

Ergebnisse einer Repräsentativstudie  
in Nordrhein-Westfalen

## → Die Radionutzung von Migranten im Kontext anderer Medien

Von Thomas Windgasse\*

**11 % der Bevölkerung in NRW mit Migrationshintergrund**

In Nordrhein-Westfalen leben 1,8 Millionen Einwohner mit einem Migrationshintergrund (Stand 2005), das entspricht einem Anteil von 11 Prozent an der Gesamtbevölkerung. Von den insgesamt 7,3 Millionen Migranten in Deutschland haben 25 Prozent ihren Wohnsitz in Nordrhein-Westfalen. Um die Frage zu beantworten, wie Medien diese bevölkerungsstarke Gruppe erreichen können, sind sozialwissenschaftlich gesicherte Erkenntnisse über das Mediennutzungsverhalten und die Informations- und Kommunikationsbedürfnisse der Migranten notwendig.

**Methodische Probleme bei der Erfassung der Mediennutzung von Migranten**

Mit den Standardinstrumenten der Medienforschung, wie zum Beispiel der Media Analyse, wird derzeit nur das Mediennutzungsverhalten der deutschsprachigen Bevölkerung abgebildet. Das heißt, ob Migrant oder nicht, wer willens und fähig ist, das Telefoninterview mitzumachen, wird befragt. Folglich ist auch keine getrennte Auswertung der Gruppe der Migranten möglich. Die AGF/GfK Fernsehforschung bezieht seit 2001 zwar zusätzlich Haushalte mit nichtdeutscher Staatsangehörigkeit in die Messung der Fernsehnutzung ein. Aus methodischen Gründen werden hier bislang aber noch nicht alle Nationalitäten erfasst, sondern nur Haushalte, in denen der Haupteinkommensbezieher die Staatsbürgerschaft eines anderen EU-Staates besitzt.

Für Erkenntnisse über die Mediennutzung der Migranten in Deutschland ist man daher auf zusätzliche Ad-hoc-Studien angewiesen. Nach den ARD/ZDF-Studien aus den Jahren 1981 und 1990 fanden in den vergangenen Jahren drei größere Repräsentativbefragungen statt. Dabei handelt es sich zum einen um die Studie „Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland“ im Auftrag des Bundespresseamtes aus dem Jahr 2001, zum zweiten um die nicht veröffentlichte Studie „Mediennutzung der Migranten in Nordrhein-Westfalen“ im Auftrag des Westdeutschen Rundfunks aus dem Jahr 2002 und schließlich um deren Nachfolgestudie aus dem Jahre 2004. Diese letzte WDR-Studie, von der hier berichtet wird, hatte zum Ziel, Daten zur Mediennutzung der Migranten in Nordrhein-Westfalen zu erheben, wobei der Fokus auf der Radionutzung und hier besonders auf dem Radioprogramm Funkhaus Europa lag. Zum zweiten Mal seit dem Programmstart 1999 wurden für diese kosmopolitische Welle Daten zur Nutzung und Akzeptanz ermittelt. Weitere Themenschwerpunkte der Studie waren die

Nutzung deutsch- und muttersprachiger Medien sowie Programmerwartungen an das Radio.

In der sich wandelnden multikulturellen Gesellschaft stellt sich besonders für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Frage, mit welchen Programmkonzepten die Integration der Migranten und das Zusammenleben von Deutschen und Migranten am besten zu befördern ist. Dazu gehören die Aspekte eines attraktiven Radioprogramms wie Themenauswahl, Informationsschwerpunkte und Musikauswahl ebenso wie die Frage nach dem Sendesprachenkonzept (bei Funkhaus Europa ist die Lingua franca Deutsch, außerdem gibt es mehrere fremdsprachige Angebote). In Bezug auf die Sprache kommt die schon erwähnte Studie des Bundespresseamtes 2001 zu dem Erkenntnis, dass sich die Mehrheit der Einwanderer in einer bikulturellen und bilingualen Welt bewegt: „Will man vor allem die Bevölkerungssegmente erreichen, die das größte Potenzial für eine weitergehende Integration darstellen, wird man sowohl türkische als auch deutschsprachige Medien nutzen müssen. Eine Konzentration auf türkische Medien wäre ein ebenso falscher Weg wie eine ausschließlich auf deutsche Medien ausgerichtete Kommunikationsstrategie.“

Diesen Weg geht auch das Radioprogramm WDR Funkhaus Europa, ein 24-stündiges Programm hauptsächlich in Deutsch, aber auch mit Angeboten unter anderem in Russisch, Polnisch, Italienisch, Türkisch, Südslawisch, Albanisch, Griechisch, Spanisch und nicht zu vergessen Englisch und Französisch. Produziert wird es vom WDR in Kooperation mit Radio Bremen und RBB Radiomultikulti. Das Programm ist in Nordrhein-Westfalen über UKW, Kabel und Satellit empfangbar. Seit dem Jahr 2001 wird Funkhaus Europa auch im Sendegebiet von Radio Bremen auf UKW und MW verbreitet.

### Anlage der Untersuchung

Neben der Erhebung von Basisdaten zur Mediennutzung der Migranten war die Ermittlung der Akzeptanz von Funkhaus Europa das zentrale Anliegen der WDR-Studie. Grundgesamtheit der Untersuchung ist die Wohnbevölkerung in Privathaushalten in Nordrhein-Westfalen ab 14 Jahre der Nationalitätengruppen Türken, Italiener, Griechen und, als eine Gruppe zusammengefasst, Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien (Serben, Montenegriner, Bosnier, Kroaten) im Empfangsgebiet von Funkhaus Europa. Die Studie wurde so angelegt, dass diese vier bevölkerungsstärksten Migranten Gruppen repräsentativ abgebildet werden. Als Migranten werden sowohl ausländische Staatsbürger als auch deutsche Staatsbürger ausländischer Herkunft verstanden.

Die Stichprobenziehung erfolgte nach regionaler Schichtung im NRW-Empfangsgebiet von Funkhaus Europa (Frequenz 103,3 MHz) nach dem Quotenverfahren. Die Außenvorgaben der Untersuchung

**Funkhaus Europa als Beispiel für ein ö.-r. „Integrations“-Programmangebot**

**Grundgesamtheit: Migranten aus Türkei, Italien, Griechenland und Ex-Jugoslawien**

**Quotenstichprobe: Repräsentativ für untersuchte Nationalitäten**

\* WDR-Medienforschung.

wurden im Rahmen mehrerer Sonderauswertungen aus der amtlichen Statistik des Ausländerzentralregisters für die Gemeinden und Kreise in Nordrhein-Westfalen und aus dem Mikrozensus erstellt. Dabei wurden vier parallele Stichproben gezogen, und zwar je eine für jede Nationalität. Die Voraussetzungen, die das ZAW-Rahmenschema für eine methodisch valide Durchführung des Quotenverfahrens nennt, wurden in dieser Studie erfüllt. Daher ist gewährleistet, dass die Fragenbereiche repräsentativ für die vier untersuchten Nationalitäten beantwortet werden können.

**Insgesamt 2 000 Personen ab 14 Jahre mündlich-persönlich befragt**

Der Umfang der gewichteten Stichprobe beträgt für jede Nationalität n=500 Personen, also insgesamt 2 000 Fälle. Die Befragungen wurden in Form von mündlich-persönlichen Interviews von durchschnittlich 40 Minuten Dauer durchgeführt. Alle Erhebungsmaterialien wurden sowohl in deutscher als auch in der jeweiligen Muttersprache erstellt. Mit der Durchführung der Studie war die GfK Medienforschung Nürnberg beauftragt. Die Erhebung fand in der Zeit von Februar bis April 2004 statt.

**Zur sozialen Lage der Migranten**

Die jährlichen Statistiken des Bundesamtes für Arbeit und Sozialordnung zeigen, dass sich die Struktur der Einwohner mit einem Migrationshintergrund in Deutschland in den 90er Jahren verändert hat. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Deutschland ist angestiegen, und die Bevölkerung ist gleichzeitig gealtert. Immer mehr Migranten der zweiten und dritten Generation sind in Deutschland geboren und haben hier die Schule besucht.

**Soziodemografische Unterschiede zwischen deutscher Bevölkerung und den vier Migranten- gruppen**

Die soziodemografischen Daten zeigen zum einen Unterschiede zur deutschen Bevölkerung und zum anderen wird deutlich, dass die in Deutschland lebenden Migranten keineswegs eine homogene Gruppe sind. Vielmehr ergeben sich zwischen den Nationalitäten Differenzen, die in Bezug auf die Mediennutzung zu berücksichtigen sind.

Die bevölkerungsstärkste Migrantengruppe in Nordrhein-Westfalen ist türkischer Herkunft mit einem Anteil von 33 Prozent, gefolgt von Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien (Serben und Montenegriner/Bosnier/Kroaten) mit 8 Prozent, Italienern mit 7 Prozent und Griechen mit 5 Prozent.

**Unterschiedliche Altersstruktur**

Die in Deutschland lebenden Migranten sind wesentlich jünger als die deutsche Bevölkerung. Der Altersschwerpunkt liegt mit einem Anteil von 38,9 Prozent in der mittleren Generation der 30- bis 49-Jährigen. 70,7 Prozent der Migranten sind jünger als 50 Jahre, bei der deutschen Bevölkerung im Befragungsgebiet sind es 53,7 Prozent. Der Anteil 14- bis 29-Jähriger ist mit 31,8 Prozent bei den Migranten ebenfalls deutlich höher als bei der deutschen Bevölkerung (18,5%). Die jüngste Al-

tersstruktur ergibt sich für die Türken, 39,2 Prozent sind zwischen 14 bis 29 Jahre alt, und für die Serben und Montenegriner/Bosnier/Kroaten (34,1 Prozent 14- bis 29-Jährige). Im Unterschied zur deutschen Bevölkerung sind unter den Migranten Männer mit einem Anteil von 55,7 Prozent in der Mehrheit (vgl. Tabelle 1).

Der Anteil der Berufstätigen ist aufgrund der abweichenden Altersstruktur bei den Migranten geringfügig höher. Insgesamt 50,9 Prozent sind berufstätig; von der deutschen Bevölkerung sind es 49,8 Prozent. Die griechische und die italienische Bevölkerungsgruppe haben mit 56,8 bzw. 57,4 Prozent den höchsten Anteil Berufstätiger. Deutliche Unterschiede ergeben sich auch bei dem Merkmal formale Schulbildung. Im Vergleich zur deutschen Bevölkerung ist der Anteil höherer formaler Bildungsabschlüsse unter den Migranten insgesamt niedriger. Über die mittlere Reife verfügen 17,6 Prozent der Migranten, 4,9 Prozent haben ein Abitur bzw. die Hochschulreife und 3,5 Prozent haben ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Von der deutschen Bevölkerung im Befragungsgebiet verfügen 7,8 Prozent über einen Studienabschluss. Für die türkische Bevölkerung ergibt sich – im Vergleich zu den anderen drei Nationalitäten – ein formal niedrigeres Bildungsniveau. Die Bevölkerung mit einem Migrationshintergrund lebt weitaus häufiger als Deutsche in größeren Haushalten. In Ein- bis Zwei-Personenhaushalten wohnen 37,2 Prozent der Migranten; bei der deutschen Bevölkerung sind es 58,9 Prozent. Die Mehrheit der Migranten leben in Drei- bis Vier-Personenhaushalten und weitere 16,9 Prozent in Haushalten mit fünf und mehr Personen. Die türkische Bevölkerung hat dabei die höchste Haushaltsgröße; 56,6 Prozent leben mit vier oder mehr Personen in einem Haushalt. Die Anzahl der Kinder im Haushalt ist ebenfalls bei der türkischen Bevölkerung am höchsten: 52,2 Prozent haben mindestens ein Kind, bei den Griechen sind es 27,7 Prozent, bei der Gruppe der Serben und Montenegriner/Bosnier/Kroaten 36,6 Prozent, bei den Italienern 32,9 Prozent; bei der deutschen Bevölkerung sind es dagegen nur 21,7 Prozent.

Eine wesentliche Voraussetzung für die Rezeption von Medien sind die Kenntnisse der deutschen Sprache bzw. der Sprache des Herkunftslandes. Wie in den früheren Untersuchungen wurde deshalb auch in der WDR-Studie eine Selbsteinschätzung, differenziert nach Verstehen und Sprechen, erhoben. Die Ergebnisse zeigen zum einen, dass die Mehrheit der Migranten zumindest gute Kenntnisse der Muttersprache und der deutschen Sprache besitzt. Nicht überraschend ist der Befund, dass die Sprachkompetenz in der Muttersprache insgesamt höher ist als in der deutschen Sprache. Betrachtet man die Unterschiede zwischen den Nationalitätengruppen, so zeigt sich, dass Griechen und Italiener ihre deutschen Sprachkenntnisse im Bereich Verstehen und Sprechen am höchsten einschätzen. Serben und Montenegriner/Bosnier/Kroaten verstehen laut eigener Einschätzung Deutsch

**Berufstätigkeit, Bildungsniveau und Haushaltsgröße**

**Unterschiedliche Sprachkompetenz der Migranten- gruppen**

① **Soziodemografie der untersuchten Nationalitätengruppen**

Personen ab 14 Jahre, in %

	4 Nationalitäten- gruppen gesamt	Türken	Griechen	Serben und Montenegriner/ Bosnier/Kroaten	Italiener	deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre in NRW
Fallzahl gewichtet	2 000	500	500	500	500	12 688
<b>Geschlecht</b>						
männlich	55,7	53,9	54,7	53,8	60,1	47,7
weiblich	44,3	46,1	45,3	46,2	39,9	52,3
<b>Alter</b>						
14–29 Jahre	31,8	39,2	26,9	34,1	27,0	18,5
30–49 Jahre	38,9	36,0	40,2	36,1	43,4	35,2
50 Jahre und älter	29,3	24,8	32,9	29,8	29,7	46,2
<b>Berufstätigkeit</b>						
ja	50,9	40,0	56,8	49,2	57,4	49,8
nein	49,1	60,0	43,2	50,8	42,6	50,2
<b>Personen im Haushalt</b>						
1	11,6	4,8	13,8	10,1	17,7	20,3
2	25,6	17,7	33,8	26,1	24,6	38,6
3	24,1	20,9	25,0	27,1	23,3	18,1
4	21,9	26,8	21,9	19,2	19,6	16,1
5 und mehr	16,9	29,8	5,5	17,5	14,7	6,9
<b>Schulbildung</b>						
kein allgemeiner Schulabschluss	17,7	29,2	13,8	14,4	13,3	3,3
Volks-/Grund-, Hauptschule*	56,3	53,0	54,1	57,9	60,2	52,5
mittl. Reife bzw. weiterf. Schule ohne Abitur	17,6	11,6	21,5	18,2	19,3	26,1
Abitur, Hochschulreife	4,9	3,9	6,8	4,6	4,4	8,1
Studium	3,5	2,3	3,8	4,9	2,9	7,8
<b>Familienstand</b>						
ledig, mit Partner im Haushalt	5,3	2,6	6,2	5,7	6,7	4,3
ledig, ohne Partner im Haushalt	22,9	26,0	20,4	23,0	22,2	18,0
verheiratet	63,8	67,4	65,0	63,3	59,8	60,8
geschieden, verwitwet	7,6	3,8	8,2	7,9	10,8	16,6
<b>Anzahl Kinder im Haushalt (bis 13 J.)</b>						
1 Kind	19,1	22,3	18,8	18,2	17,0	11,8
2 Kinder	13,5	21,3	7,5	13,9	11,5	7,6
3 Kinder	4,0	7,3	1,2	3,8	3,8	1,7
4 Kinder	0,4	0,7	0,2	0,3	0,6	0,4
5 Kinder und mehr	0,3	0,6	0,0	0,5	0,0	0,1
keine Kinder	62,6	47,8	72,3	63,4	67,1	78,3

\*) Auch Schüler in allgemeinbildenden Schulen.

Empfangsgebiet Funkhaus Europa in NRW.

Quelle: WDR-Studie Mediennutzung von Migranten 2004, ma 2005/I.

ebenso gut wie die Türken, die aber ihrerseits wiederum das Sprechen besser einschätzen als die Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien. Die Kenntnisse in der eigenen Muttersprache werden von Türken und Griechen am höchsten bewertet, von der Gruppe der Serben und Montenegriner/Bosnier/Kroaten am geringsten. Dabei befinden sich aber alle Einschätzungen auf relativ hohem Niveau (vgl. Tabelle 2).

#### Nutzungshäufigkeit deutsch- und muttersprachiger Medien

Der Vergleich der Nutzungsgewohnheiten für die Medien Fernsehen, Radio und Tageszeitung zeigt, dass Migranten sowohl mit deutschsprachigen als auch mit muttersprachigen Angeboten erreicht werden. In Bezug auf die Nutzungshäufigkeit steht da-

**Deutschsprachige Medien häufiger genutzt als muttersprachige**

② Sprachkompetenz nach Selbsteinschätzung: Verstehen und Sprechen der Sprache

Personen ab 14 Jahre, in %

	4 Nationalitäten- gruppen gesamt	Türken	Griechen	Serben und Montenegriner/ Bosnier/Kroaten	Italiener
Deutsch sehr gut/ gut verstehen	77,1	72,4	79,8	73,0	79,2
Muttersprache sehr gut/ gut verstehen	90,0	93,1	92,6	85,4	89,1
Deutsch sehr gut/ gut sprechen	72,1	66,1	74,1	60,1	75,2
Muttersprache sehr gut/ gut sprechen	88,8	91,3	91,0	85,0	87,6

Empfangsgebiet Funkhaus Europa in NRW.

Quelle: WDR-Studie Mediennutzung von Migranten 2004.

bei das deutschsprachige Fernsehen an erster Stelle, gefolgt von deutschen Radioprogrammen und muttersprachigem Fernsehen. Die Medien in der Muttersprache werden insgesamt weniger häufig genutzt als die deutschen Medien, wobei aber auch hier das Fernsehen an erster Stelle steht vor dem Radio und den Tageszeitungen.

**Ein Viertel der Befragten liest täglich eine deutschsprachige Zeitung**

In der Studie wurde die generelle Nutzungshäufigkeit der Medien Tageszeitung, Fernsehen und Radio getrennt nach Medien in deutscher Sprache und Medien in der Sprache des jeweiligen Herkunftslandes erhoben. Eine Tageszeitung in deutscher Sprache lesen demnach 25,4 Prozent der Befragten täglich oder fast täglich und weitere 22,6 Prozent mehrmals in der Woche (vgl. Tabelle 3). Eine Tageszeitung in der Muttersprache wird von 11,9 Prozent täglich oder fast täglich und von 15,9 Prozent mehrmals in der Woche gelesen. Insgesamt 21,8 Prozent nutzen nie eine deutschsprachige Tageszeitung, bezogen auf Tageszeitungen aus dem Herkunftsland sind es 35,6 Prozent. Im Vergleich der Nationalitäten sind die Italiener die stärksten Nutzer deutscher Tageszeitungen (täglich: 32,1%), gefolgt von den Griechen (25,8%) und den Befragten aus dem ehemaligen Jugoslawien mit 23,8 Prozent. Mit einem Anteil von 19,9 Prozent ist die tägliche Nutzung der deutschen Tageszeitung bei den Türken am niedrigsten. Dagegen ist die Leserschaft einer Tageszeitung in der Muttersprache im Vergleich zu den anderen Nationalitäten bei den Türken am höchsten. 22,1 Prozent lesen täglich und weitere 20,2 Prozent mehrmals in der Woche eine Zeitung in ihrer Muttersprache. Bei den Griechen beträgt der Anteil täglicher Nutzer 8,7 Prozent, bei der Gruppe der Serben und Montenegriner/Bosnier/Kroaten 6,8 Prozent und bei den Italienern 9,9 Prozent.

**70% schalten täglich deutschsprachiges Fernsehen ein**

Das deutsche Fernsehen ist bei allen Gruppen das Medium mit der höchsten Nutzung. Insgesamt schalten 70,4 Prozent aller Befragten täglich das deutsche Fernsehen ein, wobei die Nutzung bei

den Türken am niedrigsten (64,7%) und bei den Ex-Jugoslawen am höchsten ist (78,2%). Nur eine Minderheit von 3,8 Prozent wird nicht mit dem deutschen Fernsehen erreicht. Die Nutzung von Fernsehprogrammen in der Sprache des Herkunftslandes ist bei den Türken deutlich am höchsten: 60 Prozent sehen täglich türkische Fernsehprogramme. Hier spiegelt sich deutlich die besondere Angebotssituation für türkisches Fernsehen wider: Über Satellit konnten schon seit längerem etliche türkische Fernsehprogramme in NRW empfangen werden. Bei den anderen Nationalitäten liegt die tägliche Nutzung von Fernsehsendern des Heimatlandes zwischen 14,7 Prozent (Serben und Montenegriner/Bosnier/Kroaten) und 31,8 Prozent (Italiener).

Bezogen auf die Gesamtheit der vier Nationalitäten nutzen 41,0 Prozent täglich oder fast täglich und weitere 20,3 Prozent mehrmals in der Woche ein deutschsprachiges Radioprogramm. 11,2 Prozent der Migranten hören seltener und 18,8 Prozent nie ein deutschsprachiges Radioprogramm. Ein Radioprogramm in der Muttersprache schalten 9,7 Prozent täglich/fast täglich ein und 11,5 Prozent mehrmals in der Woche. 19,3 Prozent hören seltener und 50,9 Prozent nie ein Radioprogramm in der Muttersprache. Auch bei der Radionutzung zeigt sich ein ähnlicher Befund wie bei den anderen Medien: Türken schalten am häufigsten Sender in der Muttersprache ein, deutsche Programme werden im Vergleich zu den anderen Nationalitäten dagegen weniger gehört. Bei den Italienern und den Griechen ist die tägliche Nutzung deutscher Radioprogramme am höchsten (für beide (fast) täglich um 47%), während die Nutzung von Radiosendern in der Muttersprache bei den Griechen und der Gruppe der Serben und Montenegriner/Bosnier/Kroaten am niedrigsten ist ((fast) täglich für beide unter 9%).

**41% hören täglich ein deutschsprachiges Radioprogramm**

Spielt bei den Türken speziell die Fernsehnutzung über Satellit eine große Rolle, ist dieser Effekt beim Radio nicht spürbar. Für alle Gruppen gemeinsam gilt also: Die Radionutzung über Satellit ist grundsätzlich sehr gering ausgeprägt und das über UKW empfangbare deutschsprachige Radio

## ③ Nutzung von Medien in deutscher Sprache und Sprache des Herkunftslandes

Personen ab 14 Jahre, in %

Medium	Nutzungsfrequenz	4 Nationalitäten- gruppen gesamt	Türken	Griechen	Serben und Montenegriner/ Bosnier/ Kroaten	Italiener
<b>In deutscher Sprache:</b>						
Tageszeitung	täglich/fast täglich	25,4	19,9	25,8	23,8	32,1
	mehrmals in der Woche	22,6	21,2	24,7	25,9	18,8
	mehrmals im Monat	12,1	9,2	12,4	13,5	13,2
	etwa einmal im Monat	2,7	2,0	1,9	5,1	1,8
	seltener	15,2	19,8	13,1	14,9	12,9
	nie	21,8	27,7	21,9	16,5	21,2
Fernsehen	täglich/fast täglich	70,4	64,7	67,8	78,2	71,0
	mehrmals in der Woche	16,7	17,4	17,9	16,5	14,8
	mehrmals im Monat	4,1	5,9	4,6	1,8	4,1
	etwa einmal im Monat	1,0	1,4	1,2	0,7	0,8
	seltener	3,8	6,9	3,7	1,3	3,3
	nie	3,8	3,4	4,7	1,3	5,9
Radio	täglich/fast täglich	41,0	25,5	47,5	43,8	47,3
	mehrmals in der Woche	20,3	20,7	17,8	25,2	17,6
	mehrmals im Monat	6,9	9,1	6,4	6,4	5,8
	etwa einmal im Monat	1,4	1,4	2,0	1,3	1,1
	seltener	11,2	15,1	10,4	9,4	9,9
	nie	18,8	28,0	15,4	13,9	18,0
Internet	täglich/fast täglich	7,7	8,9	6,7	7,3	7,8
	mehrmals in der Woche	11,4	10,9	12,3	10,2	12,4
	mehrmals im Monat	6,2	6,0	6,5	6,0	6,3
	etwa einmal im Monat	1,5	1,9	1,3	1,2	1,7
	seltener	4,5	6,2	4,1	4,4	3,2
	nie	68,0	65,0	68,4	70,1	68,4
<b>In der Sprache des Herkunftslandes:</b>						
Tageszeitung	täglich/fast täglich	11,9	22,2	8,7	6,8	9,9
	mehrmals in der Woche	15,9	20,2	14,3	14,6	14,3
	mehrmals im Monat	13,1	13,2	12,3	10,9	15,8
	etwa einmal im Monat	3,7	1,8	4,8	5,1	3,2
	seltener	19,4	17,2	19,9	20,8	19,6
	nie	35,6	25,1	39,1	41,4	36,9
Fernsehen	täglich/fast täglich	33,4	60,0	26,9	14,7	31,8
	mehrmals in der Woche	15,0	15,8	15,1	13,1	16,1
	mehrmals im Monat	9,0	7,8	11,0	6,8	10,4
	etwa einmal im Monat	1,5	0,6	1,6	2,3	1,3
	seltener	15,9	8,3	17,7	21,0	16,5
	nie	25,0	7,5	27,3	41,9	23,4
Radio	täglich/fast täglich	9,7	11,4	8,8	8,6	10,1
	mehrmals in der Woche	11,5	14,7	10,2	12,8	8,5
	mehrmals im Monat	6,4	5,8	7,2	4,5	8,3
	etwa einmal im Monat	1,8	2,2	1,4	1,6	1,9
	seltener	19,3	20,0	19,0	18,9	19,2
	nie	50,9	45,5	53,0	53,0	51,8
Internet	täglich/fast täglich	2,4	3,8	1,5	2,3	2,1
	mehrmals in der Woche	3,5	5,2	2,5	1,6	4,9
	mehrmals im Monat	3,1	3,4	2,7	3,9	2,6
	etwa einmal im Monat	1,5	1,5	1,0	2,7	0,9
	seltener	7,0	8,2	8,5	4,9	6,3
	nie	81,2	76,6	82,2	83,6	82,3

Empfangsgebiet Funkhaus Europa in NRW.

Quelle: WDR-Studie Mediennutzung von Migranten 2004.



**Deutsche wie muttersprachige Internetangebote wenig genutzt**

hat sprachliche und inhaltliche Zugangsbarrieren vor allem für ältere Migranten.

Die Internetnutzung ist sehr gering. 68,0 Prozent werden nie von deutschsprachigen Internetangeboten erreicht. Noch mehr, die nicht erreicht werden, sind es bei muttersprachigen Internetangeboten: 81,2 Prozent. Gleich, ob muttersprachige Angebote oder deutsche Angebote, den höchsten Prozentsatz an nicht Erreichten haben die Migranten aus Ex-Jugoslawien.

**Mediennutzung 2002 bis 2004**

**Nutzung muttersprachiger Fernsehprogramme gegenüber 2002 gestiegen**

Im Vergleich zu 2002 hat ausschließlich die Fernsehnutzung zugenommen; Radio gehört und Tageszeitung gelesen wurde 2004 seltener (für das Internet stehen keine Vergleichsdaten zur Verfügung). Zwar hat die (fast) tägliche Nutzung deutschsprachigen Fernsehens um 1,9 Prozentpunkte abgenommen, die Nutzung muttersprachigen Fernsehens jedoch hat um 5,3 Prozentpunkte zugenommen (vg. Tabelle 4). Am gravierendsten sind die Veränderungen beim deutschsprachigen Radio und den deutschsprachigen Tageszeitungen: minus 6,5 bzw. 6,6 Prozentpunkte. Aufgeschlüsselt nach Nationalitäten zeigen sich speziell die Veränderungen in der Fernsehnutzung muttersprachiger Angebote bei allen befragten Gruppen mit Ausnahme der Gruppe der Serben/Montenegriner/Bosnier/Kroaten.

**Fremdsprachiges TV-Angebot hat stark zugenommen**

Der Nutzungsanstieg des muttersprachigen Fernsehens ist offensichtlich auf eine Veränderung der Marktsituation seit der letzten Untersuchung im Jahre 2002 zurückzuführen. Die Zahl der analogen Kabelnetze, die türkische, italienische und griechische Fernsehprogramme übertragen, ist seit 2002 um 80 Prozent angestiegen. Und auch in den digitalen Kabelnetzen gibt es mittlerweile günstige Pay-TV-Angebote (unter 5 Euro pro Monat) in Form spezieller türkischer, italienischer und griechischer Programmpakete. Von dieser Verschiebung der Mediennutzung zu Gunsten muttersprachiger Fernsehprogramme ist offensichtlich vor allem die Radionutzung in Mitleidenschaft gezogen worden.

**Programmerwartungen an das Radio**

**Auch für Migranten sind Musik und aktuelle Infos wichtigste Programmelemente**

Der Stellenwert einzelner Radioprogrammbestandteile gibt Hinweise auf die Nutzungsmotive des Radios bei den Migranten. Ebenso wie bei der deutschen Bevölkerung sind die gespielte Musik und die aktuellen Informationen und Nachrichten die zentralen Programmelemente des Radios; für 75,8 Prozent der Befragten ist die gespielte Musik sehr wichtig bzw. wichtig, für 73,4 Prozent sind es die aktuellen Informationen (vgl. Tabelle 5). Auch regionale Informationen, Moderation, Wetter, Verkehrsmeldungen und politische Hintergrundberichte sind ebenso wie Meldungen aus Alltag und Gesellschaft für eine Mehrheit der Migranten wichtige Programmbestandteile. Geringer ist das Interesse

an Sportberichten, Service- und Verbrauchertipps und Veranstaltungshinweisen ausgeprägt. Für noch weniger Migranten sind kulturelle Informationen, Informationen zur Musik, Sendungen mit Hörerbeteiligung und Comedy, Satire und Humor wichtige Elemente eines Radioprogramms. Im Vergleich zum deutschen Radiopublikum zeigt sich damit eine ähnliche Rangfolge bei den inhaltlichen Präferenzen. Hier schlägt sich aber die – im Vergleich zur deutschen Bevölkerung – geringere Affinität zum Medium Radio nieder, wie sie auch in den Nutzungsindikatoren deutlich wird. Unterschiede zwischen den einzelnen Nationalitätengruppen zeigen sich nur wenige.

**Nutzung einzelner Radioprogramme**

Die Nutzungsabfrage folgt nicht dem Standardmodell der Mediaanalyse mit ihrem umfassenden Tagesablaufschema. Hier wurde einfach nur gefragt, ob ein Sender gestern gehört wurde. Eine direkte Vergleichbarkeit zur Mediaanalyse ist also nicht gegeben.

Der Lokalfunk wird von den Befragten am meisten gehört (28,4% gestern gehört). Dann folgt Eins Live mit 20,2 Prozent, schließlich WDR 2 mit 11,6 Prozent. Funkhaus Europa wird an vierter Stelle geführt (4,7% gestern gehört). Nach WDR 4 (4,3%) folgen dann zunächst verschiedene muttersprachige Radios (vgl. Tabelle 6).

Unter den Top 5 der einzelnen Nationalitäten finden sich immer der Lokalfunk NRW, Eins Live und WDR 2. Der Lokalfunk wird von den Türken am wenigsten genutzt, von den Griechen am meisten. Eins Live hören Serben und Montenegriner/Bosnier/Kroaten am meisten, WDR 2 die Griechen. Unter den fünf meistgehörten Programmen rangiert bei allen Nationalitätengruppen auch noch ein muttersprachiges Angebot, je nach Nationalität ist dies TRT FM (Türken), Radio Sfera (Griechen), Radio Zagreb (Serben und Montenegriner/Bosnier/Kroaten) oder RAI 1 (Italiener). Je nach Konstellation tauchen unter den fünf meistgenutzten Programmen dann noch WDR 4 und/oder Funkhaus Europa auf.

**Funkhaus Europa**

Funkhaus Europa ist das integrative Radioprogramm für Hörerinnen und Hörer ausländischer Herkunft und interessierte Deutsche in Nordrhein-Westfalen. Das 24-stündige Vollprogramm erstreckt sich über Nachrichten, Informationen mit dem Schwerpunkt Deutschland und Europa und moderne Weltmusik bis hin zu muttersprachigen Sendungen in verschiedenen Sprachen morgens und abends. Funkhaus Europa sendet als multikulturelles Programm in Deutsch und 15 weiteren Sprachen.

Funkhaus Europa wird – aufgesplittet nach den befragten Nationalitäten – am meisten von den Türken gehört (7,9% gestern gehört), vor den Italienern (4,2% gestern gehört). Dann folgen die Griechen (3,5%) und die Gruppe der Serben und Montenegriner/Bosnier/Kroaten (3,2%).

**Lokalfunk NRW vor Eins Live, WDR 2, Funkhaus Europa und WDR 4**

**Funkhaus Europa mit Nutzungsspitze am Abend – in Konkurrenz zum Fernsehen**

## ④ Nutzung von Medien in deutscher Sprache und Sprache des Herkunftslandes im Zeitvergleich

Personen ab 14 Jahre, täglich/fast täglich genutzt, in %

Medium	4 Nationalitäten- gruppen gesamt		Türken		Griechen		Serben und Montenegriner/ Bosnier/ Kroaten		Italiener	
	2002	2004	2002	2004	2002	2004	2002	2004	2002	2004
In deutscher Sprache:										
Tageszeitung	32,0	25,4	20,9	19,9	34,6	25,8	30,9	23,8	41,7	32,1
Fernsehen	72,3	70,4	61,9	64,7	74,6	67,8	81,2	78,2	71,6	71,0
Radio	47,5	41,0	38,6	25,5	49,6	47,5	49,1	43,8	52,8	47,3
In der Sprache des Herkunftslandes:										
Tageszeitung	14,1	11,9	23,2	22,2	12,5	8,7	9,4	6,8	11,3	9,9
Fernsehen	28,1	33,4	51,4	60,0	20,5	26,9	16,2	14,7	24,2	31,8
Radio	11,0	9,7	13,9	11,4	10,3	8,8	11,3	8,6	8,5	10,1

Empfangsgebiet Funkhaus Europa in NRW.

Quelle: WDR-Studie Mediennutzung von Migranten 2002 und 2004.

## ⑤ Wichtigkeit von Programmbestandteilen im Radio

Personen ab 14 Jahre, in %

Programmbestandteil	4 Nationalitäten- gruppen gesamt		Türken		Griechen		Serben und Montenegriner/ Bosnier/ Kroaten		Italiener	
	sehr wichtig	wichtig	sehr wichtig	wichtig	sehr wichtig	wichtig	sehr wichtig	wichtig	sehr wichtig	wichtig
Musik	47,3	28,5	48,7	25,7	44,3	31,9	52,0	25,9	44,0	30,6
Moderation	21,0	35,3	19,0	34,7	22,2	36,6	23,5	33,5	19,5	36,5
aktuelle Information und Nachrichten	39,6	33,8	38,8	29,8	37,9	38,2	45,3	31,0	36,6	36,0
politische Hintergrundberichte	16,9	28,2	17,6	25,5	17,6	29,5	18,7	29,8	13,9	27,7
bunte, vermischte Meldungen aus Alltag und Gesellschaft	15,8	36,6	12,6	37,5	17,5	35,8	17,1	37,8	15,8	35,5
Veranstaltungstipps	10,7	24,0	11,9	21,3	11,4	25,5	9,9	26,0	9,7	23,1
kulturelle Information	11,1	26,4	11,4	27,4	11,5	26,7	10,3	26,5	11,0	24,9
Service- und Verbrauchertipps	12,3	29,7	11,2	29,1	12,9	32,0	14,7	29,0	10,4	28,6
Sportberichterstattung	22,3	20,0	20,2	21,3	20,8	19,6	25,2	18,1	22,8	21,1
Comedy/Humor/Satire	9,8	26,4	8,5	27,8	9,3	25,3	13,6	27,1	7,8	25,4
Information zur Musik	14,4	29,1	15,0	29,2	12,5	32,1	16,2	29,6	13,7	25,6
Verkehrshinweise	29,8	26,0	29,4	23,3	27,5	31,1	32,2	25,3	30,2	24,5
Wetterinformation	31,7	34,4	30,8	31,6	30,1	37,3	34,8	32,4	31,3	36,5
regionale Information	29,3	35,6	22,0	37,4	31,9	37,0	36,1	29,6	27,0	38,5
Sendungen mit Hörerbeteiligung/Sendun- gen, in denen Hörer anrufen können	9,2	20,8	8,8	21,7	10,7	20,8	9,9	21,5	7,4	19,1
Beiträge über das Leben der eigenen Nationalitätengruppe in Deutschland	14,8	30,9	24,1	30,3	11,8	32,1	11,7	32,6	11,5	28,7
Information zur Zuwanderungspolitik	10,4	27,5	14,9	28,1	8,0	28,4	11,7	29,4	7,0	24,1
Beiträge über das Zusammenleben der Kulturen	11,4	29,9	17,7	24,7	8,4	32,0	10,9	32,4	8,4	27,6

Empfangsgebiet Funkhaus Europa in NRW.

Quelle: WDR-Studie Mediennutzung von Migranten 2004.

⑥ Nutzung von Radioprogrammen nach Nationalitätengruppen

Personen ab 14 Jahre, gestern gehört, in %

4 Nationalitäten- gruppen gesamt	Türken		Griechen		Serben und Montenegriner/ Bosnier/Kroaten		Italiener		
Lokalfunk	28,4	Lokalfunk	21,6	Lokalfunk	32,1	Lokalfunk	30,1	Lokalfunk	29,8
Eins Live	20,2	Eins Live	17,4	Eins Live	19,0	Eins Live	23,6	Eins Live	21,0
WDR 2	11,6	TRT FM	8,8	WDR 2	14,9	WDR 2	14,3	WDR 2	8,7
Funkhaus Europa	4,7	WDR 2	8,3	Radio Sfera	6,9	Radio Zagreb	5,8	RAI 1	8,7
WDR 4	4,3	Funkhaus Europa	7,9	Radio Thessaloniki	6,2	WDR 4	5,3	WDR 4	4,9
TRT FM Kanäle	2,2	Kral Radio	7,7	WDR 4	5,3	Radio Belgrad 1	3,9	RAI 2	4,9
RAI 1	2,2	Süper FM	4,4	Funkhaus Europa	3,5	Funkhaus Europa	3,2	Funkhaus Europa	4,2
RAI 2	1,2	WDR 4	1,6	NSR	3,4	Hrvatski Radio	2,6	Radio Italia	4,2
WDR 5	1,1	WDR 5	1,4	RTL Radio	1,4	WDR 3	1,2	RAI International	2,4
WDR 3	1,0	Hit Radio RPR 1	0,9	Jam FM	1,3	WDR 5	1,1	RAI 3	2,1
RTL Radio	1,0	Jam FM	0,5	WDR 3	1,0	RTL Radio	1,0	WDR 3	1,4
RAI International	0,6	Radio RPR 2	0,4	SWR 3	0,9	Hit Radio RPR 1	0,9	WDR 5	1,2
RAI 3	0,5	WDR 3	0,3	WDR 5	0,8	Radio RPR 2	0,9	RTL Radio	1,2

Empfangsgebiet Funkhaus Europa in NRW.

Quelle: WDR-Studie Mediennutzung von Migranten 2004.

Die Radionutzung im Tagesverlauf wurde anhand der gewohnheitsmäßigen Nutzung des meistgehörten Programms in Stundenschritten erhoben. Die Nutzung von Funkhaus Europa weist im Tagesverlauf eine deutliche Prime Time zwischen 19.00 und 21.00 Uhr auf, eine kleinere Spitze gibt es morgens zwischen 7.00 und 8.00 Uhr, einen weiteren kleinen Höhepunkt zwischen 12.00 und 13.00 Uhr (vgl. Abbildung 1). Die Nutzungsspitze am Abend ist äußerst untypisch für das Medium Radio und zurückzuführen auf das ganz spezielle Angebot muttersprachiger Sendungen zu dieser Zeit.

Der ebenfalls in dieser Studie erhobene gewohnheitsmäßige Verlauf der Fernsehnutzung hat seine Spitze zwischen 20.00 und 22.00 Uhr, beginnend um 19.00 Uhr. Diese Prime-Time-Konkurrenz, in der Funkhaus Europa zum Fernsehen steht, ist ein Spezifikum von Funkhaus Europa.

**Muttersprachige Sendungen auf Funkhaus Europa**

Die Einzelbetrachtung der muttersprachigen Sendungen zeigt für die Sendung „Köln Radyosu“ (Türkei), „Radio Forum“ (Kroatien, Serbien-Montenegro, Slowenien) sowie „Radio Colonia“ (Italien) Nutzungswerte von etwa 10 Prozent im weitesten Hörerkreis (in den letzten 14 Tagen gehört). Die griechische Sendung („Ekpombijatous Ellines tis Germanias“) wird am wenigsten genutzt (7,6%).

**Starke Bindung der Befragten an muttersprachige Sendungen**

Die Bindung der weitesten Hörerkreise an die jeweiligen Sendungen ist ungleich höher. Über 90 Prozent würden „ihre“ Sendung bei Einstellung

vermissen. Am wenigsten ausgeprägt ist dieser Wert bei den Italienern, am stärksten bei den Griechen und den Türken (vgl. Tabelle 7).

Vor allem für die muttersprachigen Sendungen von Funkhaus Europa am Abend spielt die weiter oben beschriebene Entwicklung des Fernsehangebots eine wichtige Rolle. Denn erstens stehen sie sowieso in der direkten Konkurrenz zur Prime Time des „übermächtigen“ Fernsehens. Und zweitens ist ihr Alleinstellungsmerkmal, die Muttersprachigkeit, durch die vermehrten Angebote muttersprachiger Fernsehprogramme zur gleichen Uhrzeit nun weniger gegeben.

**Fazit**

Die Mediennutzung von Migranten ist in Nordrhein-Westfalen intensiv von deutschsprachigen Medien geprägt. Hierbei spielt das Fernsehen die wichtigste Rolle, nicht anders als in der deutschen Bevölkerung. Bei der Nutzung muttersprachiger Medien steht gleichfalls das Fernsehen vorn. Als einziges aller abgefragten Medien konnte das muttersprachige Fernsehen im Zeitvergleich an Nutzung gewinnen. Zurückzuführen ist dies auf eine Ausweitung des Angebots entsprechender Programme. Trotz der vorrangigen Stellung deutschsprachigen Fernsehens werden also nicht alle Bedürfnisse durch dieses erfüllt.

Am zweitwichtigsten ist das deutschsprachige Radio. Der Abstand zur Nutzung muttersprachiger Radioangebote ist sehr groß. Diese werden allerdings noch weniger genutzt als deutsche oder muttersprachige Tageszeitungen.

Die Struktur der Programmwartungen an das Radio zeigt außer dem grundsätzlich relativ geringen Niveau kaum Besonderheiten: Musik ist das wichtigste Einschaltmotiv neben dem generellen Wunsch nach Information. Obwohl nicht vorrangig, hat Information über das Zusammenleben der Kul-

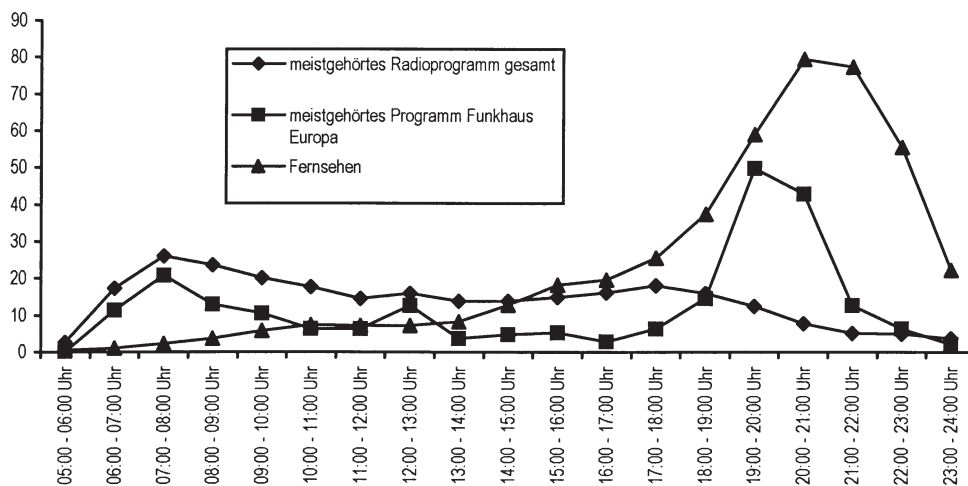
**Deutschsprachige Medien, vor allem TV, spielen auch für Migranten wichtigste Rolle**

**Deutschsprachiges Radio zweitwichtigstes Medium**



**Abb. 1 Mediennutzung von Migranten im Tagesverlauf\***

Personen ab 14 Jahre, 5-24 Uhr, in %



\*) Empfangsgebiet Funkhaus Europa NRW.

Quelle: WDR-Studie Mediennutzung von Migranten 2004.

**⑦ Muttersprachige Sendungen auf Funkhaus Europa: Nutzung und Bindung**

Personen ab 14 Jahre, in %

Programm	Nationalität	weitester Hörerkreis	vermissen		
			sehr	etwas	nicht
Köln Radyosu	Türken	10,6	49,0	41,4	9,6
Ekpombijiatous Ellines tis Germanias	Griechen	7,6	49,0	45,9	5,1
Radio Forum	Serben u. Montenegriner/Bosnier/Kroaten	10,6	43,4	49,6	5,7
Radio Colonia/L'Italia in diretta	Italiener	10,2	33,3	58,4	6,9
alle vier Sendungen	vier Nationalitätengruppen gesamt	9,8	43,4	48,8	7,1

Empfangsgebiet Funkhaus Europa in NRW.

Quelle: WDR-Studie Mediennutzung von Migranten 2004.

turen und das Leben der eigenen Nationalitäten-gruppe in Deutschland aber einen gewissen Stellenwert.

Dies ist auch der Anspruch, mit dem Funkhaus Europa antritt: Ein Integrationsprogramm zu bieten, das für die verschiedenen Migrantengruppen und auch für Deutsche gleichermaßen attraktiv ist.

Dass dies zwar äußerst schwierig, aber durchaus möglich ist, zeigt der Vergleich zu den „großen“ Programmen Lokalfunk, Eins Live und WDR 2: Trotz einer relativ geringen Reichweite liegt Funkhaus Europa als einziges alle Nationalitätengruppen berücksichtigendes Programm auf Rang 4 in deren Nutzung, was eine Bestätigung für das Gesamtkonzept dieses Programms bedeutet.

**Programmkonzept  
von Funkhaus  
Europa bestätigt**

