

Eine vergleichende Analyse der Programmangebote von *radio kultur, Radio 3 und DeutschlandRadio Berlin

→ Öffentlich-rechtliche Kulturradios

Helmut Volpers*, Detlef Schnier und Christian Salwiczek**

Funktionswandel des Radios zum Tagesbegleitmedium

Vor der Geräuschkulisse des allgegenwärtigen Grundrauschens privater Hörfunkangebote, die mit Musik, Gewinnspielen und Moderatorengeplauder ihre Frequenzen füllen, hebt sich die Mehrzahl der öffentlich-rechtlichen Radioprogramme bereits durch ihre größere Wortbetonung und Informationsleistung ab. Dennoch ist unverkennbar, daß der Funktionswandel, den der Hörfunk bei seinen Rezipienten durchgemacht hat, auch seine Spuren im öffentlich-rechtlichen Hörfunk hinterlassen hat. Die Majorität der Hörer nutzt das Radio als ein Tagesbegleit- und Entspannungsmedium. Das klassische Einschaltradio, das durch längere Wortstrecken mit Reportagen, Features und Hörspielen ein großes Auditorium vor dem Empfänger versammeln konnte, ist nicht erst seit der Lizenzierung privater Anbieter eine Randerscheinung geworden.

Rund 20 Kulturradios innerhalb der ARD

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter haben den Nutzungsprioritäten der breiten Hörerschaft mit ihren Servicewellen und zahlreichen Angeboten formatierter Begleitprogramme Rechnung getragen. Gleichzeitig wurde die Programmvierfalt durch eine Ausdifferenzierung in Spartenprogramme mit Angeboten für verschiedene Zielgruppen erheblich erweitert. Innerhalb dieser Angebotspalette finden sich auch zahlreiche – vorrangig, aber nicht ausschließlich als Einschaltprogramme konzipierte – anspruchsvolle Hörfunkprogramme. In diesem Segment lassen sich wiederum verschiedene thematisch-inhaltliche Schwerpunktsetzungen, wie zum Beispiel informationsbetont, E-Musik-betont und kulturbetont, feststellen. Ekkehardt Oehmichen zählte 1995 innerhalb der ARD knapp 20 gehobene Hörfunkprogramme. (1)

Diese anspruchsvollen Radios werden häufig summarisch – unabhängig von ihrer thematischen Schwerpunktsetzung – als Kulturradios bezeichnet. Gemeinsames Merkmal dieser Programme ist es, daß sie dem Rezipienten eine hohe Aufmerksamkeit abverlangen und insofern eine Kultur des Zuhörens pflegen. Worin die spezifische Programmleistung solcher Angebote in quantitativer und qualitativer Hinsicht besteht, soll nachfolgend am Beispiel der Berliner Hörfunklandschaft aufgezeigt werden. In der Hauptstadt und Kulturmetropole ist

ein relativ großes Hörerpotential für kulturell ausgerichtete und intellektuell anspruchsvolle Radioangebote zu erwarten.

Die Radiohörer Berlins werden mit dem umfangreichsten Programmangebot innerhalb eines Hörfunkmarktes in Deutschland konfrontiert. In keinem deutschen Sendegebiet ist daher die Profilbildung für ein einzelnes Programm so wichtig und zugleich so schwierig wie in Berlin. Unter dem Gesichtspunkt des Hörfunkmarketings muß auch ein Radioangebot seine Unique selling proposition (2) haben. Im Hörfunk meint dies ein unverwechselbares Programmprofil, das für eine spezifische Zielgruppe ein Angebot enthält, das von keiner anderen Welle erfüllt wird. In Berlin bietet der SFB jedoch ein so umfangreiches Programmspektrum (3), daß sich die Frage stellt, wie sich innerhalb dieser Bandbreite die einzelnen Programme eindeutig positionieren und dann auch identifizieren lassen. Hinzu kommt, daß in einem spezifischen Segment der Radiopalette, nämlich der Kultursparte, mit dem DeutschlandRadio Berlin in der Hauptstadt – aber nicht mit Begrenzung auf dieses Sendegebiet – ein öffentlich-rechtliches Konkurrenzangebot produziert wird.

Untersuchungsanlage

Der Untersuchungsgegenstand der vorgestellten Studie (4) sind die drei öffentlich-rechtlichen Programmangebote in Berlin, die sich im weitesten Sinne als Kulturprogramme bezeichnen lassen: *radio kultur, Radio 3 und DeutschlandRadio Berlin. Die zentrale Fragestellung der Studie richtet sich darauf, ob die untersuchten Programme ein Angebot produzieren, das von potentiellen Hörern als unterscheidbar wahrgenommen werden kann – sofern es tatsächlich auch unterschiedlich ist. Handelt es sich also bei den untersuchten Programmen um die Ausdifferenzierung des öffentlich-rechtlichen Radioangebotes oder um ein Überangebot? Ob für diese Hörfunkprogramme überhaupt ein Bedarf im Sinne einer sich in Einschaltquoten niederschlagenden Reichweite besteht, ist nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung. Sie kann jedoch eventuell klären, ob unter der Perspektive der Angebotsqualität und gegenseitigen programmlichen Abgrenzung überhaupt die Chance für eine Rezeption innerhalb des schmalen Hörerpotentials für Kulturradioangebote besteht.

Den Kern der Untersuchung bildet eine quantitative Inhaltsanalyse, der das Sendevolumen einer natürlichen Woche (vom 12. bis 18. Januar 1998) zugrunde liegt. (5) Der Untersuchungszeitraum war weder der Programmforschungsabteilung des SFB noch den jeweiligen Wellenredaktionen bekannt; gezielt produzierte Artefakte sind somit ausgeschlossen. Aus forschungsökonomischen Gründen wurde die Aufzeichnung und Analyse des täglichen Sendevolumens auf den Zeitraum von 6.00 bis 24.00 Uhr begrenzt. (6) Der Sendenumfang von 126 Stunden je Programm wurde abgehört und anhand eines differenzierten Codeplans sekunden genau vermessen. Ergänzend hierzu wird auch die

Im umkämpften Berliner Hörfunkmarkt ist Profilierung für einzelne Programme schwierig

Werden *radio kultur, Radio 3 und DLR Berlin als unterscheidbare Programme wahrgenommen?

Inhaltsanalyse einer Programmwoche im Januar 1998

* Professor für Medienwissenschaft an der Fachhochschule Köln und wissenschaftlicher Leiter des Instituts für Medienforschung, Göttingen;

** Institut für Medienforschung, Göttingen.

jenige Dimension der Hörfunkprogramme, die sich einer quantitativen Messung im allgemeinen entzieht, also Präsentationsstil und Anmutung, mittels einer qualitativen Analyse beschrieben. Als Grundlage hierfür wurden einerseits Höreindrücke der Codierer abgefragt sowie andererseits das Analysematerial systematisch unter stilbewertenden Kriterien abgehört. Im Vordergrund der gesamten Untersuchung steht der Wortanteil. Das Musikprogramm wird auf der quantitativen Analyseebene lediglich in seinem zeitlichen Umfang erfaßt. Auf der qualitativen Ebene wird die Musikfarbe im wesentlichen unter dem Aspekt ihrer programmstrukturellen Verankerung beschrieben.

Die Struktur der untersuchten Programmangebote im Überblick – *radio kultur

**Selbstverständnis:
Hochkultur-
programm mit regio-
naler Kompetenz**

*radio kultur ist ein Zusammenschluß von Teilen der vormaligen Wellen Radio Brandenburg und SFB 3. Das Programm ging – zeitgleich mit Radio 3 – am 3. Oktober 1997 auf Sendung. Als Kooperationsprojekt wird es von den beiden Sendeanstalten ORB und SFB betrieben; dementsprechend umfaßt das Sendegebiet die Bundesländer Berlin und Brandenburg. Im Selbstverständnis (7) versteht sich der Sender als Hochkulturprogramm mit deutlich regionaler Kompetenz. Dieser Kulturbegriff ist jedoch weit gefaßt, so daß neben der Hochkultur auch der Sozio- oder Subkultur ein Forum geboten wird. Steht die Kultur auch eindeutig im Vordergrund, so sollen die politische Information und der Service ebenfalls Berücksichtigung finden. Das Programmschema ist klar strukturiert, wobei das Wochenendschema von der Wochenstruktur teilweise abweicht. Von 0.05 bis 6.00 Uhr wird das ARD-Nachtkonzert auf dieser Frequenz ausgestrahlt. Als Nachrichten werden zum Großteil die weitgehend vom SFB produzierten Sendungen übernommen und zur vollen Stunde ausgestrahlt. Die Programmstruktur von *radio kultur ist durch zahlreiche feste Sendeplätze im Tagesverlauf deutlich konturiert und zugleich differenziert im Aufbau. Im Abendbereich werden hingegen wechselnde Sendeplätze angeboten. Außer den Nachrichten vom SFB und der Rubrik „Worte für den Tag“ finden keine Programmübernahmen statt.

Das Programm ist frei von kommerzieller Werbung. Als Eigenwerbung werden häufig Programmhinweise in eigener Sache plziert. Diese Trailer weisen vorwiegend auf abendliche Sendungen hin und sind vergleichsweise dezent gehalten. Jingles als Wellen- und Sendungskennung finden sich ebenfalls unaufdringlich im Programm. Als eine Form der Hörerbindung gibt es die Möglichkeit, über (off-air) Call-ins Musik-CDs zu gewinnen. Außerdem erscheint ein eigenes Programmheft mit dem Titel „*radio kultur: Das monatliche SFB/ORB-Programm-Magazin für die Kultur im Radio“. Es liegt an verschiedenen Stellen kostenlos aus oder wird Interessenten gegen Porto zugeschickt. Die Musikfarbe ist im Kern klassisch geprägt. Daneben werden am Abend jedoch auch andere Musikstile zu Gehör gebracht.

Radio 3

Radio 3 ist ein Zusammenschluß von NDR 3 und Elementen von SFB 3 und Radio Brandenburg. Das Programm ging – ebenso wie *radio kultur – am 3. Oktober 1997 auf Sendung und wird betrieben von NDR, SFB und ORB. Das Sendegebiet erstreckt sich somit auf sechs nordostdeutsche Bundesländer (Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Berlin, Brandenburg). Im Selbstverständnis ist Radio 3 ein Klassik- und Kulturprogramm. Das Programm von Radio 3 verbindet miteinander klassische Musik, Literatur, aktuelles Feuilleton und Nachrichten. Das Programmschema ist klar strukturiert, wobei das Wochenendschema erheblich von der Wochenstruktur abweicht. Von 0.05 bis 6.00 Uhr wird das ARD-Nachtkonzert auf dieser Frequenz ausgestrahlt. Das Programm erscheint in zwei Versionen: Zum einen werden alle Sendengebiete mit einem gemeinsamen Programm bedient, das 60 Prozent des Gesamtprogramms ausmacht. Die übrigen 40 Prozent sind jedoch Auseinandersetzungen in die Sendengebiete von NDR und SFB/ORB. Programmübernahmen gibt es lediglich im Bereich der Nachrichten, die zum Großteil vom SFB produziert werden, sowie die Rubrik „Worte für den Tag“. Ansonsten ist das bereits angesprochene Splitting von SFB/ORB und NDR zu berücksichtigen.

Es wird keine kommerzielle Werbung ausgestrahlt, jedoch findet eine sehr ausgeprägte Eigenwerbung statt durch den sogenannten Radio-3-Club, der sich auch in Form einer regelmäßig erscheinenden Publikation mit gleichem Titel präsentiert. Jingles und Trailer werden dezent eingesetzt. Die Hörerbindung ist sehr ausgeprägt durch den Radio-3-Club und dessen zahlreiche Vergünstigungen, in deren Genuß das Publikum durch seine Mitgliedschaft kommen kann. Dazu zählen unter anderem Ermäßigungen bei Konzerten sowie beim Erwerb von Musik-CDs. Darüber hinaus finden auch Verlosungen von CDs und Konzertkarten statt (off-air über Telefon). Die Musikfarbe umfaßt ausschließlich das Format Klassik; insbesondere durch diese gezielte Verengung läßt sich das Programm als Spartenprogramm charakterisieren.

DeutschlandRadio Berlin

DeutschlandRadio (DLR) Berlin ist ein Zusammenschluß von Deutschlandfunk (DLF), RIAS Berlin und Deutschlandsender Kultur als Produkt der Nachwendezeit. Seinen Sendebetrieb nahm der Sender 1994 auf, und er wird gemeinsam getragen von ARD und ZDF. Als einer von zwei nationalen Hörfunksendern – neben DLF Köln – wird das Programm bundesweit verbreitet. DLR Berlin versteht sich als Informations- und Kulturprogramm. Sein Auftrag besteht unter anderem in der Darstellung der kulturellen Vielfalt in den Bundesländern, wobei als Daueraufgabe die Integration von Ost und West hervorzuheben ist. Das Programm ist laut Selbsteinschätzung informativ, anspruchsvoll

**Selbstverständnis:
Klassik- und Kultur-
programm**

**Selbstverständnis:
Informations- und
Kulturprogramm**

① Grundstruktur des Gesamtangebotes der Kulturradios

	*radio kultur		Radio 3		DLR Berlin	
	Sendedauer in Std:Min:Sek	in %	Sendedauer in Std:Min:Sek	in %	Sendedauer in Std:Min:Sek	in %
Wort	64:48:45	51,4	35:55:14	28,5	79:33:40	63,1
Musik	59:58:03	47,6	89:36:26	71,1	45:27:48	36,1
Jingles/Trailer	1:13:16	1,0	0:28:19	0,4	0:58:32	0,8
Gesamt	126:00:04	100,0	125:59:59	100,0	126:00:00	100,0

Untersuchungswoche: 12. bis 18. Januar 1998.

und zeichnet sich durch seine Vielfältigkeit aus. Intendant Ernst Elitz charakterisiert seinen Sender auch als „Wundertüte für Anspruchsvolle“. Das DLR will dezidiert keine spezielle Zielgruppe ansprechen, sondern ein Programm für alle anbieten. Das Programmschema ist strukturiert und sehr ausdifferenziert. Es teilt sich wochentags in zwei wesentliche Schienen, die überschrieben sind mit „OrtsZeit“ und „Galerie“: Die erste Schiene untergliedert sich in Sendeplätze mit Nachrichten, Berichten, Informationen; die zweite in zahlreiche Wort- und Musiksendungen wie beispielsweise „Trends und Genres“, „MerkMal“, „Bücher und Medien“, „Kompak - Blicke in die Gesellschaft“ und „MusikNovitäten“. Aufgefüllt wird die vielfältige Programmstruktur des Senders durch etliche andere Sendeplätze, die hier nicht explizit genannt werden sollen. Manche Sendeplätze sind gleichzeitig verbunden mit einer bestimmten journalistischen Stilform: „WortSpiel“ (Hörspiel oder Feature), „KostProbe“ (Lesung) und „HörenSagen“ (Gesprächsforum).

Das DLR enthält ebenso wie die anderen untersuchten Programme keine Werbung. Jingles werden vorwiegend als dezente, sachlich-nüchterne Wellen- und Sendungskennungen ausgestrahlt, die ein einheitliches Prinzip der Gestaltung erkennen lassen. Als Element einer Hörerbindung ist zunächst die monatlich erscheinende Programmzeitschrift zu nennen, die für 30 DM pro Jahr zu erwerben ist. Darüber hinaus gibt es als Serviceangebot zum Beispiel die Internetpräsenz mit Literaturrezensionen und dem Wissenschafts-Newsletter sowie die Möglichkeit, die wichtigsten Sendungen der Sendereihe „Vor 50 Jahren. Geschichte zum Hören“ als CD zu erwerben. Ein Forum für Publikumsrückmeldungen ist die nächtliche Sendung „DeutschlandRadio 22 54 - Gespräche mit Hörerinnen und Hörern“ (sonntags bis freitags um 1.05 Uhr). Das DLR-Musikprogramm weist kein einheitliches Musikformat aus, sondern ist charakterisiert durch ein breites Spektrum von Musikstilen.

Quantitative Inhaltsanalyse - Grundstruktur des Gesamtangebotes

Zur grundlegenden Charakteristik eines Hörfunkprogramms dient das Wort-Musik-Verhältnis. Hier zeigt der Vergleich der drei untersuchten Program-

me ein recht unterschiedliches Profil: Den höchsten Wortanteil weist mit 63,1 Prozent das DLR auf, gefolgt von *radio kultur mit 51,4 Prozent und Radio 3 mit lediglich 28,5 Prozent. DLR und *radio kultur sind durch ihre Wortanteile von über 50 Prozent als anspruchsvolle Radios gekennzeichnet. Ein solcherart wortbetontes Hörfunkprogramm dürfte kaum die Funktion eines Begleit- und Entspannungsmediums erfüllen und ist bereits auf dieser Ebene der Analyse als Einschaltprogramm zu charakterisieren. Etwas anders erscheint auf den ersten Blick das Programmprofil von Radio 3, das mit einem Wortanteil von unter 30 Prozent an der Grenze zwischen Begleit- und Einschaltradio rangiert. Aufgrund der eindeutigen Ausrichtung auf klassische Musik läßt sich dieses Programm als anspruchsvolles Radio mit Spartencharakter klassifizieren, so daß auch Radio 3 deutlich als Minderheitenangebot ausgewiesen ist (vgl. Tabelle 1).

Die in Tabelle 1 genannten Daten sind Durchschnittswerte über den gesamten Untersuchungszeitraum. Sie nivellieren also sowohl die tageszeitlichen Schwankungen im Wort-Musik-Verhältnis als auch die möglichen wochentäglichen Veränderungen. Die letztgenannten Abweichungen vom Durchschnittswert sind jedoch unerheblich. So verändert sich das Wort-Musik-Verhältnis am Samstag und Sonntag bei DLR und Radio 3 um weniger als 2 Prozent. Bei *radio kultur verringert sich der Wortanteil am Sonntag gegenüber dem Durchschnittswert von Montag bis Freitag (52,2 %) um knapp 6 Prozent (46,6 %).

Zur Charakterisierung der Kulturprogramme bietet sich eine Fokussierung in die beiden zentralen Kategorien Information und Unterhaltung an. In der vorliegenden Untersuchung sind die Musik und das unterhaltende Wortprogrammangebot zur Kategorie Unterhaltung zusammengefaßt, unabhängig davon, ob es sich bei den Musikanteilen um E- oder U-Musik handelt. Für das Wortunterhaltungsangebot sind zwei Präsentationsformen zu unterscheiden: zum einen die Regie- und Unterhaltungsmoderation und zum anderen die verschiedenen - zumeist fiktionalen - Unterhaltungsformen (= radiophone Wortunterhaltungsformen) (vgl. Tabelle 2).

Das Verhältnis von Informations- und Unterhaltungsanteilen im jeweiligen Gesamtprogramm zeigt einen Informationsanteil von 41,7 Prozent bei *radio kultur und 54,5 Prozent beim DLR. Hierdurch wird das Etikett anspruchsvolles Radio bei

*radio kultur und Radio 3 haben deutlich abweichende Programmprofile

DLR und *radio kultur mit Wortanteilen von über 50 Prozent

② Information und Unterhaltung im Gesamtangebot der Kulturradios

	*radio kultur		Radio 3		DLR Berlin	
	Sendedauer in Std:Min:Sek	in %	Sendedauer in Std:Min:Sek	in %	Sendedauer in Std:Min:Sek	in %
Information	52:29:31	41,7	26:52:17	21,3	68:38:58	54,5
Unterhaltung gesamt	72:17:16	57,4	98:39:22	78,3	56:22:30	44,7
Musik	59:58:03	47,6	89:36:26	71,1	45:27:48	36,1
Wortunterhaltung	12:19:13	9,8	9:02:56	7,2	10:54:42	8,7
Jingles/Trailer	1:13:16	1,0	0:28:19	0,4	0:58:32	0,8
Gesamt	126:00:03	100,1	125:59:58	100,0	126:00:00	100,0

Untersuchungswoche: 12. bis 18. Januar 1998.

③ Struktur des Wortprogramms der Kulturradios

	*radio kultur		Radio 3		DLR Berlin	
	Sendedauer in Std:Min:Sek	in % ¹⁾	Sendedauer in Std:Min:Sek	in % ¹⁾	Sendedauer in Std:Min:Sek	in % ¹⁾
Information	52:29:31	81,0	26:52:17	74,8	68:38:58	86,3
Radiophone Wortunterhaltung	7:16:48	11,2	5:01:30	14,0	7:25:41	9,3
Regie- und Unterhaltungs- moderation	5:02:24	7,8	4:01:25	11,2	3:29:00	4,4
Gesamt	64:48:43	100,0	35:55:12	100,0	79:33:39	100,0

1) Basis: Wortprogramm (=100 Prozent).

Untersuchungswoche: 12. bis 18. Januar 1998.

diesen beiden Programmen eindeutig unterstrichen. Demgegenüber führt die Musikbetonung von Radio 3 hier zu einem Informationsanteil von nur 21,3 Prozent. Bereits auf dieser formalen Ebene der Analyse wird deutlich, daß die beiden vom SFB mitproduzierten Programme *radio kultur und Radio 3 deutlich voneinander abweichende Profile aufweisen. Ein solcher Unterschied läßt sich hingegen zwischen *radio kultur und DLR auf dieser Analyseebene nicht erkennen. Deutlich wird, daß die Unterhaltungsfunktion in allen untersuchten Programmen im wesentlichen durch die Musik erfüllt wird, auffallend niedrig sind hingegen die Anteile der Wortunterhaltung. Die unterhaltenden Plaudereien von Moderatoren zu Trivialthemen, die bei kommerziellen Begleitprogrammen, aber auch öffentlich-rechtlichen Servicewellen einen erheblichen Anteil des redaktionellen Wortprogramms ausmachen, sind hier nur von marginaler Bedeutung. Die radiophonen Unterhaltungsformen sind zumeist fiktional und durch den weitgehenden Verzicht auf populäre (Gewinn-)Spielformen gekennzeichnet. Tabelle 3 verdeutlicht die Anteile von Information, radiophonen Unterhaltungsformen und der Regie- und Unterhaltungsmoderation in Relation zum Wortprogramm insgesamt. Es zeigt sich hier, daß von den drei untersuchten Programmen das DLR die weitaus geringsten Unterhaltungsanteile aufweist.

Vermittlungsformen im Wortprogramm

Das Wortangebot der untersuchten Programme wird nachfolgend unter dem Aspekt der verwendeten Vermittlungsformen analysiert. Hierzu werden zunächst vier Hauptkategorien gebildet:

- Nachrichten und Service,
- Moderation,
- journalistische und narrative Darstellungsformen,
- radiophone Wortunterhaltungsformen (vgl. Tabelle 4).

Das DLR sendet vom Umfang her rund doppelt so viele Nachrichten und Servicemeldungen wie die beiden vom SFB mitproduzierten Programme. Aufgrund des insgesamt deutlich höheren Wortanteils liegen die absoluten Werte beim DLR bei allen Vermittlungsformen über denen der beiden Vergleichsprogramme. Verlagert man den Blickwinkel auf die Anteile der Vermittlungsformen innerhalb des Wortprogramms, ist folgendes zu beobachten: Wiederum hat Radio 3 eine deutlich unterschiedliche Profilierung als die beiden anderen Programme. Radio 3 bestreitet 49 Prozent seines Wortprogramms mit Moderation. Auf dieser Analyseebene sind die Unterschiede zwischen *radio kultur und DLR vergleichsweise gering. Ein Vergleich zwischen *radio kultur und DLR zeigt, daß der Hörer von DLR über 10 Prozent mehr Wortangebote vorfindet als derjenige von *radio kultur. Innerhalb des Wortangebotes sind die Relationen der verwendeten Vermittlungsformen (und die mit ihnen jeweils verbundenen hörfunkjournalistischen Leistungen) recht ähnlich, mit einer Ausnahme: Der Anteil der Nachrichten und Servicemeldungen ist beim DLR fast doppelt so hoch.

DLR verfügt über höchsten Nachrichten- und Serviceanteil

④ Vermittlungsformen im Wortprogramm

	*radio kultur			Radio 3			DLR Berlin		
	Sendedauer in Std:Min:Sek	Anteil in % vom Gesamt- programm ¹⁾	Wortpro- gramm ²⁾	Sendedauer in Std:Min:Sek	Anteil in % vom Gesamt- programm	Wortpro- gramm	Sendedauer in Std:Min:Sek	Anteil in % vom Gesamt- programm	Wortpro- gramm
Nachrichten + Service	7:36:25	6,0	11,7	5:47:37	4,6	16,1	14:34:04	11,6	18,3
Moderation	23:02:36	18,3	35,6	17:38:24	14,0	49,1	26:14:44	20,8	33,0
Journalistische Darstellungsformen	26:52:52	21,3	41,5	7:27:41	5,9	20,8	31:19:10	24,9	39,4
Radiophone Wortunter- haltungsformen	7:16:48	5,8	11,2	5:01:30	4,0	14,0	7:25:41	5,9	9,3
Gesamt	64:48:41	51,4	100,0	35:55:12	28,5	100,0	79:33:39	63,2	100,0

1) Basis: Gesamtprogramm (=100 %).
2) Basis: Wortprogramm (=100 %).

Untersuchungswoche: 12. bis 18. Januar 1998.

Das im Vergleich zu den beiden anderen Programmen umfangreichere Nachrichtenangebot des DLR findet seinen Niederschlag auch in der Struktur der Nachrichtensendungen und in den dort verwandten Darstellungsformen. Während die Nachrichten des DLR häufig mit einem vorangestellten Nachrichtentelegramm beginnen und innerhalb der Nachrichtensendung auch Berichte und Interviews (zusammen knapp 13 % der Nachrichtensendungen) platziert werden, bestehen die Nachrichtensendungen bei *radio kultur und Radio 3 ausschließlich aus Sprechermeldungen. Die vom SFB produzierten Nachrichtensendungen von *radio kultur und Radio 3 sind weitgehend identisch, allerdings strahlt Radio 3 weniger Nachrichtensendungen aus als *radio kultur. Das Angebot an Servicemeldungen (Wetter, Verkehr, Kurztips etc.) liegt bei Radio 3 und *radio kultur bei rund 60 Minuten im Untersuchungszeitraum, beim DLR beträgt der Serviceanteil 90 Minuten.

Zwei Moderationstypen: unterhaltungs- oder informationsorientiert

Bei der Analyse der verschiedenen Moderationstypen wurde zunächst eine Aufteilung in zwei grundsätzlich voneinander zu unterscheidende Formtypen vorgenommen: Der Formtyp 1, die Regie- und Unterhaltungsmoderation, ist gekennzeichnet durch seine programmintegrierende Funktion. Hierbei führt der Moderator durch die Sendung, ohne einen wesentlich eigenständigen Informationsbeitrag zu leisten. Die Inhalte sind selbstreferentiell auf das unmittelbare programmliche Umfeld der Moderation bezogen. (8) Der Formtyp 2 ist die Regiemoderation mit deutlichem Informationscharakter. Dieser Formtyp ist charakterisiert durch eine erkennbar stärkere Informationsleistung des Moderators im Hinblick auf die angesprochenen Themen und Inhalte, ohne daß der Moderator hierbei seine programmorientierende Funktion gänzlich aufgibt. Diese Moderationsform steht zwar immer in Verbindung mit der programmbegleitenden Funktion des Moderators, gibt aber darüber hinausgehende Sachinformationen.

Tabelle 5 zeigt das Verhältnis beider Moderationstypen zueinander. Im Vergleich der Programme untereinander wird deutlich, daß bei den untersuchten Programmen die informationsbetonte Moderation einen erheblichen Stellenwert einnimmt. Nicht weiter verwunderlich ist bei dem Programmprofil von Radio 3, daß in der Regie- und Unterhaltungsmoderation der Musikbezug mit über 10 Prozent dominiert. Hierbei handelt es sich im wesentlichen um das An- und Absagen von Musikstücken. Parallel hierzu ist auch bei der informationsbetonten Moderation der Musikbezug mit 32 Prozent recht hoch. Dies sind Moderationen, bei denen über die reine Titelan- und -absage hinausgehende ausführliche Sachinformationen zu Musikstücken oder Interpreten gegeben werden. Sie machen zusammen 43,2 Prozent an der Gesamtmoderation aus. Im Segment der informationsbetonten Moderation ist bemerkenswert, daß bei *radio kultur mit 47 Prozent und beim DLR mit 63 Prozent die Moderation mit der Einbeziehung von Interviewpartnern verbunden ist (vgl. Tabelle 5).

In untersuchten Programmen dominiert informationsbetonte Moderation

Die hörfunkjournalistische Leistung eines Programms läßt sich auch quantitativ über eine Ermittlung der verwendeten Vermittlungsformen erfassen. In Tabelle 4 wurde bereits gezeigt, mit welchen Anteilen die im engeren Sinne journalistischen Darstellungsformen an den Wortvermittlungsformen des Gesamtprogramms vertreten sind. Zu diesen Werten ist festzuhalten, daß sie bei allen drei untersuchten Programmen im Vergleich zu Begleitprogrammen ausgesprochen hoch sind. Im Binnenvergleich zwischen den drei untersuchten Programmen rangiert bei der Betrachtung der absoluten Sendezeit der journalistischen Darstellungsformen das DLR mit Abstand an erster Stelle, gefolgt von *radio kultur. Bei Radio 3 wird erheblich weniger Sendezeit mit journalistischen Darstellungsformen gefüllt.

Hoher Anteil journalistischer Darstellungsformen bei DLR und *radio kultur

In Tabelle 2 wurde der Anteil der radiophonen Wortunterhaltungsformen bereits ausgewiesen. Er beträgt im Untersuchungszeitraum bei *radio kultur und DLR jeweils knapp 7,5 Stunden und bei Radio 3 rund fünf Stunden. Auch im Wortunterhal-

Klassische anspruchsvolle Radiounterhaltung in allen drei Programmen verankert

⑤ Formen der Moderation

	*radio kultur		Radio 3		DLR Berlin	
	Sendedauer in Std:Min:Sek	in % ¹⁾	Sendedauer in Std:Min:Sek	in % ¹⁾	Sendedauer in Std:Min:Sek	in % ¹⁾
Regie- und Unterhaltungsmoderation gesamt	5:02:25	21,9	4:01:25	22,8	3:28:59	13,3
Reiner Regiebezug	2:29:01	10,8	0:46:50	4,4	1:40:48	6,4
Reiner Musikbezug	1:13:18	5,3	1:54:33	10,8	0:15:26	1,0
Sammelmoderation (Regie-, Musik- und/oder Unterhaltungsbezug)	1:20:06	5,8	1:20:02	7,6	1:32:45	5,9
Informationsbetonte Moderation gesamt	18:00:11	78,1	13:36:57	77,2	22:47:31	86,7
Regiebezug	1:45:12	7,6	1:42:51	9,7	1:25:13	5,5
Musikbezug zzgl. Sachinformation	3:59:26	17,3	5:43:26	32,4	0:44:22	2,8
Sammelmoderation zzgl. Sachinformation (Regie- und Musikbezug)	1:10:13	5,1	1:37:12	9,2	0:08:48	0,6
Moderation mit journalistischer Darstellungsform	0:12:23	0,9	0:24:35	2,3	2:34:52	9,8
Gespräch mit dem Hörer	-	-	-	-	1:24:01	5,3
Interview	10:48:26	46,9	4:08:14	23,5	16:25:28	62,5
Sonstiges	0:04:31	0,3	0:00:39	0,1	0:03:03	0,2
Gesamt	23:02:36	100,0	17:38:22	100,0	26:14:44	100,0

1) Basis: Gesamte Moderation (=100 %).

Untersuchungswoche: 12. bis 18. Januar 1998.

tungsangebot zeigt sich der kulturelle Impetus aller untersuchten Programme. Die gesamte Palette der populären Unterhaltungsformen von Sketch, Witz, Comedy, Spiele usw. fehlt in ihrem Angebot nahezu völlig. Vielmehr herrscht die formal und inhaltlich anspruchsvolle radiophone Wortunterhaltung vor. Dabei dominieren bei *radio kultur (mit 5,5 Stunden) und Radio 3 (mit 4,5 Stunden) die programmstrukturell verankerten regelmäßigen Lesungen aus literarischen Werken. Hinzu kommen bei *radio kultur im „Nachtstudio“ ein Hörspiel und einige literarische Features sowie bei beiden Sendern satirische Beiträge. Demgegenüber ist die radiophone Wortunterhaltung beim DeutschlandRadio anders strukturiert und besteht mit einem Zeitumfang von rund 5 Stunden im Schwerpunkt aus Hörspielen und Hörstücken, also aus vergleichsweise aufwendiger produzierten Unterhaltungsformen. Der Anteil der Lesungen beträgt beim DLR hingegen lediglich rund 1,5 Stunden. Zusammenfassend bleibt festzuhalten, daß die klassische anspruchsvolle Radiounterhaltung bei allen untersuchten Programmen eine programmstrukturelle Verankerung hat und mit deren sonstigem Kulturanspruch deutlich korrespondiert.

Die Themenagenda des gesamten Informationsprogramms

Innerhalb des Informationsangebotes wird die Identität eines Hörfunkprogramms für den Rezipienten in erheblichem Maße durch die Auswahl der Berichterstattungsthemen geprägt. Die nachfolgende Analyse basiert auf einer inhaltlichen Erfassung jedes einzelnen Informationsbeitrages. Sie erfaßt also den thematischen Aspekt einer kurzen Meldung ebenso wie den einer informationshaltigen Moderation oder eines Berichts, Interviews usw. Bei der Dateninterpretation sind wiederum mehrere Ebenen zu unterscheiden: Die Fallzahlen zeigen die Häufigkeit des Vorkommens verschiede-

ner Themen, die zeitliche Gewichtung dagegen, den Umfang, mit dem über diese Themen berichtet wird, wobei diese beiden Werte nicht in einem linearen Verhältnis zueinander stehen müssen. Eine vergleichsweise geringe Fallzahl bei hohem zeitlichem Umfang deutet auf lange Wortstrecken und entsprechende journalistische Darstellungsformen hin.

Zu einer Grobcharakterisierung der untersuchten Programme bieten sich drei Themengruppen an:

- Themen von im weitesten Sinne öffentlichem Interesse: also die klassischen Hard news aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Umwelt (auch die ereignisbezogene Kulturberichterstattung);
- Die Thematisierung von Kulturgenres (insofern sie über eine reine ereignisbezogene, aktuelle Berichterstattung hinausgeht).
- Sonstige Themenbereiche.

Tabelle 6 verdeutlicht den Themenbezug des Informationsangebotes dieser drei Hauptkategorien in Relation zum Informationsangebot insgesamt unter der Perspektive des Sendeumfangs und der Fallzahlen. Sichtbar wird hier eine jeweils deutlich anders konturierte Themenselektion der untersuchten Programmangebote: Beim DLR richten sich über 77 Prozent der Themen (= Anzahl der Fälle in Prozent) auf den Kernbereich der tagesaktuellen Berichterstattung aus dem Segment der Themen von öffentlichem Interesse. Hierauf wird knapp 60 Prozent des Sendeumfangs des Informationsprogramms verwandt. Bei *radio kultur und deutlicher noch beim Radio 3 ist dieses Themenfeld erheblich schwächer besetzt. Dafür wird von diesen Programmen die Kulturberichterstattung stärker betont.

Drei Themengruppen

Themenschwerpunkt liegt bei DLR auf Hard news, bei *radio kultur und Radio 3 auf Kulturberichten

⑥ Die Themenagenda der Informationsangebote

	Sendedauer in Std.Min.Sek	Anteil der Sendedauer			
		am Wortprogramm ¹⁾ in %	am Informationsangebot ²⁾ in %	Anzahl der Fälle ³⁾	in %
Themen von öffentlichem Interesse					
*radio kultur	26:58:51	41,6	52,5	859	69,9
Radio 3	9:06:23	25,4	35,1	513	59,4
DLR	39:45:00	50,0	59,8	1 585	77,2
Thematisierung von Kultur					
*radio kultur	18:57:04	29,2	36,9	261	21,2
Radio 3	15:35:11	43,4	60,0	279	32,3
DLR	17:24:22	21,9	26,2	205	10,0
Themen mit Sensationscharakter					
*radio kultur	0:41:29	1,1	1,3	48	3,9
Radio 3	0:12:45	0,6	0,8	27	3,1
DLR	0:48:10	1,0	1,2	69	3,4
Alltagsthemen					
*radio kultur	0:29:47	0,8	1,0	11	0,9
Radio 3	0:02:18	0,1	0,1	2	0,2
DLR	0:02:29	0,1	0,1	3	0,1
Individualthemen					
*radio kultur	1:44:00	2,7	3,4	15	1,2
Radio 3	0:39:59	1,9	2,6	11	1,3
DLR	5:36:32	7,0	8,4	59	2,9
Sport					
*radio kultur	0:18:03	0,5	0,6	30	2,4
Radio 3	0:18:20	0,9	1,2	30	3,5
DLR	1:47:04	2,2	2,7	124	6,0
Sonstige Themen					
*radio kultur	2:14:10	3,5	4,4	5	0,4
Radio 3	0:03:09	0,1	0,2	2	0,2
DLR	1:05:04	1,4	1,6	8	0,4
Gesamt					
*radio kultur	51:23:24	79,4	100,1	1 229	99,9
Radio 3	25:58:05	72,4	100,0	864	100,0
DLR	66:28:41	83,6	100,0	2 053	100,0

Untersuchungswoche: 12. bis 18. Januar 1998.

1) Basis: Redaktionelles Wortprogramm (=100 %).

2) Basis: Informierende Wortbeiträge (Nachrichten, informationsbetonte Moderation und journalistische Darstellungsformen) ohne Serviceangebot (= 100 %).

3) Anzahl der Meldungen, unabhängig davon, wie oft über ein identisches Thema berichtet wurde.

Hoher Kulturanteil bei Radio 3 auf Musikmoderationen zurückzuführen, *radio kultur mit längeren Wortstrecken

Von allen untersuchten Programmen besitzt *radio kultur bezogen auf die Sendezeit die umfangreichste Thematisierung von Kultur. Bezogen auf die Fallzahlen dominiert hier jedoch Radio 3. Dieser Befund deutet auf eine andere Hörfunkjournalistische Aufbereitung der Themen hin: Während der hohe Kulturanteil von Radio 3 überwiegend aus kurzen erläuternden Musikmoderationen resultiert, sind bei *radio kultur eher längere Wortstrecken für die Kulturthemen festzustellen. Für die allgemeine Charakterisierung der untersuchten Programme sind vor allem auch diejenigen Themenfelder von Interesse, die nicht oder nur schwach

behandelt werden. So läßt sich für alle Programme die Etikette anspruchsvoll auch durch den weitgehenden Verzicht auf eine Berichterstattung über Soft news, Trivialthemen sowie Alltags- und Heimatkultur operationalisieren. Auf den Hörer als Privatperson bezogene Themen (Reisen, Gesundheit, Hobby etc.) sind bei *radio kultur und Radio 3 vergleichsweise schwach vertreten; dasselbe gilt für die Sportberichterstattung.

Als Fazit läßt sich beim Vergleich der Themen-selektion folgendes feststellen: Das DLR deckt insgesamt eine breitere Themenpalette in seiner Berichterstattung ab als die beiden vom SFB mitproduzierten Programme. Die Fokussierung (oder auch Verengung) auf kulturelle Themen ist am stärksten bei Radio 3 ausgeprägt, wenngleich die-

Radio 3 ist Spartenprogramm, *radio kultur Vollprogramm mit Schwerpunkt Kultur

⑦ **Raumbezug der Berichterstattung des Informationsprogramms**

	*radio kultur		Radio 3		DLR Berlin	
	Sendedauer in Std:Min:Sek	in % ¹⁾	Sendedauer in Std:Min:Sek	in %	Sendedauer in Std:Min:Sek	in %
Internationale und nationale Raumbezüge	33:06:51	63,0	18:44:52	69,8	56:06:05	82,5
Regionalbezug Berlin und/oder Brandenburg	18:41:21	35,7	7:18:17	27,2	8:43:20	12,8
Ohne Regionalbezug	0:41:18	1,3	0:23:17	1,4	3:10:13	4,7
NDR-Sendegebiet	-	-	0:25:51	1,6	-	-
Gesamt	52:29:30	100,0	26:52:17	100,0	67:59:38	100,0

1) Basis: Informierende Wortbeiträge, incl. Serviceangeboten, excl. Nachrichtentelegramm (= 100 %).

Untersuchungswoche: 12. bis 18. Januar 1998.

ses Programm aufgrund seines absolut deutlich geringeren Wortanteils am Sendeumfang hierbei hinter *radio kultur rangiert. Aufgrund der Themenselektion kann Radio 3 als Spartenprogramm definiert werden, während man *radio kultur als ein „Vollprogramm mit Themenschwerpunkt Kultur“ klassifizieren kann. Das DLR zeigt zwar ebenfalls eine gewisse Themenfokussierung auf den Kultursektor, der jedoch deutlich schwächer ausgeprägt ist als bei *radio kultur und der von seiner umfangreichen Berichterstattung über Themen von allgemeinem Interesse quasi überlagert wird.

Der Raumbezug der Berichterstattung

Eine für den Hörer entscheidende Dimension der Berichterstattung von Radioprogrammen ist darin zu sehen, welchen räumlichen Bezug die Themen und Ereignisse haben, über die berichtet wird. Im Falle dieser Untersuchung war insbesondere zu klären, ob sich die Programme zu einem erheblichen Teil auf Ereignisse und Themen des SFB/ORB-Sendegebietes beziehen (Regional- bzw. Lokalbezug) oder ob sie eher eine nationale bzw. internationale Ausrichtung haben. Ein Berlin- und/oder Brandenburg-Bezug war somit immer zu konstatieren beim Vorkommen eines Akteurs, Themas oder Ereignisses aus Berlin und/oder Brandenburg. Dieser weitgefaßte Bezugsrahmen stellt vor allem im Hinblick auf die Hauptstadt Berlin eine nicht unproblematische Analysedimension dar. In Berlin stattfindende Ereignisse haben in zunehmendem Maße auch nationale und internationale Bedeutung. Es ist also auf einer weiteren Analyseebene zu unterscheiden zwischen solchen Themen und Ereignissen, die zwar einen Berlin-Bezug aufweisen, im wesentlichen aber von überregionaler Bedeutung sind, und solchen, die primär im Mikrokosmos dieser Stadt angesiedelt und von daher als echte Lokalberichterstattung zu bewerten sind (vgl. Tabelle 7).

tur betragen die Regionalbezüge knapp 36 Prozent der Sendezeit und knapp 35 Prozent der Fälle. Tabelle 7 zeigt hierzu die etwas geringeren Werte von Radio 3 und die erheblich geringeren von DLR. Es läßt sich also festhalten, daß sich das Selbstverständnis von *radio kultur – ein Kulturprogramm mit Regionalbezug zu sein – in der Programmrealität wiederfindet.

Dieser Befund auf der Ebene der Grobstruktur des Regionalbezuges soll nun detaillierter betrachtet werden, und zwar einmal unter der Perspektive, wie sich die Regionalbezüge innerhalb des Sendgebietes verorten lassen und zum anderen unter der Perspektive, welche Themen mit ihnen verbunden sind. Tabelle 8 setzt Regionalbezüge gleich 100 Prozent und zeigt ihre Verteilung auf die drei Kategorien: Berlin gesamt (ein Thema/Ereignis läßt sich nicht unterhalb des Raumes Berlin, also sub-lokal, verorten), West-Berlin (ein Thema/Ereignis ist in einem der West-Berliner Bezirke angesiedelt) sowie Ost-Berlin und Brandenburg (ein Thema/Ereignis ist in einem der Ost-Berliner Bezirke und/oder Brandenburg angesiedelt). Hier zeigt sich, daß wiederum *radio kultur von allen untersuchten Programmen den Mikrokosmos des Sendgebietes am intensivsten mit seiner Berichterstattung abdeckt. Während sich beim DLR knapp 95 Prozent der Regionalbezüge auf Berlin insgesamt (einschließlich Ereignisse von nationaler oder internationaler Bedeutung) beziehen, sind es bei *radio kultur nur rund 68 Prozent (vgl. Tabelle 8).

⑧ **Regionalbezug des Informationsprogramms im Detail**
Sendedauer in %¹⁾

	*radio kultur	Radio 3	DLR Berlin
Berlin gesamt	68,3	80,2	94,6
West-Berlin	9,8	10,6	1,3
Ost-Berlin und Brandenburg	21,8	9,2	4,1
Gesamt	99,9	100,0	100,0

1) Basis: Informierende Wortbeiträge (incl. Serviceangebote, excl. Nachrichtentelegramm) mit Raumbezug zu Berlin und/oder Brandenburg bzw. NDR-Sendegebiet.

Untersuchungswoche: 12. bis 18. Januar 1998.

Analyse bestätigt *radio kultur als Kulturradio mit Regionalbezug

Bezogen auf die Sendezeit hat *radio kultur mit knapp 19 Stunden – im Gegensatz zu knapp neun Stunden bei DLR und rund sieben Stunden bei Radio 3 – den bei weitem größten Regionalbezug. (9) Dieser absolute Wert prägt sich auch in den anderen Analysedimensionen deutlich aus: Bezogen auf das Informationsprogramm von *radio kul-

Regionale/lokale Berichte bei *radio kultur vor allem aus Ost-Berlin und Brandenburg

Die Unterscheidung zwischen der Regionalbezugsdimension Berlin gesamt einerseits und andererseits West-Berlin sowie Ost-Berlin und Brandenburg ist ein wichtiger Indikator für die Art der Regionalbezüge: Berlin gesamt bedeutet sehr häufig, daß ein Beitrag keinen eigentlichen Lokalbezug hat, sondern ein Reflex auf Berlins überregionale Rolle als wichtiger Ereignisort ist. Die Dimensionen West-Berlin oder Ost-Berlin/Brandenburg sind hingegen zumeist Themen/Ereignisse mit echtem lokalen bzw. regionalen Bezug. Die spezifische Sicht auf die Raumbezüge zeigt, daß bei *radio kultur die Berichterstattung aus Ost-Berlin und Brandenburg erheblich höher ist als aus dem Westteil Berlins.

DLR berichtet aus Berlin hauptsächlich mit überregionalem Bezug

Vor dem Hintergrund dieser Differenzierung sind die in Tabelle 8 gezeigten Relationen insofern plausibel, als sie den jeweiligen Programmauftrag widerspiegeln. Für das DLR als überregionalem Sender ist Berlin zwar ein wichtiger Ereignisort, allerdings nur aufgrund seiner überregionalen Bedeutung. Im Programmangebot von *radio kultur kommen hingegen beide Sichtweisen auf Berlin zum Tragen. Radio 3 ist insofern ein Sonderfall, als in diesem Programm sowohl das Sendegebiet des NDR als auch Berlin/Brandenburg zu berücksichtigen sind. Die Werte in Tabelle 8 beziehen sich auf das gesamte analysierte Programm von Radio 3. Betrachtet man ausschließlich das vom SFB/ORB produzierte Programm, steigen erwartungsgemäß die Sendeanteile mit Regionalbezug im Bereich Berlin und/oder Brandenburg deutlich von 27,2 auf 35,9 Prozent an. Die SFB/ORB-Redaktion von Radio 3 richtet den Fokus ihrer Berichterstattung offensichtlich stärker auf Berlin/Brandenburg als die beim NDR angesiedelte. Die in der Kategorie „Berlin Ost und Brandenburg“ zusammengefaßten Regionalbezüge enthalten beim DLR und bei Radio 3 jeweils einen Anteil von unter einem Prozent an Meldungen mit Bezug auf Brandenburg. Bei *radio kultur ist dieser Wert hingegen mit 5,6 Prozent erheblich höher.

Welche Themen und Ereignisse lassen sich schließlich in welchen Raumbezügen verorten? Setzt man die Berichterstattung über Themen und Ereignisse mit dem Regionalbezug gleich 100 Prozent und bezieht sie auf die drei Hauptthemengruppen, wird deutlich, daß das DLR seinen Berlin-Bezug ganz überwiegend über Themen von öffentlichem Interesse herstellt. Dies ist wiederum ein Reflex auf Berlin als Ereignisort mit überregionaler Bedeutung, sind es hier doch weitgehend Themen aus dem politischen Bereich, die in dieser Themengruppe dominieren. Markant anders ist das Verhältnis bei *radio kultur und Radio 3, die einen erheblichen Teil ihrer Berichterstattung mit Regionalbezug auf kulturelle Themen richten.

Zur Anmutung der untersuchten Programme

Wie bereits bei der Darstellung der Untersuchungskonzeption dargelegt, entziehen sich einige Dimensionen der Hörfunkprogramme einem quantitativen Meßverfahren: Es verbleibt eine Ebene der Programmcharakteristik, die sich nur aufgrund des Höreindrucks beschreiben läßt. Nachfolgend wird daher die Anmutung der untersuchten Programme aufgrund von Höreindrücken (10) beschrieben.

Die Wortbeiträge aller drei untersuchten Sender unterscheiden sich bereits im Sprechertempo von dem flotten Rhythmus der Begleitprogramme. Es sind ruhige und zumeist gut modulierende Stimmen, die das Zuhören möglich machen. Alle drei Programme verzichten auf die Musikunterlegung der Wortstrecken, was ebenfalls zum ruhigen Grundtempo beiträgt. Daß die Wortstrecken insgesamt länger sind als bei Begleitprogrammen, ist jedoch nicht nur ein Ergebnis des Sprechertempos, sondern auch ein Reflex auf die große Ausführlichkeit der Informationsgebung, die auf die Hintergründe eines Ereignisses oder Themas zielen. Die Nachrichten sind in allen drei Programmen geprägt durch eine ausschließlich sachliche Berichtsform. Die informationsbetonte Moderation sowie die journalistischen Darstellungsformen sind jedoch häufig mit kommentierenden, ironisierenden und bewertenden Elementen durchzogen. Dies gilt insbesondere für die Darstellungsformen im Programm von *radio kultur. In Korrespondenz zu dem Schwerpunktthema Kultur ist bei diesem Sender die interpretative Tendenz der Wortbeiträge, bei denen eine subjektive Meinung ausgedrückt wird, stark ausgeprägt. Weitgehend verzichtet wird in allen drei Programmen auf eine sprachliche Stilebene, die sich als Infotainment bezeichnen läßt.

Ausgehend von den privaten Hörfunkveranstaltern läßt sich im deutschen Radioprogrammangebot in den letzten Jahren der Trend feststellen, außerhalb des Nachrichtenangebotes den Wortbeiträgen eine unterhaltende Färbung zu geben. Durch humoristische Einsprengsel sollen Wegschaltgründe in den Wortstrecken vermieden werden. Dieser Tendenz folgen die untersuchten Programme eindeutig nicht. Dem Anspruch, ein Kulturradio zu sein, werden viele Moderatoren und Journalisten auch in ihren Texten gerecht. Der Sprachstil ist häufig gekennzeichnet durch eine an die Schriftsprache angelehnte, gehobene Ausdrucksweise. Dieser intellektuell anmutende Sprachstil ist vor allem als Merkmal einiger Moderatoren von *radio kultur festzustellen.

Selbstverständlich wird die Anmutung eines Radioprogramms ganz wesentlich durch seine Musikkfarbe bestimmt, die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung allerdings nicht detailliert untersucht wurde. Hierzu daher nur einige Anmerkungen: Ein einheitliches Musikformat weist mit der durchgängigen Ausrichtung auf Klassik lediglich Radio 3 auf. Bei *radio kultur findet sich ein starker Akzent auf der klassischen Musik, es kann jedoch nicht von einem durchgängigen Musikformat

Kulturradios durch ruhige Sprache und längere Wortstrecken geprägt – kein Infotainment

Einheitliches (Klassik-)Musikformat nur bei Radio 3

gesprochen werden. Vor allem im Abendbereich werden Musikstile wie Jazz, Chansons, Lieder, Weltmusik (Ethno) und Evergreens gespielt. Beim DLR ist – bezogen auf das Gesamtprogramm überhaupt – keine einheitliche Musikfarbe erkennbar. Von Klassik über Jazz, Rock und Pop der 60er bis 90er Jahre, Country, Chanson bis hin zu deutschen Schlagern reicht die Palette. Die Musik wird oftmals themenbezogen eingesetzt, so daß vielfach verschiedene Stilrichtungen unvermittelt nebeneinander stehen. Diese Mischung dokumentiert zwar einerseits Vielfalt, kann aber andererseits zu Akzeptanzproblemen bei der Hörerschaft führen, die diesen Spagat zwischen Klassik und Pop gegebenenfalls nicht goutiert, zumal diese Musikauswahl für das Publikum auch nur schwer nachvollziehbar sein dürfte. Die Musikfarbe ist bewußt aufgelockert bzw. breiter gefächert und soll sich abheben von sonstigen anspruchsvollen Wortprogrammen, die eine ausschließliche Einbettung in klassische Musik vornehmen und damit nur einen eingeschränkten Personenkreis ansprechen, wie dies bei Radio 3 der Fall ist.

Duplizität oder Vielfalt? Zur hörbaren Unterscheidbarkeit der Kulturfunkangebote

Analysierte Programme besitzen eindeutig unterschiedliche Programmprofile

Ein Erkenntnisinteresse der vorliegenden Studie liegt darin, die Frage zu klären, inwieweit die untersuchten Kulturradioangebote ein derart unverwechselbares Profil haben, daß sie als eigenständige Angebote vom Hörer wahrgenommen werden können. Die eingangs gestellte Frage nach der Unique selling proposition der untersuchten Programme läßt sich nunmehr aufgrund der Inhaltsanalyse eindeutig beantworten: Die Programmangebote von *radio kultur, Radio 3 und DeutschlandRadio Berlin unterscheiden sich in ihrer Struktur, ihren hörfunkjournalistischen Angebotsformen, ihren Themenagenden sowie in ihrer Anmutung jeweils deutlich voneinander.

Radio 3: Spartenprogramm für klassische Musik

In bezug auf die gegenseitige Unterscheidbarkeit hat Radio 3 das markanteste Profil. Dieses Programm läßt sich als Spartenprogramm für klassische Musik charakterisieren. Es hat einen vergleichsweise geringen Wortanteil, der sich – außerhalb der Nachrichten – im wesentlichen auf kulturelle Themen bezieht und hierbei wiederum den Schwerpunkt eindeutig auf klassische Musik richtet. Durch dieses Angebot ist Radio 3 deutlich sowohl von *radio kultur als auch vom DLR abgegrenzt.

DLR: Einschaltprogramm mit Themenschwerpunkt Information

Auf den ersten Blick weniger trennscharf sind die Angebote von *radio kultur und DLR. Beide Programme sind als wortbetonte Kulturradioangebote gekennzeichnet. Bereits mit dem Begriff Kultur erfolgt jedoch ein Verweis auf das wesentliche Unterscheidungsmerkmal zwischen den beiden Programmen: Beim DLR ist der Themenschwerpunkt Kultur insgesamt – im Vergleich zu seinem sonstigen Wortprogramm – schwächer ausgeprägt als bei *radio kultur. Das DLR läßt sich daher als ein Einschaltprogramm mit dem Themenschwerpunkt Information bezeichnen, wobei jedoch ein

erkennbarer Akzent auf den Kulturbereich gesetzt wird. Als ein bundesweit ausstrahlendes Programm hat das DLR den Raumbezug seiner Berichterstattung eindeutig auf nationale Ereignisse gelegt. Die Berichterstattung über die Hauptstadt Berlin bezieht sich lediglich auf Themen und Ereignisse, die von überregionalem Interesse sind. Über die lokale Kulturszene Berlins wird im DLR kaum berichtet. Das Musikformat ist uneinheitlich, zeigt jedoch teilweise Überschneidungen zu *radio kultur, da es ein ähnlich breites und damit unformatiertes Musikspektrum aufweist.

Gegenüber dieser Charakterisierung läßt sich *radio kultur als ein Kulturradioangebot mit einer deutlichen Fokussierung auf den Raum Berlin/Brandenburg kennzeichnen. Das Informationsangebot zu den Themenfeldern Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ist weniger stark ausgeprägt als beim DLR. Der Name *radio kultur ist also tatsächlich programmatisch zu verstehen. Auch in ihrer Anmutung unterscheiden sich DLR und *radio kultur. Während im DLR insgesamt ein sehr nüchterner und auf distanzierte objektive Berichterstattung bedachter Stil gepflegt wird, zeigt sich bei *radio kultur auch im Präsentationsstil von Moderation und Darstellungsformen eine Affinität zu den kulturellen Gegenstandsbereichen. Hier wird eine anspruchsvolle – teilweise intellektuell zu nennende – interpretative und kommentierende Darstellung der Kultur gepflegt.

Kulturfunkpessimismus läßt sich also auf der Angebotsseite der öffentlich-rechtlichen Radios in Berlin nicht feststellen. Im Gegenteil: Der SFB und seine Kooperationspartner sowie das DLR bieten ein umfangreiches, formal und inhaltlich differenziertes und gegenseitig klar abgegrenztes Kulturradioangebot. Für die Metropole und ihr kulturell interessiertes Hörerpotential nimmt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Programmauftrag in bemerkenswerter Weise wahr.

*radio kultur: Kulturradios mit Regionalbezug

Berlin verfügt über umfangreiches, klar abgegrenztes Kulturradioangebot

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Oehmichen, Ekkehardt: Zuwendungsbarrieren zum Kulturradio. In: Media Perspektiven 11/1995, S. 547-553.
- 2) Im Marketing bezeichnet man hiermit jenen einzigartigen Verkaufsvorteil, den ein Produkt vor allen Konkurrenzprodukten aufweisen kann. Hierbei wird davon ausgegangen, daß ein Produkt sich nur dann im Markt durchsetzen kann, wenn diese Einzigartigkeit für den Konsumenten deutlich wird.
- 3) In alleiniger Verantwortung oder in Kooperation mit anderen Landesrundfunkanstalten werden die Programme Berlin 88'8 – Das Stadtradio, SFB 4 MultiKulti, InfoRadio, *radio kultur, Radio 3, FRITZ! und Radio Eins ausgestrahlt.
- 4) Es handelt sich um eine gekürzte Fassung einer Studie im Auftrag des SFB.
- 5) Innerhalb dieses Zeitraums gab es – mit Ausnahme der „Grünen Woche“ (Landwirtschaftsmesse Berlin) – keine ereignis- oder programmspezifischen Besonderheiten, so daß die Senderealität der untersuchten Programme angemessen abgebildet wird.

- 6) Dieser Verzicht auf die Untersuchung von sechs Stunden Nachtprogramm scheint auch vor dem Hintergrund des verminderten Wortprogramms und des geringen Auditoriums in diesem Zeitraum gerechtfertigt. Ein Blick in die Programmschemata zeigt jedoch, daß beim DLR in dieser Zeitspanne vergleichsweise deutlich mehr Wort- und Informationsanteile im Programmangebot enthalten sind als bei den beiden anderen Programmen. Radio 3 und *radio kultur übernehmen in diesem Zeitraum das ARD-Nachtkonzert.
- 7) Das hier und bei den anderen Programmen wiedergegebene Selbstverständnis ist ein Konstrukt aus verschiedenen Selbstdarstellungsmaterialien sowie in der Presse und Fachpublizistik zitierten Äußerungen von Programmverantwortlichen, die hier nicht im einzelnen zitiert werden.
- 8) Die in dieser Kategorie enthaltene reine Regiemoderation hat streng genommen keine Unterhaltungsfunktion. Da sie aber auch keine Information im eigentlichen (über das Programm hinausgehenden) Sinn liefert, wird sie unter Unterhaltung subsumiert.
- 9) Regionalbezug bedeutet auf dieser Ebene immer Berlin und/oder Brandenburg.
- 10) Diese Höreindrücke gehen insofern über singuläre subjektive Wahrnehmungen hinaus, als sie auf der Basis einer 126-stündigen Hörfahrung der (jeweils 4) Codierer erfolgten und als Mehrfacheindrücke durch Intensivhörer der Programme intersubjektiv vergleichbar sind.

