lokalnachrichten kaum. In beiden Sendungstypen entfällt etwa die Hälfte der Zeit auf Sprechermeldungen und jeweils etwa ein Viertel auf Korrespondentenberichte sowie Interviews und Statements. Damit weist Radio38 im Vergleich der Lokalradios eine hohe Formenvielfalt in den Nachrichten auf.

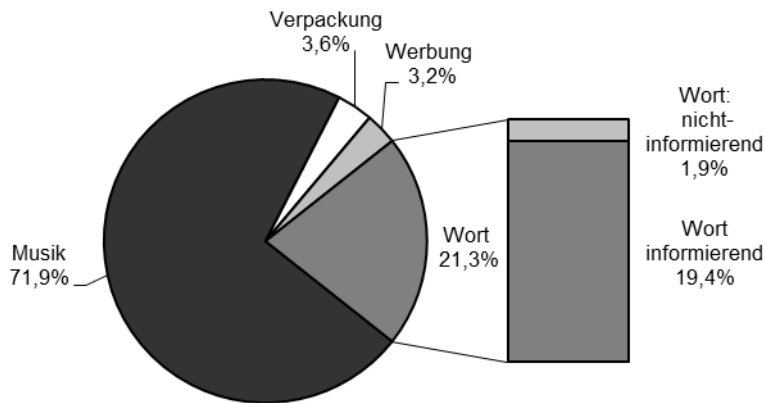
Der Rückgriff auf Gesprächsformen ist auch außerhalb der Nachrichten charakteristisch: Fast 14 Prozent der radiojournalistischen Darstellungsformen entfallen auf Interviews und Diskussionsrunden. Dies dürfte im Wesentlichen an der Talksendung „Köpfe – Der Sonntagstalk“

liegen, mit dem sich Radio38 deutlich von den anderen Lokalprogrammen abhebt, in denen solche Formate bisher nicht gepflegt werden. Im Gegenzug werden allerdings andere produktionsaufwendige Darstellungsformen kaum genutzt, denn gut 84 Prozent der journalistischen Beiträge sind Informationsmoderationen.

Der Wortanteil bei Radio38 bleibt auch nach Abzug von Unterhaltungs- und Serviceangeboten im Vergleich der Lokalsender umfänglich. Von diesen über 16 Stunden thematisch informierenden Beiträgen entfallen 41 Prozent auf politische Berichterstattung im weitesten Sinne, wobei hier die Wirtschaft neben der Politik einen nachrangigen, aber wesentlichen Teilaspekt bildet. An zweiter Stelle des Themenportfolios von Radio38 steht der Sport, was auf die umfangreiche Berichterstattung über Eintracht Braunschweig und den VfL Wolfsburg sowie den Eishockeyclub Wolfsburg Grizzlys zurückzuführen ist. Human Touch und Soft News machen knapp 16 Prozent der Themen aus. Gesellschaftliche Themen sind mit gut 13 Prozent vergleichsweise wenig präsent im Programm. Davon entfällt knapp die Hälfte auf Kulturberichterstattung.

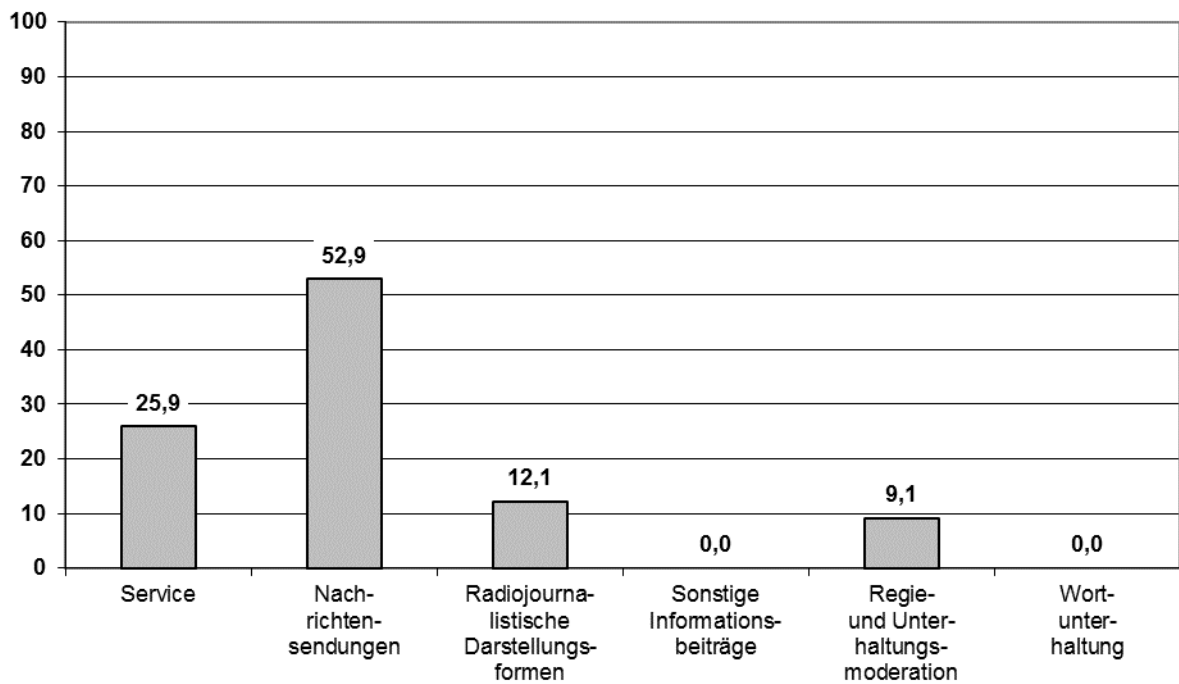
Von der hier untersuchten Sendezeit entfallen 13,5 Stunden auf sendegebietsbezogene Informationen. Damit bietet das Programm vom absoluten Umfang her die meisten lokalen Inhalte im Vergleich der hier untersuchten Lokalsender.

Abbildung 60 Radio38 – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



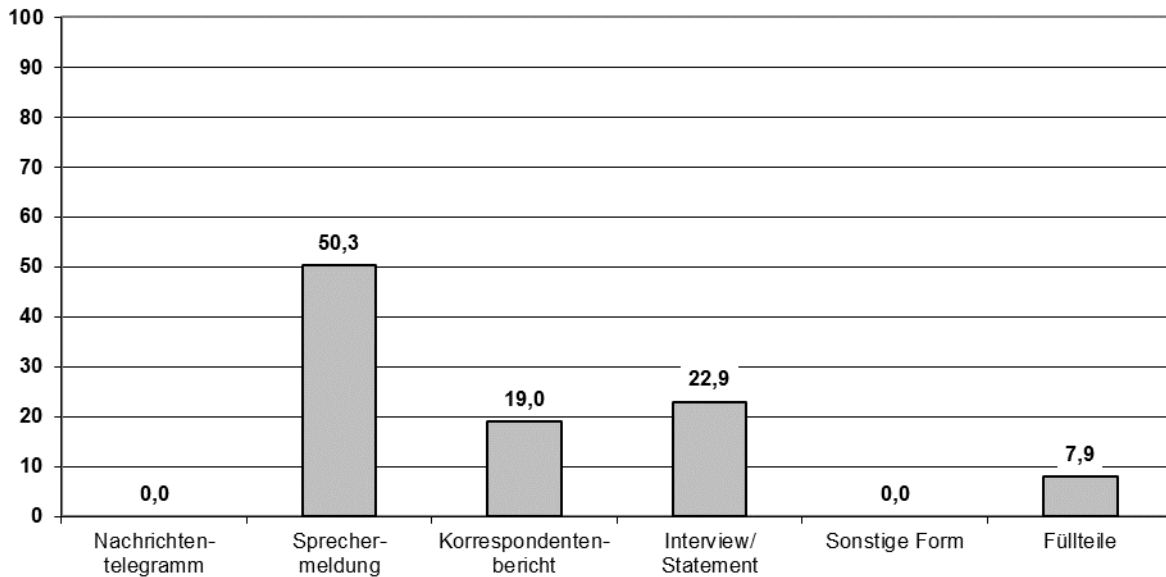
Basis: Gesamtprogramm (=125:49:47 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 61 Radio38 – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=26:50:14 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 62 Radio38 – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=14:12:06 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

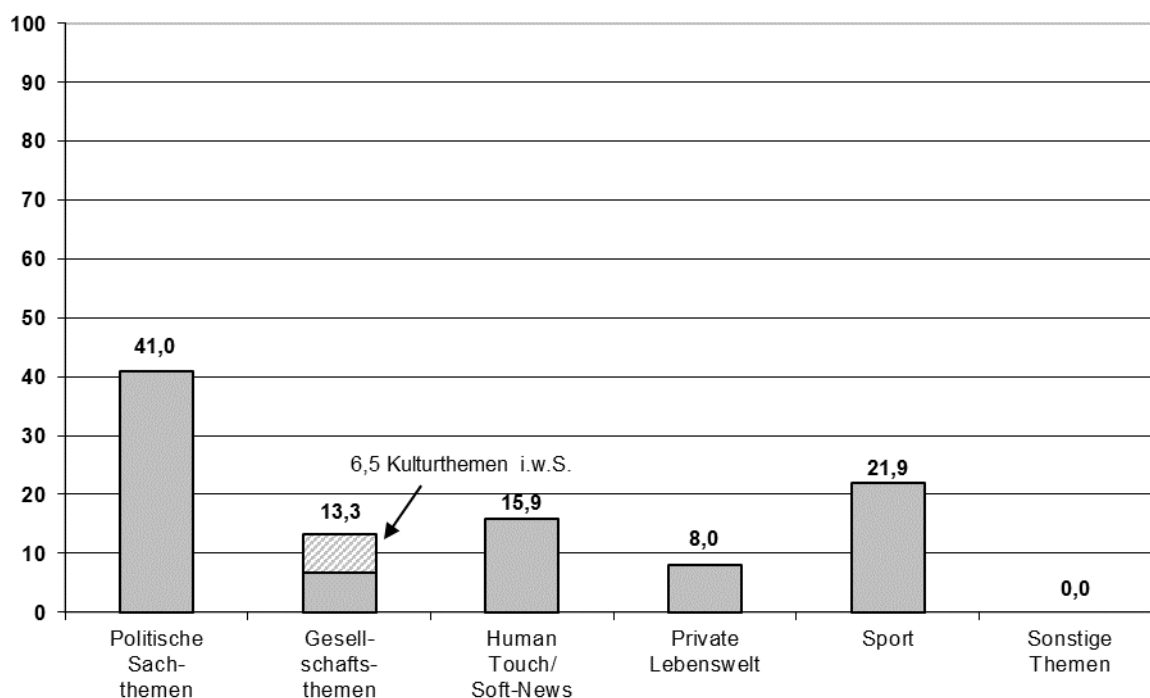
Tabelle 47 Radio38 – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	2:44:34	84,4	88	87,1
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	0:02:10	1,1	1	1,0
Interview/Diskussion	0:26:40	13,7	11	10,9
Korrespondentenbericht	0:01:37	0,8	1	1,0
Reportage/Feature	-	-	-	-
Sonstige Form	-	-	-	-
Gesamt	3:15:01	100,0	101	100,0

Tabelle 48 Radio38 – Formen der Informationsmoderation

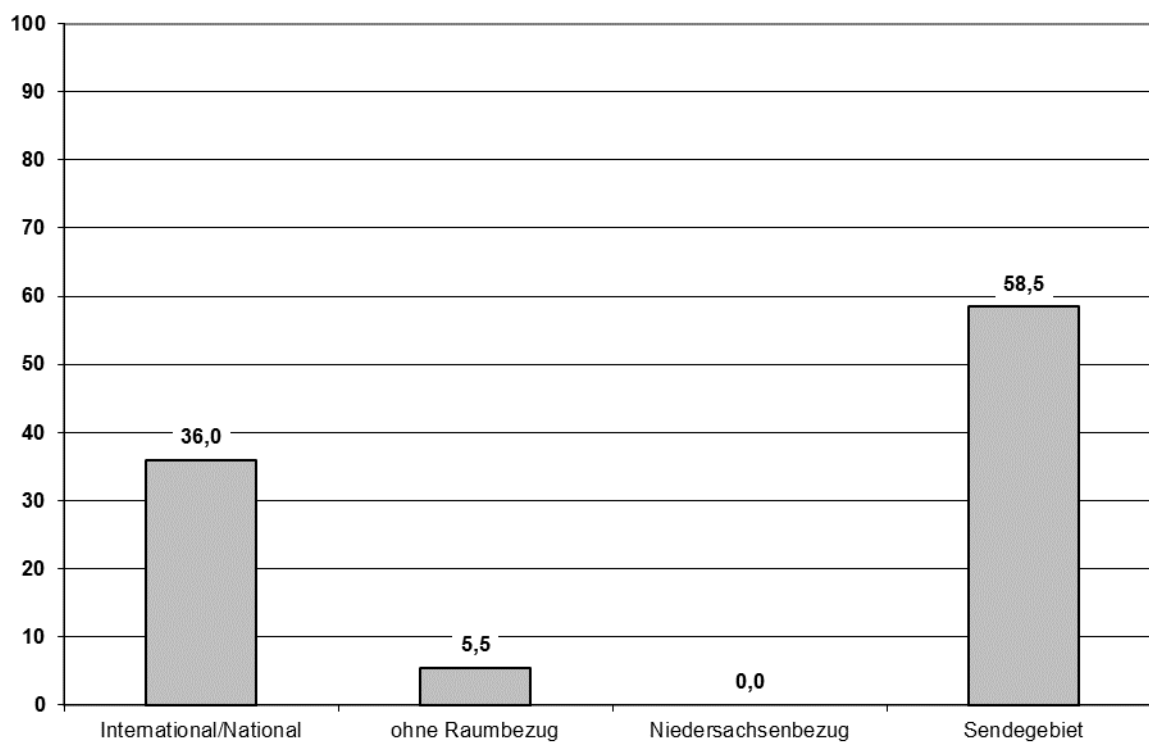
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	1:07:26	41,0	47	53,4
Gespräch mit dem Hörer	0:10:56	6,6	5	5,7
Gespräch mit Prominenten/Experten	0:08:08	4,9	3	3,4
Gesprächsrunde im Studio	-	-	-	-
Sonstige Form	1:18:04	47,4	33	37,5
Gesamt	2:44:34	100,0	88	100,0

Abbildung 63 Radio38 – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=16:12:10 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 64 Radio38 – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (=23:17:21) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

4.1.3.3 Radio Mittelweser

Radio Mittelweser ist im Landkreis Nienburg seit März 2014 über UKW zu empfangen. Der Sender ist bereits seit 2012 als Internetradio auf Sendung und wurde zuvor ehrenamtlich vom Verein „Radio Nienburg e.V.“ betrieben. Die Zulassung als lokales UKW-Radio wurde den Verantwortlichen im September 2012 durch die NLM erteilt.

Format

Von Montag bis Freitag ist das Programm von Radio Mittelweser durch drei Sendestrecken strukturiert. Von 6 bis 11 Uhr läuft die „RMW-Morningshow“, von 11 bis 16 Uhr die „Infothek“ und von 16 bis 19 Uhr „Ab in den Feierabend“. Innerhalb dieser Kernsendezeit werden jeweils zur vollen Stunde Weltnachrichten und zur jeweils halben Stunde Lokalnachrichten ausgestrahlt. Am Abend wird das Abendprogramm mit verschiedenen Musiksendungen abwechslungsreich gestaltet. So sendete Radio Mittelweser in der untersuchten Woche am Montag und Donnerstag ab 20 Uhr die Oldiesendung „Diamonds“, am Dienstag und Donnerstag ab 20 Uhr „Goldrausch“⁶¹ und am Dienstag von 21 bis 22 Uhr sowie am Freitag von 20 bis 21 Uhr „Die Covershow mit Lutz Sommerfeld“. Am Freitagabend von 21 bis 22 Uhr werden schließlich noch die „Die RMW-Chartshow“ und ab 22 Uhr die „Mynonzo Radio Show“ mit House Music ausgestrahlt. Am Samstag läuft von 8 bis 14 Uhr „Der Wunschsamstag“. Am Sonntagnachmittag wird von 14 bis 19 Uhr mit „Sport vor Ort – Die Sportsendung auf Radio Mittelweser“ eine lange Sportsendestrecke ausgestrahlt, in der insbesondere über das lokale und regionale Fußballgeschehen berichtet wird.

Radio Mittelweser richtet sein Musikprogramm an melodischen Pophits aus, die vor allem aus den letzten Jahrzehnten stammen. Aktuelle Hits werden auch gespielt, sie bilden aber keinen Schwerpunkt. Den „Sound“ von Radio Mittelweser machen eindeutig die massenkompatiblen Hits der 1980er und 1990er Jahre aus (AC und Soft AC). Ergänzt werden diese Radiohits von Classic-Rock-Titeln und Soft-Rock-Songs aus den 1970er bis in die 2000er Jahre. Regelmäßig, zum Teil mehrmals in der Stunde, werden im Musikprogramm eingängige deutschsprachige Titel gespielt. Die Tages- und Nachtschiene unterscheidet sich kaum voneinander: Das Programm ist in seiner Musikauswahl durchformatiert: Die Radio-Hits haben einen hohen Wiedererkennungswert. Ausnahmen bilden neben dem „Wunschsamstag“ die abendlichen Musik-Spezialsendungen.

Quantitative Ergebnisse

Der Musikanteil bei Radio Mittelweser ist mit knapp 77 Prozent der höchste Wert innerhalb der niedersächsischen Lokalradios. Dagegen ist der Anteil von Verpackungselementen, wie Jingles u.ä., mit 2,5 Prozent am niedrigsten. Der Anteil von Werbung liegt mit gut 5 Prozent im Mittelfeld. Entsprechend dem hohen Musikanteil ist der Umfang der Wortbeiträge geringer als bei den anderen Lokalsendern, wobei aber zu konzedieren ist, dass davon nur ein sehr

⁶¹ Diese beiden Sendungen („Diamonds mit Eckhard ‚Hannibal‘ Heuermann“ und „Goldrausch mit Eckhard ‚Hannibal‘ Heuermann“) sind zugeliefert und laufen so auch deutschlandweit in verschiedenen anderen privaten Programmen (primär Webradios), wie beispielsweise Radio fresh 80s und Radio Schonnebeck.

kleiner Teil nicht-informierende Wortbeiträge sind, wie etwa Unterhaltungsmoderationen. Insgesamt summieren sich Wortbeiträge auf gut 19,5 Stunden in der untersuchten Programmwoche.

Die informierenden Wortbeiträge umfassen nahezu 18 Stunden. Vom Gesamtwortangebot machen Nachrichten mit rund 52 Prozent den größten Teil aus. Gut 26 Prozent entfallen auf radiojournalistische Darstellungsformen. Zu den 8,2 Prozent der Regie- und Unterhaltungsmoderationen kommt noch ein sehr kleiner Anteil von Wortunterhaltung (0,1 Prozent). Mit rund 13 Prozent fällt der Anteil und Umfang von Serviceangeboten vergleichsweise gering aus. Innerhalb der untersuchten Programmwoche summieren sich Servicemeldungen auf knapp über 2,5 Stunden. Das ist deutlich weniger als in den anderen Lokalprogrammen und dürfte im Wesentlichen den Abstand im Umfang des Gesamtwortangebots erklären.

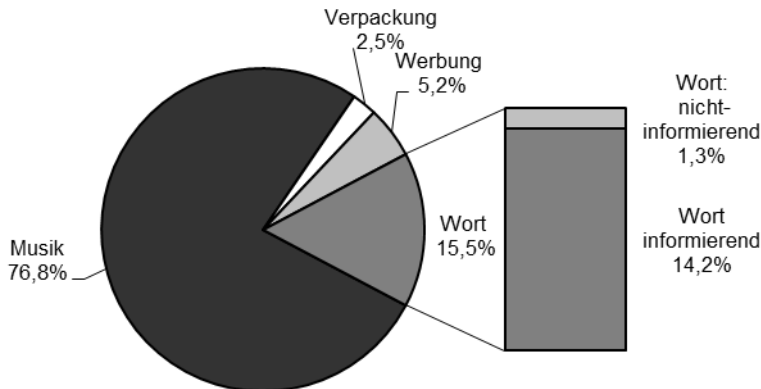
Innerhalb der Lokalnachrichten fällt ein hoher Anteil von Interviews und Statements auf. Diese machen mehr als die Hälfte des Gesamtumfangs der Lokalnachrichten aus. Die übrige Zeit entfällt auf Sprechermeldungen und Füllteile; Korrespondentenberichte kommen in den Lokalnachrichten nicht vor, wohl aber in den Weltnachrichten zu einem geringen Anteil.

Die Themen der Berichterstattung bei Radio Mittelweser sind mit 40 Prozent im Bereich der Politik angesiedelt, wobei der politische Kernbereich mit rund 33 Prozent dominiert. Administrative Prozesse (2,7 Prozent) und Sachthemen (3,5 Prozent) finden ebenso wie Wirtschaft (1,2 Prozent) nur wenig Beachtung. Gut 20 Prozent der Berichterstattung entfällt auf Gesellschaftsthemen im weiteren Sinne, wobei mit knapp 13 Prozent viele Beiträge zu Kulturthemen sind. Damit hebt sich Radio Mittelweser im Umfang der Kulturberichterstattung von den anderen niedersächsischen Lokalradios ab. Umgekehrt gibt es (ebenfalls untypisch) wenig Berichterstattung zu Human Touch und Soft News. Die Sportberichterstattung macht fast 23 Prozent der Berichterstattung aus. Dies ist der höchste Anteil unter den Lokalsendern und ist insbesondere auf die Sendung „Sport vor Ort“ am Sonntagnachmittag zurückzuführen. Themen der privaten Lebenswelt umfassen gut 10 Prozent der Informationsbeiträge.

Im Programm von Radio Mittelweser summieren sich Informationsbeiträge mit Bezug zum Sendegebiet auf insgesamt knapp 8 Stunden. Im Vergleich der niedersächsischen privaten Lokalprogramme liegt der Anteil des Sendegebietsbezugs hiermit unter dem Durchschnitt.

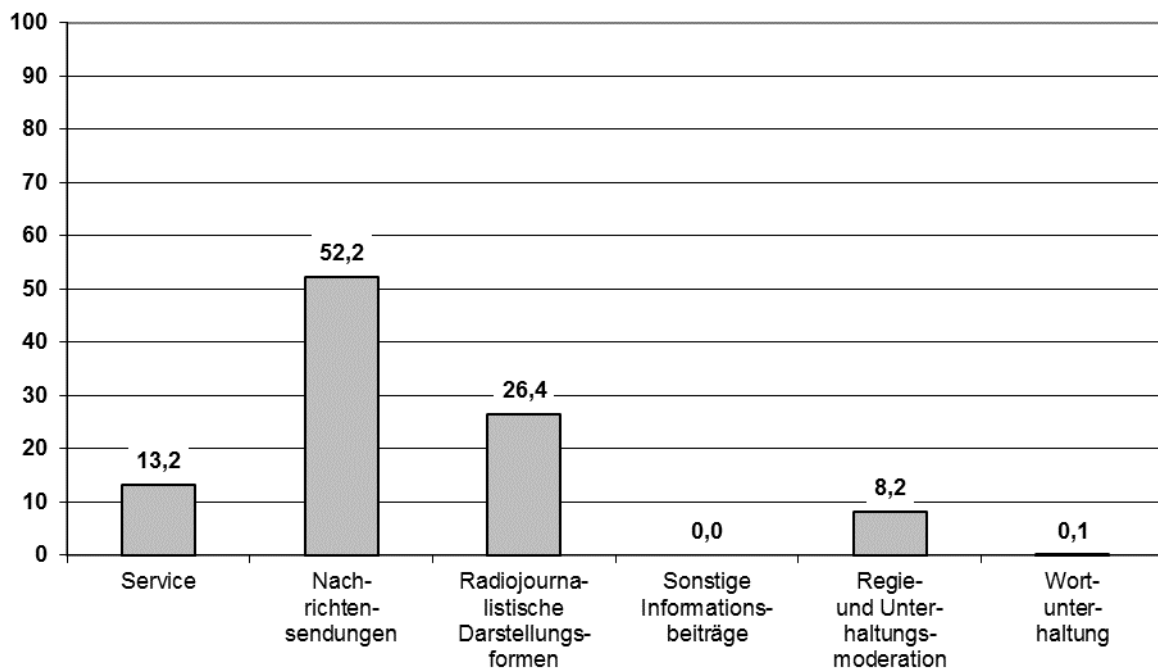
Vom Informationsanteil im Programm von Radio Mittelweser haben 58 Prozent der Gesamtbeitragsdauer einen Bezug zum Sendegebiet. Unter ein Prozent der Beiträge entfällt auf Berichte aus dem restlichen Niedersachsen. Nationales und internationales Geschehen wird in gut 41 Prozent der Beiträge behandelt.

Abbildung 65 Radio Mittelweser – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



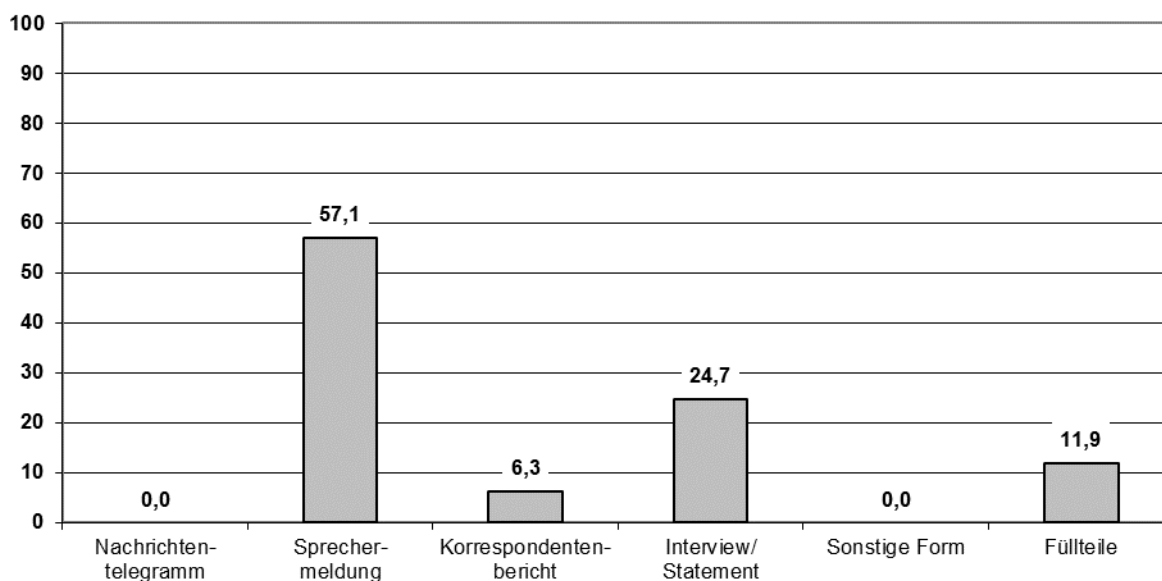
Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 66 Radio Mittelweser – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=19:31:10 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 67 Radio Mittelweser – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=10:10:56 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

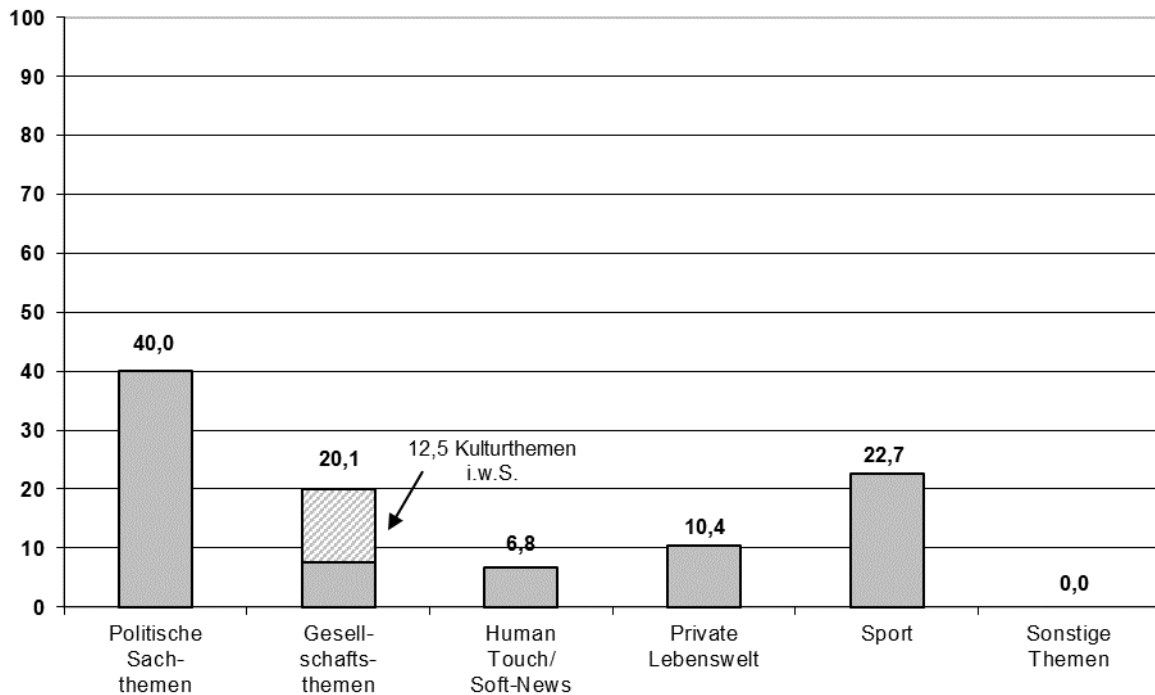
Tabelle 49 Radio Mittelweser – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	2:59:21	58,0	120	63,2
Meldung	0:00:36	0,2	1	,5
Bericht/Analyse/Kommentar	-	-	-	-
Interview/Diskussion	-	-	-	-
Korrespondentenbericht	1:16:09	24,6	38	20,0
Reportage/Feature	-	-	-	-
Sonstige Form	0:53:16	17,2	31	16,3
Gesamt	5:09:22	100,0	190	100,0

Tabelle 50 Radio Mittelweser – Formen der Informationsmoderation

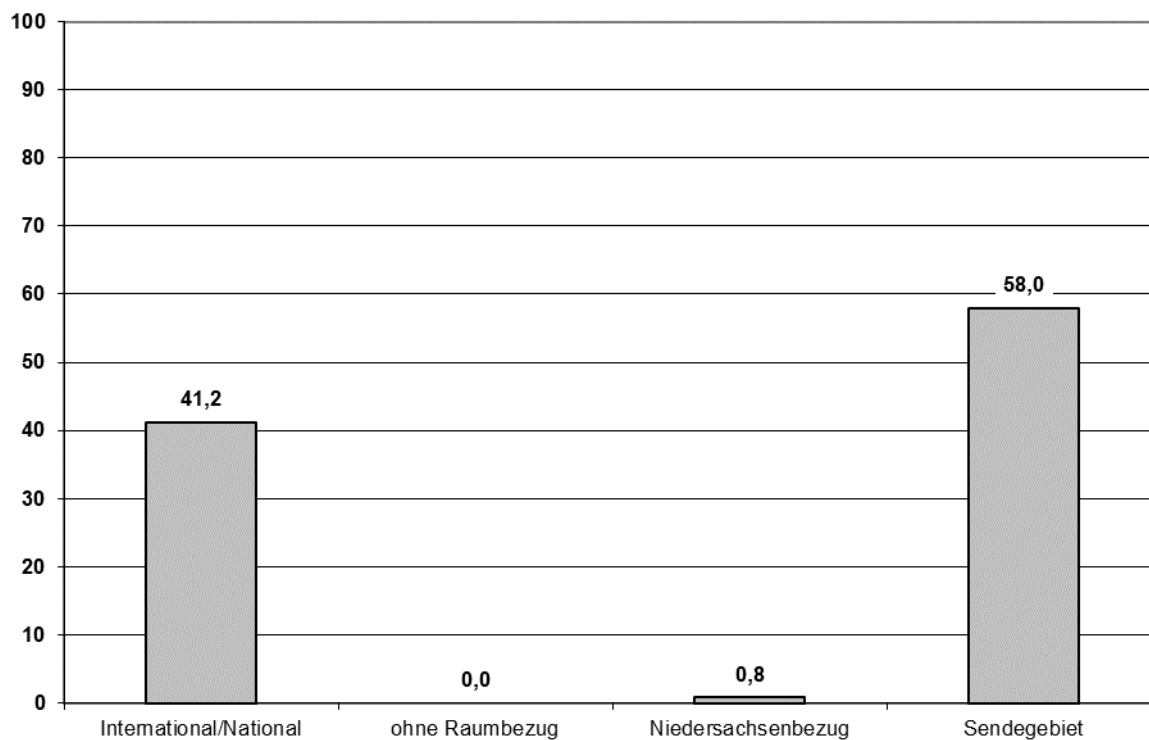
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	0:44:07	24,6	59	49,2
Gespräch mit dem Hörer	-	-	-	-
Gespräch mit Prominenten/Experten	0:18:47	10,5	6	5,0
Gesprächsrunde im Studio	0:55:50	31,1	23	19,2
Sonstige Form	1:00:37	33,8	32	26,7
Gesamt	2:59:21	100,0	120	100,0

Abbildung 68 Radio Mittelweser – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=14:07:50 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 69 Radio Mittelweser – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (=16:41:58) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

4.1.3.4 Radio Osnabrück

Mit dem Sendestart von Radio Osnabrück ist im November 2013 die erste von seither sechs privatwirtschaftlichen lokalen Radiostationen in Niedersachsen auf Sendung gegangen. Das Sendegebiet umfasst die Stadt und den Landkreis Osnabrück.

Format

Die Programmstruktur ist an den Wochentagen gleichbleibend formatiert, am Wochenende gibt es ein abweichendes Programmschema. Von Montag bis Freitag werden täglich sechs Magazinstrecken ausgestrahlt:

- „Guten Morgen Osnabrück“ (5 bis 9 Uhr)
- „Osnabrück bei der Arbeit“ (9 bis 12 Uhr)
- „Mahlzeit“ (12 bis 14 Uhr)
- „Osnabrück am Nachmittag“ (14 bis 18 Uhr)
- „Osnabrück am Abend“ (18 bis 20 Uhr)
- „teutoClub“ (ab 20 Uhr)

Am Wochenende werden zudem vormittags die Magazinstrecken „Osnabrück am Samstag“ bzw. „Osnabrück am Sonntag“ (jeweils 9 bis 12 Uhr) gesendet sowie am Nachmittag „Osnabrück am Samstagnachmittag“ (15 bis 18 Uhr) bzw. „Osnabrück am Sonntagnachmittag“ (14 bis 18 Uhr). Samstag werden noch die „OS Hitparade“ (13 bis 15 Uhr) und ab 20 Uhr die „ClubNight“ ausgestrahlt. Mit der „Magazinisierung“ der Sendezeit folgt Radio Osnabrück einem bei den populären Hörfunkwellen seit Jahren bewährten Sendeformat und entspricht damit den weithin etablierten Hörgewohnheiten der avisierten Zuhörerschaft in der Zielgruppe der 14- bis 59-Jährigen.

An allen Tagen werden jeweils zur vollen Stunde Weltnachrichten ausgestrahlt und zur halben Stunde Lokalnachrichten. In den Abendstunden ab 20 Uhr wird auf gesonderte Lokalnachrichtensendungen verzichtet. Neben den Nachrichtensendungen werden insbesondere in den Magazinstrecken vom Morgen bis zum Nachmittag Wortbeiträge gesendet, wobei Themen der privaten Lebenswelt dominieren, häufig auch in Ratgeberperspektive. Bemerkenswert ist das Format „Thema des Tages“, das täglich im Magazin „Osnabrück bei der Arbeit“ ausgestrahlt wird. Es handelt sich dabei um eine Gesprächsrunde im Studio, bei der beispielsweise Politiker oder Experten aus der Region zu verschiedenen lokalen Themen oder Veranstaltungen zu Wort kommen.

Bei der Musikfarbe des Lokalsenders Radio Osnabrück handelt es sich um eine Mischform aus dem Major-AC- und dem CHR-Format. Im Programm laufen sowohl aktuelle Charts-Hits als auch Recurrents, die in den vergangenen Jahren in den Charts waren. Hinzu kommen Radio- und Pophits aus den 1980er und 1990er Jahren. Die musikalische Anmutung der Titel ist geprägt von einem danceorientierten und frischen Sound. Radio Osnabrück beschränkt sich vor allem auf melodiose Poptitel, die Songauswahl von Rock- oder Soft-Rock-Songs ist in den Musiklisten des Senders eher begrenzt. Die Musik soll in erster Linie eine breite Hörerschaft ansprechen, nennenswerte Musikspecials sind bei dem niedersächsischen Lokalsender

nicht vorzufinden. Allerdings wird in den Abendstunden der Wochenend-Sendungen der Sender-Sound von Remix-Tracks bzw. danceorientierten elektronischen Beats mitbestimmt.

Quantitative Ergebnisse

Bei der Grundstruktur bildet das Programm von Radio Osnabrück gleichsam den Durchschnitt der Lokalradios ab: Im Vergleich mit den vier anderen Sendern liegt der Sender in allen Kategorien auf dem Mittelrang. Im Osnabrücker Lokalradio beträgt der Musikanteil gut 74 Prozent der Sendezeit, Verpackungselemente machen knapp 3 Prozent der Sendezeit aus und auf das gesprochene Wort entfallen 19 Prozent, wobei der größte Anteil informierende Wortbeiträge sind.

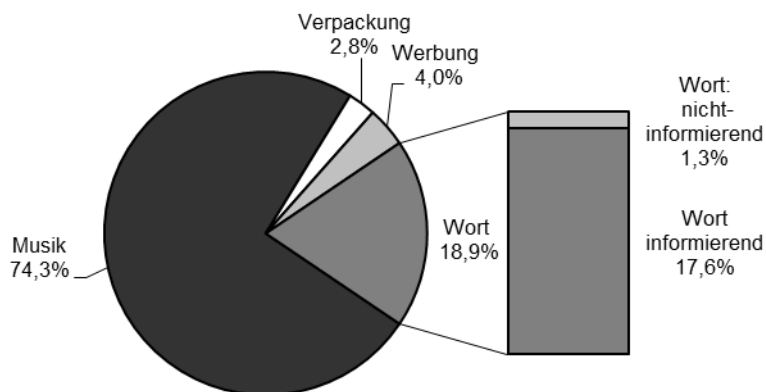
Mit über 22 Stunden Sendezeit (bzw. knapp 18 Prozent) in der analysierten Programmwoche weist Radio Osnabrück im Vergleich der Lokalsender den zweithöchsten Anteil von informierenden Wortbeiträgen auf. Dabei ist hervorzuheben, dass dieser hohe Anteil insbesondere außerhalb der Nachrichtensendungen erbracht wird. Radiojournalistische Darstellungsformen (34,5 Prozent der Sendezeit) machen ähnlich viel Sendezeit aus wie Nachrichten (36,9 Prozent). Hinzu kommen 22 Prozent Serviceangebot.

Innerhalb der Nachrichten überwiegen Sprechermeldungen mit knapp 57 Prozent Anteil. Rund 34 Prozent der Nachrichten entfallen auf Korrespondentenberichte. Innerhalb der Lokalnachrichten fällt die Formenvariation jedoch gering aus, da diese ausschließlich mit Sprechermeldungen bestritten werden. In den Hauptnachrichten entfällt dagegen nur knapp ein Drittel der Zeit auf Sprechermeldungen und mehr als die Hälfte auf Korrespondentenberichte.

Über alle im engeren Sinne informierenden Wortanteile hinweg machen politische Informationen mit gut 38 Prozent bei Radio Osnabrück den Hauptanteil des Angebots aus. Auf Human-Touch- und Soft-News-Beiträge entfallen knapp 17 Prozent und fast 23 Prozent auf gesellschaftliche Themen. Der Anteil von Themen der privaten Lebenswelt fällt mit 19 Prozent im Vergleich aller Lokalsender am höchsten aus, der Sportanteil mit unter 4 Prozent am geringsten.

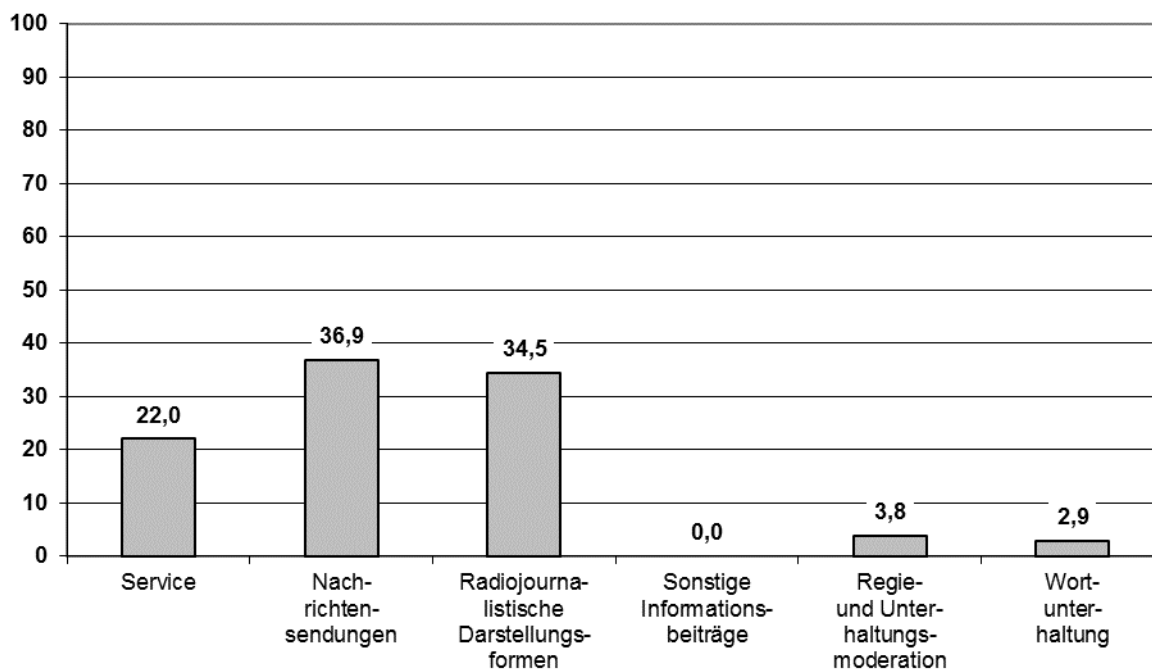
Der Sendegebietsbezug beträgt bei Radio Osnabrück knapp 10 Stunden im Untersuchungszeitraum, womit Radio Osnabrück unter dem Durchschnitt der Lokalsender liegt. Bezogen auf den Informationsanteil beträgt der Sendegebietsbezug rund 45 Prozent. Das ist im Vergleich der Lokalsender der niedrigste Wert. Das erklärt sich aus dem hohen Anteil (51,4 Prozent) internationaler und nationaler Themen in der Berichterstattung. Darüber hinaus berichtet Radio Osnabrück auch zu einem kleinen Anteil (1,4 Prozent) aus anderen niedersächsischen Kreisen, was in diesem Umfang in den übrigen Lokalprogrammen nicht zu beobachten ist.

Abbildung 70 Radio Osnabrück – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



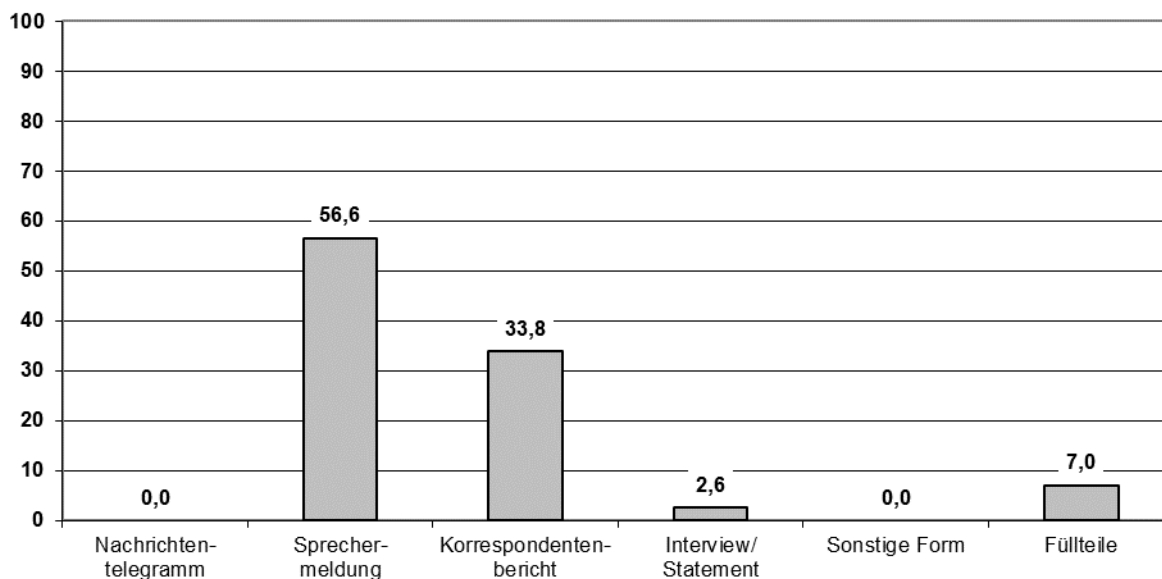
Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 71 Radio Osnabrück – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=23:48:22 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 72 Radio Osnabrück – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=8:46:39 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

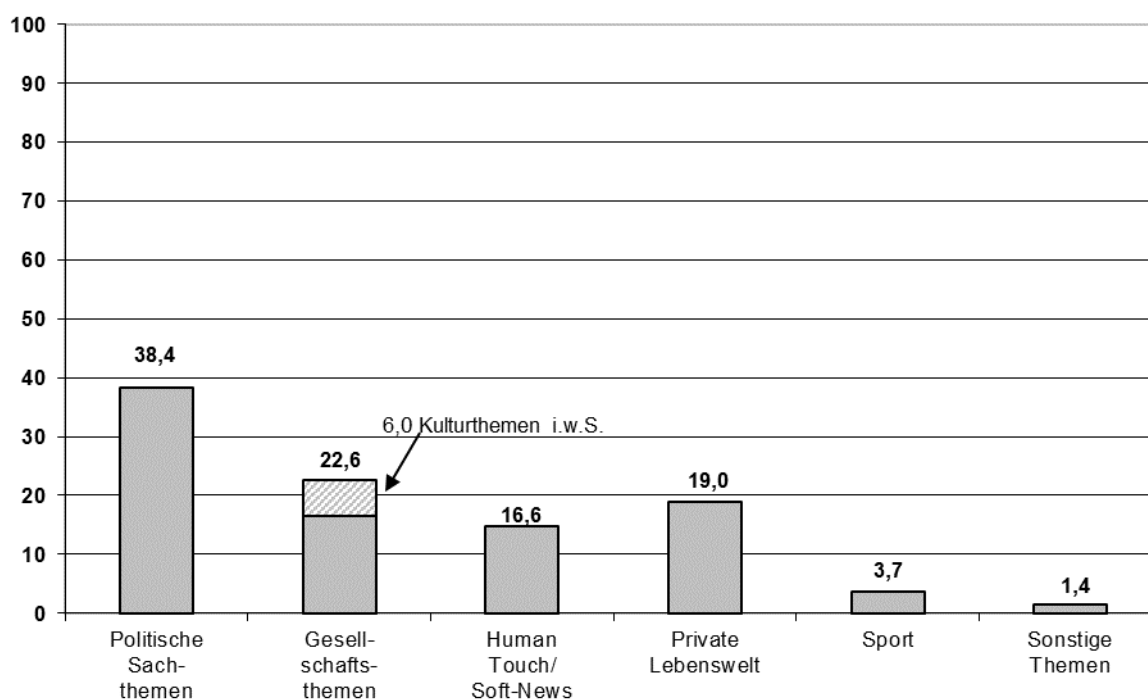
Tabelle 51 Radio Osnabrück – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	2:56:59	35,9	108	44,1
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	-	-	-	-
Interview/Diskussion	0:25:18	5,1	8	3,3
Korrespondentenbericht	2:54:36	35,4	71	29,0
Reportage/Feature	-	-	-	-
Sonstige Form	1:55:58	23,5	58	23,7
Gesamt	8:12:51	100,0	245	100,0

Tabelle 52 Radio Osnabrück – Formen der Informationsmoderation

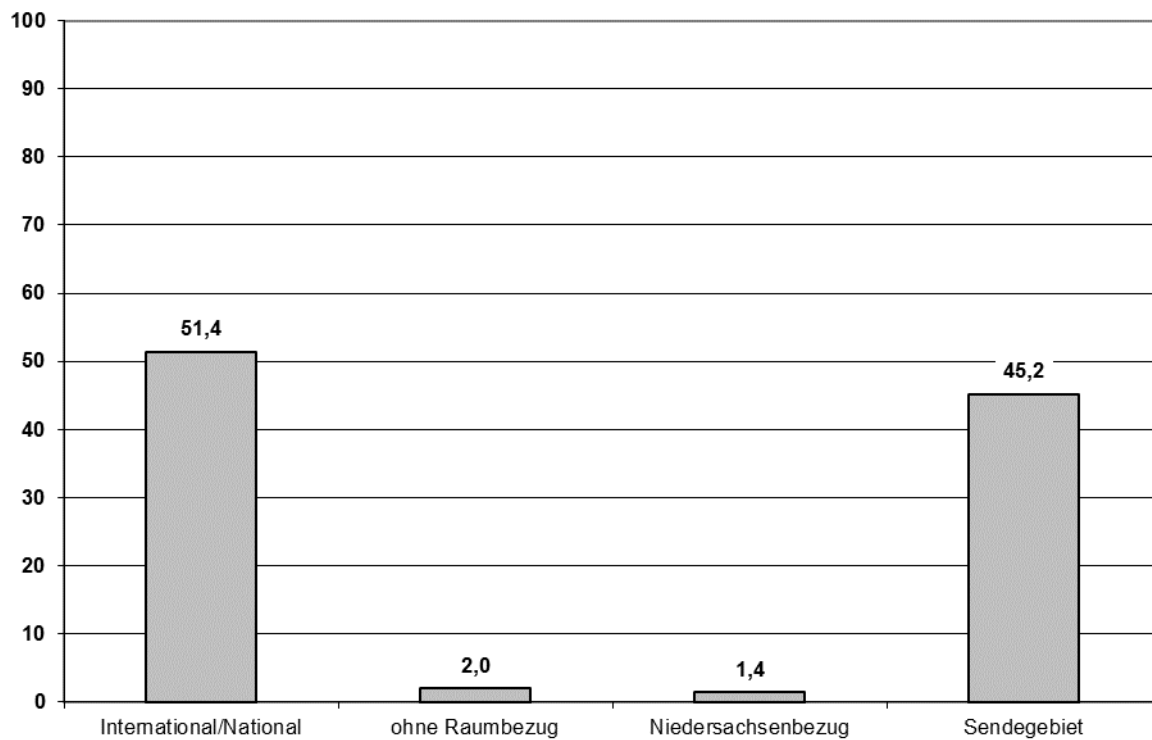
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	0:18:04	10,2	36	33,3
Gespräch mit dem Hörer	-	-	-	-
Gespräch mit Prominenten/Experten	0:40:25	22,8	12	11,1
Gesprächsrunde im Studio	0:43:21	24,5	13	12,0
Sonstige Form	1:15:09	42,5	47	43,5
Gesamt	2:56:59	100,0	108	100,0

Abbildung 73 Radio Osnabrück – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=16:22:38 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 74 Radio Osnabrück – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (=21:36:32) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

4.1.3.5 Radio Nordseewelle

In der Region Ostfriesische Inseln und dem vorgelagerten Küstenstreifen ist das Programm von Radio Nordseewelle seit April 2015 terrestrisch zu empfangen. Die Sendelizenz wurde den Betreibern Ende 2013 erteilt.

Format

Das Programm von Radio Nordseewelle ist von Montag bis Freitag mit drei längeren Magazinstrecken insgesamt übersichtlich strukturiert. Von 6 bis 10 Uhr wird die „Radio Nordseewelle Frühstücksshow“ gesendet, daran schließt sich bis 15 Uhr die Sendung „Radio Nordseewelle bei der Arbeit“ an. Es folgt von 15 bis 20 Uhr die „Radio Nordseewelle Feierabendshow“. Zwischen 6 und 20 Uhr werden täglich zu jeder vollen und halben Stunde Nachrichtensendungen ausgestrahlt. Montags bis freitags enthalten sie eine Mischung aus vorangestellten Meldungen aus dem Sendegebiet sowie anschließend Nachrichten mit nationalem/internationalem Bezug. Nach 20 Uhr gibt es nur zur vollen Stunde Nachrichtensendungen mit überwiegend nationalen/internationalen Meldungen. Am Samstag von 10 bis 12 Uhr wird die Sendung „Koschwitz zum Wochenende“ ausgestrahlt, bei der es sich um eine Programmzulieferung handelt.⁶²

Das Musikprogramm von Radio Nordseewelle ist durch das AC-Format geprägt. Dabei handelt es sich konkret um ein Current based AC-Format, da aktuelle Charts-Titel mit Hits aus den 1980er und 1990er Jahren sowie aus den letzten Jahren kombiniert werden. Ergänzt wird diese Musikfarbe regelmäßig durch rockige Hitsongs, die allerdings nicht zu stark irritieren und sich dem durchformatierten Musikprogramm anpassen. Die Musikauswahl wird ergänzt durch Recurrents, die sich an einem breiten Massengeschmack orientieren. Die Musiktitel sind in der Regel englischsprachige Hits, die ab und zu von deutschsprachigen Songs ergänzt werden. Die Musikfarbe des Senders ist durchweg konsistent und unterscheidet sich nicht in den Tages- und Nachtstunden.

Quantitative Ergebnisse

Der Musikanteil im Programm von Radio Nordseewelle beträgt gut 74 Prozent. Der Werbeanteil von über 6 Prozent ist der höchste der Lokalradios. Auf Verpackungselemente entfallen knapp 3 Prozent der Sendezeit. Der Wortanteil liegt bei 16,7 Prozent (14,8 Prozent informierend, 1,9 Prozent nicht-informierend).

Absolut umfasst das Wort insgesamt knapp über 21 Stunden innerhalb der Programmstichprobe. Davon entfallen auf rein unterhaltende und nicht-informative Beiträge gut 11 Prozent (Regie- und Unterhaltungsmoderationen und Wortunterhaltung). Im Vergleich der Lokalradios ist das der höchste Wert. Der größte Anteil der Wortbeiträge entfällt auf Nachrichten, deren Umfang 42 Prozent aller Wortangebote umfasst; über 30 Prozent sind Servicebeiträge. Mit gut 15 Prozent radiojournalistischer Darstellungsformen wird das Informationsangebot

⁶² Diese Sendung läuft u.a. auch bei RTL Radio (bundesweit), antenne 1 (Stuttgart) Radio Brocken (landesweit Sachsen-Anhalt), Antenne Pfalz.

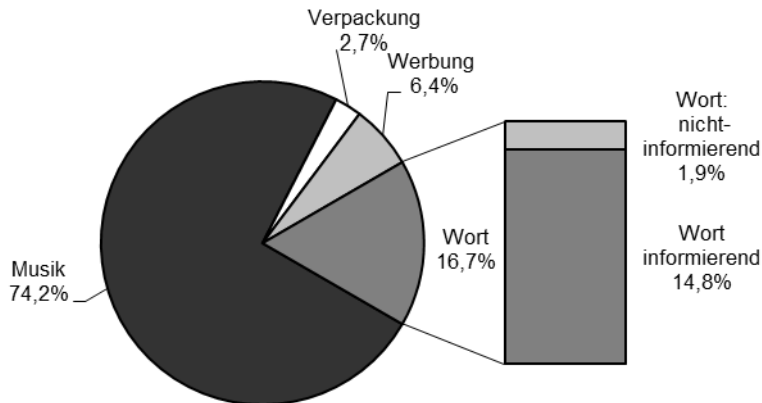
ergänzt, ein Wert, der unterhalb des Durchschnitts der Lokalsender liegt. Innerhalb der Nachrichtensendungen verteilen sich die Darstellungsformen zu rund 61 Prozent auf Sprechermeldungen, fast 24 Prozent Korrespondentenberichte und gut 9 Prozent Interviews. Diese Formenvielfalt wird eher durch die Weltnachrichten gepflegt als durch Lokalnachrichten. Die Lokalnachrichten bestehen zu gut 80 Prozent aus Sprechermeldungen, während Korrespondentenberichte und Interviews/Statements jeweils weniger als zehn Prozent ausmachen.

Außerhalb der Nachrichten werden Informationen beinahe ausschließlich in Form von Informationsmoderationen vermittelt (98,2 Prozent). Das ist ein untypisch hoher Wert, der mit dem insgesamt eher niedrigen Gesamtumfang informierender Wortbeiträge einhergeht.

Die knapp 12 Stunden thematisch kategorisierter Berichterstattung entfallen zum größten Teil (56 Prozent) auf politische Themen, wobei der politische Kernbereich in rund 42 Prozent behandelt wird und wirtschaftliche Sachthemen in 13 Prozent. Die Gesellschaftsthemen summieren sich auf fast 21 Prozent, wobei Kulturthemen eine deutlich untergeordnete Rolle spielen und auch im Vergleich der Lokalradios den kleinsten Anteil ausmachen. Human Touch und Soft News werden in gut 12 Prozent des Informationsprogramms behandelt. Auf Themen der privaten Lebenswelt entfallen 6,5 Prozent und auf den Sport 4,5 Prozent.

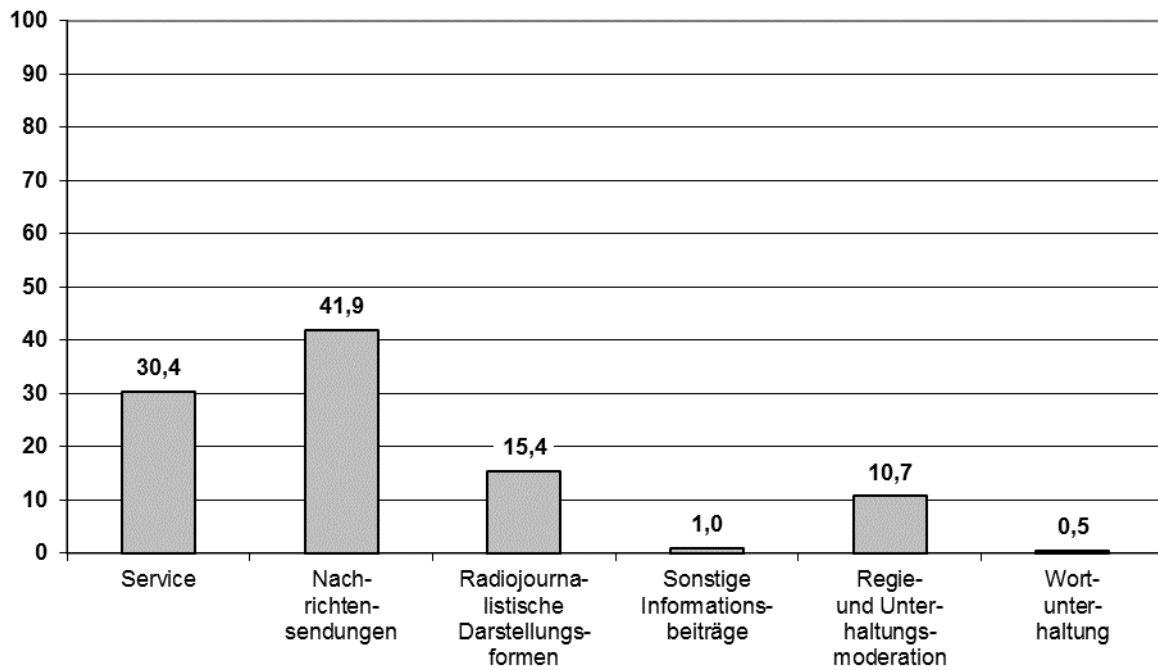
Die sendegebietsbezogene Berichterstattung summiert sich auf etwas über 12,5 Stunden im Verlauf der untersuchten Woche. Dieser Umfang liegt leicht über dem Durchschnitt der privaten Lokalradios in Niedersachsen. Insgesamt beziehen sich rund 70 Prozent der Berichterstattung auf die Senderegion. 30 Prozent haben bundesweiten oder internationale Relevanz. Aus anderen niedersächsischen Regionen wird nicht berichtet.

Abbildung 75 Nordseewelle – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



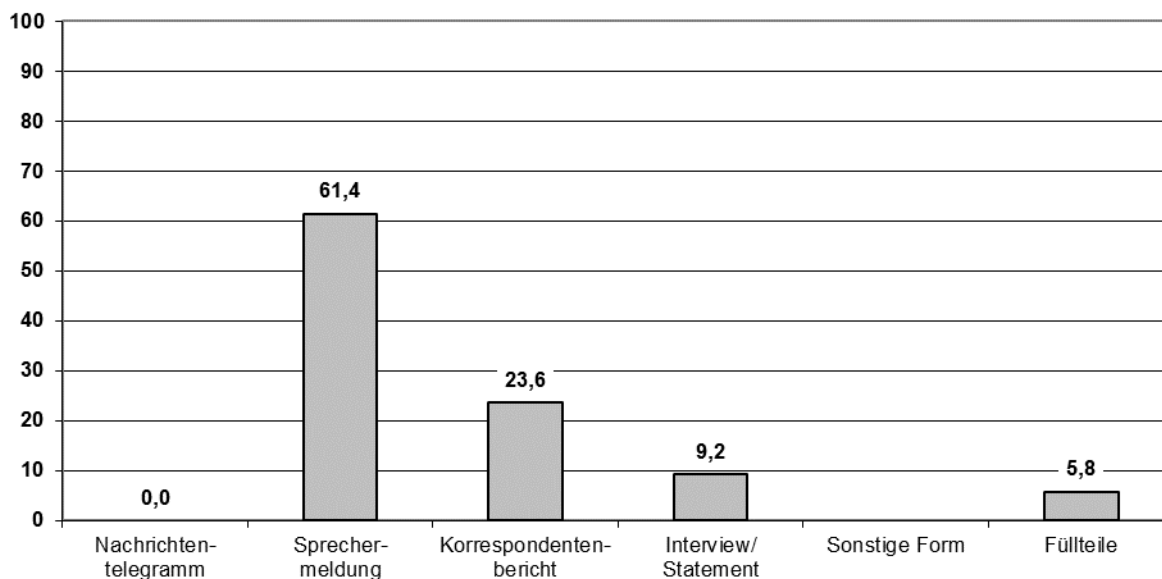
Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 76 Nordseewelle – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=21:03:20 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 77 Nordseewelle – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=8:49:22 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

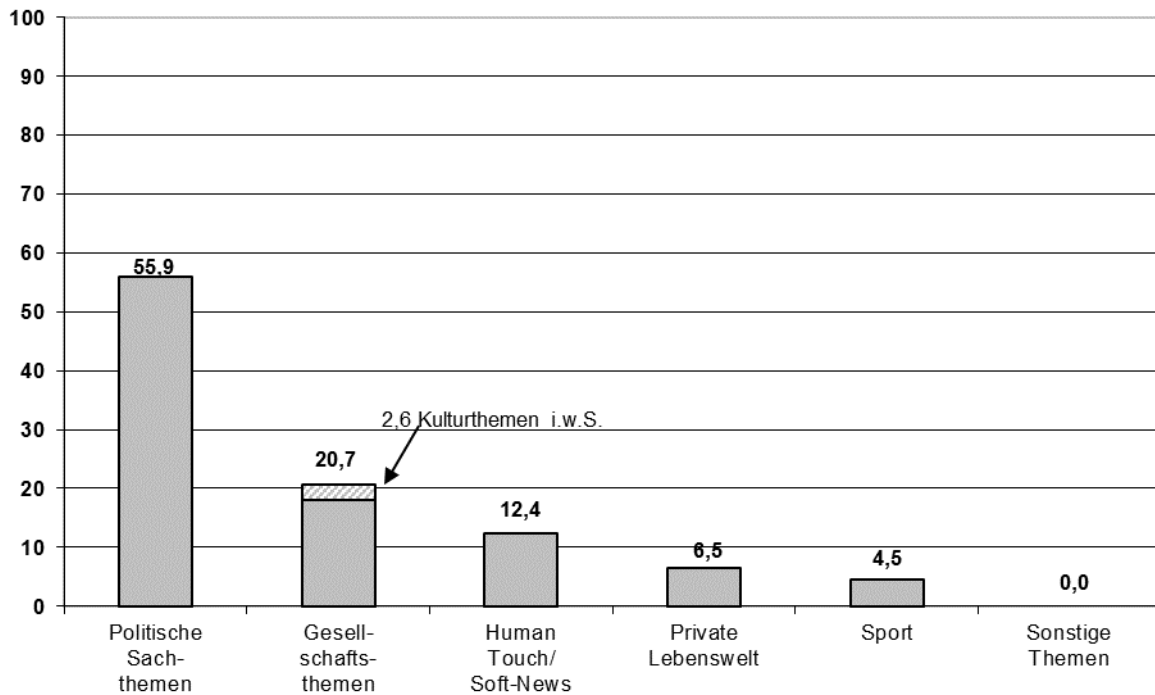
Tabelle 53 Nordseewelle – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	3:11:30	98,2	110	98,2
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	-	-	-	-
Interview/Diskussion	0:01:42	0,9	1	,9
Korrespondentenbericht	0:01:48	0,9	1	0,9
Reportage/Feature	-	-	-	-
Sonstige Form	-	-	-	-
Gesamt	3:15:00	100,0	112	100,0

Tabelle 54 Nordseewelle – Formen der Informationsmoderation

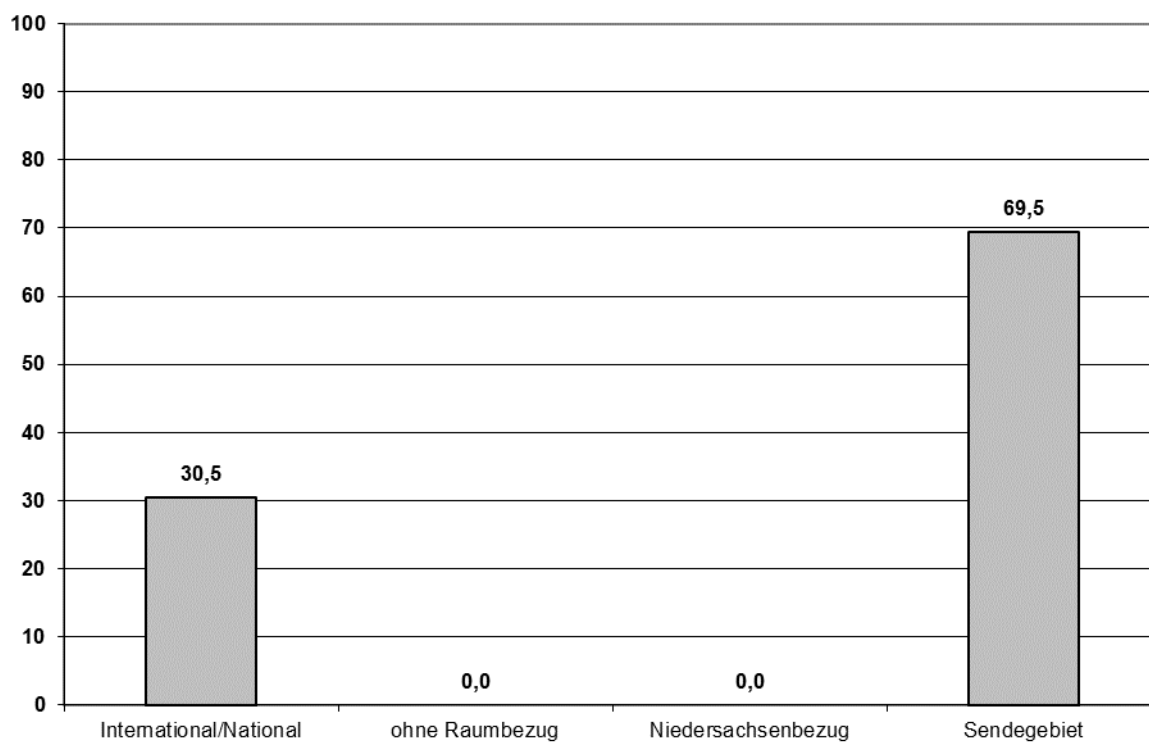
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	0:44:21	23,2	35	31,8
Gespräch mit dem Hörer	0:51:21	26,8	23	20,9
Gespräch mit Prominenten/Experten	-	-	-	-
Gesprächsrunde im Studio	-	-	-	-
Sonstige Form	1:35:48	50	52	47,3
Gesamt	3:11:30	100,0	110	100,0

Abbildung 78 Nordseewelle – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=11:46:05 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 79 Nordseewelle – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (=18:10:27) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

4.1.4 Die Angebote der niedersächsischen Lokalradios im Vergleich

Seit der Zulassung des privaten lokalen Hörfunks in Niedersachsen haben sich in sechs Regionen Radioprogramme etabliert, die Hörfunkvollprogramme mit lokaler Ausrichtung anbieten. Fünf davon konnten im Rahmen der „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017“ anhand einer Wochenstichprobe analysiert und im Hinblick auf ihre Programmleistungen untersucht werden. Im Vergleich dieser Programmangebote zeigt sich, dass nun auch im niedersächsischen Nahraum musikbetonte Tagesbegleitprogramme eingerichtet wurden. Insofern reihen sich diese neuen Angebote nahtlos in das im bundesdeutschen Markt verbreitete lokale Hörfunkangebot ein.

Wie aus den Tabellen 55 und 56 hervorgeht, sind alle fünf Programme musikdominierte Servicewellen (zwischen 71,9 und 76,8 Prozent Musikanteil). Der Umfang informierender Wortbeiträge liegt zwischen 14,2 und 19,4 Prozent. Mit Ausnahme von Radio Mittelweser haben die Wortbeiträge aller Programme einen Serviceanteil von 20 bis 30 Prozent. Sofern man die Vielfalt eingesetzter radiojournalistischer Darstellungsformen als einen möglichen Indikator für die Professionalisierung des Programms annimmt, zeigt sich, dass jene Programme, die schon länger auf Sendung sind, eine vergleichsweise große formale Ausdifferenzierung aufweisen, während jüngere Sender vor allem einfache Darstellungsformen zur Informationsvermittlung nutzen.⁶³ Bei den erst 2015 gestarteten Programmen Radio38 und Nordseewelle wird vor allem die simple Form der Informationsmoderation eingesetzt (84,4 bzw. 98,2 Prozent). Dagegen werden bei den Ende 2013 bzw. Anfang 2014 gestarteten Programmen in höherem Ausmaß die aufwendigeren Korrespondentenberichte eingesetzt (zwischen 24,6 und 35,4 Prozent).

Der Werbeanteil der Programme liegt zwischen 3,2 und 6,4 Prozent der Sendezeit. Auch hier stellen die beiden jüngeren Programme gewissermaßen Ausreißer dar, denn Radio38 weist das geringste Werbevolumen, Radio Nordseewelle das höchste auf.

Über alle hier analysierten lokalen Hörfunksender hinweg lässt sich zunächst feststellen, dass sich die informierenden Bestandteile der Programme im Durchschnitt zu gut 60 Prozent auf das jeweilige Sendegebiet richten. In allen Lokalsendern bezieht sich die Mehrzahl der informierenden Beiträge auf politische Sachthemen. Gesellschaftsthemen machen im Schnitt knapp 21 Prozent der Informationsbeiträge aus und gut 6 Prozent entfallen auf kulturelle Themen im weiteren Sinne. Insofern lässt sich konstatieren, dass das explizit in der Gesetzesbegründung formulierte Ziel, den öffentlichen Diskurs um lokale Inhalte und informierende sowie kulturelle Themen zu erweitern, durch die Lokalprogramme tatsächlich zu einem guten Teil erfüllt scheint. Zudem spricht der umfangreiche Anteil von Wortbeiträgen mit klarem Sendegebietsbezug für ein hohes regionales und lokales Identifikationspotenzial der Programme. Im folgenden Kapitel wird gezeigt, ob und ggf. in welchem Ausmaß die privaten Lokalradios die Themenagenda im Vergleich mit den lokalen Tageszeitungen erweitern.

⁶³ Dieser Befund trifft auch auf die Ergebnisse der Analyse von Meer Radio 88.0 (siehe Exkurs) zu.

Tabelle 55 Lokalfunk – Grundstruktur und Darstellungsformen im Vergleich – absolute Werte

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordseewelle
Musik	94:59:10	90:31:07	96:44:17	93:37:03	93:32:07
Verpackung	3:49:47	4:29:21	3:10:58	3:32:17	3:23:55
Werbung	6:08:33	3:59:05	6:33:35	5:02:18	8:00:38
Wort	21:00:39	26:50:14	19:31:10	23:48:22	21:03:20
nicht-informierend	1:37:27	2:25:56	1:36:44	1:34:58	2:22:09
informierend	19:23:12	24:24:18	17:54:26	22:13:24	18:41:11
Darstellungsformen des Wortangebotes	21:00:39	26:50:14	19:31:10	23:48:22	21:03:20
Service	5:54:52	6:57:11	2:34:08	5:13:54	6:24:22
Nachrichtensendungen	9:19:15	14:12:06	10:10:56	8:46:39	8:49:22
Radiojournalistische Darstellungsformen	4:09:05	3:15:01	5:09:22	8:12:51	3:15:00
Sonstige Informationsbeiträge	-	-	-	-	0:12:27
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:37:27	2:25:56	1:35:37	0:54:03	2:15:38
Wortunterhaltung	-	-	0:01:07	0:40:55	0:06:31

Tabelle 56 **Lokalradios – Grundstruktur und Darstellungsformen im Vergleich – relative Werte**

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordseewelle
Musik	75,4	71,9	76,8	74,3	74,2
Verpackung	3,0	3,6	2,5	2,8	2,7
Werbung	4,9	3,2	5,2	4,0	6,4
Wort	16,7	21,3	15,5	18,9	16,7
nicht-informierend	1,3	1,9	1,3	1,3	1,9
informierend	15,4	19,4	14,2	17,6	14,8
Darstellungsformen des Wortangebotes	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Service	28,1	25,9	13,2	22,0	30,4
Nachrichtensendungen	44,4	52,9	52,2	36,9	41,9
Radiojournalistische Darstellungsformen	19,8	12,1	26,4	34,5	15,4
Sonstige Informationsbeiträge	-	-	-	-	1,0
Regie- und Unterhaltungsmoderation	7,7	9,1	8,2	3,8	10,7
Wortunterhaltung	-	-	0,1	2,9	0,5

4.1.5 Der Beitrag der Lokalradios zur publizistischen Vielfalt im Nahraum

Bisherige Untersuchungen lokalpublizistischer Vielfalt haben wiederholt gezeigt, dass die lokale Tagespresse als Leitmedium im Nahraum gelten kann. Regelmäßig werden dort mehr Themen aus der lokalen Politik, Kultur, Wirtschaft und dem lokalen Sport behandelt als im Rundfunk.⁶⁴ Gleichzeitig schreibt das Publikum der Tageszeitung nach wie vor die größte Informationskompetenz zu, wenn es um aktuelle Themen aus der Region geht.⁶⁵ Im Folgenden wird dargelegt, wie sich die neuen privaten Lokalradios in Niedersachsen in die Medienlandschaft einfügen und welcher publizistische Vielfaltsgewinn damit verbunden ist. Dazu werden aus den Lokalradios die unterschiedlichen Themen mit Sendegebietsbezug mit den Themen aus Lokalzeitungen im Sendgebiet verglichen.⁶⁶ Beim Vergleich des Themenspektrums wird danach gefragt, von wie vielen unterschiedlichen Themen ein Nutzer erfährt, wenn als Informationsquelle entweder nur eine lokale Tageszeitung oder nur ein Lokalradio oder beide Informationsquellen herangezogen werden.⁶⁷ Es wird aus Nutzersicht argumentiert und jeweils eine Zeitung mit einem Radioangebot abgeglichen, da es eher die Ausnahme darstellt, dass einzelne Abonnenten mehr als eine Lokalzeitung beziehen. Dabei ist zu beachten, dass die Sendgebiete der Radios nicht völlig deckungsgleich mit den Verbreitungsgebieten der Zeitungen sind. Für zwei Sender (Radio38 und Radio Nordseewelle) umfasst das Sendgebiet des Radios jeweils Kommunikationsräume, die über die Definition des Lokalen bei den Lokalzeitungen hinausgehen. Deshalb wurden bei diesen Sendern für den Vergleich mehrere Lokalzeitungen bzw. -ausgaben herangezogen. Die exklusiven Themen für das Radio sind bei diesen Sendern also unter der Maßgabe zu interpretieren, dass sie aus der Sicht des Nutzers auch Informationen aus der Region enthalten, die nicht unbedingt zum Verbreitungsgebiet der jeweiligen Lokalzeitung gehören.

Radio Hannover im lokalen Kommunikationsraum

In Hannover erscheinen täglich die Hannoversche Allgemeine Zeitung (HAZ) sowie die Neue Presse (NP), die beide vom Madsack Verlag herausgegeben werden. Innerhalb des Untersuchungszeitraums lassen sich zusammengefasst in der HAZ und bei Radio Hannover 149 unterschiedliche⁶⁸ lokale Themen identifizieren. Einzeln gesehen 119 in der HAZ und 64 bei Radio Hannover. Betrachtet man den Anteil der Überschneidungen und Exklusivthemen, lässt sich feststellen, dass 34 der Themen (23 Prozent) in beiden Medienangeboten vorkommen. Dies bedeutet umgekehrt, dass die HAZ über 85 lokale Themen (57 Prozent) berichtet, die im

⁶⁴ Vgl. Volpers et al., 2013; Volpers et al., 2003.

⁶⁵ Vgl. Breunig & Engel, 2015, S. 332.

⁶⁶ Basis ist der Stichprobenzeitraum der Hörfunkanalyse (Sonntag 02.04.2017 bis Samstag 08.04.2017). Da die Tageszeitungen nur von Montag bis Samstag erscheinen, umfasst die Zeitungsstichprobe einen Tag weniger (03.04. bis 08.04.). Abgeglichen wurden alle Themen mit Sendegebietsbezug (ohne Service und Unterhaltung) des Radios mit der gesamten Lokalberichterstattung innerhalb der Tageszeitungen (ohne Regularien wie Terminkalender und Veranstaltungshinweise). Damit wurden für beide Formate sehr kurze Darstellungsformen ausgeschlossen. Nicht erfasst wurde zudem die Sportberichterstattung.

⁶⁷ Insofern ist „exklusive Themen“ immer nur eine Aussage über den unmittelbaren 1:1-Vergleich: Lokalfunk vs. Tageszeitung X, nicht jedoch über die publizistische Gesamtsituation im Verbreitungsgebiet.

⁶⁸ Jedes Thema wurde nur ein Mal gezählt. Themen, die am selben Tag wiederholt oder sich über mehrere Tage in Themenaspekten entwickelt haben, wurden zu einem Fall zusammengefasst.

Radio nicht vorkommen und Radio Hannover über 30 Themen (20 Prozent), die in der Tageszeitung nicht behandelt werden. Im Vergleich zur Neuen Presse zeigt sich ein ähnliches Bild: Ein Nutzer, der NP liest und Radio Hannover hört, stößt in der Untersuchungswoche in beiden Medienangeboten zusammen auf 145 unterschiedliche Lokalthemen (107 in der NP und 64 bei Radio Hannover). Von den 145 Themen erscheinen 26 (18 Prozent) in beiden Medien, 81 (56 Prozent) exklusiv in der NP und 38 (26 Prozent) exklusiv bei Radio Hannover. Die exklusiv im Radio gebrachten Themen betreffen insbesondere die Bereiche Kultur, Kriminalität, Wirtschaft sowie Unglücksfälle.

Radio38 im Kommunikationsraum Braunschweig-Wolfsburg

Im Sendegebiet von Radio38 erscheinen die beiden Tageszeitungen Braunschweiger Zeitung (BZ) und Wolfsburger Nachrichten (WN), wobei letztere eine Lokalausgabe der BZ ist. In Braunschweig hat die BZ ein Lokalmonopol, während in Wolfsburg außerdem die Wolfsburger Allgemeine Zeitung als Konkurrenzblatt erscheint. Aus der *Perspektive von Braunschweig* enthalten die BZ und Radio38 zusammen 195 unterschiedliche Themen (119 in der BZ und 100 bei Radio38). Dabei gibt es 24 Überschneidungen (12 Prozent), 95 Themen (49 Prozent) exklusiv in der BZ und 76 (39 Prozent) exklusiv bei Radio38, von denen natürlich auch einige die Nachbarstadt Wolfsburg betreffen. Aus einer *Wolfsburger Sicht* gesehen lassen sich in dem Kommunikationsraum insgesamt 213 relevante Themen identifizieren (148 in der WZ und 100 bei Radio38). Darin sind 35 Überschneidungen (16 Prozent), 113 Themen (53 Prozent) exklusiv in der WZ und 65 (31 Prozent) exklusiv bei Radio38 enthalten. Von den letztgenannten Themen beziehen sich wiederum einige auf die Nachbarstadt Braunschweig. Von den 100 Themen mit Sendegebietsbezug lassen sich 60 in keiner der beiden analysierten Lokalzeitungen finden, 21 in einer der beiden und 19 Themen kommen in beiden Zeitungen vor. Bei den Themen, die ausschließlich im Hörfunk behandelt werden, handelt es sich in erster Linie um Kriminalitäts- und Unglücksfälle sowie den Verkehr betreffende Meldungen.

Radio Mittelweser im Kommunikationsraum Nienburg und Umgebung

Radio Mittelweser wird im Verbreitungsgebiet der Nienburger Tageszeitung (Die Harke) ausgestrahlt, es handelt sich bei dieser Region um einen Ein-Zeitungskreis. Innerhalb des Untersuchungszeitraums lassen sich insgesamt 185 lokale Themen in den beiden untersuchten Nienburger Lokalmedien identifizieren (158 in der Harke und 61 bei Radio Mittelweser). Dabei werden 34 Themen (18 Prozent) in beiden Medien, 124 (67 Prozent) exklusiv in der Tageszeitung und 27 (15 Prozent) nur bei Radio Mittelweser aufgegriffen. Die im Hörfunk exklusiv behandelten Themen betreffen in erster Linie den Verkehr, aber auch lokalpolitische Themen sowie das Kulturgesehen.

Radio Osnabrück im lokalen Kommunikationsraum

Radio Osnabrück wird im Erscheinungsgebiet der Neuen Osnabrücker Zeitung (NOZ) ausgestrahlt, die im Lokalmonopol erscheint. Zusammengenommen berichten beide Osnabrücker Lokalmedien im Untersuchungszeitraum über 385 lokale Themen (286 in der NOZ und 146 bei Radio Osnabrück). Davon sind lediglich 47 Themen in beiden Medien zu finden (12 Prozent). 239 Themen (62 Prozent) finden sich exklusiv in der Lokalzeitung und 99 (26 Prozent) nur bei Radio Osnabrück. Die Themen, die ausschließlich im Hörfunk behandelt werden, sind zu einem Drittel Kriminalitätsberichterstattung.

Radio Nordseewelle im Kommunikationsraum Ostfriesland

Das Sendegebiet von Radio Nordseewelle breitet sich über den gesamten ostfriesischen Küstenstreifen sowie die Inseln aus und umfasst die Verbreitungsgebiete von verschiedenen Tageszeitungen mit unterschiedlichen Ausgaben, von denen insgesamt drei für den Abgleich ausgewählt wurden: Wilhelmshavener Zeitung (WZ), Ostfriesenzeitung (OZ) mit der Ausgabe Aurich-Wittmund und Ostfriesenzeitung mit der Ausgabe Emden. Alle drei Blätter beziehen den überregionalen Zeitungsmantel von der Nordwest-Zeitung. Bei der Interpretation der Daten ist entsprechend zu beachten, dass das Sendegebiet von Radio Nordseewelle jeweils wesentlich größer ist als das Verbreitungsgebiet der Lokalzeitung bzw. -ausgabe.

WZ und Radio Nordseewelle umfassen gemeinsam 254 Themen mit Sendegebietsbezug (126 in der WZ und 155 im Radio). Dabei gibt es 27 (11 Prozent) Überschneidungen, 99 (39 Prozent) Themen, die nur in der Zeitung, und 128 (50 Prozent) Themen, die nur im Radio vorkommen. In einer ähnlichen Größenordnung bewegen sich die Fallzahlen und Anteile im Vergleich mit der Ostfriesenzeitung. Die OZ Aurich (158) kommt gemeinsam mit Radio Nordseewelle auf 270 unterschiedliche Themen und die OZ Emden (147) auf 259 verschiedene Themen. Bei der OZ Aurich gibt es 43 (16 Prozent) Überschneidungen mit dem Radio, bei der OZ Emden 43 (17 Prozent). Die Zeitungen berichten jeweils mit 115 Fällen (43 Prozent; OZ Aurich) und 104 Fällen (40 Prozent; OZ Emden) exklusiv. Radio Nordseewelle verfügt demgegenüber jeweils über 112 Themen (41 Prozent bzw. 43 Prozent), die nicht in einer der Lokalzeitungen (OZ Aurich bzw. Emden) vorkommen.

Die deutlichen Abweichungen im Exklusivitätsanteil des Radios ergeben sich bei Radio Nordseewelle im Vergleich zu den anderen Sendern natürlich auch durch das große Sendegebiet in Relation zum Verbreitungsgebiet der Lokalzeitungen. Insgesamt finden sich unter den 155 Themen mit Sendegebietsbezug aber immer noch 78 Themen (50 Prozent), die in keiner der analysierten Lokalzeitungen vorkommen, obwohl für diesen Sender ein Abgleich mit drei Zeitungstiteln vorgenommen wurde. Es ist hervorzuheben, dass Themen, die exklusiv bei Radio Nordseewelle zu hören sind, zu über einem Fünftel politisches Geschehen betreffen. Kriminalitätsberichterstattung macht weitere zehn Prozent der exklusiven Hörfunkthemen aus.

Spezifischer Beitrag lokaler Medien zur lokalpublizistischen Vielfalt

Über alle hier untersuchten Regionen hinweg lässt sich feststellen, dass die lokalen Tageszeitungen die größere Themenvielfalt an lokalen Themen aufweisen und bis auf eine Ausnahme deutlich mehr exklusive Themen publizieren als das Radio exklusive Themen bereitstellen kann. Allerdings trägt das lokale Radio in zweierlei Hinsicht durchaus zur lokalpublizistischen Vielfalt bei: Einerseits bringt es – wenn auch in geringem Umfang – tatsächlich lokale Themen auf die Agenda, über die in den Lokalzeitungen vor Ort nicht berichtet wird. Andererseits tragen die größeren Sendegebiete der Lokalradios dazu bei, dass Nutzer auch von Themen erfahren, die nicht im engeren Sinne lokal sind, aber Relevanz für die nähere Region bzw. einen kulturell und wirtschaftlich zusammenhängenden Landesteil aufweisen. Auch der über alle Vergleiche relativ geringe Anteil (11 bis 23 Prozent) der Überschneidungen weist darauf hin, dass Tageszeitung und Radio im Hinblick auf die publizistische Vielfalt komplementäre Angebote bereithalten.

4.1.6 Exkurs: Das „neue“ Angebot Meer Radio 88.0

Das Hörfunkprogramm von Meer Radio 88.0 wird erst seit dem 1. November 2017 terrestrisch auf einer UKW-Frequenz verbreitet. Zuvor war es lediglich als Webradio zu hören. Da der Stichprobenziehung für die „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017“ im April des Jahres 2017 erfolgte, wurde dieses Lokalradio zunächst nicht berücksichtigt. Zu Komplettierung ist jedoch ein Stichprobentag (05.12.2017) analysiert worden. Die Ergebnisse dieser Stichtagsanalyse werden nachfolgend dargestellt.

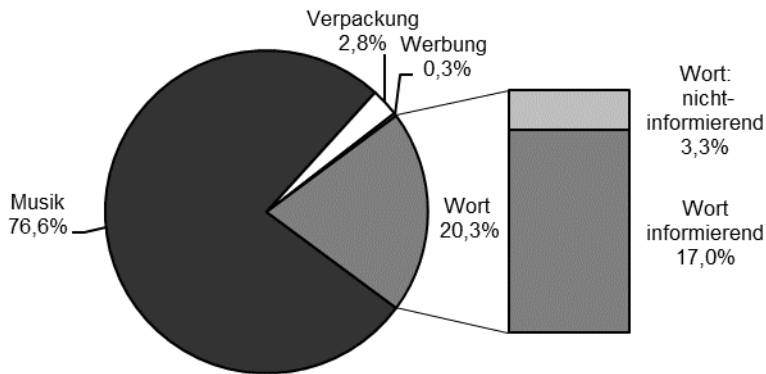
Format

Das Sendegebiet ist die Region rund um das Steinhuder Meer, wobei die technische Reichweite ca. 200 Tsd. Hörer umfasst. Der Programmstruktur ist schlicht und durch großflächige Magazinstrecken strukturiert: Die Morningshow (5 bis 10 Uhr), das Mittags- bzw. Nachmittagsprogramm (10 bis 17 Uhr) und das Magazin „In den Feierabend“ (18 bis 20 Uhr). Diese Magazinflächen sind in ihrer Formatierung weitgehend identisch: Nachrichten werden zur vollen und zur halben Stunde gesendet. Vor jeder Nachrichtensendung erfolgt der Wetterbericht, anschließend die Verkehrsmeldungen. Lokale und Weltnachrichten werden gemischt präsentiert. Zumeist zweimal pro Stunde werden Meldungen aus den Nachrichten aufgegriffen und in Form einer Informationsmoderation besprochen. Im Tagesverlauf werden die Meldungen häufig wiederholt. Ab 20 Uhr folgt eine Musiksendung mit den Hits der 80er und 90er Jahre. Hierin entfallen die halbstündigen Nachrichten, solche zur vollen Stunde enthalten nur Themen mit nationalem/internationalem Bezug.

Quantitative Ergebnisse

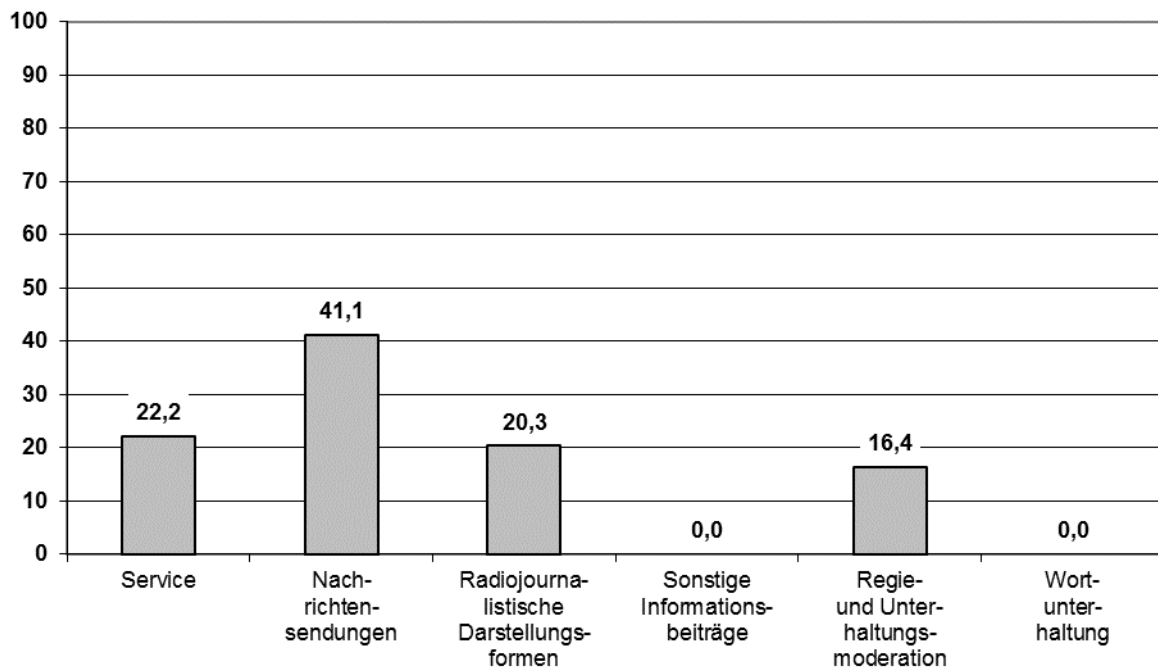
Die quantitativen Ergebnisse können nicht unmittelbar mit denjenigen der anderen untersuchten Lokalradios verglichen werden, da hier ein typischer Wochentag (Dienstag) analysiert wurde. Am Wochenendtagen ist jedoch in aller Regel der Wortanteil im Lokalradio im Durchschnitt geringer. Die quantitativen Befunde spiegeln die geschilderte Programmstruktur wider: Der Informationsumfang beträgt 17 Prozent der Gesamtsendezeit und besteht ganz überwiegend aus Nachrichtensendungen (41 Prozent) gefolgt von Informationsmoderation (20 Prozent), die als einzige journalistische Darstellungsform vorkommt. Innerhalb der Nachrichten dominieren mit 55 Prozent Sprechermeldungen. Das Meer Radio hat also kaum ein hörfunkjournalistisches Angebot im engeren Sinne. Mit seinem derzeit noch sehr geringen Werbevolumen (lediglich 0,3 Prozent des Programms entfallen auf Spotwerbung und Sponsoringhinweise finden sich nur vereinzelt) ist diese Formarmut mit ökonomischen Gründen zu erklären. Vom informierenden Programm haben knapp 60 Prozent einen Sendegebietsbezug, wodurch das lokale Profil des Senders durchaus für die Hörerschaft deutlich wird.

Abbildung 80 Meer Radio 88.0 – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



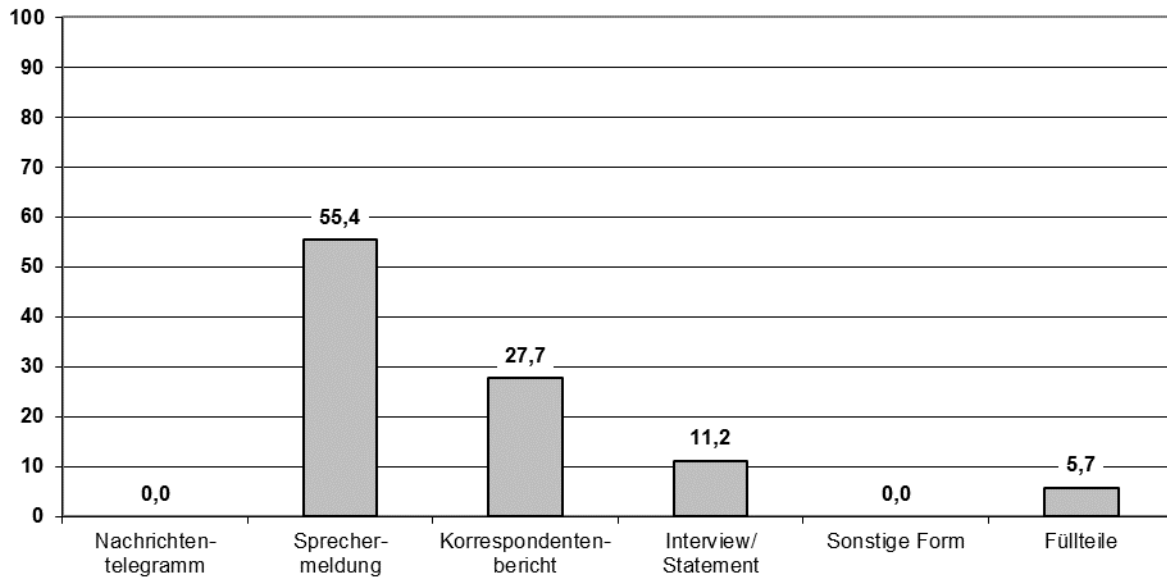
Basis: Gesamtprogramm (=18:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr; Tagesstichprobe

Abbildung 81 Meer Radio 88.0 – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=3:39:02 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 82 Meer Radio 88.0 – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=1:29:59 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

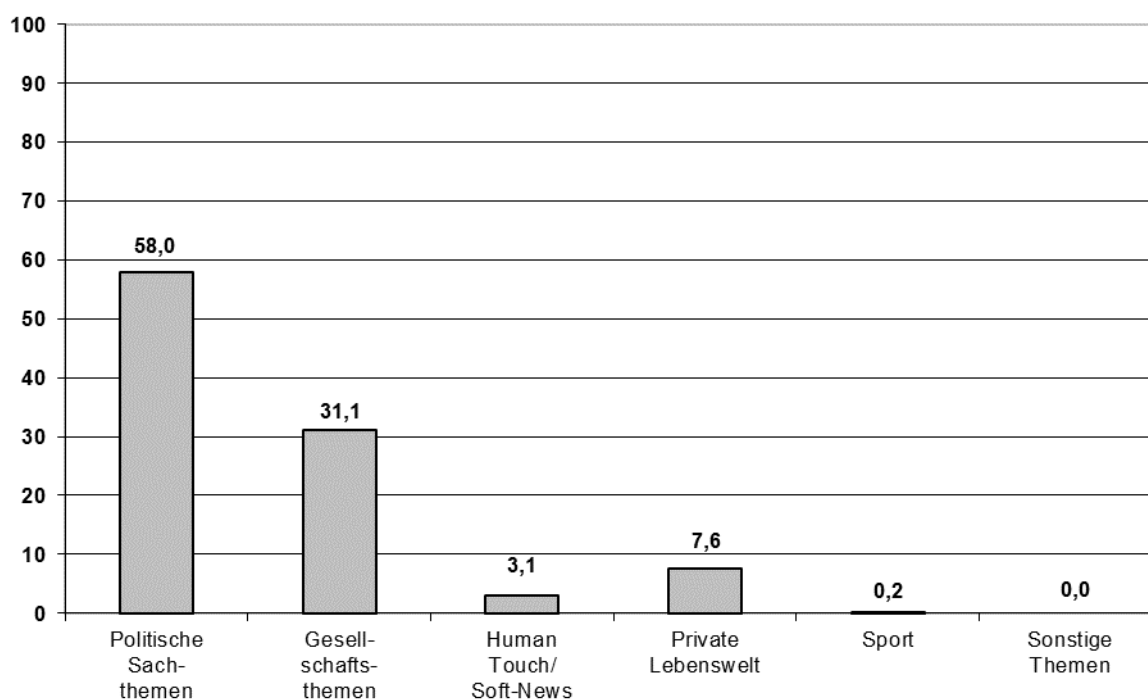
Tabelle 57 Meer Radio 88.0 – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	0:44:26	100,0	23	100,0
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	-	-	-	-
Interview/Diskussion	-	-	-	-
Korrespondentenbericht	-	-	-	-
Reportage/Feature	-	-	-	-
Sonstige Form	-	-	-	-
Gesamt	0:44:26	100,0	23	100,0

Tabelle 58 Meer Radio 88.0 – Formen der Informationsmoderation

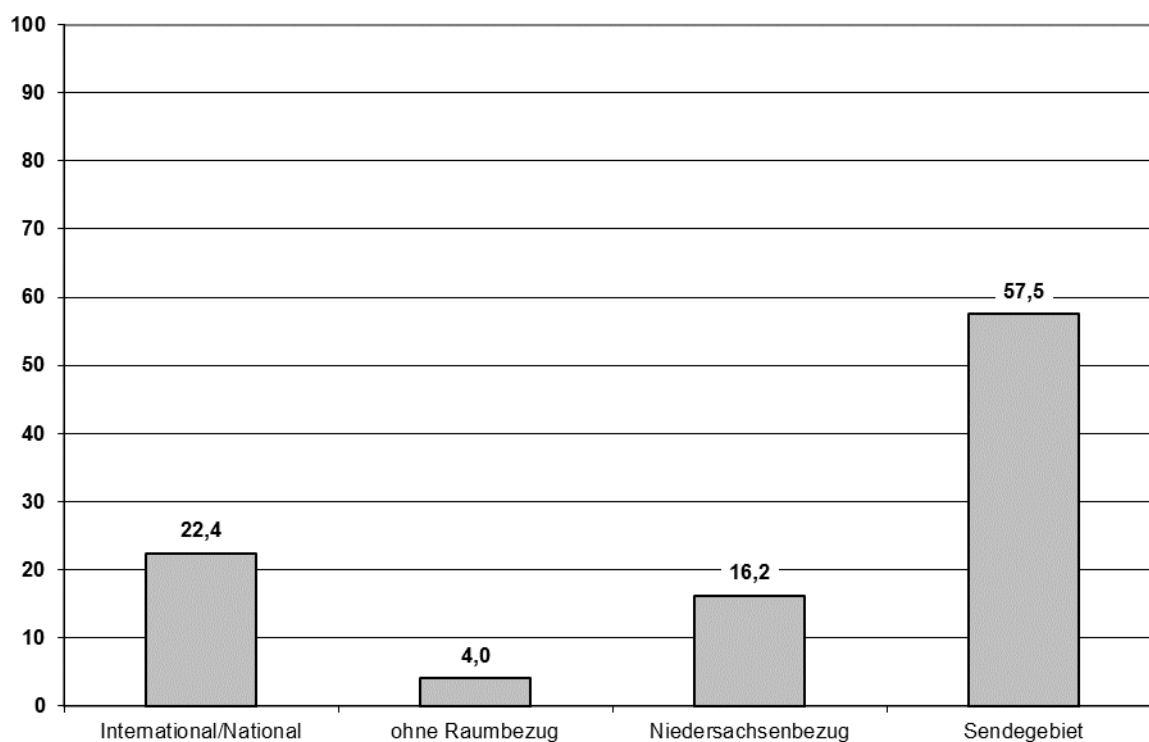
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	0:30:00	67,5	15	65,2
Gespräch mit dem Hörer	-	-	-	-
Gespräch mit Prominenten/Experten	-	-	-	-
Gesprächsrunde im Studio	-	-	-	-
Sonstige Form	0:14:26	32,5	8	34,8
Gesamt	0:44:26	100,0	23	100,0

Abbildung 83 Meer Radio 88.0 – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=2:09:16 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Abbildung 84 Meer Radio 88.0 – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile (=02:57:57) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

4.1.7 Fazit

Die niedersächsischen privaten Lokalradios sind auf Basis der Neufassung des niedersächsischen Landesmediengesetzes von 2010 sukzessive seit 2012 von der NLM lizenziert worden. Zwischen 2013 und 2015 sind fünf Programme auf Sendung gegangen, die im Rahmen der Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017 analysiert wurden. Im November 2017 ist mit Meer Radio 88.0 ein weiteres Programm für die Region um das Steinhuder Meer gestartet, das aber aufgrund des Untersuchungszeitraums im April 2014 in dieser Studie nur als Tagesstichprobe berücksichtigt werden konnte.

Niedersachsen folgt damit der Mehrzahl anderer deutscher Bundesländer, in denen lokale privatkommerzielle Rundfunkangebote teils seit Jahrzehnten erfolgreich am Markt etabliert sind. Die Erfahrung aus anderen Bundesländern und vor allem die begleitende Medienforschung haben ganz überwiegend gezeigt, dass insbesondere von lokalem Hörfunk nur ein geringer Zuwachs publizistischer Vielfalt ausgeht. Auch wenn die Angebote von der Hörerschaft angenommen werden, geschieht dies im Wesentlichen nicht wegen deren lokaler Informationsgebung, sondern aufgrund radiotypischer Erfolgsmerkmale wie Musikfarbe, Moderation und Programmkomposition als Tagesbegleitmedium.

Die Zulassung privaten Rundfunks auf lokaler Ebene durch den niedersächsischen Gesetzgeber geschah vor allem mit dem Ziel, die publizistische Vielfalt in den einzelnen niedersächsischen Regionen und Landkreisen zu erhöhen und lokal identitätsstiftende Medienangebote zu verbreiten.

Die Analyse der lokalen privaten Programmangebote hat gezeigt, dass in Niedersachsen nun auf lokaler Ebene Tagesbegleitwellen angeboten werden, in denen zu über 70 Prozent der Sendezeit Musik ausgestrahlt wird. Der Umfang informierender Wortbeiträge liegt zwischen 14,2 und 19,4 Prozent, wovon jeweils ca. ein Fünftel auf Servicemeldungen entfällt. Der Anteil sendegebietsbezogener Wortbeiträge liegt zwischen rund 70 Prozent (Nordseewelle und Radio Hannover) und rund 45 Prozent (Radio Osnabrück).

Ein publizistischer Vielfaltsgewinn ist in den einzelnen untersuchten Senderegionen feststellbar, wenn auch in geringem Ausmaß. In allen Verbreitungsgebieten ist die Zahl von lokalen Themen, die sowohl in Radio als auch in Zeitung behandelt werden, geringer als die Zahl jeweils exklusiv in einem der beiden Medien behandelten Themen. In allen untersuchten Programmen werden in der lokalbezogenen Berichterstattung vor allem politische und administrative Themen aufgegriffen. Sie werden insbesondere in Form (regelmäßiger) Lokalnachrichtensendungen präsentiert. Einzelne Sender wie Radio38 oder Radio Mittelweser weisen zudem einen hohen Umfang lokaler Sportberichterstattung auf. Somit lässt sich insgesamt festhalten, dass mit den neuen Lokalsendern Servicewellen mit eigenständigem regionalbezogenem Profil in den einzelnen Kreisen entstanden sind.

4.2 Die Programmstruktur der niedersächsischen Bürgerradios – Kernergebnisse der Inhaltsanalyse

4.2.1 Einleitung

Die Programme der niedersächsischen Bürgerradios wurden im Rahmen der „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017“ anhand einer einwöchigen Stichprobe umfangreich analysiert. Die Ergebnisse dieser Untersuchung werden im vorliegenden Kapitel lediglich in knapp zusammengefasster Form dargelegt.⁶⁹

Im Kontext der „Hörfunklandschaft Niedersachsen“ wird der Bürgerfunk bereits seit dem Jahr 2001 regelmäßig untersucht. Das Erscheinungsbild der niedersächsischen Bürgerradiolandschaft im Jahr 2017 ist das Ergebnis eines Entwicklungsprozesses innerhalb der jeweiligen Hörfunkredaktionen und bei den Akteuren (Trägervereinen und Nutzern) der Bürgerradios. Sowohl durch die Gesetzgebung als auch durch Maßnahmen der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) wurde auf diese Entwicklung Einfluss genommen. Seit der Gründung der niedersächsischen Bürgermedien vor 20 Jahren haben sich deren gesellschaftliche und mediale Rahmenbedingungen deutlich gewandelt. Hierbei haben Digitalisierung und die Online-Nutzung einen entscheidenden Einfluss. Die Bürgermedien müssen sich in einem disruptiv gewandelten medialen Umfeld behaupten.

Nachfolgend werden zunächst die senderübergreifenden Strukturmerkmale der niedersächsischen Bürgerradios beschrieben und einige methodischen Erläuterungen zur Programmanalyse gegeben. Dem schließt sich dann in Kapitel 4.2.4 die Ergebnisdarstellung der wesentlichen empirischen Befunde verbunden mit einem Vergleich der programmlichen Leistungen der Bürgerradios untereinander an.

Im Anschluss werden „herausragende“ Bürgerfunkproduktionen vorgestellt, die von den Sendern selbst als „Leuchttürme“ angesehen werden, und im Kontext der Anforderungen des § 25 des NMedienG bewertet. Daraufhin folgen die Zusammenfassung und das Fazit.

4.2.2 Senderübergreifende Strukturmerkmale der Bürgerradios

Seit nunmehr rund 20 Jahren sind in Niedersachsen innerhalb lokaler oder regionaler Verbreitungsgebiete Bürgerradios auf Sendung. Die jeweiligen Sender sollen gemäß § 25, Abs. 3, Ziff. 1-3 NMedienG eine *publizistische Ergänzung* der lokalen und regionalen Berichterstattung sowie des kulturellen Angebots im Verbreitungsgebiet leisten, die *Zugangsoffenheit* für alle interessierten Bürger gewähren und zur *Vermittlung von Medienkompetenz* beitragen. Diese konkrete Zielsetzung muss ihren Niederschlag in ganz spezifischen Programmprofilen finden. Bürgerradios unterscheiden sich von konventionellen Hörfunkprogrammen und professioneller Hörfunkproduktion in ihrer Programmpraxis durch zahlreiche Faktoren. Diese grundsätzlichen Strukturmerkmale gelten für alle Standorte gleichermaßen und bilden den

⁶⁹ Ein umfangreicher Forschungsbericht mit detaillierter Entfaltung der Befunde liegt der NLM und den zuständigen Gremien vor (vgl. Volpers & Bernhard, 2018).

gemeinsamen *Identitätskern* der Bürgerradios in Niedersachsen. So gilt es zunächst zwischen zwei unterschiedlichen Produktionsarten zu unterscheiden:

- Vom Sender *selbst verantwortete Beiträge*, also die in der Regel federführend von Hauptamtlichen – von Fall zu Fall auch in Zusammenarbeit mit engagierten Ehrenamtlichen – produzierten regelmäßigen (programmstrukturell verankerten) Sendestrecken.
- Beiträge und Sendungen von Ehrenamtlichen bzw. Freiwilligen aus dem Verbreitungsgebiet, die sie in eigener Verantwortung produzieren (*zugangsoffene Sendepplätze*).

Für den Hörer der Frequenz des Bürgerradios ist zudem noch eine dritte Variante von Bedeutung, nämlich das Fremdprogramm, also nicht vom Sender selbst produzierte Programmstrecken (*Programmübernahmen, Frequenzsplitting*).

Die im Kontext der „Hörfunklandschaft Niedersachsen“ für die Bürgerradios durchgeführte Programmanalyse macht deutlich, ob und in welchem Umfang die jeweiligen Bürgerradios ihrem spezifischen Programmauftrag nachkommen. Im Vordergrund des Erkenntnisinteresses stehen hierbei die Informationsleistungen, über die sich die publizistische Ergänzungsfunktion konkretisiert.

Bei den jeweiligen Bürgerradios herrschen unterschiedliche Rahmenbedingungen, die unmittelbare Auswirkungen auf die Produktionsabläufe und Programmprofile haben:

- Die beiden Kooperationsprojekte Radio Weser.TV (Delmenhorst und Nordenham) senden auf der Basis einer Vereinbarung von Niedersächsischer und Bremischer Landesmedienanstalt zeitlich beschränkt auf den Frequenzen der Bürgersender in Bremen und Bremerhaven. Dementsprechend produzieren sie insgesamt deutlich weniger Programmvolumen als die anderen (rein niedersächsischen) Bürgerradios. Sie werden daher in Kapitel 4 nicht unmittelbar mit den anderen niedersächsischen Bürgerradios verglichen.
- Für die Hörer haben die programmstrukturell verankerten Nachrichtensendungen eine hohe Bedeutung. Mit seinen Nachrichtensendungen erfüllt der Hörfunk eine wichtige Orientierungsfunktion. Es erscheint daher sinnvoll, wenn Bürgerradios sich bei der Nachrichtengabe nicht nur auf regionale Ereignisse fokussieren. Die Mehrzahl der Sender löst die damit verbundene Informationsleistung mit der Übernahme von überregionalen Fremdnachrichten von öffentlich-rechtlichen Frequenzpartnern; einige beziehen die Weltnachrichten von privaten Hörfunkdienstleistern.
- Die zugangsoffenen Sendepplätze, die der Sender für entsprechende Produktionen „freihält“, sind ein Angebot an potentielle Produzenten. Nicht immer werden diese Sendepplätze auch in Anspruch genommen. In solchen Fällen füllen die Sender diese Programmstrecken in der Regel mit Musik auf.

4.2.3 Methodische Besonderheiten der Programmanalyse von Bürgerradios

Aus den geschilderten Strukturmerkmalen und dem Programmauftrag ergeben sich Konsequenzen für die Programmanalyse der Bürgerradios, die nachfolgend skizziert werden: Bei der inhaltsanalytischen Vorgehensweise ist zunächst das „Fremdprogramm“ zu beachten. Hierbei handelt es sich einerseits um öffentlich-rechtliche Programme (Deutschlandfunk, Deutschlandfunk Kultur, NDR Info), die bei einigen Bürgerradios zu bestimmten Zeiten auf ihrer Frequenz ausgestrahlt werden, und andererseits um ebenfalls von öffentlich-rechtlichen Sendern übernommene Weltnachrichten. Hinzu kommt bei osradio 104,8 Ems-Vechte-Welle und radio leinehertz der „Einkauf“ von fremd produzierten Weltnachrichten. Sämtliche nicht von den Bürgerradios selbst produzierten Programmbestandteile sind aus der Analyse ausgeklammert. Sie werden lediglich zeitlich vermessen, um ihren Umfang zu ermitteln.⁷⁰

Ein weiterer Programmbestandteil, der nicht vollständig (kategorial) analysiert werden kann, sind aus naheliegenden forschungsökonomischen Gründen fremdsprachige Sendungen; sie werden ebenfalls nur zeitlich vermessen, und zudem wird die Sprache erfasst. Im Gegensatz zu früheren Untersuchungen spielen fremdsprachige Sendungen und Beiträge bei den meisten Bürgerradio allerdings kaum noch eine Rolle.

Die Programmbasis, die der Analyse zugrunde gelegt wird, ist also das eigenproduzierte deutschsprachige Programm, welches aus der Reduktion des Gesamtprogramms um folgende Programmbestandteile entsteht:

- weiteres Programm auf der Frequenz,
- übernommene Nachrichten,
- fremdsprachiges Programm.

Die Grundstruktur des *gesamten* Programmvolumens (also inklusive der aus der Analyse ausgeklammerten Bestandteile) ist in Übersicht 5 dokumentiert. Aufgrund der geschilderten Faktoren liegt die tatsächlich analysierte Sendezeit bei den meisten Sendern *unter* diesem Volumen. Die Ausgangsbasis der weiteren Betrachtung ist stets die – im Umfang leicht unterschiedliche – „analysierte Sendezeit“.

⁷⁰ Die Ausstrahlung von Weltnachrichten, die nicht von einem öffentlich-rechtlichen Radio, sondern von einem Hörfunkdienstleister stammen, war bereits in der letzten Erhebung bei der Ems-Vechte-Welle und bei osradio 104,8 gegeben. Sie wurden dennoch als eigenproduziertes Sendevolumen gewertet, da die Fremdproduktion nicht kenntlich gemacht wurde. Da in der aktuellen Untersuchung grundsätzlich bei allen Sendern die Weltnachrichten ausgeklammert werden, führt dies zu einer veränderten Erhebungsbasis bei diesen beiden Bürgerradios.

Neben den geschilderten „systembedingten“ Strukturmerkmalen der Bürgerradios ist für die Bewertung der Ergebnisse der Inhaltsanalyse noch auf einige Besonderheiten hinzuweisen:

- Die Stichprobe der „Hörfunklandschaft“ umfasst bei allen einbezogenen Programmen eine natürliche Woche vom 06.02. bis 12.02.2017. Pro Tag wurde beim Bürgerfunk die Sendezeit von 6 bis 24 Uhr in die Analyse einbezogen, dies sind pro Woche 126 Sendestunden.
- Bei privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunkangeboten wird aufgrund ihrer starren Formatierung mittels einer Kalenderwoche die Programmrealität in hohem Maße abgebildet. Bei den Bürgerradios gibt es jedoch einige Sendungen mit zwei- oder sogar vierwöchigem Senderhythmus. Für diese Sendeplätze sind die entsprechenden Sendungen nicht vollständig in der Stichprobe enthalten. Hieraus resultieren geringe Abweichungen – primär in Bezug auf die Themenagenda – von der Programmrealität. Hinzu kommt, dass die Bürgerradios im Kontext ihrer Funktion der Medienkompetenzvermittlung teilweise aufwendige und langfristig angelegte Projekte durchführen, die dann in einer spezifischen Hörfunkproduktion münden. Durch das gewählte Stichprobenkonzept wird möglicherweise diese Produktion in der Analyse *nicht* erfasst. Gerade in entsprechenden Produktionen spiegeln sich aber Potential und Leistungen der Bürgerradios auch unter dem Aspekt der Anforderungstrias des § 25, Abs. 3, Ziff. 1-3 NMedienG in besonderer Weise. Vor diesem Hintergrund wurde das Stichprobenkonzept der „Hörfunklandschaft Niedersachsen“ in der Vergangenheit von einigen Akteuren des Bürgerrundfunks moniert. Dieser nicht völlig unberechtigten Kritik wird in der vorliegenden Untersuchung Rechnung getragen: Die Bürgerradios haben – nach Aufforderung – aus dem Produktionsjahr 2017 jeweils eine Sendung und einen Beitrag eingereicht, die ihrer Meinung nach als „Leuchttürme“ für ihre spezifische Medienarbeit gelten können. Diese Programmbeispiele wurden mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse unter der Fragestellung untersucht, ob und inwiefern sie eine spezifische (bürgerfunktypische) Leistung im Sinne des § 25 NMedienG darstellen.

4.2.4 Vergleichende Gegenüberstellung der Kernergebnisse der Inhaltsanalyse

Die vergleichende Gegenüberstellung der quantitativen Ergebnisse der Inhaltsanalyse erfolgt anhand einiger zentraler Programmkategorien. Hierbei ist zwischen *drei Werten* in *zwei Perspektiven* zu unterscheiden:

Werte:

- Die *absoluten Werte* (= Umfang der Sendezeit) stellen die redaktionellen Produktionsleistungen der jeweiligen Bürgerradios im Vergleich dar. Sie zeigen also die wöchentliche Sendedauer und sind damit ein Indikator für den Produktionsaufwand.
- Die *Prozentwerte* zeigen den Stellenwert auf, den eine Kategorie – wie zum Beispiel das Wort – innerhalb der Programmpraxis eines einzelnen Senders einnimmt. Sie sind auch ein Indikator für die Anmutung, die ein Programm für seine Hörer hat, wobei die wenigen hier vorgestellten Kernvariablen selbstverständlich die jeweiligen Bürgerradios nicht gänzlich beschreiben.

- Der *Mittelwert* – als arithmetisches Mittel aus allen Werten der jeweiligen Kategorie – erfüllt eine heuristische Funktion: Er zeigt, wie weit das einzelne Bürgerradio in seiner Programmpraxis vom Durchschnitt der anderen entfernt ist.

Bei der Ermittlung und Darstellung dieser Werte werden zwei Perspektiven eingenommen:

Perspektiven:

- Die erste Perspektive richtet sich auf das gesamte Programmvolumen der eigenproduzierten Sendezeit, also zumeist rund 120 Stunden. Hierin ist also sowohl die Produktion der hauptamtlichen Redaktion als auch diejenige der Nutzer der offenen Sendeplätze enthalten.
- Die zweite Perspektive richtet sich auf die im Hörfunk einschaltstärkste Sendestrecke, die morgendliche Prime-Time, die bei allen Bürgerradios ausschließlich von der hauptamtlichen Redaktion produziert wird.

Es wird im Vergleich beider Perspektiven deutlich werden, dass die Ergebnisse für einzelne Programmkategorien, je nach Sichtweise, unterschiedlich ausfallen. In der ersten Perspektive wirken sich die Produktionen der Bürgerfunker auf das Gesamtergebnis aus – je nach Produktionsvolumen, mehr oder weniger stark. Die zweite Perspektive hingegen wirft einen hiervon nicht beeinflussten Blick auf die Programmpraxis der hauptamtlichen Redaktion in einer der wichtigsten Sendestunden des Tages.

Erste Perspektive

Aus den Abbildungen 85 bis 92 ergibt sich ein anschauliches Ranking der Bürgerradios. Hierbei zeigt sich sowohl bei den absoluten als auch bei den relativen Werten eine große Spannbreite. Bei den zutage tretenden Differenzen ist zu beachten, dass die Produktionsbedingungen vor Ort für jedes einzelne Bürgerradio unterschiedlich sind.

Die pro Woche mit eigenproduziertem Programm gefüllten Sendezeiten liegen immer noch etwas auseinander, jedoch hat sich dieser Abstand im Laufe der letzten Jahre zunehmend verringert. Im Jahr 2012 hatten zudem radio aktiv und Radio Jade noch eine deutlich geringere eigenproduzierte Sendezeit als die anderen Bürgerradios. Nunmehr weicht nur noch Radio Jade (mit 93 Stunden eigenproduzierter Sendezeit) deutlich von den anderen untersuchten Bürgerradios ab. Die nachfolgende Übersicht zeigt die jeweiligen Programmanteile für das *Frequenzsplitting*, die *übernommenen Weltnachrichten*, das *fremdsprachige Programm* und die letztlich verbleibende *analyisierte Sendezeit*.

Übersicht 5 Bürgerradiovergleich – Grundstruktur des Gesamtangebotes auf der Bürgerradio-Frequenz – Sendezeiten absolut

	Zeit absolut	Zeit in Prozent
Ems-Vechte-Welle	126:00:00	100,0
Weiteres Programm auf der Frequenz	-	-
Weltnachrichten	5:11:10	4,1
Fremdsprachiges Programm	5:47:48	4,6
Analysierte Sendezeit	115:01:02	91,2
radio leinehertz 106,5	126:00:00	100,0
Weiteres Programm auf der Frequenz	-	-
Weltnachrichten	5:16:44	4,2
Fremdsprachiges Programm	1:14:27	1,0
Analysierte Sendezeit	119:28:49	94,8
oldenburg eins	125:41:06	100,0
Weiteres Programm auf der Frequenz	-	-
Weltnachrichten	6:32:26	5,2
Fremdsprachiges Programm	1:07:13	0,9
Analysierte Sendezeit	118:01:27	93,9
osradio 104,8	125:57:55	100,0
Weiteres Programm auf der Frequenz	-	-
Weltnachrichten	5:46:12	4,6
Fremdsprachiges Programm	0:02:18	0,0
Analysierte Sendezeit	120:09:25	95,4
radio aktiv	126:00:10	100,0
Weiteres Programm auf der Frequenz	-	-
Weltnachrichten	5:43:13	4,5
Fremdsprachiges Programm	-	-
Analysierte Sendezeit	120:16:57	95,5
Radio Jade	125:59:19	100,0
Weiteres Programm auf der Frequenz	21:44:14	17,3
Weltnachrichten	10:32:23	8,4
Fremdsprachiges Programm	-	-
Analysierte Sendezeit	93:42:42	74,4

Radio Okerwelle	126:00:00	100,0
Weiteres Programm auf der Frequenz	-	-
Weltnachrichten	7:04:48	5,6
Fremdsprachiges Programm	-	-
Analysierte Sendezeit	118:55:12	94,4
Radio Ostfriesland	124:00:00	100,0
Weiteres Programm auf der Frequenz	-	-
Weltnachrichten	8:01:58	6,5
Fremdsprachiges Programm	-	-
Analysierte Sendezeit	115:58:02	93,5
Radio Tonkuhle	125:57:58	100,0
Weiteres Programm auf der Frequenz	-	-
Weltnachrichten	7:07:23	5,7
Fremdsprachiges Programm	0:33:07	0,4
Analysierte Sendezeit	118:17:28	93,9
Radio ZuSa	126:00:00	100,0
Weiteres Programm auf der Frequenz	-	-
Weltnachrichten	6:32:28	5,2
Fremdsprachiges Programm	-	-
Analysierte Sendezeit	119:27:32	94,8
StadtRadio Göttingen	126:00:01	100,0
Weiteres Programm auf der Frequenz	6:15:42	5,0
Weltnachrichten	2:23:15	1,9
Fremdsprachiges Programm	-	-
Analysierte Sendezeit	117:21:04	93,1

Eine Betrachtung der Gesamtleistung der niedersächsischen Bürgerradios im retrospektiven Vergleich kann über die Mittelwerte der einzelnen Kategorien erfolgen: Im Erhebungsjahr 2012 war der Mittelwert des Wortprogramms (absolut) im Vergleich zum Untersuchungszeitraum 2009 um rund 20 Minuten angestiegen. Nunmehr ist er um rund 2 Stunden rückläufig. Im Mittelwert liegt der Umfang des Wortprogramms bei über 23,5 Stunden pro Woche. Die leichte Reduktion hat verschiedene Ursachen, die nicht allein durch eine veränderte Programmpraxis der hauptamtlichen Redaktionen bedingt sind. Zum einen wirkt sich hier aus, dass auch die Weltnachrichten der Ems-Vechte-Welle und von osradio 104.8 in der aktuellen Untersuchung – aus den in der Einleitung erläuterten Gründen – in dieser Erhebung nicht berücksichtigt sind. Dies führt auf den Mittelwert aller Sender bezogen zu einem Rückgang des

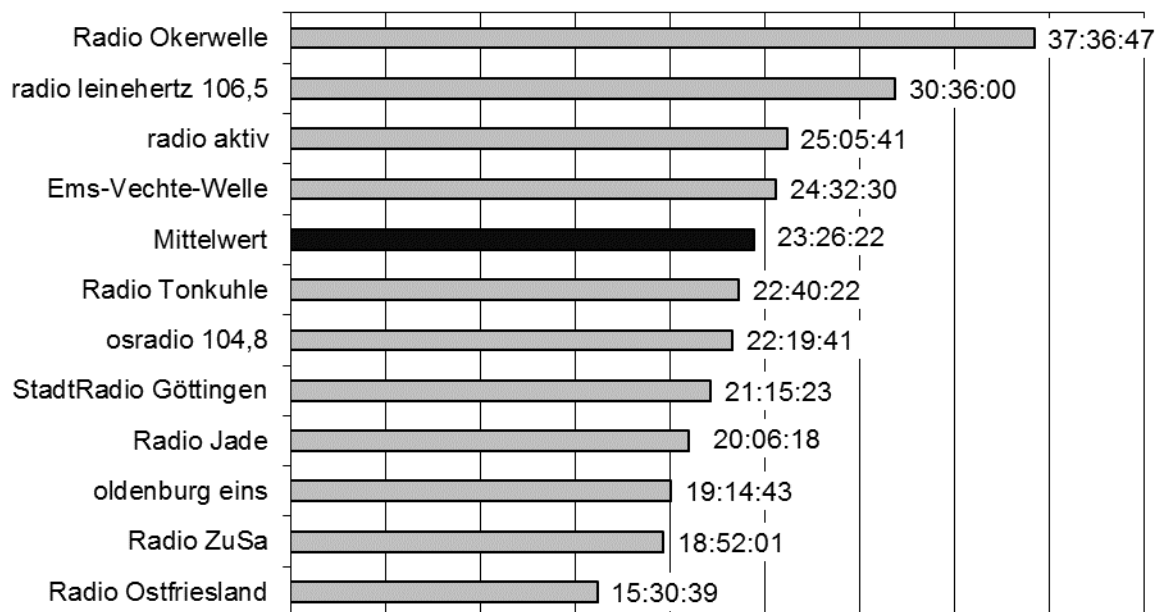
Wortumfangs von ca. einer Stunde. Die zweite Stunde der Wortverringerung dürfte durch eine schwächere Nutzung der offenen Sendeplätze bedingt sein. Bei insgesamt sieben Bürger-radios ist die Belegung der offenen Sendeplätze durch Nutzer in der Erhebungswoche leicht rückläufig. Da die nicht genutzten Sendestrecken zumeist mit Musikschleifen gefüllt werden, sinkt zwangsläufig der Wortumfang. Diese Modifikation zieht sich auch durch die anderen analysierten Programmkategorien: So ist der Umfang des Mittelwerts beim informierenden Programm ebenfalls (um 1,5 Stunden) leicht rückläufig.

Vergleicht man die Bürgerradios untereinander, so erbringt absolut betrachtet Radio Okerwelle mit über 37 Stunden den größten Umfang an Wortprogramm, und hierin knapp 30 Stunden Informationsangebot. Relativ dicht folgt für diese beiden Programmkategorien radio leinehertz 106,5. Beachtlich ist hier die Veränderung bei radio leinehertz. Der Sender war in der letzten Erhebung in beiden Werten deutlich unter dem Mittelwert. Demgegenüber ist der Wortumfang nun um rund 10 Stunden und der Informationsumfang um 2,5 Stunden erweitert worden. Erstaunlich ist die Spanne von über 16 Stunden, die beim Wortumfang zwischen Top (Radio Okerwelle) und Down (Radio Ostfriesland) liegt. Dieser erhebliche Unterschied bezieht sich notabene auf das Gesamtprogramm (hauptamtliche Produktion und offene Sendeplätze). Zu einem erheblichen Teil sind die Unterschiede in der Programmpraxis allerdings durch die Interessenlage der Bürgerfunker und die Programmebelegung der offenen Sendeplätze bedingt und somit von der hauptamtlichen Redaktion kaum zu beeinflussen. Während Radio Okerwelle lediglich 12 Stunden der Untersuchungswoche durch Programmstrecken auf offenen Sendeplätzen füllen konnte, waren es bei Radio Ostfriesland 27 Stunden. Insgesamt ist die Spanne bei den von Nutzern produzierten Sendestrecken sehr breit: Während es bei Radio Tonkuhle 47 Stunden sind, kommt radio aktiv auf lediglich 10 Stunden.

Aufs Ganze gesehen (also das Gesamtprogramm aller Bürgerradios zusammengefasst) hat sich der Leistungsumfang gemessen an Wort- und Information im Vergleich zur letzten Erhebung kaum verändert. Während bei einigen Sendern die entsprechenden Sendeumfänge leicht bis deutlich erhöht wurden, sind sie bei anderen leicht rückläufig. Im Mittelwert produzieren die Bürgerradios einen Informationsumfang in ihren Sendegebieten von 18,5 Stunden wöchentlich. Dies entspricht in etwa dem Umfang, den auch die privaten Lokalradios erbringen. Der hier über einige Basiswerte erfolgte Vergleich verweist jedoch lediglich auf die allgemeine Entwicklung der Programmpraxis bei den niedersächsischen Bürgerradios und kann die Detailbetrachtung der einzelnen Sender nicht ersetzen.⁷¹

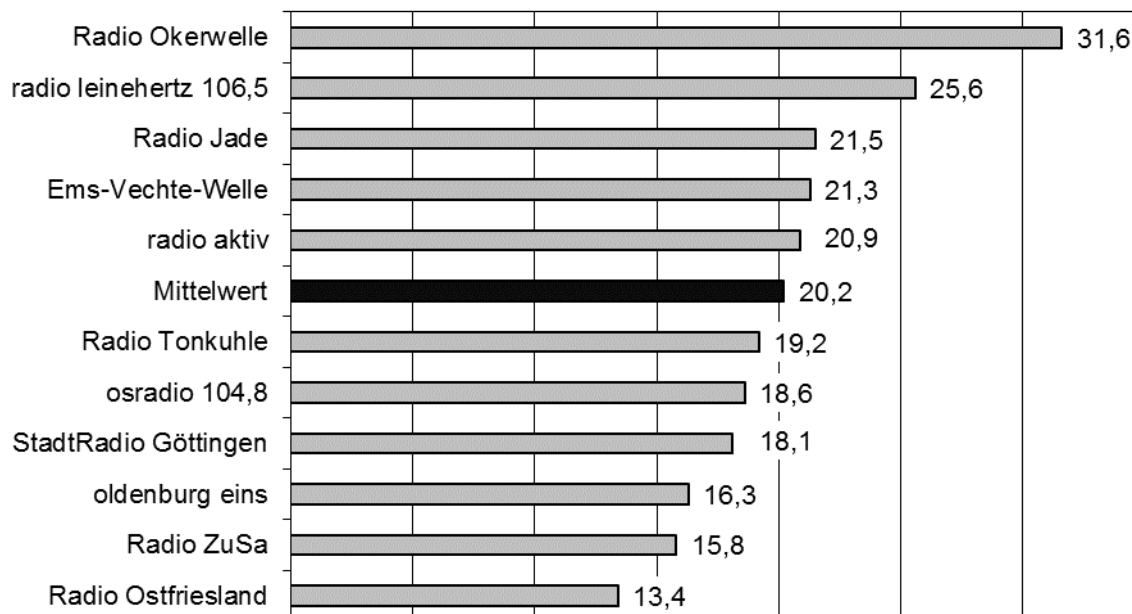
⁷¹ Vgl. Volpers & Bernhard, 2018.

Abbildung 85 Bürgerradiovergleich – Wortprogramm – Sendezeiten absolut



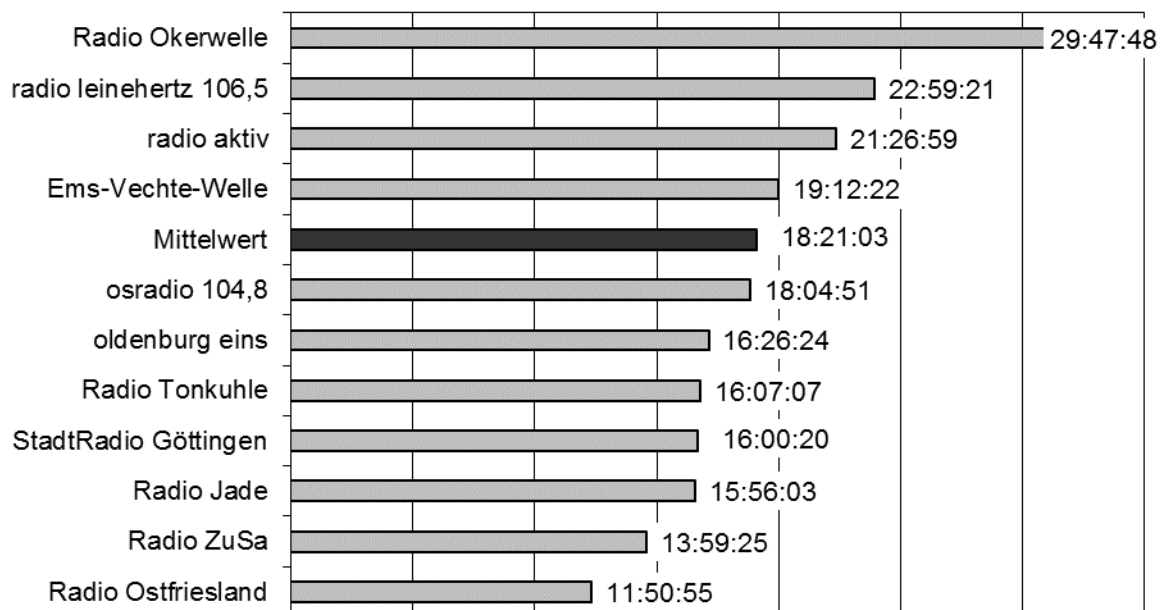
Basis: Eigenproduzierte Sendezeit (in Std:Min:Sek) innerhalb der Gesamtsendezeit von 6-24 Uhr (ohne fremdsprachige Sendungen)

Abbildung 86 Bürgerradiovergleich – Wortprogramm – Anteil an der Sendezeit in Prozent



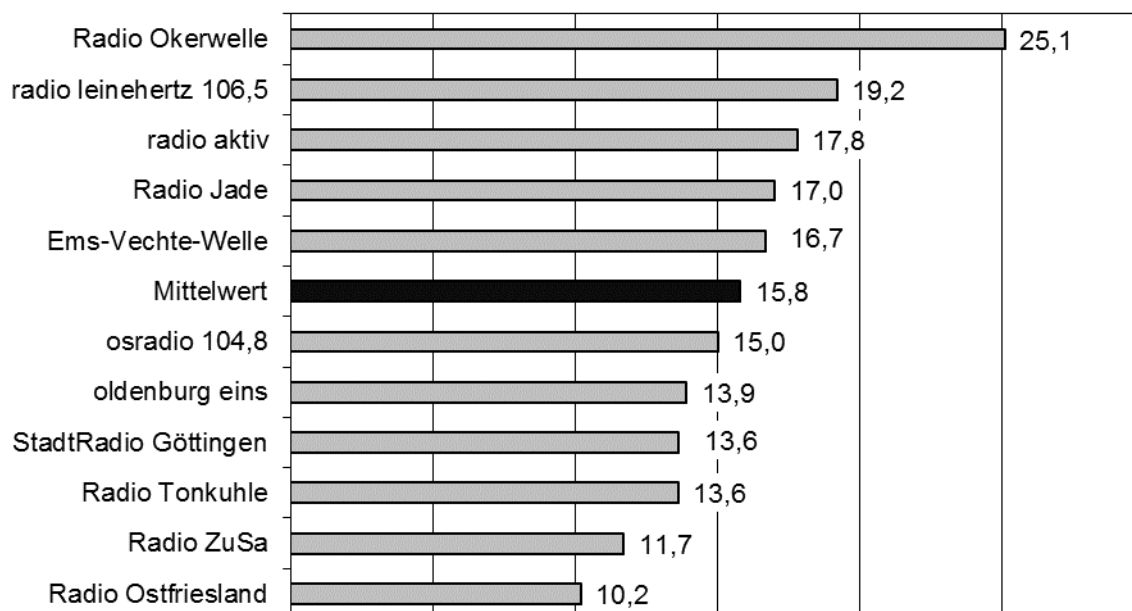
Basis: Eigenproduzierte Sendezeit (in Std:Min:Sek) innerhalb der Gesamtsendezeit von 6-24 Uhr (ohne fremdsprachige Sendungen)

**Abbildung 87 Bürgerradiovergleich – Informierendes Programm –
Sendezeiten absolut**



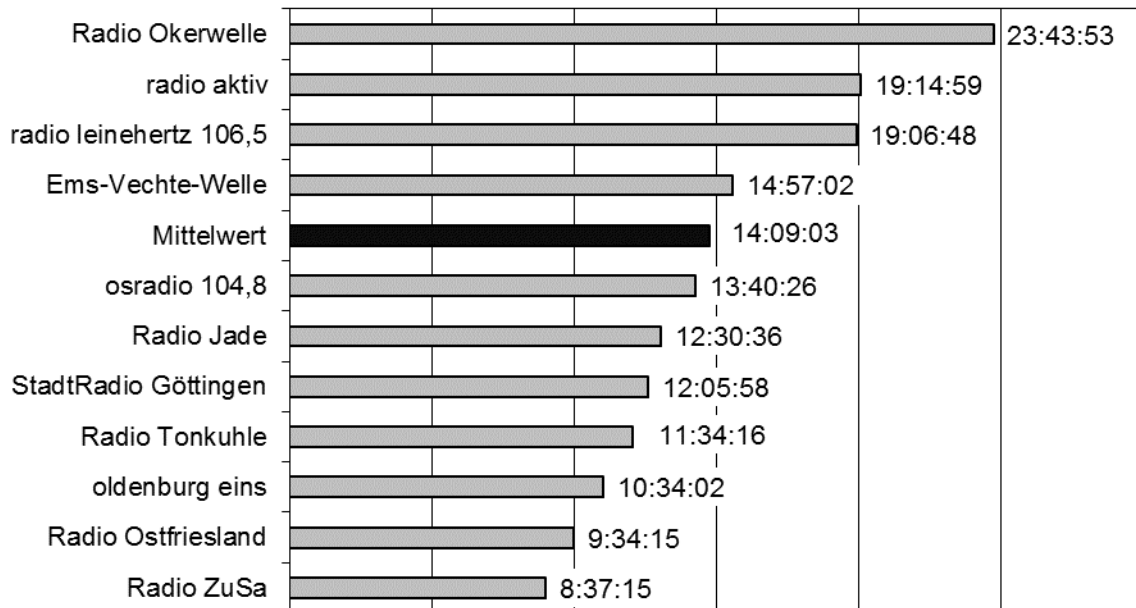
Basis: Eigenproduzierte Sendezeit (in Std:Min:Sek) innerhalb der Gesamtsendezeit von 6-24 Uhr (ohne fremdsprachige Sendungen)

**Abbildung 88 Bürgerradiovergleich – Informierendes Programm – Anteil an
der Sendezeit in Prozent**



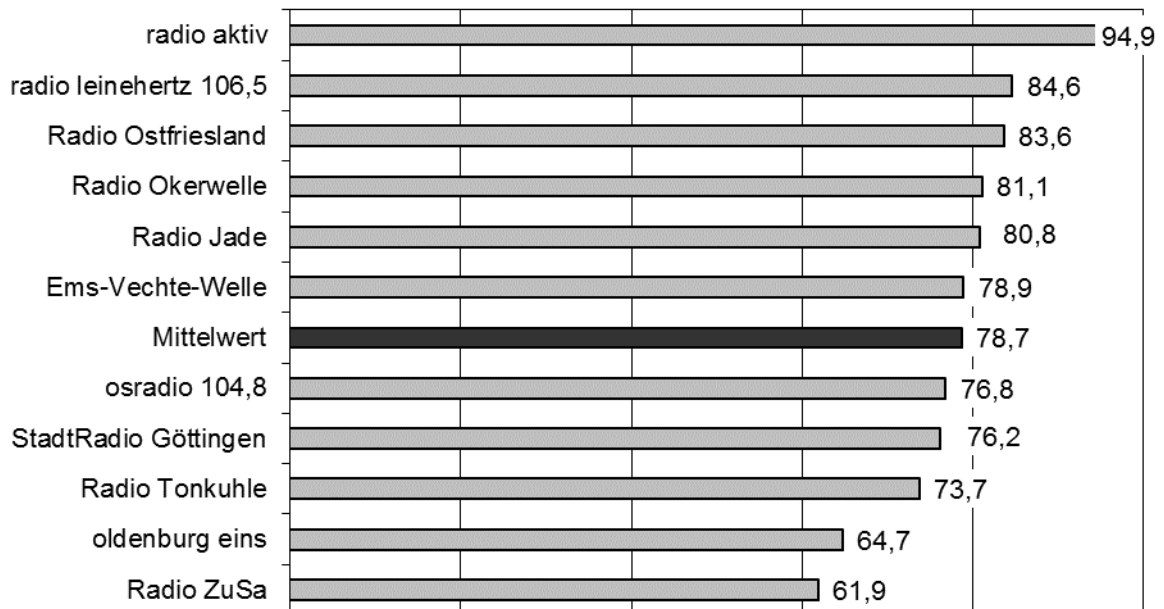
Basis: Eigenproduzierte Sendezeit innerhalb der Gesamtsendezeit von 6-24 Uhr (ohne fremdsprachige Sendungen)

Abbildung 89 Bürgerradiovergleich – Niedersachsenbezug der Berichterstattung – Sendezeiten absolut



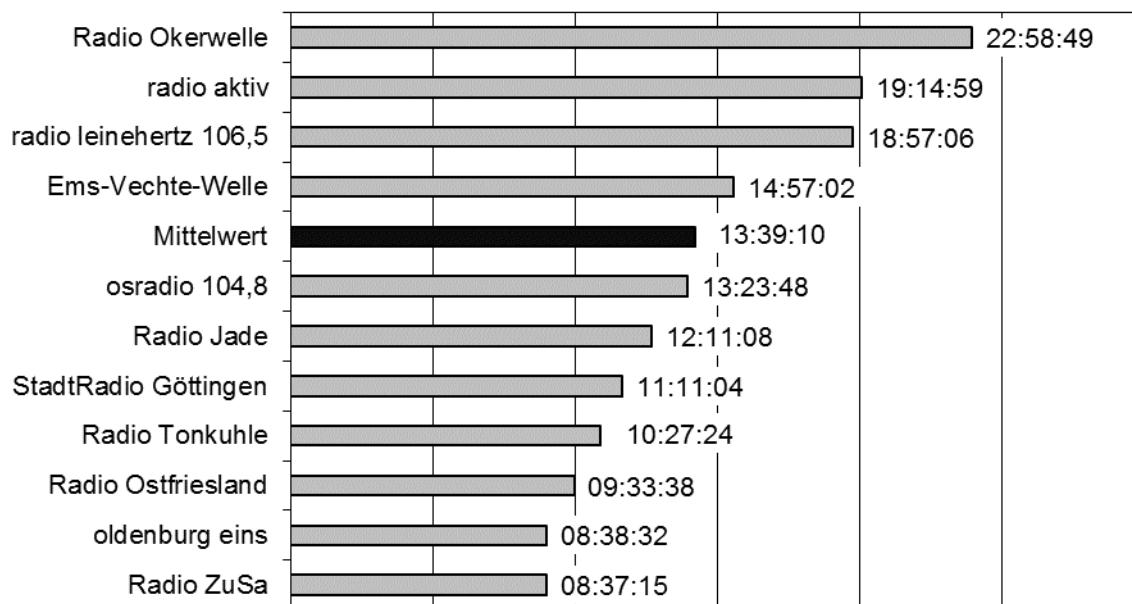
Basis: Eigenproduzierte Sendezeit (in Std:Min:Sek) innerhalb der Gesamtsendezeit von 6-24 Uhr (ohne fremdsprachige Sendungen)

Abbildung 90 Bürgerradiovergleich – Niedersachsenbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



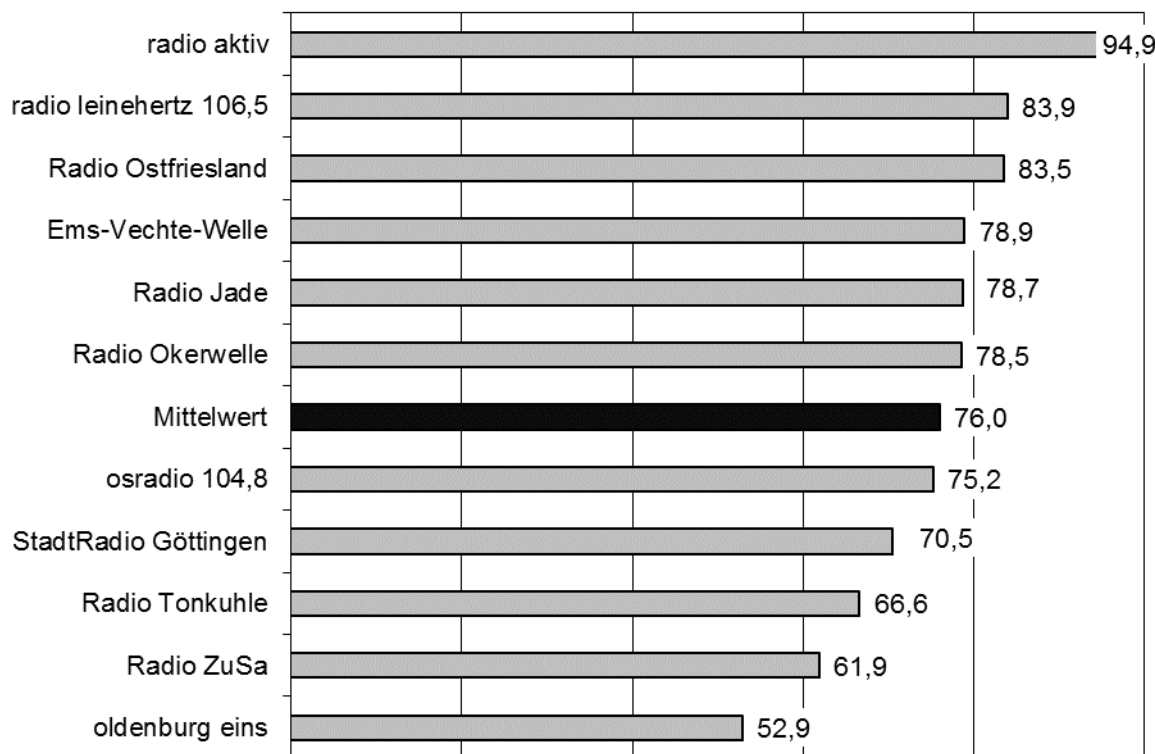
Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile innerhalb der Gesamtsendezeit von 6-24 Uhr (ohne fremdsprachige Sendungen)

Abbildung 91 Bürgerradiovergleich – Sendegebietsbezug der Berichterstattung – Sendezeiten absolut



Basis: Eigenproduzierte Sendezeit (in Std:Min:Sek) innerhalb der Gesamtsendezeit von 6-24 Uhr (ohne fremdsprachige Sendungen)

Abbildung 92 Bürgerradiovergleich – Sendegebietsbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit des Informationsprogramms in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Füllteile innerhalb der Gesamtsendezeit von 6-24 Uhr (ohne fremdsprachige Sendungen)

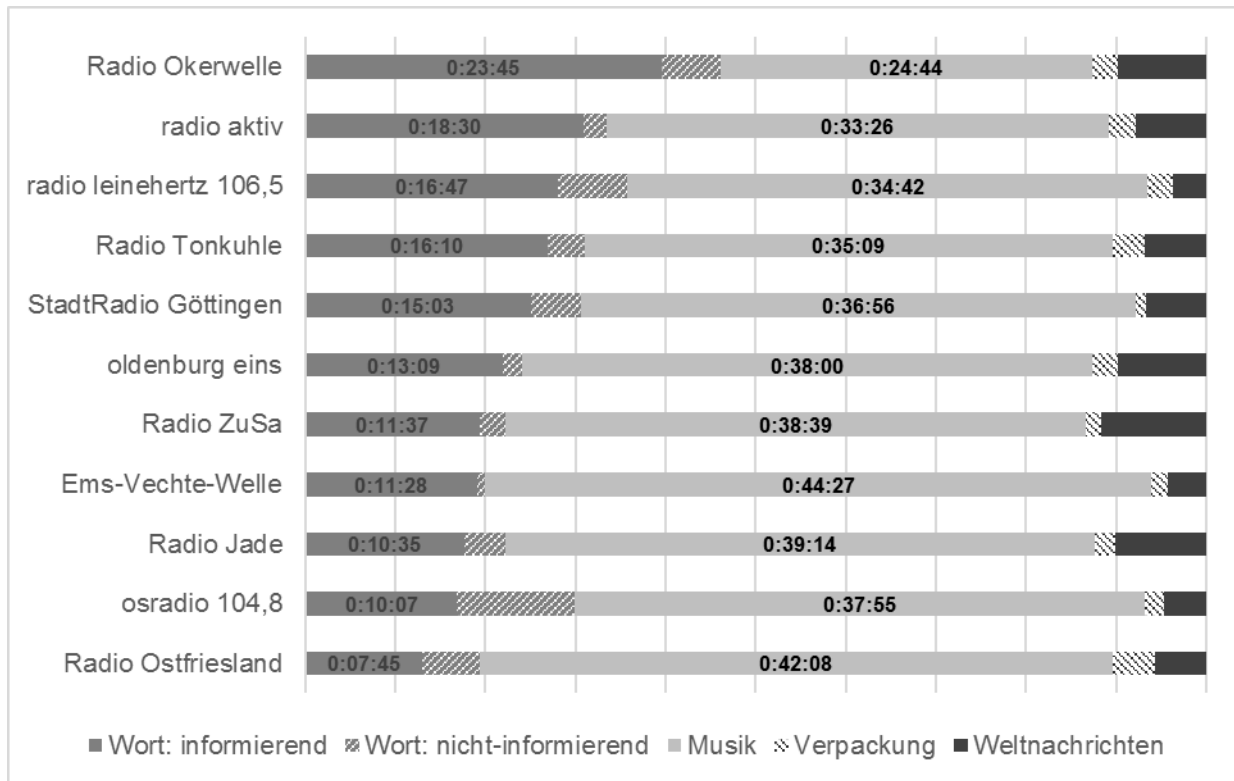
Zweite Perspektive

In der zweiten Perspektive erfolgt eine Prime-Time-Analyse. Die entsprechenden Programmstrecken sind ausschließlich von hauptamtlichen Redakteuren produziert. In dieser Sendestrecke sind alle Bürgerradios ähnlich konzipiert, nämlich als Begleitprogramme mit Servicecharakter. Die Anmutung, die sich aus Musikfarbe, Musikumfang sowie Umfang, Frequenz und Art der Informations- und Serviceangebote ergibt, ist aber sehr unterschiedlich.

Bei dem Blick auf die Prime-Time bleiben die Top- und Down-Kandidaten dieselben: Radio Okerwelle hat auch montags bis freitags von 7 bis 8 Uhr den höchsten Wort- und Informationsanteil und Radio Ostfriesland den geringsten. Zwischen diesen beiden Extrempolen gibt es aber erhebliche Verschiebungen: „Informationsstark“ sind nun neben Radio Okerwelle und radio leinehertz auch radio aktiv, Radio Tonkuhle und StadtRadio Göttingen, die in der ersten Perspektive unterhalb des Mittelwerts rangieren. Die Ems-Vechte-Welle hingegen liegt nun deutlich weiter unten im Ranking.

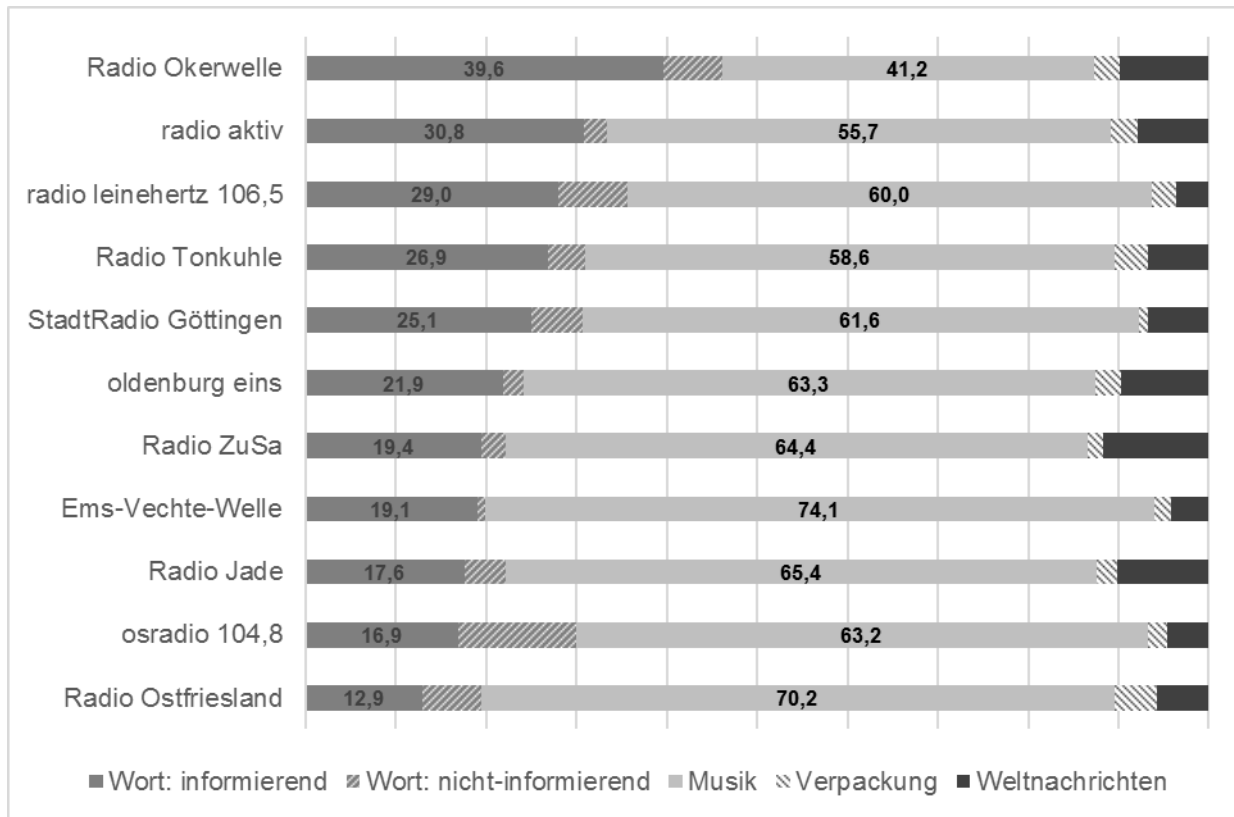
Für die Hörerschaft ergibt sich in der Prime-Time eine völlig andere Anmutung als in der Gesamtbetrachtung. Diese Anmutung wird erheblich durch den Umfang der Musikanteile bestimmt. Vor diesem Hintergrund ist auch der (im Stundenschnitt abgebildete) Umfang der Weltnachrichten ein wichtiger Faktor. Zwar werden sie von den Bürgerradios nicht selbst produziert, prägen aber durchaus den Höreindruck. Während ein Hörer der Prime-Time-Stunde von Radio Okerwelle knapp 25 Minuten Musik hört, sind es bei Ems-Vechte-Welle und bei Radio Ostfriesland über 40 Minuten. Dieser Befund ist weder als gut noch als schlecht zu bewerten. Er zeigt vielmehr, dass – jenseits der Belegung der offenen Sendeplätze – die hauptamtlichen Redaktionen eine teilweise sehr unterschiedliche „Programmphilosophie“ verfolgen. Er verdeutlicht in gewisser Weise aber auch den quantitativen journalistischen Leistungsumfang, den die hauptamtlichen Redaktionen in dieser Sendestrecke erbringen.

Abbildung 93 Bürgerradiovergleich – Durchschnittliche Zusammensetzung einer Prime-Time-Stunde – Sendezeit absolut



Basis: Sendezeit von Montag bis Freitag zwischen 7 und 8 Uhr

Abbildung 94 Bürgerradiovergleich – Durchschnittliche Zusammensetzung einer Prime-Time-Stunde – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Sendezeit von Montag bis Freitag zwischen 7 und 8 Uhr

4.2.5 Das Programm der Bürgerradios im Kontext des § 25 NMedienG

In Kapitel 4.2.2 wurde bereits darauf hingewiesen, dass der niedersächsische Mediengesetzgeber mit der Anforderungstrias des § 25 NMedienG (Zugangsoffenheit, Medienkompetenzvermittlung und publizistische Ergänzung) hohe Ansprüche an die Programmpraxis und die medienpädagogische Arbeit der Bürgerradios stellt. Die Zugangsoffenheit an sich lässt sich formal durch entsprechende Zeitfenster im Programmschema gewährleisten. Dadurch allein ist jedoch der zweite Aspekt, die Medienkompetenzvermittlung, nicht gewährleistet. Die Bürgerradios müssen vielmehr über Projekte, Kurse, Weiterbildungsangebote etc. dafür Sorge tragen, dass es auch Nutzer gibt, die diese Sendezeiten mit Programmstrecken füllen und hierbei Medienkompetenz erwerben. Dass dies bei den einzelnen Bürgerradios unterschiedlich intensiv erfolgt, zeigt die große Spannweite der „Belegung“ offener Sendeplätze.

Im Idealfall werden die Nutzer nicht nur medientypischen Anforderungen gerecht, sondern es kommen in ihren Produktionen auch Akteure der Region mit Themen und Inhalten zu Wort, die der publizistischen Ergänzung dienen. Legt man die Anforderung „publizistische Ergänzung“ teleologisch aus, dann unterstellt der Gesetzgeber eine verengte Themenagenda oder sonstige „Defizite“ der Berichterstattung innerhalb der etablierten regionalen oder lokalen Medien, die es zu ergänzen gilt. Diese Verengung des publizistischen Angebots kann sowohl intermediär (z.B. mangelnde Zeitungsvielfalt) als auch intramediär (mangelnde Form- und Themenvarianz im Hörfunk) vorliegen. Zu letzterem Aspekt gehören auch die Fragen, ob der Hörfunk in investigativer oder anwaltschaftlicher journalistischer Art und Weise Themen und Ereignisse der Region aufgreift und welche hörfunkgenuinen Formen hierbei verwendet werden. Da Servicewellen und schlichte Begleitradioprogramme neben Musik überwiegend Meldungen, Informationsmoderationen und O-Töne in gebauten Beiträgen als Wortstrecken produzieren, ist hierin auch eine formale Verarmung hörfunkgenuiner Gestaltungsmöglichkeiten zu sehen. In diesem Sinne kann der Bürgerhörfunk hier „ergänzende“ Produktionen anbieten.

Dass spezifische Projekte, welche die skizzierte Anforderungstrias beispielhaft und vorbildlich inhärent erfüllen, nicht die alltägliche Programmpraxis der Bürgerradios ausmachen können, ist evident. So ist es in den zurückliegenden „Hörfunklandschaften“, wie oben ausgeführt, dazu gekommen, dass entsprechende Projekte – aufgrund des Stichprobenkonzepts – nicht hinreichend gewürdigt werden konnten. Um diesem Umstand Rechnung zu tragen, wurden von den Bürgerradios eingereichte Programmbeispiele aus dem Jahr 2017 unter der Fragestellung untersucht, ob und inwiefern sie eine spezifische (bürgerfunktypische) Leistung im Sinne des § 25 NMedienG darstellen. Nachfolgend werden die Ergebnisse der Auswertung dieser als „Leuchttürme“ von den Bürgerradios eingereichten Projekte zusammenfassend dargestellt.

Zugangsoffenheit und Medienkompetenzvermittlung

Der Begriff der „Zugangsoffenheit“ hat eine doppelte Bedeutung. Zum einen ist damit der bereits angesprochene Zugang von Nutzern zum Programm des Bürgerradios und die damit verbundene Möglichkeit gemeint, sich medial an die Öffentlichkeit zu richten. Zum anderen ist dahinter die Frage verborgen, ob und inwieweit im Programm Bürger und Akteure des Verbreitungsgebiets „zu Wort kommen“, denen in anderen regionalen Medien möglicherweise keine Stimme gegeben wird. Im Idealfall produzieren Nutzer in Interaktion mit diesen Personengruppen Programm und erfüllen somit die Anforderung der Zugangsoffenheit in doppelter Weise. Die nachfolgend skizzierten, im Jahr 2017 von niedersächsischen Bürgerradios produzierten Sendungen und Beiträge erfüllen diese Bedingungen beispielhaft:

- Die Ems-Vechte-Welle zeigt mit dem Hörfunkprojekt „Radio Inklusiv – wir und ihr“, wie entsprechende Formate aussehen können. Es handelt sich hier um eine Kooperation zwischen der Ems-Vechte-Welle und dem Projekt „ASSIST – Freizeit inklusiv gestalten“. Hierbei geht es um die Inklusion von Menschen mit Behinderung – in diesem Fall in die Hörfunkarbeit – und deren gesellschaftliche Teilhabe. So entstand eine Sendereihe für und mit Menschen mit Behinderung. „ASSIST – Freizeit inklusiv gestalten“ verfolgt das Ziel, Brücken zwischen Menschen mit und ohne Behinderung im Freizeitbereich zu bauen. Im Rahmen dieses Projektes werden regelmäßig Radiosendungen für und mit Menschen mit und ohne Behinderung produziert. Zu den rund zwölf Redakteuren gehören Menschen mit Trisomie 21, Asperger Syndrom, psychischen Beeinträchtigungen usw. Es ist evident, dass eine solche Produktion intensiver medienpädagogischer Begleitung bedarf. Die Sendungen der Reihe „Radio inklusiv“ sind eine Mischung aus O-Tönen mit und von Menschen mit Behinderung zu den verschiedensten Themen, die in hörfunktypischer Weise mit Musikbett „gebaut“ sind.
- In dieser Fallgruppe der Beispiele, wenngleich nicht unter dem Aspekt der Inklusion, ist auch ein Projekt des StadtRadios Göttingen zu nennen. Hier haben Schüler der Göttinger IGS ein Hörspiel zum Thema „Mut“ produziert. Dabei geht es um Schüler und ihre Sicht auf einen Lebensaspekt, wobei sie selbst im Hörspiel zu Wort kommen. Zugleich ist das Hörspiel an Schüler adressiert.
- Radio Okerwelle hat mittels einer Kurz-Reportage die Lebenswirklichkeit von Alzheimer-Patienten in einem regionalen Altersheim (Gardessen) aufgearbeitet. Hierbei werden sowohl die Perspektive des (engagierten) Pflegepersonals als auch diejenige der Bewohner aufgearbeitet und zu einem Hörstück verdichtet.

Diese drei Beispiele stehen für den unmittelbaren Einbezug regionaler Bürgergruppen in Hörfunkproduktionen, die in „etablierten“ Radioformaten Seltenheitswert haben bzw. nicht vorkommen.

Thematische und formale publizistische Ergänzung

Ein Feld, dem im Bürgerfunk breite Aufmerksamkeit zukommt, ist die regionale oder lokale Geschichte und ihre historischen Akteure. Dieses Themenfeld ist, wie in der Inhaltsanalyse erkennbar wurde, bei nahezu allen Bürgerradios regelmäßiger Programmbestandteil. Für die „Leuchttürme“ hat Radio Jade einen Beitrag über die Stephanuskirche im Ort Schortens ein-

gereicht. Hier kommt die „Kirchenführerin“ dieses für den ostfriesischen Raum bedeutsamen Bauwerks ausführlich zu Wort.

Die Ems-Vechte-Welle hat eine aufwendige Feature-Produktion zum Leben der Papenburger Kapitänswitwe Margaretha Meinders (1864 bis 1935) als fünfteilige Wochenserie produziert. Wenngleich sich auch andere regionale Medien (Kreiszeitung Syke und Nordwest Radio) dieser historischen Persönlichkeit gewidmet haben, sticht die Produktion der Ems-Vechte-Welle in Umfang, Detailliertheit und formaler Gestaltung deutlich heraus. Mit Ausnahme von NDR 1 – Radio Niedersachsen sind entsprechende historische Features in niedersächsischen Hörfunkangeboten außerhalb der Bürgerradios kaum zu finden.

Formale Vielfalt zeigen die Bürgerradios vor allem dadurch, dass sie auch längere Formate wie Features, Reportagen, Hörspiele und Themensendungen produzieren, in denen lokale Ereignisse, Akteure und Themen intensiv behandelt werden. So stellt StadtRadio Göttingen in der Musik-Spezialsendung „Regionale Sounds“ einzelne regionale Interpreten der Region in Interview- und Musikbeiträgen vor. Radio Tonkuhle produzierte ein Kriminalhörspiel, das von einem Hildesheimer Schüler (Silas Hintze) geschrieben wurde, und bietet somit einem Nachwuchskünstler eine Plattform.

Neben diesen formal relativ aufwendigen Produktionen mit thematisch und gestalterisch eher künstlerischem Anspruch richten sich etliche Sendungen der Bürgerfunkproduktionen auch auf ausführliche Beratung zu lebenspraktischen Problemen. Beispielsweise hat oldenburg eins eine einstündige Sendung mit Experten-O-Tönen (lokaler Akteure) zum Thema „Patientenverfügung“ produziert.

Aber nicht nur die genannten „Leuchtturmprojekte“ mit ihren nicht alltäglichen Produktionen sind zu nennen, sondern vielmehr auch etliche Programmstrecken, die regelmäßig im Portfolio auftauchen und denen „publizistische Ergänzung“ im obigen Sinne zuzuschreiben ist. Hierzu gehört die Berücksichtigung des Niederdeutschen z.B. bei Radio Weser.TV – Nordensham und Radio Ostfriesland oder des Saterfriesischen bei der Ems-Vechte-Welle. Aber auch für den Bürgerfunk „klassische“ Formate wie die ausführliche Berücksichtigung regionaler Kulturveranstaltungen, die intensiv durch Hörfunkbeiträge begleitet werden. Zusammenfassend lässt sich also die Aufgabentrias des § 25 NMedienG für den niedersächsischen Bürgerfunk als erfüllt ansehen.

5 Sonstige in Niedersachsen gehörte Programme

5.1 Überblick

Trotz der zunehmenden technischen Verbreitung von Radioprogrammen über das Web und andere Vertriebswege ist der terrestrische Empfang (primär durch die analog modulierte Ultrakurzwelle, also die UKW-Frequenzen) nach wie vor der dominierende Verbreitungsweg für den Hörfunk in Deutschland.⁷² Aufgrund der geographischen Lage Niedersachsens mit sieben benachbarten Bundesländern und der Enklave Bremen kommt es beim terrestrischen Empfang zu etlichen (zumindest von den privaten Programmveranstaltern gewollten) Overspills einstrahlender Hörfunkprogramme. Die dadurch erzielten Reichweitenerhöhungen sind für die Refinanzierung durch Werbung und Sponsoring von ökonomischer Relevanz.

Bei diesen „Invasoren“ in den niedersächsischen Hörfunkmarkt spielt der Sender RTL 89.0 eine herausragende Rolle. Das Programm hat in Niedersachsen eine Tagesreichweite von 4,7 Prozent und einen Marktanteil von 2,7 Prozent.⁷³ Hiermit liegt er bei den privaten Radioprogrammen an dritter Stelle noch vor RADIO 21. Im Land Niedersachsen befindet sich der komplette Südosten des Landes inklusive der Region Hannover im Verbreitungsgebiet von RTL 89.0 mit einer technischen Reichweite von knapp 6 Millionen Personen. In der sprachlichen Anmutung stellt das Programm nicht auf sein Kernverbreitungsgebiet Sachsen-Anhalt ab, sondern nennt sein Sendegebiet den „RTL-Sektor“ und konstruiert somit ein landesunabhängiges Hörergebiet. Weitere einstrahlende Hörfunkprogramme mit einem nennenswerten Marktanteil sind bei den Privaten Hörfunkveranstaltern: Radio Hamburg (2 Prozent) und Radio SAW (1 Prozent). Bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten werden beachtliche Marktanteile von Bremen Eins (2,4 Prozent) und Bremen Vier (1,5 Prozent) sowie dem WDR-Hörfunkprogramm 1Live (1,6 Prozent) erreicht. In der Summe führen die erzielten Hörermarktanteile zu einer Schwächung in der Marktposition der niedersächsischen Kernsender, insbesondere in der Zielgruppe der Hörerschaft bis 49 Jahren.

Aufgrund seines Stellenwerts wurde neben den niedersächsischen Kernsendern auch RTL 89.0 inhaltsanalytisch untersucht. Die Ergebnisse werden nachfolgend dargestellt.

5.2 Das Programmangebot von 89.0 RTL

Format

An den Wochentagen von Montag bis Freitag ist das Programm im Aufbau identisch: Von 5 bis 9 Uhr ist die Morningshow auf Sendung, gefolgt von der Programmstrecke „Am Vormittag mit Jule“, die bis 14 Uhr dauert. Anschließend folgt bis 20 Uhr „Am Nachmittag mit Marvin“. Abends spielt der Sender täglich verschiedene Remixe von aktuell populären Songs aus den Charts. Nachrichten werden in der Morningshow sowohl zur vollen Stunde als auch fünf Minuten vor der halben Stunde gesendet. Eine Unterscheidung zwischen Haupt- und Regionalnachrichten gibt es nicht. Im weiteren Tagesverlauf werden die Nachrichten nur noch zur

⁷² Vgl. Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (2017), S. 5.

⁷³ Vgl. zu den Reichweiten und Marktanteilen ALM (2017), S. 197.

vollen Stunde gesendet. Es handelt sich zumeist um Weltnachrichten ohne regionalen Bezug. Das Programm enthält viele Unterhaltungselemente wie Gewinnspiele und Comedys. Zudem hat die Moderation primär eine Unterhaltungsfunktion. Am Wochenende werden die Namen der Magazinstrecken verändert in „Die RTL 89.0 Wochenendshow (5 bis 8 Uhr), darauf folgt bis 13 Uhr „Die Hans Blomberg Show“ und im Anschluss „RTL 89.0 Die Besten Hits fürs Wochenende“. Weitere Formate am Wochenende bilden die „Most Wanted“-Hits am Samstagabend sowie die „Let’s Talk about Sex“-Sendung mit Louisa ab 21 Uhr am Sonntag. Wie die Etikettierung der Magazinstrecken andeutet, stehen im Vordergrund des Programmprofils Musik und Wortunterhaltung.

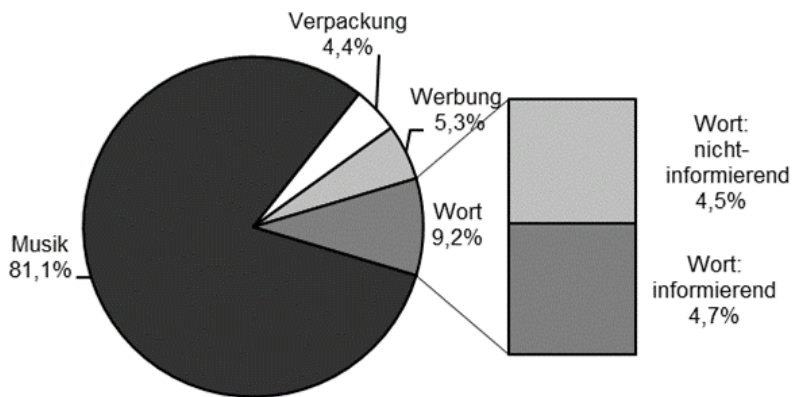
Die Musikfarbe von 89.0 RTL entspricht dem Format Contemporary Hit Radio (CHR). Entsprechend lautet der Slogan des Programms: „Die besten Hits von heute.“ Es werden ausgewählte Hits aus den Airplaycharts und Verkaufcharts in einer bestimmten Rotation gespielt. Zur Zielgruppe der überwiegend topaktuellen Chartmusik zählen (vor allem) Jugendliche und junge Erwachsene, die das Radio einschalten, um neue Musik zu hören. Die Genres dieser Chartmusik sind geprägt von Pop, Dance, Electronic, HipHop und aktuellen deutschsprachigen Hits. Somit dominiert eindeutig die Popmusik, ergänzt zum Teil von aktuellen Rockhits, die für die Zielgruppe gut durchhörbar sind. Das Tag-, Abend- und Nachtprogramm ist durchweg konsistent ausgerichtet.

Quantitative Ergebnisse

Die beschriebene schlichte Programmanmutung schlägt sich auch in den Befunden der quantitativen Analyse nieder. Wie bereits im Jahr 2013 weist 89.0 RTL mit 81,1 Prozent von allen untersuchten Sendern den höchsten Musik- und mit 9,2 Prozent den mit Abstand niedrigsten Wortanteil auf. Der Anteil des informierenden Worts beträgt lediglich 4,7 Prozent. In absoluten Werten sind dies knapp sechs Stunden und im Durchschnitt somit nicht einmal eine Stunde pro Tag. Diese geringe Informationsleistung setzt sich vor allem aus Servicemeldungen (18,3 Prozent des Wortumfangs) und Nachrichten (30,0 Prozent des Wortumfangs) zusammen, die wiederum zu einem Großteil aus Sprechermeldungen bestehen (78,6 Prozent).

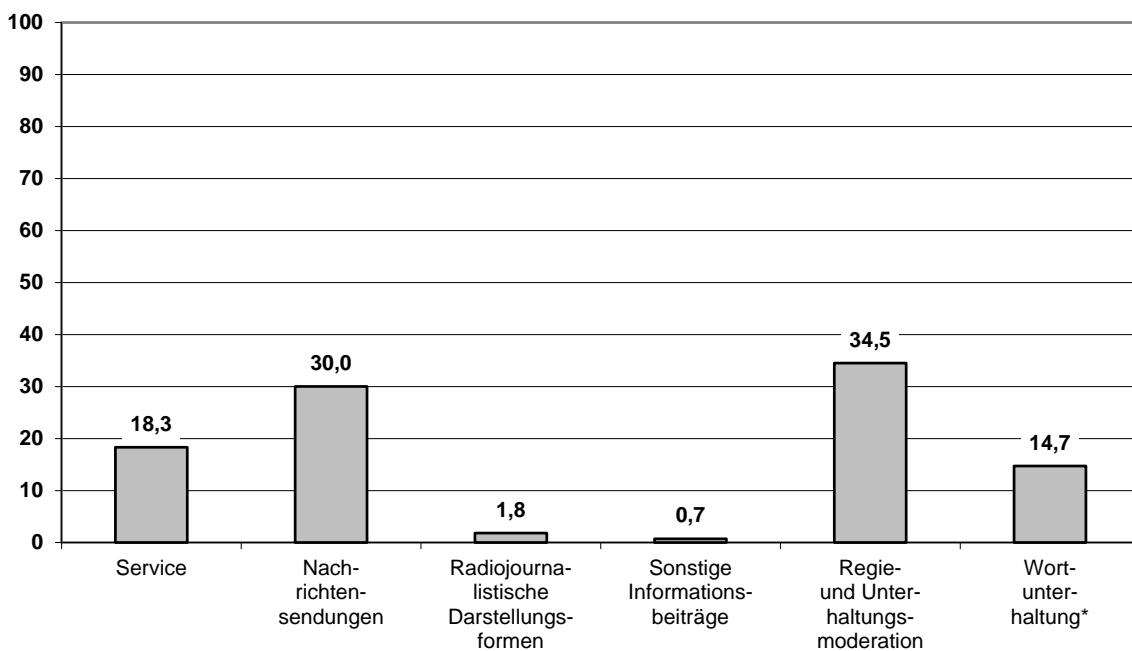
Die Themenagenda wird mit 56,7 Prozent dominiert von der Berichterstattung über politische Themen gefolgt von Soft News mit einem Anteil von 16,4 Prozent. Diesen Prozentwerten liegen absolut jedoch nur sehr geringe Umfänge zugrunde: knapp zwei Stunden Politikberichterstattung und rund 20 Minuten Soft News. Auffällig ist, dass im Untersuchungszeitraum keine Berichterstattung über kulturelle Themen stattfand.

Abbildung 95 89.0 RTL – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Gesamtprogramm (=126:00:00 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

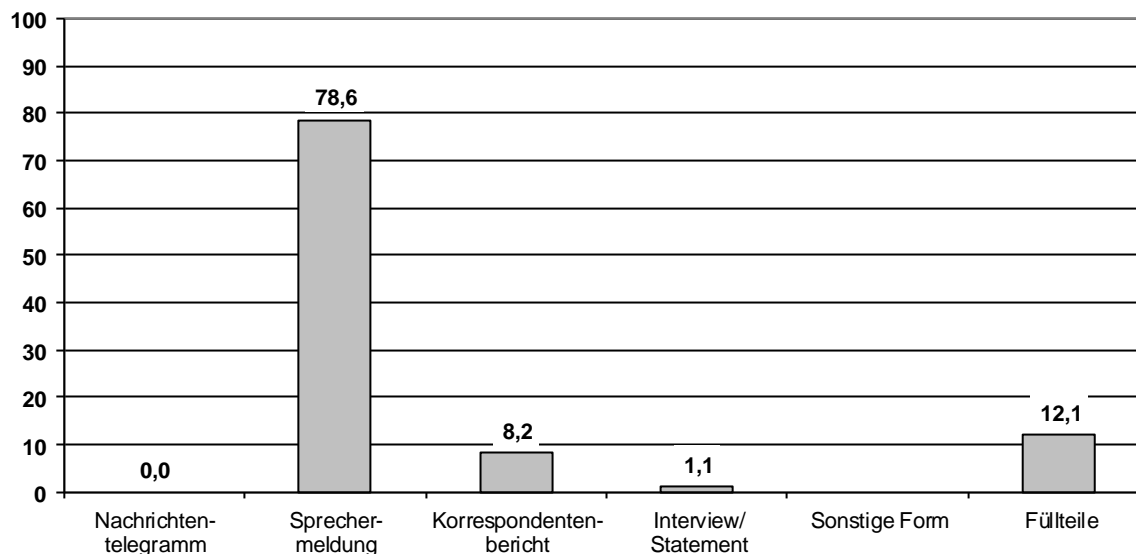
Abbildung 96 89.0 RTL – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=11:35:19 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

* Wortunterhaltung = Unterhaltungsformen sowie unterhaltungsbetonte selbständige Hörerbeiträge

Abbildung 97 89.0 RTL – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Nachrichtensendungen (=3:28:30 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

Tabelle 59 89.0 RTL – Radiojournalistische Darstellungsformen

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Informationsmoderation	0:09:47	79,1	14	82,4
Meldung	-	-	-	-
Bericht/Analyse/Kommentar	-	-	-	-
Interview/Diskussion	-	-	-	-
Korrespondentenbericht	-	-	-	-
Reportage/Feature	-	-	-	-
Sonstige Form	0:02:35	20,9	3	17,6
Gesamt	0:12:22	100,0	17	100,0

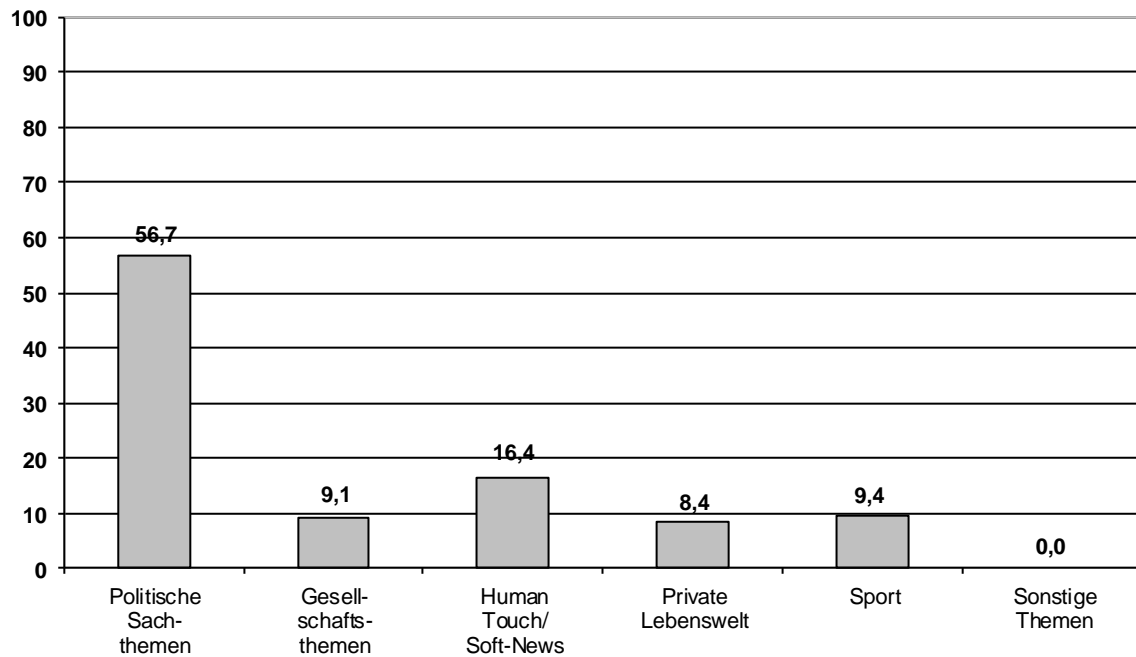
Tabelle 60 89.0 RTL – Formen der Informationsmoderation

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Moderation zu einem Sachthema	0:06:06	62,4	9	64,3
Gespräch mit dem Hörer	0:02:09	22,0	3	21,4
Gespräch mit Prominenten/Experten	0:01:32	15,7	2	14,3
Gesprächsrunde im Studio	-	-	-	-
Sonstige Form	-	-	-	-
Gesamt	0:09:47	100,0	14	100,0

Tabelle 61 89.0 RTL – Funktionen des Informationsangebotes

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Hinweisinformation	2:08:16	39,1	269	32,6
Ereignisinformation	3:11:23	58,4	547	66,3
Beratungsinformation	0:08:07	2,5	9	1,1
Bildungsinformation	-	-	-	-
Gesamt	5:27:46	100,0	825	100,0

Abbildung 98 89.0 RTL – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm ohne Service und Füllteile (=3:20:17 Std:Min:Sek) innerhalb der Sendezeit von 5–23 Uhr

6 Exkurs: Die Webaktivitäten niedersächsischer Hörfunksender

6.1 Einleitung

Für Hörfunkveranstalter haben sich ihre Websites und Social-Media-Aktivitäten in den letzten Jahren zu wichtigen, das Kernmedium begleitenden Informations- und Kommunikationskanälen entwickelt. Auch die niedersächsischen Hörfunkanbieter sind hier aktiv, um im Netz Zusatznutzen zu schaffen und die Hörerbindung zu stärken. Vor diesem Hintergrund wurde für die Onlineangebote eine Analyse durchgeführt, deren Ergebnisse nachfolgend dargelegt werden. Untersucht wurde die Webpräsenz im Hinblick auf die Frage, in welchem Umfang und in welcher Qualität hier Programmbegleitung, Programmvertiefung und Hörerbindung geleistet werden. Bei den Social-Media-Kanälen des privaten Hörfunks und der Bürgerradios wurden die Aktivitäten auf Facebook und Twitter (sofern vorhanden) erfasst und analysiert.⁷⁴ Die spezifische Zusatzleistung in Social-Media-Kanälen ist hierbei in der Generierung von Initialpostings (IPs) zu sehen. Diese als Posts oder Tweeds formulierten Angebote sind sowohl quantitativ als auch qualitativ bewertbar. Ob sie beim Publikum Resonanz erzeugen, lässt sich durch die Social-Media-Metriken gut erfassen, in denen die Interaktionen der Follower gemessen werden. Entsprechende Kennzahlen werden am Ende des vorliegenden Kapitels ausgewiesen.

6.2 radio ffn

Website

Das Informationsangebot von www.ffn.de besteht aus umfangreichen Welt- und Regionalnachrichten sowie Wetter- und Verkehrsberichterstattung. Darüber hinaus stellt der Sender seinen Nutzern ein großes, vorrangig unterhaltungsbetontes Service-Angebot zur Verfügung. Über die Mediathek gelangen sie zu zahlreichen Bildern, Videos, Quiz-Spielen, Webstreams oder einer sendereigenen App. Zusätzlich zum aktuellen ffn-Livestream können vier weitere Webradios gehört werden: „Comedy“, „nur 90er“, „Radio Bollerwagen“ und „Peppermint“. Eine in Echtzeit aktualisierte Playlist bietet eine Übersicht der gespielten Musiktitel der letzten 14 Tage. Einige Inhalte sind sowohl als Audio- als auch als Video-on-Demand (eingebunden von dem radio-ffn-YouTube-Kanal mit 9.345 Abonnenten) abrufbar. Daneben gibt es zahlreiche Comedy-Angebote sowie verschiedene interne Communities, Eventkalender, einen Ticketshop und eine Stellenbörse. Der Sender bietet seinen Hörern diverse Dialogmöglichkeiten: Neben einer Hotline und einer allgemeinen E-Mail-Adresse ruft ffn dazu auf, telefonisch oder per WhatsApp Blitzer oder Staus zu melden, über persönliche E-Mail-Adressen den Webmaster sowie Moderatoren direkt zu kontaktieren und Veranstaltungstipps in ein „Was ist los im Norden?“-Formular einzutragen. Insgesamt bietet die Webpräsenz ein vielfältiges, technisch zeitgemäßes Angebot.

⁷⁴ Intensiv in einer Stichprobenwoche vom 04.09. bis zum 11.09.2017 sowie ergänzend im Februar 2018.

Facebook und Twitter

Der Sender postet auf der Facebook-Seite im Mittel rund drei Beiträge pro Tag. Die Postings haben oft aktuellen Bezug und/oder unterhaltenden bzw. humorvollen Charakter. Darüber hinaus gibt es direkt bei Facebook eingestellte Videos. Neben der Bebilderung und „Call-to-Action“-Aufforderungen fällt die häufige Verwendung von Emojis auf, welche den direkten Kontakt und die jugendliche Publikums-Ansprache „auf Augenhöhe“ unterstreichen. Darüber hinaus belässt es radio ffn nicht bei Initialposts, sondern begleitet den weiteren Gesprächsverlauf aktiv mit, kommentiert Nutzer, vergibt Likes etc. Diese Aktivitäten sowie das vergleichsweise hohe Veröffentlichungs-Aufkommen der Initialposts führt dazu, dass radio ffn entsprechend viele Reaktionen und Kommentare erhält. Auch auf Twitter bietet radio ffn den über 8.000 Followern eine abwechslungsreiche Mischung aus regionalen und überregionalen Nachrichten, Videos, Gewinnspielen und Witzen bzw. humorvollen Kommentaren zu aktuellen Geschehnissen. Die zehn Initialposts wurden in der Untersuchungswoche acht Mal kommentiert, 35 Mal geteilt und 118 Mal mit einem „Gefällt mir“-Herz markiert.

6.3 Antenne Niedersachsen

Website

Im Vordergrund des Web-Angebots von Antenne Niedersachsen (www.antenne.com) stehen Programmbegleitung und Service-Angebot. Das Radioprogramm lässt sich mittels Webplayer streamen, wobei in den Musikstrecken parallel der Interpret, Titel sowie Cover des aktuellen Liedes angezeigt werden. Zusätzlich können Nutzer neben Antenne Niedersachsens Hauptkanal auch Unterkanäle wie „80er“, „90er“, „Charts“, „Oldies“ oder „Schlager“ abspielen. Unter dem Menüpunkt „Mediathek“ befinden sich neben einer Auswahl aktueller streambarer und per RSS-Feed abonnierbarer Podcasts Mitschnitte diverser Comedy-Formate und eingebettete YouTube-Videos. Die Rubrik „Musik“ bietet eine Übersicht der in den letzten drei Tagen gespielten Lieder, einen Konzertkalender, Textrezensionen der „Alben der Woche“, Video-Kurz-Interviews mit Künstlern und die Antenne-Niedersachsen-App. Die Website offeriert in verschiedene niedersächsische Regionen aufgeteilte Nachrichten in Schriftform. Dazu gehören Wetter-, Stau-, Blitzer- und Gefahrenmeldungen, ein Veranstaltungskalender, eine Job-Börse und Hinweise auf etwaige Schulausfälle. Hinzu kommen ein Bundesliga-Tippspiel und Browser Games. Nutzer können Radio Antenne per kostenloser Festnetznummer, E-Mail, WhatsApp-Nachricht oder Online-Formular kontaktieren.

Facebook und Twitter

Antenne Niedersachsen stellt im Durchschnitt knapp drei Beiträge pro Tag online. Allmorgendlich veröffentlicht der Sender ein Facebook-Live-Nachrichten-Video, in dem zwei Moderatoren über die Themen des Tages sprechen. Des Weiteren veranstaltet Antenne Niedersachsen regelmäßig Gewinnspiele, die sich großer Beliebtheit erfreuen. Die Anzahl der Kommentare pro Post bewegt sich jeweils im drei-, hin und wieder auch vierstelligen Bereich. Zudem veröffentlicht Antenne Niedersachsen gelegentlich Links zu eigenen Website-Inhalten aus den Bereichen Programm und Service. Über alle Posting-Arten hinweg fällt das aktive Community Management positiv auf: Die Verantwortlichen bitten Anhänger um deren Meinung, gehen intensiv auf Nutzerkommentare ein und beantworten Fragen. Die im Mai 2008 ins Leben gerufene Antenne-Niedersachsen-Twitter-Präsenz weist 3.723 Follower und 5.393 Tweets auf.

In der Testwoche veröffentlichte der Sender sieben Tweets – allerdings an einem einzigen Tag. Dementsprechend überschaubar fallen die Reaktionen aus: Die sieben Initialposts wurden 54 Mal mit einem „Gefällt mir“-Herz markiert und sieben Mal geteilt. Einer der Tweets wurde einmal kommentiert.

6.4 RADIO 21

Website

RADIO 21 hat im Vergleich zu den beiden privaten Konkurrenten einen spärlichen und veralteten Online-Auftritt (www.radio21.de). Der Schwerpunkt liegt auf Unterhaltung, Eigen- und Fremdwerbung. Es existieren zudem die wichtigsten Standardanwendungen: Stream, Playlist und Mediathek. Der Informationsbereich ist wenig umfangreich und bietet nur eine knappe Auswahl nicht täglich aktualisierter Nachrichten. Wetter- und Verkehrsinformationen fehlen, wenngleich die Website Hörer ermuntert, Staus und Blitzer für das Radioprogramm zu melden. Der Service-Bereich fällt mit einer überschaubaren Menge (veralteter) CD-, Buch-, Kino-, Lifestyle- und Veranstaltungs-Tipps ebenfalls mager aus. Mittels Gewinnspielen und Aufforderungen, Lieder zu bewerten bzw. Musikwünsche einzureichen, finden Nutzer-Interaktionen statt.

Facebook und Twitter

RADIO 21 veröffentlicht auf der Facebook-Seite durchschnittlich rund drei Beiträge pro Tag. Thematisch liegt der Fokus auf Rock-Musik. Die Beiträge setzen sich größtenteils aus Gewinnspielen und Programmhinweisen zusammen. Bei dem Gros der Postings setzt RADIO 21 auf direkte „Call-to-Action“-Ansprache: Nutzer werden beispielsweise aufgerufen, im Rahmen eines Gewinnspiels ihre besten Freunde zu nennen, Meinungen zu Musikern kundzutun oder Fragen an Studiogäste einzusenden. RADIO 21 veröffentlichte auf Twitter an vier Tagen der Untersuchungswoche insgesamt sieben Auszüge eigener Facebook-Postings: Gewinnspiele, Links zu Musikvideos und ein Programmhinweis auf ein Meteorologen-Interview. Die Resonanzen fallen spärlich aus: Die sieben Tweets erhielten einen Kommentar und neun „Gefällt mir“-Markierungen.

6.5 NDR

Die Website der NDR-Wellen ist nicht unmittelbar mit den Angeboten der privaten Radios vergleichbar: In einheitlichem Design und Seitenaufbau präsentiert sich der NDR mit seinem Fernsehprogramm und verschiedenen Radiosendern im Web. Zur Abgrenzung der einzelnen Sender findet ein einfaches Farbleitsystem Verwendung. Somit besitzt jeder Sender eine inhaltlich eigenständige Web-Präsenz, reiht sich aber über das Design und gemeinsame inhaltliche Merkmale in das Corporate Design des NDR ein. Eine Ausnahme hiervon bietet das Jugendradio N-JOY (s.u.). Inhaltlich bieten NDR 1 und NDR 2 ein umfangreiches Angebot aus programmbegleitenden bzw. -vertiefenden, informativen und unterhaltenden Themen. Umfangreiche Sendepläne geben Auskünfte über Titel, Ausstrahlungstermine und Inhalte der einzelnen Formate. Hinzu kommen ausführliche und teilweise regionalisierte Service-Angebote (Wetter, Verkehr, Regionalmeldungen).

N-JOY nutzt nicht das einheitliche Corporate Design des Norddeutschen Rundfunks, sondern greift auf eine eigene, jugendaffine Website-Struktur (www.n-joy.de) zurück. Die Inhalte präsentieren sich bezüglich der Auswahl und der Aufbereitung auf eine jugendliche Zielgruppe zugeschnitten. Im Zentrum der bildlastigen Artikel steht eine willkürliche Auswahl an oberflächlich aufbereiteten, (bewusst?) wenig professionell getexteten Musik-, Web- und Boulevard-Neuigkeiten, Galerien und Bestenlisten. Hinzu kommen Gewinnspiele und Links zu anderen NDR-Angeboten: Statt eigene Nachrichten zu erstellen, verweist N-JOY auf die „Tagesschau“, dazu finden sich Links zu Comedy- oder Service-Videos des NDR und zu populären YouTube-Videos. N-JOY spricht seine Nutzer direkt an und bittet aktiv um Rückmeldung per Telefon, E-Mail oder WhatsApp-Nachricht.

Sowohl NDR 2 als auch N-JOY sind in Social-Media-Kanälen aktiv. Nicht zuletzt aufgrund der jugendlichen Zielgruppe hat N-JOY innerhalb der niedersächsischen Radios mit rund 270.000 die meisten Fans bei Facebook.

6.6 Lokalradios und Bürgerradios im Netz

Bei den Netzaktivitäten der Lokalradios fällt unisono auf, dass die Sender ihre Websites nicht so aufwendig gestalten, wie dies bei den landesweiten Radiostationen der Fall ist. Mit Ausnahme von Radio38 sind die Website-Angebote eher schlicht oder befinden sich offenbar noch im Aufbau bzw. Umbruch.⁷⁵ Insofern erscheint zum gegenwärtigen Zeitpunkt eine intensive Betrachtung obsolet. Ähnliches gilt für die Social-Media-Aktivitäten: Teilweise sind Facebook-Seiten bzw. Twitter-Accounts noch nicht vorhanden bzw. es werden kaum Initialposts eingestellt. Bei den existenten Twitter-Accounts gibt es kaum Follower. Die Facebook-Seite von Radio Nordseewelle ragt allerdings deutlich heraus: Mit knapp 38 Tsd. Fans und hoher Aktivität kann sie beispielgebend sein.

Bei den Bürgerradios stellt sich die Situation anders dar. Die Sender sind seit etlichen Jahren bezüglich ihres Kernengagements in der Hörfunkprogrammgestaltung und Medienkompetenzvermittlung konsolidiert. In den letzten Jahren haben etliche Bürgerradios ihre Netzaktivitäten gesteigert. Allerdings lässt sich hierbei eine große Spannbreite beobachten. Innerhalb der umfangreichen Untersuchung der Bürgerradios, die – wie eingangs ausgeführt – im Rahmen der vorliegenden Publikation, nicht entfaltet werden kann, wurde eine intensive Analyse der Online-Aktivitäten durchgeführt. Im Ergebnis konnte das untenstehende Benchmarking erstellt werden. Hierin wurden sowohl auf der Website als auch bei Facebook und Twitter vier Kategorien analysiert: „Programmbegleitung“, „Programmvertiefung“, „Zusatznutzen“ und „Kommunikative Leistung“. Allerdings sind die ersten drei Kategorien primär eine Aufgabe bzw. Leistung, die auf der Website erbracht wird, während die Kommunikation mit Hörern bzw. Usern eher eine klassische Social-Media-Leistung ist. Das Benchmarking stellt ein Qualitäts- und Leistungsranking dar, wie es sich aus der Analyse der Websites und der Social-

⁷⁵ Die Website www.radio-hannover.de befand sich innerhalb der Testwoche im Relaunch, Radio Osnabrück, Radio Nordseewelle und Radio Mittelweser weisen allesamt onlineredaktionelle Defizite auf, die offenbar der Aufbauphase der Sender geschuldet sind.

Media-Kanäle ergibt.⁷⁶ Zwischen dem Online-Engagement von Radio Tonkuhle und den drei Letztplatzierten (Radio Okerwelle, Radio Ostfriesland und Radio ZuSa) liegt eine große Leistungsspanne. Die anderen sechs Bürgerradios befinden sich mit ihrem Engagement etwa in der Mitte dieser beiden Pole. Insgesamt lässt sich bei den meisten Bürgerradios im Online-Engagement in einzelnen Kategorien durchaus noch Verbesserungsbedarf konstatieren.

⁷⁶ Die Begründungen, die zum Ranking im Benchmarking führen, sind in den Einzelbeschreibungen des Bürgerfunkberichts enthalten.

Übersicht 6 Facebook-Fans* niedersächsischer Hörfunksender

Sender	Anzahl Fans
Landesweite Sender	
radio ffn	226.033
Antenne Niedersachsen	173.253
RADIO 21	74.592
NDR 2	135.810
N-JOY	272.154
Gesamt	881.842
Lokalradios	
Radio Hannover	6.079
Radio38	18.203
Radio Mittelweser	6.619
Radio Osnabrück	2.355
Radio Nordseewelle	37.876
Gesamt	71.132
Bürgerradios	
radio leinehertz 106.5 (Hannover)	6.017
Ems-Vechte-Welle (Lingen)	4.896
Radio Tonkuhle (Hildesheim)	4.396
radio aktiv (Hameln-Pyrmont)	4.639
Radio Ostfriesland (Emden)	3.241
oldenburg eins (Oldenburg)	2.801
Radio ZuSa (Uelzen/Lüneburg/Lüchow-Dannenberg)	2.371
StadtRadio Göttingen (Göttingen)	2.269
osradio 104,8 (Osnabrück)	2.227
Radio Okerwelle (Braunschweig)	2.042
Gesamt	34.899
Insgesamt (alle Sender)	987.873

Stand: 22.02.2018

*Anzahl der für die Facebook-Seite vergebenen „Likes“

Tabelle 62 **Interaktionen auf Sender-Initialposts der privaten Radios
(absteigend sortiert nach Anzahl der Initialposts)**

Sender	Kommen- tare	Reak- tionen/ Likes	Teilen	Anzahl IP
radio ffn	3.035	4.175	381	24
RADIO 21	466	3655	357	23
Antenne Niedersachsen	5.719	4.118	442	19

Erhebung: 04.09. bis 11.09.2017

Lesart: In der Erhebungswoche hat radio ffn 24 Initialposts (IP) bei Facebook gepostet, hierauf erfolgten 4.175 Reaktionen von Usern, die IPs wurden 3.035 Mal kommentiert und 381 Mal geteilt.

Tabelle 63 **Interaktionen auf Sender-Initialposts der Bürgerradios
(absteigend sortiert nach Anzahl der Initialposts)**

Sender	Kommen- tare	Reak- tionen/ Likes	Teilen	Anzahl IP
Radio Jade (Wilhelmshaven)	67	326	68	82
Ems-Vechte-Welle (Lingen)	26	123	8	72
radio leinehertz 106.5 (Hannover)	14	164	21	58
radio aktiv (HamelN-Pyrmont)	16	86	1	54
Radio Okerwelle (Braunschweig)	13	101	4	43
Radio Tonkuhle (Hildesheim)	6	57	8	30
oldenburg eins (Oldenburg)	9	111	4	19
StadtRadio Göttingen	0	12	0	14
osradio 104,8 (Osnabrück)	1	21	7	9
Radio ZuSa	1	5	0	2
Radio Ostfriesland (Emden)	0	1	3	1

Erhebung: 04.09. bis 15.09.2017

Lesart: In der Erhebungswoche hat Radio Jade 82 Initialposts (IP) bei Facebook gepostet, hierauf erfolgten 326 Reaktionen von Usern, die IPs wurden 67 Mal kommentiert und 68 Mal geteilt.

Übersicht 7 Benchmarking – Webaktivitäten und Social-Media-Kommunikation der niedersächsischen Bürgerradios

Radio	Programm- begleitung	Programm- vertiefung	Zusatznutzen	Kommunikative Leistung
Radio Tonkuhle	+++	+++	++	+++
radio leinehertz 106.5	++	++	++	++
Ems-Vechte- Welle	+	+	++	+++
radio aktiv	++	++	++	+
osradio 104,8	+	+	++	++
oldenburg eins	++	++	-	+
StadtRadio Göttingen	+	+	+	+
Radio Okerwelle	+	+	+	-
Radio Ostfries- land	+	+	+	-
Radio ZuSa	+	+	-	-

Benchmarking aufgrund der dargestellten Analyse von Websites und Aktivitäten auf Facebook und Twitter: von +++ (optimal) über ++ (gut bis befriedigend), + (ausreichend) bis - (ungenügend oder nicht vorhanden)

7 Zusammenfassung und Fazit

Die „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017“ ist die nunmehr siebte umfassende Untersuchung der Struktur und Programmangebote des niedersächsischen Radiomarktes. Seit dem Jahr 1995 lässt die NLM in regelmäßigen Abständen diese aufwendige Analyse durchführen. Die vorliegende Studie berücksichtigt sowohl die landesweiten privaten und öffentlich-rechtlichen Sender als auch die noch „jungen“ privaten Lokalradios sowie die Bürgerradios. Den Kern der empirischen Untersuchung bildet die Inhaltsanalyse einer einwöchigen Stichprobe von 26 Hörfunkprogrammen, die in Niedersachsen terrestrisch zu empfangen sind.

Landesweite Hörfunkangebote

Bei den landesweiten Hörfunkangeboten ist die Konkurrenzsituation für die werbetragenden Radioprogramme mit der Kernzielgruppe 14 bis 49 Jahre seit Langem unverändert: Die beiden privaten Servicewellen radio ffn und Antenne Niedersachsen stehen in unmittelbarer Konkurrenz zu NDR 2. Am Rande dieses Marktes spielt als weiteres werbetragendes Hörfunkangebot noch das Musik-Spartenprogramm RADIO 21 eine Rolle.

Die Marktsituation im Hörersegment 50+ ist eine völlig andere. Hier ist die NDR 1-Hörfunkwelle für Niedersachsen mit großem Abstand das meistgehörte Programm. Mit seiner deutlich anderen Anmutung, seiner Musikfarbe und seinem redaktionellen Zuschnitt steht dieses Hörfunkprogramm in der Zielgruppe der 14- bis 30-Jährigen kaum in Konkurrenz mit den Programmen der privaten Veranstalter. Allerdings beträgt im Segment der Hörerschaft 30 bis 49 Jahre die Zielgruppenreichweite von NDR 1 Niedersachsen bereits rund 12 Prozent und tangiert hier schon die privaten Servicewellen. Für den niedersächsischen Hörfunkmarkt insgesamt ist NDR 1 Niedersachsen mit einem Marktanteil von rund 26 Prozent mit Abstand der wichtigste „Player“. Auf der anderen Seite des Altersspektrums, bei den jungen Hörern, bietet die NDR-Welle N-JOY ein musikbetontes Jugendladio.

Die in unmittelbarer Konkurrenz stehenden vier niedersächsischen Hörfunkangebote radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 unterscheiden sich in ihrer Grundstruktur, ihrer Musikfarbe und ihrer Anmutung nur graduell: Der Musikanteil am Gesamtprogramm beträgt jeweils rund 70 Prozent, wobei im Tagesprogramm – mit Ausnahme von RADIO 21 – durchhörbarer Mainstream weitgehend die Musikfarbe bestimmt. Bedingt durch den unterschiedlichen Werbeumfang und den Anteil von Verpackungselementen ergeben sich leichte Abweichungen beim Wortanteil: Er liegt mit 17 Prozent am niedrigsten bei RADIO 21 und mit 25 Prozent am höchsten bei NDR 2. Bei radio ffn beträgt er 21 Prozent und bei Antenne Niedersachsen 19 Prozent. Im Vergleich zur letzten Untersuchung sind radio ffn und NDR 2 in ihren Werten exakt identisch geblieben, während RADIO 21 seinen Wortanteil um 3 Prozentpunkte erhöht und Antenne Niedersachsen ihren um 3 Prozentpunkte gesenkt hat.

Beim Informationsangebot und seiner hörfunkjournalistischen Aufbereitung zeigt sich der Systemunterschied zwischen den privaten Sendern und dem öffentlich-rechtlichen Programm: Während der Informationsanteil bei den privaten Hörfunkveranstaltern 14 Prozent (radio ffn und RADIO 21) bzw. 13 Prozent (Antenne Niedersachsen) beträgt, liegt er bei NDR 2 mit 20 Prozent deutlich darüber. Dieser Unterschied ist auch für die Hörer wahrnehmbar: Dies betrifft nicht nur den quantitativen Aspekt, sondern auch die Formenvielfalt und den damit verbundenen höheren journalistischen Aufwand an Recherche und Produktion bei NDR 2. Mit

seinem großen norddeutschen Sendegebiet hat NDR 2 allerdings im Vergleich zur privaten Konkurrenz nur einen geringen Niedersachsenbezug in seiner Berichterstattung. Insbesondere durch ihre Regionalfenster erbringen radio ffn und Antenne Niedersachsen im größeren Umfang auf Niedersachsen bezogene Berichterstattung.

Das öffentlich-rechtliche Hörfunkangebot NDR 1 Niedersachsen zeichnet sich im Vergleich zu den anderen hier untersuchten Programmen in vielerlei Hinsicht aus. Der Sender hat mit knapp einem Drittel der Sendezeit den höchsten Wortumfang und mit rund 30 Prozent auch den höchsten Informationsanteil und die umfangreichste Berichterstattung mit Niedersachsenbezug. Hinzu kommt, dass NDR 1 Niedersachsen auch ein hörfunkjournalistisch relativ aufwendig produziertes Radioangebot ist. Es werden deutlich mehr journalistische Darstellungsformen (Interviews, Korrespondentenberichte, Kommentare und „gebaute Beiträge“) produziert als bei allen anderen Sendern.

Diametral anders ist das Format der NDR-Jugendwelle N-JOY. Dieser Sender hat mit über 74 Prozent den höchsten Musikanteil bei den landesweiten Hörfunkangeboten. Die Musikfarbe von N-JOY ist geprägt durch ein CHR-Format, das die junge Hörerschaft unter 30 Jahren mit seinem Up-Tempo-Sound anspricht. Mit dem Abspielen von aktuellen Chart-Hits kann der Sender eine Trendfunktion für sich beanspruchen (der N-JOY-Slogan lautet: „Die meisten Hits von heute“). Im Wortprogramm hat N-JOY das Format einer Servicewelle, in der neben Nachrichten sowie Wetter und Verkehrshinweisen für Norddeutschland wenig sonstige Informationsangebote vorhanden sind. Speziell mit Bezug auf Niedersachsen wurde in der Untersuchungswoche lediglich 23 Minuten berichtet.

Lokalfunk

Der Marktzutritt von sechs privaten lokalen Hörfunkangeboten erfolgte sukzessive zwischen November 2013 und Januar 2017. Hierdurch hat sich die Topographie der niedersächsischen Hörfunklandschaft deutlich verändert. In ihrer programmlichen Ausrichtung handelt es sich bei den lokalen privaten Radiosendern um musikbetonte Tagesbegleitwellen mit der Fokussierung auf lokale Berichterstattung. Bei allen Programmangeboten wird in etwa 70 Prozent der Sendezeit mit Musik gefüllt. Der Umfang informierender Wortbeiträge liegt zwischen 14,2 und 19,4 Prozent, wovon jeweils ca. ein Fünftel auf Servicemeldungen entfällt. Der Anteil sendegebietsbezogener Wortbeiträge liegt zwischen rund 70 Prozent (Nordseewelle und Radio Hannover) und 45 Prozent (Radio Osnabrück).

In allen untersuchten Programmen werden in der lokalbezogenen Berichterstattung vor allem politische und administrative Themen des Nahraumes aufgegriffen. Sie werden insbesondere in Form (regelmäßiger) Lokalnachrichtensendungen präsentiert. Einzelne Sender wie Radio38 oder Radio Mittelweser weisen zudem einen hohen Umfang lokaler Sportberichterstattung auf. Somit lässt sich insgesamt festhalten, dass mit den neuen Lokalsendern Servicewellen mit eigenständigem regionalbezogenen Profil in den jeweiligen Verbreitungsgebieten entstanden sind. Insgesamt ist in geringem Ausmaß ein publizistischer Vielfaltsgewinn in den einzelnen untersuchten Senderegionen feststellbar.

Bürgerradios

In allen bisherigen Inhaltsanalysen, die in den vergangenen Jahren im Rahmen der „Hörfunklandschaft“ zum Bürgerfunk durchgeführt wurden, ist deutlich geworden, dass es *den* niedersächsischen Bürgerfunk nicht gibt. Vielmehr agieren die Akteure vor Ort – vor dem Hintergrund ihrer jeweiligen Rahmenbedingungen – durchaus unterschiedlich. Im Ergebnis führt dies zu einer gewissen Spannbreite in der Anmutung, in den Wort- und Informationsumfängen und in der Themenselektion. Allen 13 niedersächsischen Bürgerradios sind jedoch bestimmte Eckpfeiler in der Programmpraxis gemeinsam:

- Montags bis freitags hat die Sendestunde in der morgendlichen Prime-Time den Duktus typischer Hörfunk-Morgenmagazine mit ihrer an die Erwartungshaltung der Hörerschaft orientierten Struktur. Hier haben alle niedersächsischen Bürgerradios den Charakter einer Servicewelle mit Fokussierung auf den Nahraum.
- Innerhalb des Gesamtprogramms ist das Informationsangebot ganz überwiegend auf das Sendegebiet gerichtet. Hierbei leisten die Bürgerradios aktuelle Ereignisberichterstattung und greifen regionalspezifische Themen jenseits der Tagesaktualität auf, die sie hörfunkjournalistisch aufarbeiten.
- In ihren jeweiligen Kommunikationsräumen bzw. Verbreitungsgebieten erfüllen die Programme der Bürgerradios aufgrund ihrer Themenselektion und partiell intensiven bzw. vertiefenden journalistischen Behandlung von Einzelthemen intramediär eine publizistische Ergänzung. Dies gilt zumindest im Vergleich zu den in der „Hörfunklandschaft Niedersachsen“ ebenfalls untersuchten Regionalfenstern von ffN und Antenne Niedersachsen als auch für die Programme der neuen privaten Lokalradios.

Neben diesen Gemeinsamkeiten gibt es in der Programmpraxis der Bürgerradios durchaus erhebliche Unterschiede. So sind die Spannweiten bei den wöchentlich erbrachten Volumina an Wort und Information beachtlich. Die Beiträge auf den offenen Sendeplätzen sind in Themenauswahl, Moderatorenanmutung und hörfunkjournalistischer Umsetzung sehr heterogen. Die von den hauptamtlichen Redaktionen produzierten Programmstrecken können im Vergleich zur frühen Phase des niedersächsischen Bürgerfunks bereits seit etlichen Jahren als in professioneller Hinsicht konsolidiert angesehen werden. Hier werden „gut hörbare“ Begleitradioformate für ein an regionalem Hörfunkprogramm interessiertes Publikum gesendet.

Fazit

Die niedersächsische Hörfunklandschaft ist durch die insgesamt sechs auf Sendung gegangenen Lokalradios noch vielfältiger geworden, als sie es bereits vor deren Marktzutritt war. Sowohl landesweit als auch lokal ist das zweitgrößte Flächenland Deutschlands mit Hörfunk gut versorgt. Mit zwei landesweiten privaten Vollprogrammen sowie einem Spartenprogramm entfallen erhebliche Marktanteile auf den privaten Hörfunk. Gegenüber den privaten Veranstaltern hat sich das ausdifferenzierte Radioangebot des Norddeutschen Rundfunks dennoch gut behaupten können. Nach wie vor ist NDR 2 der größte Konkurrent der privaten Begleitprogramme und NDR 1 Niedersachsen der größte „Player“ im niedersächsischen Hörfunkmarkt.

Neben diesen originären niedersächsischen Programmangeboten kommt als „einstrahlende“ Konkurrenz der Privatsender RTL 89.0 hinzu. Mit einer Tagesreichweite von knapp 5 Prozent

spielt er eine nicht unerhebliche Rolle. Mit diesem Programmangebot ist allerdings für die Informationsvielfalt kein sonderlicher Zugewinn für das niedersächsische Hörfunkangebot verbunden. Das Programm hat mit über 81 Prozent einen sehr hohen Musikanteil, wobei die gespielten Titel dem CHR-Format zuzuordnen sind. Das Informationsangebot ist mit unter 5 Prozent spärlich. Es besteht überwiegend aus Service und Nachrichten in Form von Sprechermeldungen.

Sowohl in den Musikfarben als auch im Wortprofil können die Hörer in Niedersachsen aus einer breiten Angebotspalette auswählen. Diese reicht von musikbetonten Tagesbegleitprogrammen mit unterschiedlichen Musikformaten bis hin zu reinen Informationskanälen mit der Funktion eines Einschaltprogramms (NDR Info) oder den regional ausgerichteten Bürgerradios mit ihren teilweise sehr spezifischen Inhalten. Die Inhaltsanalyse hat im Vergleich zur letzten Untersuchung im Jahr 2013 bei den bereits damals etablierten Programmen ein hohes Maß an programmlicher Kontinuität gezeigt. Auch die Reichweiten sind keinen großen Schwankungen unterworfen. Allerdings zeigen die neuen Lokalradios durchaus das Potential, sich mittelfristig weitere Marktanteile zu erschließen und hierdurch das Marktgefüge zu ungunsten der „Platzhirsche“ zu verändern.

Literaturverzeichnis

- ALM (Hrsg.). (2009). *Jahrbuch 2008. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland*. Verantwortlich für die Herausgeberin Thomas Langheinrich Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Berlin: Vistas.
- ALM (Hrsg.). (2010). *Jahrbuch 2009/2010. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland*. Verantwortlich für die Herausgeberin Thomas Langheinrich Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Berlin: Vistas.
- ALM (Hrsg.). (2011). *Jahrbuch 2010/2011. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland*. Verantwortlich für die Herausgeberin Thomas Fuchs Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Berlin: Vistas.
- ALM (Hrsg.). (2012). *Jahrbuch 2011/2012. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland*. Verantwortlich für die Herausgeberin Thomas Fuchs Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Berlin: Vistas.
- ALM (Hrsg.). (2013). *Jahrbuch 2012/2013. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland*. Verantwortlich für die Herausgeberin Dr. Jürgen Brautmeier Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Berlin: Vistas.
- ALM (Hrsg.). (2014). *Jahrbuch 2013/2014. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland*. Verantwortlich für die Herausgeberin Dr. Jürgen Brautmeier Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Berlin: Vistas.
- ALM (Hrsg.). (2015). *Jahrbuch 2014/2015* (neue Ausg.). Verantwortlich für die Herausgeberin Dr. Jürgen Brautmeier Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Leipzig: Vistas.
- ALM (Hrsg.). (2016). *Jahrbuch 2015/2016*. Verantwortlich für die Herausgeberin Siegfried Schneider Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Leipzig: VISTAS Verlag.
- ALM (Hrsg.). (2017). *Jahrbuch 2016/2017*. Verantwortlich für die Herausgeberin Siegfried Schneider Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Leipzig: VISTAS Verlag.
- Bornemann, R. (2017) BayMG Art. 2. In H. Gersdorf & B. P. Paal (Hrsg.), *Beck'scher Online Kommentar Informations- und Medienrecht*, 17. Edition. Beck OK.: München: C.H. Beck (Rn. 1–12).

- Breunig, C. & Engel, B. (2015). Massenkommunikation 2015: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie. *Media Perspektiven*, o. Jg. (8), 323–341. Zugriff am 30.12.2017. Verfügbar unter http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2015/07082015_Breunig_Engel.pdf
- Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (2017). *Aktionsplan für die Transformation der Hörfunkverbreitung in das digitale Zeitalter*. Berlin
- CDU Nordrhein-Westfalen (1986, 18. Dezember). Linksaußen bestimmen die Richtung beim privaten Rundfunk. *Union in Deutschland (UiD): CDU-Informationsdienst*, Beilage CDU Nordrhein-Westfalen, S. 1–2. Zugriff am 01.12.2017. Verfügbar unter http://www.kas.de/wf/doc/kas_26788-544-1-30.pdf?110826092556
- Goldhammer, K. & Wiegand, A. (BLM, Hrsg.). (2014). *Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2013/14. Eine Studie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM)*, Goldmedia GmbH. Zugriff am 28.11.2017. Verfügbar unter https://www.blm.de/files/pdf1/150407_goldmedia_wirtschaftliche_lage_bayern_2013.pdf
- Goldhammer, K. & Wiegand, A. (BLM, Hrsg.). (2016). *Wirtschaftliche Lage der privaten Rundfunkanbieter in Bayern 2015/16. Eine Studie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM)*, Goldmedia GmbH. Zugriff am 28.11.2017. Verfügbar unter <https://www.blm.de/files/pdf1/wirtschaftliche-lage-der-privaten-rundfunkanbieter-in-bayern-2015-2016.pdf>
- Halefeldt, H. O. (2001). Die Organisationsstruktur des Hörfunks in ihrer Entwicklung. In J.-F. Leonhard, H.-W. Ludwig, D. Schwarze & E. Straßner (Hrsg.), *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen* (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 15, Bd. 2, S. 1415–1429). Berlin: de Gruyter.
- Klingemann, M. (2013). Qualität im NRW-Lokalfunk. In H. Pöttker & A. Vehmeier (Hrsg.), *Das verkannte Ressort: Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus* (S. 220–230). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-01139-0_16
- Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. (2016). *Entscheidungen der Medienkommission. Pulheim: Medienkommission beschließt Frequenzvergabe für sublokales Radio*. Düsseldorf. Zugriff am 29.11.2017. Verfügbar unter <http://www.lfm-nrw.de/service/pressemitteilungen/pressemitteilungen-2016/2016/september/entscheidungen-der-medienkommission.html>

- Martini, M. (2017) Präambel Rundfunkstaatsvertrag. In H. Gersdorf & B. P. Paal (Hrsg.), *Beck'scher Online Kommentar Informations- und Medienrecht*, 17. Edition. Beck OK.: München: C.H. Beck (Rn. 1–39).
- Meyn, H. (1999). *Massenmedien in Deutschland* (Neuaufgabe 1999). Konstanz: UKV Medien.
- Niedersächsischer Landtag (09.06.2010). *Drucksache 16/2595*, Niedersächsisches Landtagsdokumentationssystem. Verfügbar unter http://www.landtag-niedersachsen.de/Drucksachen/Drucksachen_16_5000/2501-3000/16-2595.pdf
- Paperlein, J. (2013, 16. Mai). Aus für Energy Rhein-Main. Antenne Frankfurt startet am Montag. *Horizont*, 20, S. 8.
- Schumacher, R. (2001). Zur Geschichte der Hörfunkforschung. In J.-F. Leonhard, H.-W. Ludwig, D. Schwarze & E. Straßner (Hrsg.), *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen* (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 15, Bd. 2, S. 1445–1459). Berlin: de Gruyter.
- Schwartzmann, R. (2017) Einführung in das Informations- und Medienrecht in Nordrhein-Westfalen. In H. Gersdorf & B. P. Paal (Hrsg.), *Beck'scher Online Kommentar Informations- und Medienrecht*, 17. Edition. Beck OK.: München: C.H. Beck (Rn. 1–64).
- Statistisches Bundesamt. (2016). *Bundesländer mit Hauptstädten nach Fläche, Bevölkerung und Bevölkerungsdichte am 31.12.2015*. Zugriff am 30.11.2017. Verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/Aktuell/02Bundeslaender.html>
- Trebbe, J. (1996). *Der Beitrag privater Lokalradio- und Lokalfernsehprogramme zur publizistischen Vielfalt. Eine Pilotstudie am bayerischen Senderstandort Augsburg* (BLM-Schriftenreihe, Bd. 39). eine Untersuchung des Göttinger Instituts für Angewandte Kommunikationsforschung GÖFAK. München: Fischer.
- Van Rinsum, H. (2015). Privatradios: Unübersichtliche Beteiligungssituation bei UKW-Sendern. Hörfunksender in Deutschland. *Media Perspektiven* (5), 222–229.
- Volpers, H. & Bernhard, U. (2018). Die Bürgerradios in Niedersachsen – Programmanalyse 2017. Teilbericht zur „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2017“. Köln & Hannover [unveröffentlicht].
- Volpers, H., Bernhard, U., Ihle, H. & Schnier, D. (2013). Publizistische Vielfalt in strukturell divergierenden lokalen Medienmärkten — eine Angebotsanalyse in den Kommunikationsräumen Köln, Remscheid und Borken. In Landesanstalt für Medien Nordrhein Westfalen (LfM) (Hrsg.), *Struktur und publizistische Qualität im lokalen Medienmarkt NRW. Bericht der LfM zur Medienkonzentration 2012* (S. 111–226). Düsseldorf.

Volpers, H., Salwiczek, C. & Schnier, D. (2003). Inhaltsanalyse – Kommunikationsangebote in lokalen Medienlandschaften. In U. Pätzold, H. Röper & H. Volpers (Hrsg.), *Strukturen und Angebote lokaler Medien in Nordrhein-Westfalen* (S. 147–324). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Verzeichnis der Abbildungen, Übersichten und Tabellen

Abbildungen

Abbildung 1	Verbreitungsgebiete der Bürgerradios in Niedersachsen	23
Abbildung 2	Hauptsitz und Lokalstudios der Bürgerradios in Niedersachsen	24
Abbildung 3	Terrestrische Verbreitung von 89.0 RTL (Sachsen-Anhalt) in Niedersachsen (vollversorgtes Gebiet)	29
Abbildung 4	Formatanalyse von radio ffn – Prime Time	34
Abbildung 5	Formatanalyse von radio ffn – Drive Time	35
Abbildung 6	radio ffn – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent	36
Abbildung 7	radio ffn – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	36
Abbildung 8	radio ffn – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent	37
Abbildung 9	radio ffn – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	39
Abbildung 10	radio ffn – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	39
Abbildung 11	Formatanalyse von Antenne Niedersachsen – Prime Time	46
Abbildung 12	Formatanalyse von Antenne Niedersachsen – Drive Time	47
Abbildung 13	Antenne Niedersachsen – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent	48
Abbildung 14	Antenne Niedersachsen – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	48
Abbildung 15	Antenne Niedersachsen – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent	49
Abbildung 16	Antenne Niedersachsen – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	51
Abbildung 17	Antenne Niedersachsen – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	51
Abbildung 18	Formatanalyse von RADIO 21 – Prime Time	57
Abbildung 19	Formatanalyse von RADIO 21 – Drive Time	58
Abbildung 20	RADIO 21 – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent	59
Abbildung 21	RADIO 21 – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	59
Abbildung 22	RADIO 21 – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent	60
Abbildung 23	RADIO 21 – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	62

Abbildung 24	RADIO 21 – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	62
Abbildung 25	Formatanalyse von NDR 2 – Prime Time	69
Abbildung 26	Formatanalyse von NDR 2 – Drive Time.....	70
Abbildung 27	NDR 2 – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent	71
Abbildung 28	NDR 2 – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	71
Abbildung 29	NDR 2 – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent	72
Abbildung 30	NDR 2 – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	74
Abbildung 31	NDR 2 – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	74
Abbildung 32	Musik-Anteile von radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 im Vergleich – Anteile an der Sendezeit in Prozent	78
Abbildung 33	Anteile der Verpackung von radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 im Vergleich – Anteile an der Sendezeit in Prozent.....	78
Abbildung 34	Wortanteile von radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 im Vergleich – Anteile an der Sendezeit in Prozent	79
Abbildung 35	Informationsanteile von radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 im Vergleich – Anteile an der Sendezeit in Prozent.....	79
Abbildung 36	Ereignisbezogene Berichterstattung mit Niedersachsenbezug 2005, 2009, 2013 und 2017.....	82
Abbildung 37	radio ffn – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent (<i>ohne</i> Regionalfenster).....	85
Abbildung 38	radio ffn – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent (<i>mit</i> allen Regionalfenstern).....	86
Abbildung 39	Antenne Niedersachsen – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent (<i>ohne</i> Regionalfenster)	87
Abbildung 40	Antenne Niedersachsen – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent (<i>mit</i> allen Regionalfenstern)	88
Abbildung 41	RADIO 21 – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent	89
Abbildung 42	NDR 2 – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent	90
Abbildung 43	NDR 1 Niedersachsen – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	94
Abbildung 44	NDR 1 Niedersachsen – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	94

Abbildung 45	NDR 1 Niedersachsen – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent	95
Abbildung 46	NDR 1 Niedersachsen – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	97
Abbildung 47	NDR 1 Niedersachsen – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	97
Abbildung 48	NDR 1 Niedersachsen – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent (<i>ohne</i> Regionalfenster)	98
Abbildung 49	N-JOY – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent	101
Abbildung 50	N-JOY – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	101
Abbildung 51	N-JOY – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent	102
Abbildung 52	N-JOY – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	104
Abbildung 53	N-JOY – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	104
Abbildung 54	N-JOY – Regionale Verteilung der ortsbezogenen Niedersachsen-Berichterstattung nach Landkreisen – Anteil an der Sendezeit in Prozent	105
Abbildung 55	Radio Hannover – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent	117
Abbildung 56	Radio Hannover – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	117
Abbildung 57	Radio Hannover – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent	118
Abbildung 58	Radio Hannover – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	119
Abbildung 59	Radio Hannover – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	120
Abbildung 60	Radio38 – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent	123
Abbildung 61	Radio38 – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	123
Abbildung 62	Radio38 – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent	124
Abbildung 63	Radio38 – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	125
Abbildung 64	Radio38 – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	126
Abbildung 65	Radio Mittelweser – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent	129
Abbildung 66	Radio Mittelweser – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	129

Abbildung 67	Radio Mittelweser – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent	130
Abbildung 68	Radio Mittelweser – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	131
Abbildung 69	Radio Mittelweser – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	132
Abbildung 70	Radio Osnabrück – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	135
Abbildung 71	Radio Osnabrück – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	135
Abbildung 72	Radio Osnabrück – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent	136
Abbildung 73	Radio Osnabrück – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	137
Abbildung 74	Radio Osnabrück – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	138
Abbildung 75	Nordseewelle – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	141
Abbildung 76	Nordseewelle – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	141
Abbildung 77	Nordseewelle – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	142
Abbildung 78	Nordseewelle – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	143
Abbildung 79	Nordseewelle – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	144
Abbildung 80	Meer Radio 88.0 – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	152
Abbildung 81	Meer Radio 88.0 – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	152
Abbildung 82	Meer Radio 88.0 – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent	153
Abbildung 83	Meer Radio 88.0 – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	154
Abbildung 84	Meer Radio 88.0 – Raumbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	155
Abbildung 85	Bürgerradiovergleich – Wortprogramm – Sendezeiten absolut	165
Abbildung 86	Bürgerradiovergleich – Wortprogramm – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	165
Abbildung 87	Bürgerradiovergleich – Informierendes Programm – Sendezeiten absolut	166

Abbildung 88	Bürgerradiovergleich – Informierendes Programm – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	166
Abbildung 89	Bürgerradiovergleich – Niedersachsenbezug der Berichterstattung – Sendezeiten absolut	167
Abbildung 90	Bürgerradiovergleich – Niedersachsenbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	167
Abbildung 91	Bürgerradiovergleich – Sendegebietsbezug der Berichterstattung – Sendezeiten absolut	168
Abbildung 92	Bürgerradiovergleich – Sendegebietsbezug der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit des Informationsprogramms in Prozent	168
Abbildung 93	Bürgerradiovergleich – Durchschnittliche Zusammensetzung einer Prime-Time-Stunde – Sendezeit absolut.....	170
Abbildung 94	Bürgerradiovergleich – Durchschnittliche Zusammensetzung einer Prime-Time-Stunde – Anteil an der Sendezeit in Prozent	171
Abbildung 95	89.0 RTL – Grundstruktur des Programms – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	177
Abbildung 96	89.0 RTL – Zusammensetzung der redaktionellen Wortbeiträge – Anteil an der Sendezeit in Prozent	177
Abbildung 97	89.0 RTL – Vermittlungsformen der Nachrichten – Anteil an der Sendezeit in Prozent.....	178
Abbildung 98	89.0 RTL – Themenfelder der Berichterstattung – Anteil an der Sendezeit in Prozent	180

Übersichten

Übersicht 1	Die Radioprogramme der Hörfunklandschaft Niedersachsen	14
Übersicht 2	Überblick über die Bürgerradios in Niedersachsen	22
Übersicht 3	Niedersachsen-Berichterstattung in absoluten Werten (Std:Min:Sek)	81
Übersicht 4	Berücksichtigung relevanter niedersächsischer Ereignisse in der Berichterstattung	84
Übersicht 5	Bürgerradiovergleich – Grundstruktur des Gesamtangebotes auf der Bürgerradio- Frequenz – Sendezeiten absolut	162
Übersicht 6	Facebook-Fans niedersächsischer Hörfunksender	186
Übersicht 7	Benchmarking – Webaktivitäten und Social-Media-Kommunikation der niedersächsischen Bürgerradios	188

Tabellen

Tabelle 1	Basisprogrammategorien von radio ffn im Längsschnitt (in Prozent)	32
Tabelle 2	Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde	34
Tabelle 3	Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde	35
Tabelle 4	radio ffn – Radiojournalistische Darstellungsformen	37
Tabelle 5	radio ffn – Formen der Informationsmoderation	38
Tabelle 6	radio ffn – Funktionen des Informationsangebotes	38
Tabelle 7	radio ffn – Herkunft der Interpreten	40
Tabelle 8	radio ffn – Genre-Zuordnung der Musiktitel	40
Tabelle 9	radio ffn – Sprache der Liedtexte	41
Tabelle 10	Basisprogrammategorien von Antenne Niedersachsen im Längsschnitt (in Prozent)	44
Tabelle 11	Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde	46
Tabelle 12	Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde	47
Tabelle 13	Antenne Niedersachsen – Radiojournalistische Darstellungsformen	49
Tabelle 14	Antenne Niedersachsen – Formen der Informations-moderation	50
Tabelle 15	Antenne Niedersachsen – Funktionen des Informations-angebotes	50
Tabelle 16	Antenne Niedersachsen – Herkunft der Interpreten	52
Tabelle 17	Antenne Niedersachsen – Genre-Zuordnung der Musiktitel	52
Tabelle 18	Antenne Niedersachsen – Sprache der Liedtexte	53
Tabelle 19	Basisprogrammategorien von RADIO 21 im Längsschnitt (in Prozent)	55
Tabelle 20	Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde	57
Tabelle 21	Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde	58
Tabelle 22	RADIO 21 – Radiojournalistische Darstellungsformen	60

Tabelle 23	RADIO 21 – Formen der Informationsmoderation	61
Tabelle 24	RADIO 21 – Funktionen des Informationsangebotes	61
Tabelle 25	RADIO 21 – Herkunft der Interpreten	63
Tabelle 26	RADIO 21 – Genre-Zuordnung der Musiktitel	63
Tabelle 27	RADIO 21 – Sprache der Liedtexte	64
Tabelle 28	Basisprogramm Kategorien von NDR 2 im Längsschnitt (in Prozent)	67
Tabelle 29	Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde	69
Tabelle 30	Anteil der Programmelemente innerhalb der untersuchten Sendestunde	70
Tabelle 31	NDR 2 – Radiojournalistische Darstellungsformen	72
Tabelle 32	NDR 2 – Formen der Informationsmoderation	73
Tabelle 33	NDR 2 – Funktionen des Informationsangebotes.....	73
Tabelle 34	NDR 2 – Herkunft der Interpreten.....	75
Tabelle 35	NDR 2 – Genre-Zuordnung der Musiktitel	75
Tabelle 36	NDR 2 – Sprache der Liedtexte	76
Tabelle 37	Programme von radio ffn, Antenne Niedersachsen, NDR 2 und RADIO 21 im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)	80
Tabelle 38	NDR 1 Niedersachsen – Radiojournalistische Darstellungsformen	95
Tabelle 39	NDR 1 Niedersachsen – Formen der Informationsmoderation	96
Tabelle 40	NDR 1 Niedersachsen – Funktionen des Informationsangebotes	96
Tabelle 41	N-JOY – Radiojournalistische Darstellungsformen	102
Tabelle 42	N-JOY – Formen der Informationsmoderation	103
Tabelle 43	N-JOY – Funktionen des Informationsangebotes	103
Tabelle 44	Anzahl lokaler privater Hörfunksender im bundesweiten Vergleich	107
Tabelle 45	Radio Hannover – Radiojournalistische Darstellungsformen	118
Tabelle 46	Radio Hannover – Formen der Informationsmoderation.....	119
Tabelle 47	Radio38 – Radiojournalistische Darstellungsformen	124
Tabelle 48	Radio38 – Formen der Informationsmoderation	125
Tabelle 49	Radio Mittelweser – Radiojournalistische Darstellungsformen	130
Tabelle 50	Radio Mittelweser – Formen der Informationsmoderation	131
Tabelle 51	Radio Osnabrück – Radiojournalistische Darstellungsformen.....	136
Tabelle 52	Radio Osnabrück – Formen der Informationsmoderation	137
Tabelle 53	Nordseewelle – Radiojournalistische Darstellungsformen.....	142
Tabelle 54	Nordseewelle – Formen der Informationsmoderation.....	143

Tabelle 55	Lokalradios – Grundstruktur und Darstellungsformen im Vergleich – absolute Werte	146
Tabelle 56	Lokalradios – Grundstruktur und Darstellungsformen im Vergleich – relative Werte	147
Tabelle 57	Meer Radio 88.0 – Radiojournalistische Darstellungsformen.....	153
Tabelle 58	Meer Radio 88.0 – Formen der Informationsmoderation	154
Tabelle 59	89.0 RTL – Radiojournalistische Darstellungsformen	178
Tabelle 60	89.0 RTL – Formen der Informationsmoderation	179
Tabelle 61	89.0 RTL – Funktionen des Informationsangebotes.....	179
Tabelle 62	Interaktionen auf Sender-Initialposts der privaten Radios (absteigend sortiert nach Anzahl der Initialposts)	187
Tabelle 63	Interaktionen auf Sender-Initialposts der Bürgerradios (absteigend sortiert nach Anzahl der Initialposts)	187

Tabellen im Anhang

Tabelle A 1	Programmanteile im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)	207
Tabelle A 2	Programmanteile im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)	208
Tabelle A 3	Vermittlungsformen der Nachrichten im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)	209
Tabelle A 4	Vermittlungsformen der Nachrichten im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)	210
Tabelle A 5	Radiojournalistische Darstellungsformen im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)	211
Tabelle A 6	Radiojournalistische Darstellungsformen im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)	212
Tabelle A 7	Themen der Berichterstattung der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)	213
Tabelle A 8	Themen der Berichterstattung der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)	214
Tabelle A 9	Raumbezug der Berichterstattung der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)	215
Tabelle A 10	Raumbezug der Berichterstattung der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)	215

Tabelle A 11	Programmanteile im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)216
Tabelle A 12	Programmanteile im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent).....217
Tabelle A 13	Vermittlungsformen der Nachrichten im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek).....218
Tabelle A 14	Vermittlungsformen der Nachrichten im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)219
Tabelle A 15	Radiojournalistische Darstellungsformen im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)220
Tabelle A 16	Radiojournalistische Darstellungsformen im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)221
Tabelle A 17	Themen der Berichterstattung der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)222
Tabelle A 18	Themen der Berichterstattung der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent).....223
Tabelle A 19	Raumbezug der Berichterstattung der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)224
Tabelle A 20	Raumbezug der Berichterstattung der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent).....224
Tabelle A 21	Bürgerradiovergleich – Durchschnittliche Zusammensetzung einer Prime-Time- Stunde.....225

Anhang

Tabelle A 1 Programmanteile im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)

Programm	radio ffn	Antenne Nds.	RADIO 21	NDR 2	N-JOY	NDR 1
Musik	90:21:38	90:13:35	87:33:15	87:24:46	93:33:37	81:06:55
Verpackung	2:54:53	3:39:58	5:08:08	1:50:45	4:58:58	3:01:00
Werbung	6:35:22	8:26:30	12:18:00	5:03:27	-	-
Wort	26:08:07	23:39:57	21:00:37	31:41:02	27:27:25	41:51:26
nicht-informierend	8:33:01	6:58:48	3:00:44	6:37:03	10:00:41	4:13:38
informierend	17:35:06	16:41:09	17:59:53	25:03:59	17:26:44	37:37:48
Darstellungsformen des Wortangebotes	26:08:07	23:39:57	21:00:37	31:41:02	27:27:25	41:51:26
Service	8:08:02	7:12:25	3:44:19	5:45:47	5:48:34	9:11:11
Nachrichtensendungen	7:43:35	7:41:29	9:04:32	9:21:35	6:51:21	14:50:44
Radiojournalistische Darstellungsformen	1:29:50	1:47:15	5:11:02	9:46:07	4:38:24	12:59:49
Sonstige Informationsbeiträge	0:13:39	-	-	0:10:30	0:08:25	0:36:04
Regie- und Unterhaltungsmoderation	5:57:26	4:30:33	2:25:38	5:05:41	7:06:28	2:10:48
Wortunterhaltung	2:35:35	2:28:15	0:35:06	1:31:22	2:54:13	2:02:50

Tabelle A 2 Programmanteile im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)

Programm	radio ffn	Antenne Nds.	RADIO 21	NDR 2	N-JOY	NDR 1
Musik	71,7	71,6	69,5	69,4	74,3	64,4
Verpackung	2,3	2,9	4,1	1,5	4,0	2,4
Werbung	5,2	6,7	9,8	4,0	-	-
Wort	20,7	18,8	16,7	25,1	21,8	33,2
nicht-informierend	6,8	5,5	2,4	5,3	7,9	3,4
informierend	14,0	13,2	14,3	19,9	13,8	29,9
Darstellungsformen des Wortangebotes	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Service	31,1	30,5	17,8	18,2	21,2	21,9
Nachrichtensendungen	29,6	32,5	43,2	29,5	25,0	35,5
Radiojournalistische Darstellungsformen	5,7	7,6	24,7	30,8	16,9	31,1
Sonstige Informationsbeiträge	0,9	-	-	0,6	0,5	1,4
Regie- und Unterhaltungsmoderation	22,8	19,1	11,6	16,1	25,9	5,2
Wortunterhaltung	9,9	10,4	2,8	4,8	10,6	4,9

Tabelle A 3 Vermittlungsformen der Nachrichten im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)

Programm	radio ffn	Antenne Nds.	RADIO 21	NDR 2	N-JOY	NDR 1
Nachrichtentelegramm	-	-	0:00:30	-	-	0:00:32
Sprechermeldung	2:26:28	3:06:37	6:37:40	2:31:43	2:31:53	6:22:48
Korrespondentenbericht	2:37:11	3:08:05	0:49:16	4:57:07	2:59:08	6:38:51
Interview/Statement	1:28:50	0:50:50	0:48:42	0:33:20	0:24:51	0:08:59
Sonstige Form	-	0:00:38	-	0:28:47	-	0:25:48
Füllteile	1:11:06	0:35:19	0:48:24	0:50:38	0:55:29	1:13:46
Gesamt	7:43:35	7:41:29	9:04:34	9:21:35	6:51:21	14:50:44

Tabelle A 4 Vermittlungsformen der Nachrichten im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)

Programm	radio ffn	Antenne Nds.	RADIO 21	NDR 2	N-JOY	NDR 1
	t=7:43:35	t=7:41:29	t=9:04:32	t=9:21:35	t=6:51:21	t=14:50:44
Nachrichtentelegramm	-	-	0,1	-	-	0,1
Sprechermeldung	31,6	40,4	73,0	27,0	36,9	43,0
Korrespondentenbericht	33,9	40,8	9,0	52,9	43,5	44,8
Interview/Statement	19,2	11,0	8,9	5,9	6,0	1,0
Sonstige Form	-	0,1	-	5,1	-	2,9
Füllteile	15,3	7,7	8,9	9,0	13,5	8,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabelle A 5 Radiojournalistische Darstellungsformen im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)

Programm	radio ffn	Antenne Nds.	RADIO 21	NDR 2	N-JOY	NDR 1
Informationsmoderation	0:53:40	1:47:15	4:35:36	1:37:18	3:52:04	5:12:35
Meldung	-	-	-	-	-	-
Bericht/ Analyse/ Kommentar	-	-	-	-	-	0:04:06
Interview/Diskussion	-	-	0:08:08	-	-	0:14:48
Korrespondentenbericht	0:33:42	-	0:09:55	7:03:05	0:17:15	6:05:58
Reportage/Feature	-	-	-	0:57:31	-	1:20:33
Sonstige Formen	0:02:28	-	0:17:23	0:08:13	0:29:05	0:01:49
Gesamt	1:29:50	1:47:15	5:11:02	9:46:07	4:38:24	12:59:49

Tabelle A 6 Radiojournalistische Darstellungsformen im Angebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)

Programm	radio ffn	Antenne Nds.	RADIO 21	NDR 2	N-JOY	NDR 1
	t=1:29:50	t=1:47:15	t=5:11:02	t=9:46:07	t=4:38:24	t=12:59:49
Informationsmoderation	59,7	100,0	88,6	16,6	83,4	40,1
Meldung	-	-	-	-	-	-
Bericht/ Analyse/ Kommentar	-	-	-	-	-	0,5
Interview/Diskussion	-	-	2,6	-	-	1,9
Korrespondentenbericht	37,5	-	3,2	72,2	6,2	44,8
Reportage/Feature	-	-	-	9,8	-	10,3
Sonstige Formen	2,7	-	5,2	1,4	10,4	0,2
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabelle A 7 Themen der Berichterstattung der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)

Programm	radio ffn	Antenne Nds.	RADIO 21	NDR 2	N-JOY	NDR 1
Politische Sachthemen	4:45:21	4:08:25	6:31:17	7:23:47	4:36:26	11:50:01
Politik	3:32:21	2:44:51	4:31:04	6:45:33	4:09:54	10:11:39
Verwaltung	0:06:19	0:36:09	0:31:36	0:11:38	-	0:48:15
Wirtschaftliche Sachthemen	0:18:21	0:13:56	1:04:03	0:09:29	0:16:32	0:12:05
Sonstige politische Sachthemen	0:48:20	0:33:29	0:24:34	0:17:07	0:10:00	0:38:02
Gesellschaft	0:55:17	1:24:34	3:14:30	2:00:29	3:13:34	10:32:42
Kulturthemen i.w.S.	0:09:10	0:33:51	2:36:58	0:22:30	2:40:03	4:34:46
Sonstige gesellschaftliche Sachthemen	0:46:07	0:50:43	0:37:32	1:37:59	0:33:31	5:57:56
Human Touch/ Soft News	1:31:50	1:53:39	1:03:57	1:01:04	1:28:40	2:12:57
Private Lebenswelt	0:13:48	0:18:30	0:28:51	0:44:11	0:52:56	0:51:56
Sport	0:49:42	1:08:17	2:08:35	7:18:03	0:31:05	1:45:15
Sonstige Themen	-	-	-	-	-	-
Gesamt	8:15:58	8:53:25	13:27:10	18:27:34	10:42:41	27:12:51

Tabelle A 8 Themen der Berichterstattung der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)

Programm	radio ffn	Antenne Nds.	RADIO 21	NDR 2	N-JOY	NDR 1
	t=8:15:58	t=8:53:25	t=13:27:10	t=18:27:34	t=10:42:41	t=27:12:51
Politische Sachthemen	57,5	46,6	48,5	40,1	43,0	43,5
Politik	42,8	30,9	33,6	36,1	38,9	37,5
Verwaltung	1,3	6,8	3,9	1,1	-	3,0
Wirtschaftliche Sachthemen	3,7	2,6	7,9	0,9	2,6	0,7
Sonstige politische Sachthemen	9,7	6,3	3,0	1,5	1,6	2,3
Gesellschaft	11,1	15,9	24,1	10,9	30,1	38,7
Kulturthemen i.w.S.	1,8	6,3	19,4	2,0	24,9	16,8
Sonstige gesellschaftliche Sachthemen	9,3	9,5	4,7	8,8	5,2	21,9
Human Touch/ Soft News	18,5	21,3	7,9	5,5	13,8	8,1
Private Lebenswelt	2,8	3,5	3,6	4,0	8,2	3,2
Sport	10,0	12,8	15,9	39,6	4,8	6,4
Sonstige Themen	-	-	-	-	-	-
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabelle A 9 Raumbezug der Berichterstattung der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)

Programm	radio ffn	Antenne Nds.	RADIO 21	NDR 2	N-JOY	NDR 1
ohne Raumbezug	0:10:49	-	-	0:39:58	2:26:34	0:41:20
International/National	3:32:34	3:41:26	11:01:05	10:33:38	7:01:58	9:28:49
Sendegebietsbezug	12:40:37	12:24:24	6:10:24	12:59:45	7:02:43	26:13:53
Gesamt	16:24:00	16:05:50	17:11:29	24:13:21	16:31:15	36:24:02

Tabelle A 10 Raumbezug der Berichterstattung der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)

Programm	radio ffn	Antenne Nds.	RADIO 21	NDR 2	N-JOY	NDR 1
	t=16:24:00	t=16:05:50	t=17:11:29	t=25:22:53	t=16:31:15	t=36:24:02
ohne Raumbezug	1,1	-	-	2,7	14,8	1,9
International/National	21,6	22,9	64,1	43,6	42,6	26,0
Sendegebietsbezug	77,3	77,1	35,9	53,7	42,6	72,1
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabelle A 11 Programmanteile im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordseewelle
Musik	94:59:10	90:31:07	96:44:17	93:37:03	93:32:07
Verpackung	3:49:47	4:29:21	3:10:58	3:32:17	3:23:55
Werbung	6:08:33	3:59:05	6:33:35	5:02:18	8:00:38
Wort	21:00:39	26:50:14	19:31:10	23:48:22	21:03:20
nicht-informierend	1:37:27	2:25:56	1:36:44	1:34:58	2:22:09
informierend	19:23:12	24:24:18	17:54:26	22:13:24	18:41:11
Darstellungsformen des Wortangebotes	21:00:39	26:50:14	19:31:10	23:48:22	21:03:20
Service	5:54:52	6:57:11	2:34:08	5:13:54	6:24:22
Nachrichtensendungen	9:19:15	14:12:06	10:10:56	8:46:39	8:49:22
Radiojournalistische Darstellungsformen	4:09:05	3:15:01	5:09:22	8:12:51	3:15:00
Sonstige Informationsbeiträge	-	-	-	-	0:12:27
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:37:27	2:25:56	1:35:37	0:54:03	2:15:38
Wortunterhaltung	-	-	0:01:07	0:40:55	0:06:31

Tabelle A 12 Programmanteile im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordseewelle
Musik	75,4	71,9	76,8	74,3	74,2
Verpackung	3,0	3,6	2,5	2,8	2,7
Werbung	4,9	3,2	5,2	4,0	6,4
Wort	16,7	21,3	15,5	18,9	16,7
nicht-informierend	1,3	1,9	1,3	1,3	1,9
informierend	15,4	19,4	14,2	17,6	14,8
Darstellungsformen des Wortangebotes	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Service	28,1	25,9	13,2	22,0	30,4
Nachrichtensendungen	44,4	52,9	52,2	36,9	41,9
Radiojournalistische Darstellungsformen	19,8	12,1	26,4	34,5	15,4
Sonstige Informationsbeiträge	-	-	-	-	1,0
Regie- und Unterhaltungsmoderation	7,7	9,1	8,2	3,8	10,7
Wortunterhaltung	-	-	0,1	2,9	0,5

Tabelle A 13 Vermittlungsformen der Nachrichten im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordseewelle
Nachrichtentelegramm	-	-	-	-	-
Sprechermeldung	4:35:21	7:08:33	5:48:37	4:58:11	5:25:05
Korrespondentenbericht	3:05:34	2:41:48	0:38:43	2:58:08	2:04:45
Interview/Statement	1:05:47	3:14:48	2:31:08	0:13:28	0:48:48
Sonstige Form	-	-	-	-	-
Füllteile	0:32:33	1:06:57	1:12:28	0:36:52	0:30:44
Gesamt	9:19:15	14:12:06	10:10:56	8:46:39	8:49:22

Tabelle A 14 Vermittlungsformen der Nachrichten im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordsee- welle
	t=9:19:15	t=14:12:06	t=10:10:56	t=8:46:39	t=8:49:22
Nachrichtentelegramm	-	-	-	-	-
Sprechermeldung	49,2	50,3	57,1	56,6	61,4
Korrespondentenbericht	33,2	19,0	6,3	33,8	23,6
Interview/Statement	11,8	22,9	24,7	2,6	9,2
Sonstige Form	-	-	-	-	-
Füllteile	5,8	7,9	11,9	7,0	5,8
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabelle A 15 Radiojournalistische Darstellungsformen im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordsee- welle
Informationsmoderation	2:33:40	2:44:34	2:59:21	2:56:59	3:11:30
Meldung	-	-	0:00:36	-	-
Bericht/ Analyse/ Kommentar	-	0:02:10	-	-	-
Interview/Diskussion	0:02:21	0:26:40	-	0:25:18	0:01:42
Korrespondentenbericht	1:18:12	0:01:37	1:16:09	2:54:36	0:01:48
Reportage/Feature	0:02:02	-	-	-	-
Sonstige Formen	0:12:50	-	0:53:16	1:55:58	-
Gesamt	4:09:05	3:15:01	5:09:22	8:12:51	3:15:00

Tabelle A 16 Radiojournalistische Darstellungsformen im Angebot der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordsee- welle
	t=4:09:05	t=3:15:01	t=5:09:22	t=8:12:51	t=3:15:00
Informationsmoderation	61,7	84,4	58,0	35,9	98,2
Meldung	-	-	0,2	-	-
Bericht/ Analyse/ Kommentar	-	1,1	-	-	-
Interview/Diskussion	0,9	13,7	-	5,1	0,9
Korrespondentenbericht	31,4	0,8	24,6	35,4	0,9
Reportage/Feature	0,8	-	-	-	-
Sonstige Formen	5,2	-	17,2	23,5	-
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabelle A 17 Themen der Berichterstattung der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordseewelle
Politische Sachthemen	5:39:32	6:41:49	5:39:13	6:17:28	6:34:33
Politik	3:14:49	4:28:27	4:36:31	4:36:58	4:58:16
Verwaltung	0:22:59	-	0:23:07	0:02:01	-
Wirtschaftliche Sachthemen	1:07:46	1:34:04	0:10:10	0:24:40	1:31:51
Sonstige politische Sachthemen	0:53:58	0:39:18	0:29:25	1:13:49	0:04:26
Gesellschaft	2:51:21	2:10:23	2:50:23	3:42:19	2:25:49
Kulturthemen i.w.S.	0:28:57	1:04:01	1:45:35	0:59:01	0:18:02
Sonstige gesellschaftliche Sachthemen	2:22:24	1:06:22	1:04:48	2:43:18	2:07:47
Human Touch/ Soft News	2:23:26	2:35:24	0:57:43	2:25:35	1:27:54
Private Lebenswelt	0:33:18	1:18:07	1:27:47	3:06:46	0:45:53
Sport	1:28:10	3:34:27	3:12:44	0:36:29	0:31:56
Sonstige Themen	-	-	-	0:14:01	-
Gesamt	12:55:47	16:20:10	14:07:50	16:22:38	11:46:05

Tabelle A 18 Themen der Berichterstattung der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordsee- welle
	t=12:55:47	t=16:20:10	t=14:07:50	t=16:22:38	t=11:46:05
Politische Sachthemen	43,8	41,0	40,0	38,4	55,9
Politik	25,1	27,4	32,6	28,2	42,2
Verwaltung	3,0	-	2,7	0,2	-
Wirtschaftliche Sachthemen	8,7	9,6	1,2	2,5	13,0
Sonstige politische Sachthemen	7,0	7,1	3,5	7,5	0,6
Gesellschaft	22,1	13,3	20,1	22,6	20,7
Kulturthemen i.w.S.	3,7	6,5	12,5	6,0	2,6
Sonstige gesellschaftliche Sachthemen	18,4	6,8	7,6	16,6	18,1
Human Touch/ Soft News	18,5	15,9	6,8	14,8	12,4
Private Lebenswelt	4,3	8,0	10,4	19,0	6,5
Sport	11,4	21,9	22,7	3,7	4,5
Sonstige Themen	-	-	-	1,4	-
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabelle A 19 Raumbezug der Berichterstattung der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in absoluten Werten (Std:Min:Sek)

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordseewelle
ohne Raumbezug	0:00:24	1:16:58	-	0:25:38	-
International/National	5:40:58	8:22:44	6:53:00	11:06:45	5:32:06
Niedersachsenbezug	0:01:53	-	0:07:45	0:18:18	-
Sendegebietsbezug	13:07:24	13:37:39	9:41:13	9:45:51	12:38:21
Gesamt	18:50:39	23:17:21	16:41:58	21:36:32	18:10:27

Tabelle A 20 Raumbezug der Berichterstattung der lokalen Sender im Vergleich – Ergebnisse der Programmanalyse in relativen Werten (in Prozent)

Programm	Radio Hannover	Radio38	Radio Mittelweser	Radio Osnabrück	Nordseewelle
	t=18:50:39	t=23:17:21	t=16:41:58	t= 21:36:32	t=18:10:27
ohne Raumbezug	0,0	5,5	-	2,0	-
International/National	30,2	36,0	41,2	51,4	30,5
Niedersachsenbezug	0,2	-	0,8	1,4	-
Sendegebietsbezug	69,6	58,5	58,0	45,2	69,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabelle A 21 Bürgerradiovergleich – Durchschnittliche Zusammensetzung einer Prime-Time-Stunde

	Wort: informierend		Wort: nicht-informierend		Musik		Verpackung		Weltnachrichten	
	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Zeit absolut	Zeit in Prozent
Radio Okerwelle	0:23:45	39,6	0:03:53	6,5	0:24:44	41,2	0:01:44	2,9	0:05:54	9,8
radio aktiv	0:18:30	30,8	0:01:34	2,6	0:33:26	55,7	0:01:48	3,0	0:04:41	7,8
radio leinehertz 106,5	0:16:47	29,0	0:04:38	8,0	0:34:42	60,0	0:01:41	2,9	0:02:12	3,7
Radio Tonkuhle	0:16:10	26,9	0:02:26	4,1	0:35:09	58,6	0:02:12	3,7	0:04:03	6,8
StadtRadio Göttingen	0:15:03	25,1	0:03:21	5,6	0:36:56	61,6	0:00:39	1,1	0:04:01	6,7
oldenburg eins	0:13:09	21,9	0:01:19	2,2	0:38:00	63,3	0:01:42	2,8	0:05:51	9,7
Radio ZuSa	0:11:37	19,4	0:01:41	2,8	0:38:39	64,4	0:01:03	1,7	0:07:00	11,7
Ems-Vechte-Welle	0:11:28	19,1	0:00:29	0,8	0:44:27	74,1	0:01:06	1,8	0:02:31	4,2
Radio Jade	0:10:35	17,6	0:02:45	4,6	0:39:14	65,4	0:01:21	2,3	0:06:05	10,1
osradio 104,8	0:10:07	16,9	0:07:50	13,1	0:37:55	63,2	0:01:21	2,2	0:02:46	4,6
Radio Ostfriesland	0:07:45	12,9	0:03:53	6,5	0:42:08	70,2	0:02:50	4,7	0:03:24	5,7

Basis: Sendezeit von Montag bis Freitag zwischen 7 und 8 Uhr