

LOTHAR WICHERT

RADIOPROFILE IN BRANDENBURG

DIE LOKALPROGRAMME IM VERGLEICH
2009

EINE UNTERSUCHUNG IM AUFTRAG DER MABB

Inhalt

1 Einleitung	3
2 Untersuchungsanlage	5
3 Wort	9
3.1 Umfang und Kategorien – alle Programme	9
3.2 Beschreibung und Zusammensetzung Wort – einzelne Programme	15
3.3 Zentrale Ergebnisse – alle Programme	27
3.3.1 Journalistische Beiträge außerhalb von Nachrichten, Regional- /Lokalnachrichten und Service	27
3.3.2 Wert tritt auf - Akteursstruktur	29
3.3.3 Gesellschaftliche Relevanz der Beiträge	31
4 Nachrichten	33
4.1 Umfang, Erwartungen und Kategorien – alle Programme	33
4.2 Zusammensetzung Nachrichten – alle Programme	36
4.3 Regional-/Lokalnachrichten	38
5 Fazit Wort	42
6 Musik	45
6.1 Problemaufriß und Kategorien	45
6.2 Zentrale Ergebnisse	48
6.2.1 Musikrichtung – alle Programme	48
6.2.2 Musikherkunft – alle Programme	50
6.2.3 Musikära – alle Programme	50
6.2.4 Musikstruktur – alle Programme	53
7 Fazit Musik	54
8 Anhang	56
9 Literatur	67
10 Abbildungs-, Tabellenverzeichnis und Verbreitungsgebiete	69
11 Der Autor	70

[Redaktionsschluss: 10.05.2010]

1 Einleitung

Dass die Zukunft des Radios ungewisser denn je ist, wird noch klarer, wenn man Lokalprogramme untersucht. Sie tragen an der technologischen Evolution und an den wirtschaftlichen Zwängen besonders schwer. Das heißt, bei ihnen sind wie unter einem Brennglas Entwicklungen noch besser aufzuspüren. Und es zeigt sich: Radio ist vor dem Hintergrund der digitalen Herausforderung zum konservativen Medium geworden: Programmlich und zukunftsgerichtet wenig initiativ.

Zwar sehen die Veranstalter durchaus, dass die Digitalisierung auch des Hörfunks und ein sich änderndes Medien-Nutzungsverhalten die Branche vor große Herausforderungen stellt, aber die Antworten fallen darauf leerformelhaft und technologisch oder rechtlich aus. Einige Beispiele: Die mobile Nutzung müsse nun mit neuen Radioangeboten in den Blick genommen werden¹. Nach und neben UKW müsse es fürs Radio weiter einen originären terrestrischen Übertragungsweg geben². Ordnungspolitisch müsse eine Werbe- und Entfaltungsbegrenzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Angriff genommen werden. Programmlich innovative Ansätze wird man bisher jedenfalls vergeblich suchen. Ohne sie aber geht das (alte) Radio in der (neuen) digitalen Pluralität unter.

Dass die Schwierigkeiten, die alle traditionellen Massenmedien zurzeit erleben, ursächlich mit deren Konvergenz im Web zusammenhängen, ist längst bekannt³. Eine der neuen, griffigen Zukunftsschneisen ist, dass die Medien und das Internet mobil werden. Nur ist es ein Irrtum, anzunehmen, dabei ohne die Ausbildung spezifischer Darbietungs- und Beteiligungsformen sowie andersartiger, kommunikativ neuer inhaltlicher Angebote auszukommen. Der bloße Transfer des

¹ Dr. Udo Becker, Geschäftsführer des Mantelprogrammanbieters radio NRW angesichts des erneuten Reichweitenanstiegs der NRW-Lokalradios in der ma 2010 Radio I. Vgl.: www.radiornrw.de.

² Vgl.: Kors; Johannes. „Entwicklung des Hörfunks Berlin-Brandenburg in der digitalen Welt“, VISTAS 2010. S.120f. Vgl. dazu die Positionen der ARD, des ZDF, des Deutschlandradios, der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk KEF und der privaten Rundfunkverbände. Bei den lokalen Hörfunkveranstaltern fällt mit 43 Prozent die mögliche Zustimmung der privaten Anbieter gegenüber DAB+ noch am höchsten aus. Vgl.: „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2008/2009 – Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten“, VISTAS 2010, S.185.

³ Neue Schätzungen gehen davon aus, dass gut 2000 mehr oder minder dauerhaft betriebene Webradio-Angebote deutscher Herkunft vorliegen. International belaufen sich die Schätzungen über die Anzahl der Webradiosender auf 10500 bis 14000, je nachdem, welche der nicht dauerhaft sendenden Programme mitgezählt werden. Vgl.: Martens, Dirk/Windgasse, Thomas: „Nutzungsveränderung und Zukunftsperspektiven von Webradio. Ergebnisse einer Nutzerbefragung“. Media Perspektiven 3/2010, S.120.

bereits Vorhandenen auf mobile Endgeräte dürfte kaum erfolgreich sein⁴. Das trifft auf die gesamte Web- bzw. IP-Welt zu.

Dass das Radio, im Gegensatz zum Fernsehen übrigens, es bei der jungen Generation besonders schwer hat, weil es wesentliche Bereiche wie Unterhaltung und insbesondere seine „parasoziale Funktion“⁵ ans Web verliert, ist eine empirisch erhärtete Einsicht. Andererseits scheint das Radio sich als erstes Medium bimedial, also zum Internet als parallel nutzbar zu erweisen. Radio erreicht in durchaus beachtlicher Größenordnung „bei den Onlinenutzern den schnellsten Botschaftstransfer über mediale Grenzen hinweg“⁶.

Auch wenn die Lokalprogramme, auch die in Brandenburg, sich mit Rezepten für die digitalen Möglichkeiten des Hörfunks besonders schwer tun, können sie dennoch von ganz anderen gesellschaftlichen Entwicklungen profitieren. Wenn es zutrifft, das zu wissen, was in meiner Region geschieht, einen hohen Stellenwert auch bei Radiohörern einnimmt, dann bleibt die Herstellung eines emotionalen Bezugs zum engeren Lebensumfeld auch ohne technologische oder programmliche Innovation (noch) ein gangbarer Weg. Die positive Wiederbesetzung des Begriffs „Heimat“ auch bei Jüngeren, für die „das Gefühl von Heimat längst die spießige Ecke verlassen“ hat, müsste es denen, die mit der engeren persönlichen Lebenswelt der Menschen umzugehen haben, durchaus leichter machen. „Familie“, „Vertrautheit“, „Geborgenheit“, „Kindheit“, „Wohnort“, „Region“ sind Begriffe, die primär mit dem „Gefühl von Heimat“ verbunden werden⁷. In dieser inhaltlichen Ebene gilt es also wohl, die untersuchten Brandenburger Programme auf ihre lokale Kompetenz und Qualität hin zu hinterfragen.

⁴ Vgl. Gleich, Uli: „ARD-Forschungsdienst. Nutzung mobiler Medien“, Media Perspektiven 10/2009, S. 554.

⁵ Vgl.: Oehmichen, Ekkehardt/Schröter, Christian: „Zur Differenzierung des Medienhandelns der jungen Generation“, Media Perspektiven 8/2009, S.434.

⁶ Vgl.: Franz, Gerhard: „Werbekampagnen: Crossmediale Synergien von TV, Radio und Online“, Media Perspektiven 10/2009, S.531f.

⁷ Vgl.: Emnid-Umfrage Ende 2009 repräsentativ deutschlandweit für Reader`s Digest. www.finanznachrichten.de. Vgl.: Umfrage der Stuttgarter Zeitung, veröffentlicht am 27.03.2010.

2 Untersuchungsanlage

Die Lokalprogramme in Brandenburg in der Gegenüberstellung - diese Untersuchung ist die Erweiterung der seit 1994 alle zwei Jahre im Auftrag der mabb stattfindenden inhaltsanalytischen Bestandsaufnahmen „Radioprofile in Berlin-Brandenburg“⁸, die sich bisher auf die landesweiten Anbieter beschränkt haben und ab 2007 eigenständig auf die Lokalprogramme ausgedehnt worden sind⁹. Zu den bisherigen fünf Programmen oldiostar (UKW-Frequenz 104.9, 96.7), Radio Cottbus (90.3, 92.1, 94.5, 102.7), Power Radio (91.8, 95.2, 95.3, 88.3, 94.4, 97.0), SENDER KW (93.9, 99.1, 105.1) und ELSTERWELLE (103.8 in Brandenburg und 88.2 bzw. seit kurzem 102.8 in Sachsen) kommt Radio Paradiso Brandenburg (90.4, 95.5, 105.9) hinzu. Es handelt sich um eine Mischform aus dem landesweiten Programm Radio Paradiso zuzüglich einer partiell eigenständigen Moderation sowie eigenständiger lokaler, programmlicher Einschübe für die drei zur Verfügung gestellten Frequenzen. Dieses (teilweise lokale) Programm wird bei der Untersuchung Wort gleichrangig neben die anderen lokalen Anbieter gestellt. Die Musik entspricht dem Format von Radio Paradiso in Berlin und wird nicht mit bewertet.

Die Reihenfolge der Sender orientiert sich in der Darstellung am Umfang Wort. Daneben steht Radio Paradiso Brandenburg. Design und Kategoriensystem stimmen mit den bisherigen Untersuchungen überein. Der Grund dafür ist, die Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten. Die bisherige Kategorie „regional“ (präzisiert als auf die Region Berlin-Brandenburg bezogen) wird ergänzt durch die Kategorie „lokal“ (auf die Frequenzgebiete des jeweiligen Lokalprogramms bezogen). Hinzu kommen als Vergleich die regionalen Splittungen einiger landesweiter Anbieter, hauptsächlich also die Regional-/Lokalnachrichten der weite Teile Brandenburgs erreichenden Programme von BB RADIO (Brandenburg, Havelland, Niederlausitz, Nordost, Oderland und Prignitz) sowie rs2 (Cottbus, Frankfurt, Uckermark und Berlin).

Für die Analyse Wort wurden 204 Stunden Programm abgehört. Es wurden 132 Nachrichtensendungen mit 578 Meldungen analysiert und (praktisch als Vollerhebung) alle 122 Regional-/Lokalnachrichten mit 271 Meldungen an den Berichtstagen der Lokalsender ausgewertet. Hinzu kommen 240 Regional-/Lokalnachrichten mit 846 Meldungen 4fach von rs2 und 6fach von BB RADIO. Für die Musik wurden die Sendefahrpläne der 5 Lokalprogramme (ohne Radio Paradiso Brandenburg) an den Stichtagen in der Hauptsendezeit zwischen 6.00 Uhr und 18.00

⁸Vgl. Zuletzt: Wichert, Lothar: „Radioprofile in Berlin-Brandenburg. Die privaten und ein öffentlich-rechtliches Programm im Vergleich. 2008“. Vistas 2009.

⁹Vgl.: Wichert, Lothar: „Radioprofile in Brandenburg. Fünf Lokalprogramme im Vergleich. 2007“, Vistas 2008.

Uhr berücksichtigt, das heißt 1371 Titel wurden erfasst und kategorisiert. Wie bisher beschränkt sich die Untersuchung Wort auf die Zeit zwischen 5.00 Uhr und 22.00 Uhr. Alle Lokalprogramme strahlen nachts, phasenweise auch tagsüber, nur computergesteuerte, im automatisierten Sendebetrieb erstellte Programme aus. Ausnahme: Power Radio und Radio Cottbus (neu!) senden Nachrichten rund um die Uhr, oldiestar bis 24.00 Uhr.

Neben dem (journalistischen) Wort und der Musik werden mengenmäßig auch Gewinnaktionen und Call-in-Elemente erfasst. Es bleibt nur die Werbung ausgeklammert. In den Kategorien dieser Untersuchung wird also der Bereich Wort plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen dargestellt. Call-in-Elemente sind alle Anrufe zu Musik- und Hörerwünschen, Befindlichkeitsvermittlungen, der Dialog mit dem Hörer, alle kommunikativen Ansätze außerhalb von Gewinnaktionen. Hörermeinungen zu Sachthemen gehören zum journalistischen Wort. Gewinnaktionen werden definiert als alle Handlungen, bei denen es Geld- oder Sachpreise wie Reisen bzw. andere Zuwendungen wie Tickets, CDs, DVDs oder spezielle Darbietungen für die Teilnehmer gibt (inklusive der entsprechenden Trailer dazu).

Ausgespart bleibt - soweit identifizierbar - die Werbung. Wie schwierig es ist, die Trennung zwischen Programminhalten, Marketingaussagen, Sponsoring, Schleichwerbung und Werbung im klassischen Sinne gegen Entgelt inhaltsanalytisch nachzuvollziehen, ist wiederholt, auch in den eigenen Untersuchungen, dargestellt worden. Die Studie über „Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Radio“¹⁰ gibt Auskunft darüber. Sie wird im Ergebnis noch durch weitere, neuere Arbeiten zu den werblichen Erscheinungen im Fernsehen verschärft, in denen die zentrale Botschaft lautet: Werbung und Programm „stellen keine einander ausschließende Entitäten mehr da“. Ganz offensichtlich kollidierten Programmrealität und medienrechtliche Normvorstellungen „tagtäglich“¹¹! Es werden Erscheinungen beschrieben, die bei den untersuchten Lokalradios aus personell-strukturellen Gründen noch klarer hervortreten. Denn aufgrund finanziell und mitarbeitermäßig knapper Ressourcen sind die Programme weitgehend „Ein-Mann-Shows“. Der Moderator liefert journalistische Inhalte, Service-Leistungen, Sponsoring-Einschübe und auch direkte werbliche Aussagen. Das ist vom Zuhörer auch bei hoher Medienkompetenz kaum auseinanderzuhalten.

¹⁰ Vgl.: Volpers, Helmut: „Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Radio. Eine Typologisierung persuasiver Kommunikationsangebote des Hörfunks“. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. Band 55, 2007.

¹¹ Vgl.: Volpers, Helmut/Bernhard, Uli: „Programmintegrierte Werbeformen in der Zuschauerwahrnehmung“, in: ALM Programmbericht Fernsehen in Deutschland 2009, S. 169f.

Das musikalische Profil wird wieder mit den folgenden Größen charakterisiert:

- mit der Sparte, aus der die Musik stammt (Musikrichtung),
- mit dem sprachlichen Raum, zu dem die Musik gehört (Musikherkunft)¹²,
- mit dem Alter der gespielten Titel (Musikära),
- mit dem Klangbild der Musik (Musikstruktur)¹³.

Im journalistischen Profil drückt sich die redaktionelle Substanz eines Programms aus. Information, (Bildung), Beratung, Unterhaltung und Service werden zusammengefasst in der Kategorie „Wort“. Ein gewisser Anspruch darauf darf auch beim Privatfunk nicht aufgegeben werden. Es heißt auch für die Zukunft sicherzustellen, dass im privaten Rundfunk „nicht nur Geld verdient, sondern auch gesellschaftliche Grundverpflichtungen relevanter Kommunikation eingehalten werden“¹⁴. Anders ausgedrückt: „Ein Rundfunkanbieter betreibt nicht ein gewöhnliches Wirtschaftsunternehmen. Er genießt ein besonderes Grundrecht, und das ist auch mit einem besonderen Auftrag verbunden“¹⁵.

Einen hervorzuhebenden Anteil am Wort haben Nachrichten und Regional-/Lokalnachrichten. Sie sind bei privaten Sendern, auch in der Region, lange die einzige Informationsquelle gewesen. Das hat sich bei einigen landesweiten Programmen und besonders bei den jüngeren Zugängen wie Radio TEDDY oder 100,6 MotorFM wieder geändert. Dieser positive Sachverhalt trifft auch auf die fünf Lokalprogramme und auch auf Radio Paradiso Brandenburg zu. Ihr (vorhandener!) Wortanteil zwischen Nachrichten (inklusive Regional-/Lokalnachrichten) und Service liegt zwischen 36,8 Minuten (ELSTERWELLE) und 109,4 Minuten (oldiestar) täglich.

Die Nachrichten werden in einem eigenen Kapitel vorgestellt. Besondere Aufmerksamkeit wird darüber hinaus der Analyse der Regional-/Lokalnachrichten gewidmet. Denn sie sind zentraler Bestandteil der lokalen Kompetenz der Programme. Die Gegenüberstellung zu den landesweiten Anbietern und ihren lokalen Splittinganteilen macht deutlich, dass die erhobenen Werte nicht in allen Fällen zugunsten der Lokalprogramme ausfallen. Ferner wird beim Wort untersucht, ob es bestimmte Themenvorlieben gibt (beim Lokalfunk besonders

¹²Die Musikherkunft wird operationalisiert mit Hilfe der Sprache: englischsprachig=anglo-amerikanisch; deutschsprachig=deutsch; französisch-, italienisch-, spanisch-sprachig ... =europäisch. Nach Produktionsland wie die Musikindustrie zu unterscheiden, ist im Rahmen dieser Untersuchungen nicht möglich.

¹³ Auf die Darstellung des Wiedererkennungswertes infolge der Platzierung in den Media Control Airplay- und Verkaufscharts (Bekanntheitsgrad) wird verzichtet, weil nur Radio Cottbus in erheblichem Umfang aktuelle Titel spielt.

¹⁴ Vgl.: Helmes, Manfred: „Privater Rundfunk und gesellschaftspolitische Verantwortung. ALM Programmbericht 2007“, Vistas 2007, S. 166.

¹⁵ Vgl.: Limbach, Jutta: „Das Publikum wehrt sich selbst“. Interview: Der Tagesspiegel, 9.03.2010.

erkenntnisfördernd), wer in den einzelnen Programmen auftritt, welche gesellschaftliche Relevanz den einzelnen Beiträgen zuzuordnen ist und welche lokale Ausrichtung das Wort insgesamt hat.

Als Stichprobe wurde wieder eine „natürliche Woche“ im November ausgewählt: vom 16. bis 22. November 2009¹⁶. Der Zeitpunkt der Untersuchung ist keiner Redaktion bekannt gewesen. Die Sender wurden im Nachhinein um Sendeunterlagen Wort, um Sendefahrpläne Musik und um komplette Sendemitschnitte der Woche gebeten. Die Untersuchung Wort basiert weitgehend auf der Auswertung der auf CD und DVD vorliegenden Sendemitschnitte an zwei nicht aufeinander folgenden Werktagen.

In der ausgewählten Woche (das gilt auch für die Ausweich-Woche) hat es weder ereignisspezifische Besonderheiten noch redaktionell vom üblichen Betrieb abweichende Aktionen gegeben. Die beiden Tage können also bei den stringent formatierten Programmen als durchaus aussagekräftig für die Programmfolge von Montag bis Freitag angesehen werden.

¹⁶ Für oldiestar gelten aufgrund eines technischen Fehlers andere Untersuchungstage.

3 Wort

3.1 Umfang und Kategorien – alle Programme

Da die Lokalprogramme schwerpunktmäßig in Brandenburg und im Umland Berlins senden, ist zunächst angesichts möglicher Gegenüberstellungen mit den landesweiten Programmen in Berlin-Brandenburg auf die stets feststellbaren Differenzen beim Radiohören zwischen Stadt und Land hinzuweisen. Das ist übrigens ein bundesweites Phänomen¹⁷. In Brandenburg wird mehr Radio gehört als in Berlin. Das zeigt auch die ma 2010 Radio I erneut. Bei den 30-39-Jährigen liegt die Differenz sogar bei über 20 Prozentpunkten. Nur bei den 60-69-Jährigen kehren sich die Verhältnisse leicht um (s. Abbildung 1).

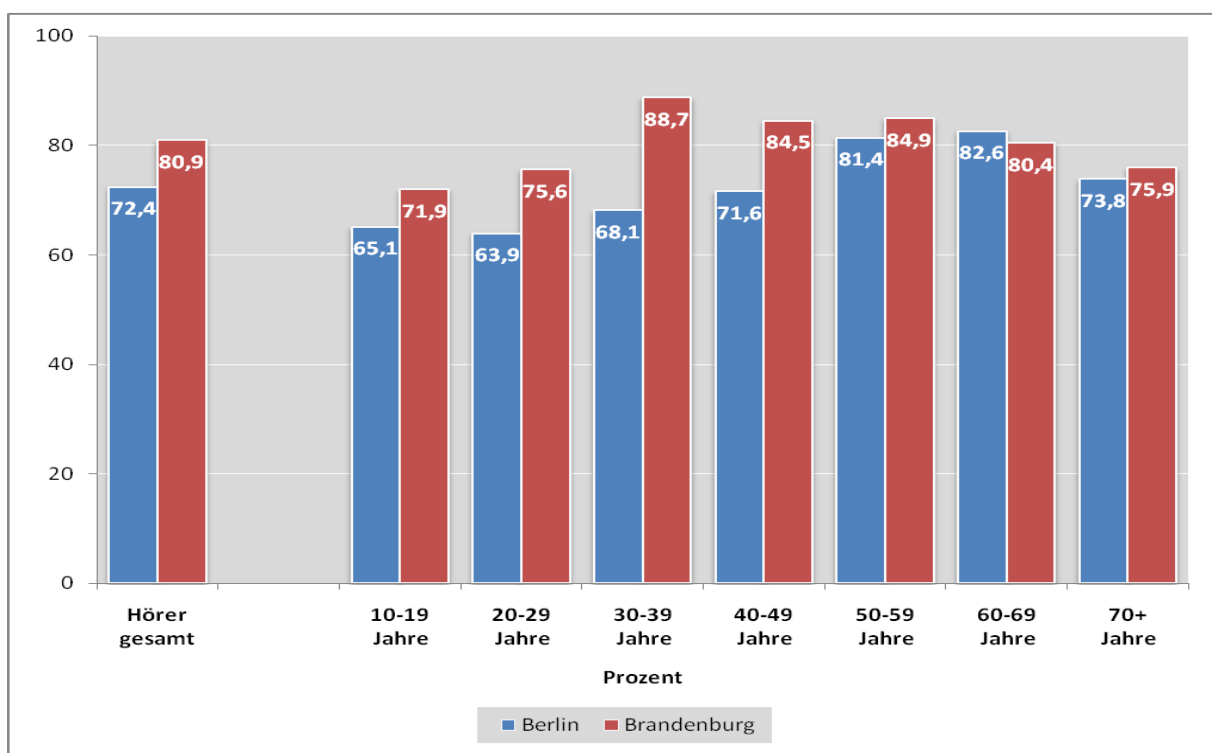


Abbildung 1. Radiohören gesamt und nach Altersgruppen (Montag bis Sonntag). Reichweiten-Vergleich Berlin und Brandenburg.

Quelle ma 2010 Radio I, deutschsprachige Bevölkerung ab 10 Jahren.

Die Lokalradios haben es von der Akzeptanz her, aber auch von ihrer – sozialpsychologisch - einfacheren Möglichkeit, emotionale Bindung, lokale Identität, Heimatgefühl qua Berichts-Objekt zu schaffen, leichter als landesweite, national

¹⁷ Im Fernsehen sieht es nicht so klar aus. Gemessen an der Sehdauer pro Tag in den Bundesländern wird in Hamburg beispielsweise rund 20 Minuten länger als im umliegenden Schleswig-Holstein oder Niedersachsen ferngesehen, in Brandenburg umgekehrt 17 Minuten länger als in Berlin. Vgl.: Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz: „Tendenzen im Zuschauerverhalten“, Media Perspektiven 3/2010, S. 108.

oder international orientierte Programme. Das bestätigen empirische Befunde nur zu deutlich¹⁸. Die Kompetenz des eigenen lokalen Programms wird zwar auch durch „Musik, die gefällt“ beschrieben, aber an erster Stelle stehen Informationen aus der Region, stehen Veranstaltungshinweise und die aktive Teilhabe vor Ort an regionalen Ereignissen. Die Lokalprogramme sollen ganz nah am Geschehen und am Hörer sein (s. Abbildung 2).

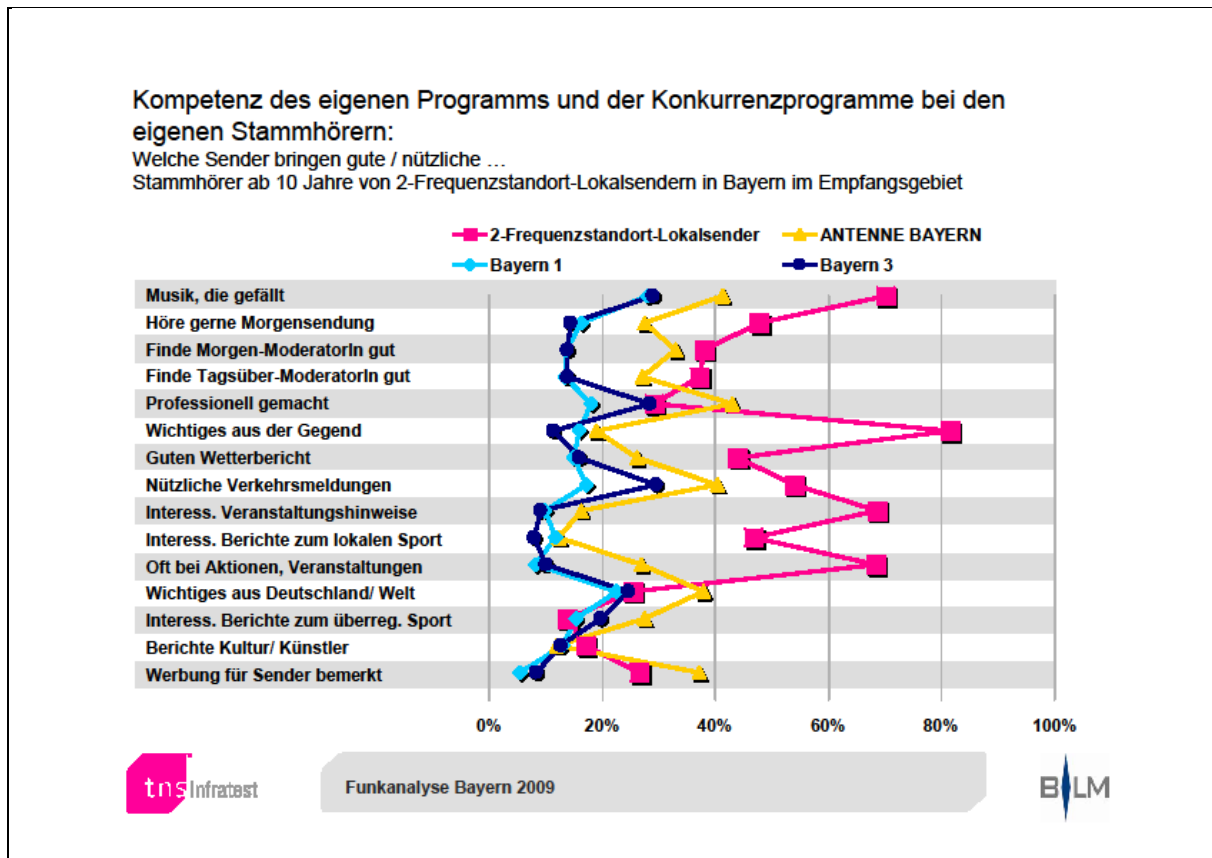


Abbildung 2: Kompetenz des eigenen und der Konkurrenzprogramme bei Stammhörern von 2-Frequenzstandort- Lokalsendern in Bayern. Angaben in Prozent. Quelle: Funkanalyse Bayern 2009.

In den großen Flächenländern gibt es eine breit gegliederte Landschaft von Lokalradios. In Sachsen sind es 21, in Baden-Württemberg 13, in Nordrhein-Westfalen neben einem landesweiten Mantelprogrammanbieter 46 (inklusive eines 15 Prozent-Anteils als Bürgerfunk) und - am stärksten ausgebildet – sind es in Bayern terrestrisch 64 Angebote, dazu 11 lokale Spartenprogramme¹⁹. In Bayern ist die Lokalradiolandschaft besonders transparent. Denn dort werden neben den halbjährlichen ma-Erhebungen die lokalen Programme spezifisch in der Funkanalyse

¹⁸ Vgl.: Funkanalyse Bayern 2009 (funkanalyse.tns-infratest.com). Jährlich im Auftrag der BLM und der privaten Rundfunkveranstalter in Bayern erstellt.

¹⁹ Vgl. die entsprechenden Internet-Plattformen der Landesmedienanstalten und ALM Jahrbücher.

Bayern zusätzlich jährlich erforscht. Dort zeigt sich beispielsweise, dass die privaten, lokalen Programme deutlicher bei den Jüngeren Anklang finden und erst ab 50 Jahren die Verhältnisse sich zugunsten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ändern. Das ist in München noch pointierter erkennbar als in den ländlichen Regionen. Und das wirkt sich natürlich auf das musikalische Profil aus, aber natürlich auch auf das gesamte programmliche Layout.

In der Funkanalyse Bayern 2009²⁰ wird u.a. zwischen „Umlandstandort-Lokalsendern“ mit hoher Überschneidung zur Großstadt, „2-Frequenzstandort-Lokalsendern“ und „1-Frequenzstandort-Lokalsendern“ unterschieden. Wegen der Nähe zu den Verhältnissen bei den Brandenburger Sendern wurden zum Vergleich die Ergebnisse der 2-Frequenzstandort-Lokalsender herangezogen. Aber diese Ergebnisse unterscheiden sich von den anderen nur marginal. Stets an erster Stelle stehen die Informationen aus der näheren Umgebung, neben Veranstaltungshinweisen und Vor-Ort-Aktivitäten, interessanterweise nicht die Moderation, nicht das Wetter, nicht der Sport, nicht einmal der Verkehr. Nur bei Großstadtnahen Programmen haben die Verkehrshinweise einen höheren Stellenwert.

Die Brandenburger Lokalprogramme (inklusive Radio Paradiso Brandenburg) haben sich vom Umfang her seit den letzten zwei Jahren kaum verändert. Alle, mit Ausnahme von Power Radio, haben leicht abgenommen, deutlicher der SENDER KW. oldiestar steht immer noch an der Spitze beim Umfang Wort. Gewinnaktionen und auch Call-in-Elemente sind praktisch verschwunden. Ausnahme Power Radio beim Call-in infolge der werktäglich 5stündigen Musiksendung „Wünsch Dir was“. Der Wortanteil reicht von 10,5 Prozent (ELSTERWELLE) bis zu 23,8 Prozent (oldiestar) (s. Abbildungen 3 und 4). Im Jahre 2008 reichte bei den landesweiten Programmen die Spanne von 7,1 Prozent (Radio Paradiso) bis zu 27,1 Prozent (Antenne Brandenburg). Radio Paradiso Brandenburg befindet sich mit einem Wortanteil von 12,8 Prozent, nur mit den anderen lokalen Anbietern verglichen, an vorletzter Stelle. Trotzdem hat sich der Wert gegenüber Radio Paradiso aus Berlin (2008) fast verdoppelt. Da das Brandenburger Programm bis auf die lokalen Beiträge parallel zu dem Berliner verläuft, hat sich in Berlin einiges zum Positiven verändert.

²⁰ Die Funkanalyse Bayern 2009 wurde vom Januar bis April 2009 durchgeführt und hat wie die ma Radio 2009 erstmals Personen ab 10 Jahren in die Grundgesamtheit von Deutschen und EU-Ausländern einbezogen. Die ma 2010 Radio I hat die Basis nun auf alle in Deutschland lebenden deutschsprachigen Ausländer ab 10 Jahren erweitert.

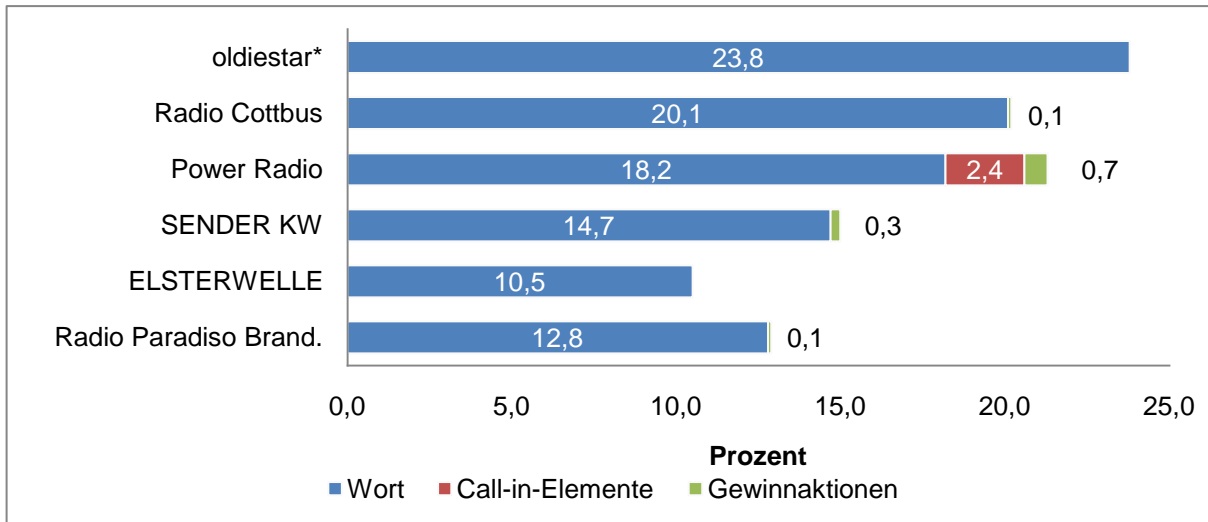


Abbildung 3: Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen.
 Sendedauer in Prozent (Montag bis Freitag) – ohne Musik und Werbung.
 * Bei oldiestar aufgrund eines technischen Fehlers andere Untersuchungstage 16./19.10.2009.

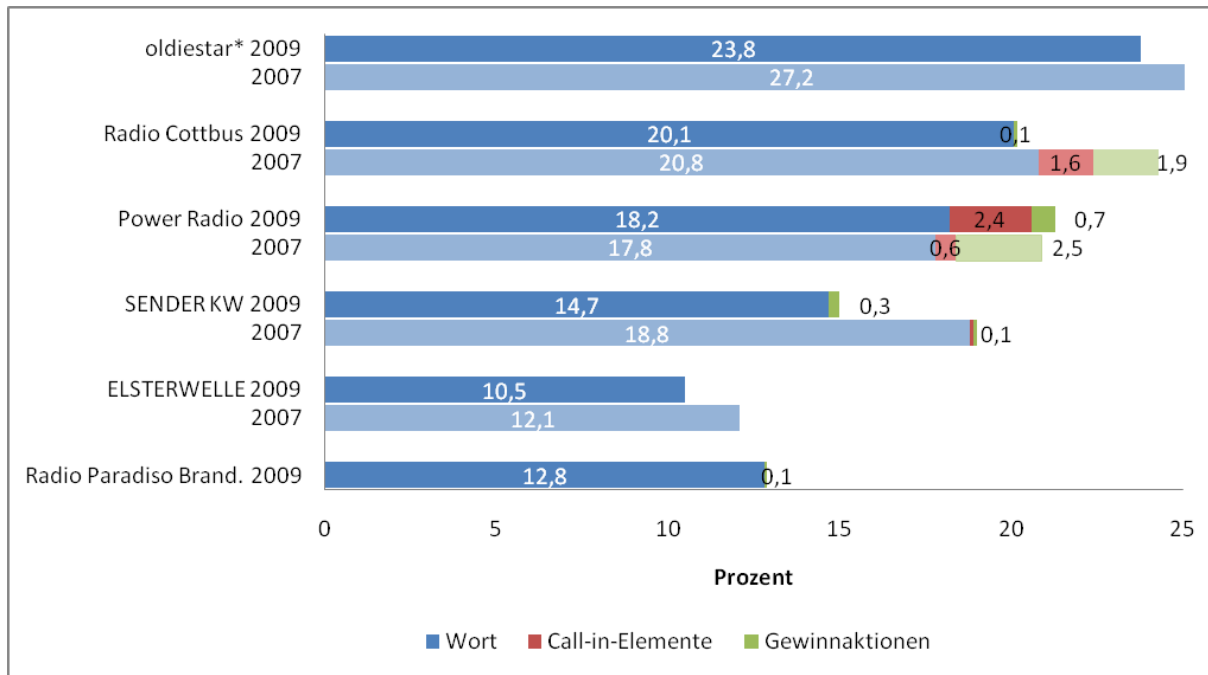


Abbildung 4: Vergleich Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen.
 Sendedauer in Prozent (Montag bis Freitag) – ohne Musik und Werbung.

Die Kategorien lehnen sich an die der früheren Untersuchungen an²¹. Nur die Kategorie Nachrichten wird in überregionale (Weltnachrichten) und Regional-

²¹ Vgl.: Wichert, Lothar: „Radioprofile in Berlin-Brandenburg“. Vistas 2009, S.13. Was anfangs möglicherweise als Schwäche zu problematisieren gewesen wäre, dass hier inhaltsanalytisch ohne Codebuch gearbeitet worden ist, hat sich in der Langzeitperspektive als Vorteil herausgestellt. Denn eines der wichtigsten Voraussetzungen für die Qualität einer als Langzeitstudie angelegten

/Lokalnachrichten getrennt, weil diese Abgrenzung in den Lokalprogrammen schärfer als in den meisten landesweiten Programmen gezogen wird und den Nukleus für die Existenz von Lokalprogrammen bildet.

- Nachrichten: Sie werden ohne Wetter und Verkehr dargestellt. Wetter und Verkehr gehören in die Kategorie Service.
- Regional-/Lokalnachrichten: Regional bezieht sich auf die Region Berlin-Brandenburg, lokal auf das engere Ausstrahlungsgebiet des Anbieters.
- Politik/Aktuelles: Diese Kategorie erfasst alle Ereignisse aus Politik, Gesellschaft, Zeitgeschichte und Aktuellem. Sie wird in international, national, regional und lokal gegliedert.
- Wirtschaft/Soziales: Wirtschaftskrise, ökonomische Entwicklung in Brandenburg, Ereignisse um Opel und GM, Kreditkartenbetrug, Bafög, Schweinegrippe (vorherrschende Themen der Woche).
- Kultur/Wissenschaft: klassische Bereiche wie Film, Theater, Bildende Kunst, Literatur, Fernsehen, breiter gefasste jugendgeprägte Themen, speziell Musikinformationen, außerdem Computer, Internet, Wissenschaft.
- Religion/Weltanschauung: Nur bei Radio Cottbus werktäglich durch die Sendung des evangelischen Kirchenkreisverbandes Niederlausitz vorhanden.
- Sport: Informationen über Sportereignisse, Sportler, Verbände und Organisationen.
- Buntes: Alle Beiträge unterhaltender Art, Comedy, Sketche, Alltägliches; Kriminalität, Polizeimeldungen unterhalb der Schwelle eines allgemeinen Interesses; Skandale, Sex, Erotik, Human Interest, Lifestyle, Promi-Szene, Boulevard im weitesten Sinne also.

Programmanalyse ist, die Zuverlässigkeit der Programmcodierung zu gewährleisten. Mithilfe von Schulungen der (wechselnden) Codierer und anschließenden Reliabilitätstests am Beispiel der kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung der Landesmedienanstalten zeigen die Verantwortlichen, wie schwer es ist, für die Codierung der Untersuchungs- bzw. Beitragseinheiten Übereinstimmungen von 80 bis 90 Prozent zu erreichen. Vgl. Weiß, Hans-Jürgen: „Konzeption, Methode und Basisdaten der ALM-Studie 2007/2008. ALM Programmbericht: Fernsehen in Deutschland“, VISTAS 2008, S.212f. Weil der Autor die Untersuchung allein durchführt und auf eine jahrzehntelange Hörfunkererfahrung als verantwortlicher Programm- und Musikgestalter zurückgreifen kann, verzichtet er auf eine (interpersonell nutzbare) Codierung.

- Moderation:²².
- Service: Wetter, Verkehr, Image- und Programmtrailer.

Die Kategorien „Wort lokal“, „Wer tritt auf“ und „gesellschaftliche Relevanz“ werden an entsprechender Stelle erläutert. Die Ergebnisse Wort in Tabellenform (s. Anhang Tabelle 1).

²² Die Moderation nur als eigenständige Kategorie auszuweisen bringt bei den Lokalprogrammen Schwierigkeiten, denn aufgrund der schmalen Budgets liegt die Last der Information fast ausschließlich auf den Schultern des Moderators, der über viele Ereignisse besonders im lokalen Bereich berichtet. Diese Informationen, etwa ab 1 Minute Länge zu einem eigenständigen, zusammenhängenden Thema, werden den Sachkategorien zugeordnet, sonst fallen fast alle lokalen Informationen weg, sind in der Kategorie Moderation „verschwunden“.

3.2 Beschreibung und Zusammensetzung Wort – einzelne Programme

oldiestar

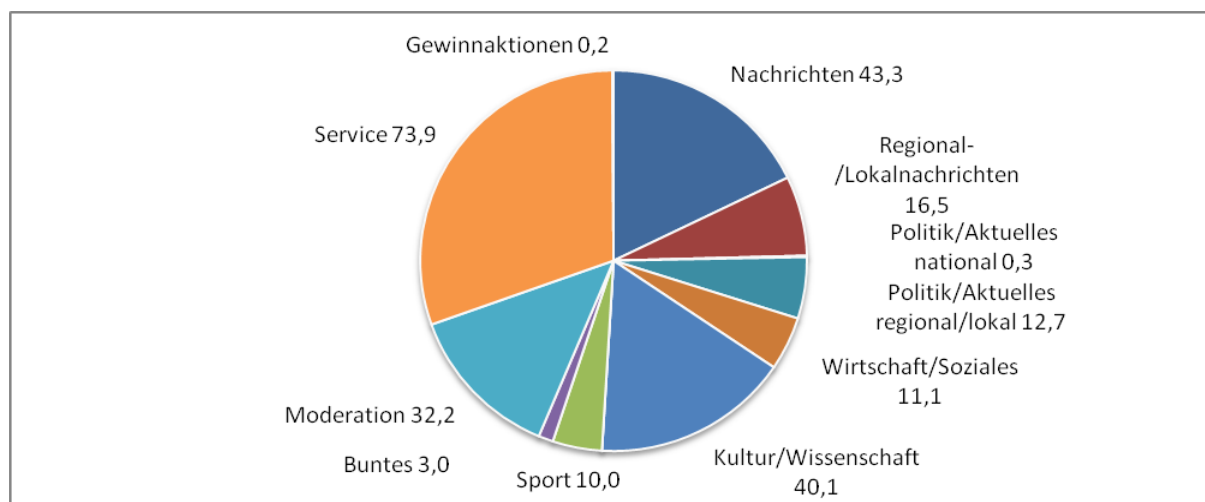


Abbildung 5: oldiestar* - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen.

Anteile der einzelnen Sparten in Minuten pro Tag (Montag bis Freitag) – ohne Werbung.

* Bei oldiestar aufgrund eines technischen Fehlers andere Untersuchungstage 16./19.10.2009.

oldiestar wird auf UKW 104.9 (Bernau, Eberswalde, Hohenschönhausen, Oranienburg, Templin), UKW 96.7 (Frohnau, Heiligensee, Hennigsdorf, Hohen Neuendorf, Nauen, Oranienburg, Tegel), MW 603 Berlin sowie DAB Kanal 12 ausgestrahlt. oldiestar ist das mit Abstand wortreichste Programm, wenngleich sich einige Programmakzente deutlich verschoben haben. Von 6.00 Uhr bis 24.00 Uhr werden stündlich Nachrichten gesendet. Von 6.30 Uhr bis 17.30 Uhr und von 20.30 Uhr bis 23.30 Uhr Regional-/Lokalnachrichten²³ sowie um 18.30 Uhr und 19.30 Uhr Kulturnachrichten. Ein vielfältiges Nachrichten-Angebot, das nur noch von Radio Cottbus übertroffen wird. Das Programm ist von Montag bis Freitag zwischen 5.00 Uhr und 24.00 Uhr moderiert, am Wochenende leicht abweichend. Der politisch-wirtschaftliche Horizont ist enger geworden. Dafür hat sich der kulturelle Akzent mehr als verdoppelt. Das mag auch mit den veränderten Frequenzen zu tun haben. Singulär bleibt das sonntägliche einstündige Gespräch „Chefsache! Macher im Gespräch“ (nicht bei den empirischen Daten, die sich auf Montag bis Freitag beziehen, berücksichtigt).

Der Service ist um ein Drittel verkürzt worden. Früher hat es vor und nach den Nachrichten bzw. Regional-/Lokalnachrichten ausführliche Wetter- und

²³ Stand ab Februar 2010. Bis dahin wurden Regional-/Lokalnachrichten nur am Morgen und am Nachmittag ausgestrahlt.

Verkehrsinformationen gegeben, jetzt nur noch nach den Nachrichten, was der Hörbarkeit des Programms durchaus zugutekommt. Nach dem Morgenmagazin wird das Programm am Vormittag durch den Serviceclub und am frühen Abend durch das zweistündige Da Capo-Kulturmagazin strukturiert. Der Serviceclub widmet sich Themen aus den Gebieten Reise und Erholung, Garten und Freizeit, Auto und Verkehr, Energie und Umwelt, Internet und Multimedia oder Gesundheit. In der Berichtswoche wurde etwa mit einem ADAC-Experten über Winterreifen gesprochen oder mit einem Arzt der Oberhavelklinik Oranienburg das Problem „Operieren ohne Narben – Neues von der Mikrochirurgie“ thematisiert. oldiostar sendet täglich eine Presseschau, Veranstaltungs-, Buch-, TV-, Kino- oder DVD-Tipps und tägliche Informationen von der Börse, liefert in der Mini-Feature-Reihe „DR. Rock“ bemerkenswerte musikalische Reminiszenzen und Hintergründe. Nach wie vor finden sich keine Call-in-Elemente oder Gewinnaktionen. Auch Comedy ist relativ selten. Deutlich wird mehr über Sport informiert, weit mehr als in allen Vergleichssendern und - wie gesagt - in der kulturellen Ebene, gut vierzig Minuten täglich. Zurückgegangen ist neben dem Service, dem Umfang der Nachrichten und Regional-/Lokalnachrichten auch insgesamt die „lokale Verortung“ im Vergleich zu den Ergebnissen vor zwei Jahren.

Der fühlbare soziale Bezug ist verloren gegangen. Die Kategorie Wirtschaft/Soziales fiel von 35,8 Minuten (2007) auf 11,1 Minuten (2009). Das spricht nicht gegen den immer noch mit Abstand höchsten Wortanteil aller Vergleichssender, belegt aber, die frühere lokale Anmutung ist bei oldiostar verloren gegangen. oldiostar ist typologisch und strukturell, von der Substanz und Vielfalt her besser den landesweiten Programmen gegenüberzustellen. Und macht dabei keine schlechte Figur. Ohne Gegenstück in der gesamten Region Berlin-Brandenburg ist das musikalische Profil von oldiostar mit einem Anteil an Unterhaltungsmusik und deutschsprachigen Titeln um die 40 Prozent²⁴.

²⁴ All das zusammen sollte bei weiteren Frequenzvergaben in Brandenburg durchaus zugunsten von oldiostar berücksichtigt werden.

Radio Cottbus

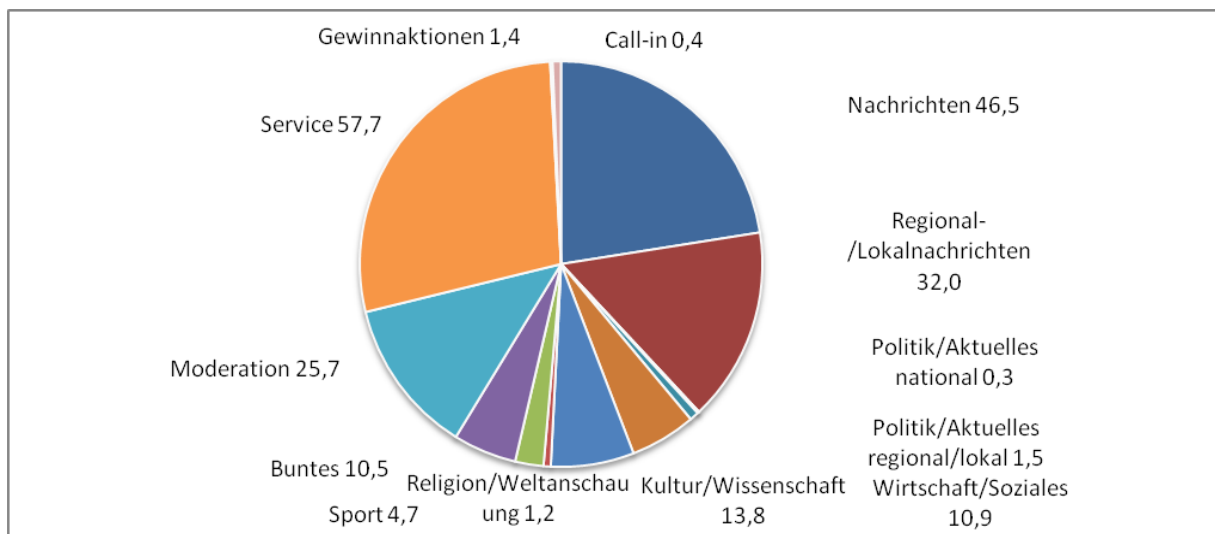


Abbildung 6: Radio Cottbus - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen. Anteile der einzelnen Sparten in Minuten pro Tag (Montag bis Freitag) – ohne Werbung.

Radio Cottbus wird auf den UKW-Frequenzen 94.5 (Cottbus), 90.3 (Spremberg), 102.7 (Forst) und 92.1 (Guben) ausgestrahlt. Das Programm hat sich verändert. Hörerbeteiligung und Gewinnaktionen sind fast verschwunden. Noch 2007 beliefen sie sich zusammen auf über 35 Minuten täglich. Nachrichten werden nicht mehr nur zwischen 6.00 Uhr und 20.00 Uhr ausgestrahlt, sondern 24 Stunden(!), zwischen 6.00 Uhr und 10.00 Uhr viermal, sonst zweimal stündlich. Die Nachrichten und morgendlichen Schlagzeilen sind stets zweigeteilt, beginnen immer mit regional/lokalen Meldungen. Ab 21.30 Uhr bis 5.30 Uhr gibt es nur stündliche überregionale Nachrichten. Der Nachrichtenanteil liegt mit 78,5 Minuten täglich weit vor allen Vergleichssendern und wird sogar von keinem privaten landesweiten Programm (Untersuchung 2008) überboten. Nur Antenne Brandenburg als öffentlich-rechtlicher Vergleichsender strahlte 2008 mehr Nachrichten aus. Ein anerkennenswertes Ergebnis für einen Lokalsender. Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang auch die singuläre tägliche kirchliche Sendung des evangelischen Kirchenkreisverbandes Niederlausitz.

Auffallend ist auch: Der lokale Bezug hat bei Radio Cottbus erheblich zugenommen (um fast 10 Prozentpunkte). Und da erstaunt es wenig, dass auch die Zahl der lokalen Erstmeldungen, die pro Tag ausgestrahlt werden, bei Radio Cottbus am höchsten ist. Nur rs2 erreicht in seinen gesplitteten Regionalnachrichten einen ähnlichen Wert. Der lokale Bezug bei Radio Cottbus speist sich natürlich aus dem dichten Netz der Regional-/Lokalmeldungen in der ersten Hälfte der Nachrichten (pro Tag fast 60 Meldungen inklusive Wiederholungen). In den Beiträgen dazwischen ist der lokale Bezug - wie früher - weniger ausgebildet. Neben den lokalen Veranstaltungshinweisen und der Sportberichterstattung (Energie Cottbus) sind die TV-, Computer-, Steuer- oder CD-Tipps weniger lokal fokussiert. Es fehlt (noch) mehr direkte Berichterstattung über das persönliche Lebensumfeld der Hörer.

Radio Cottbus ist ein professionell gefahrenes, musikalisch noch aktueller akzentuiertes Programm, mit einer vorbildlichen Nachrichtengebung. Wenn die lokale Substanz über die Nachrichten hinaus verbessert werden könnte, haben wir ein achtbares Lokalprogramm.

Power Radio

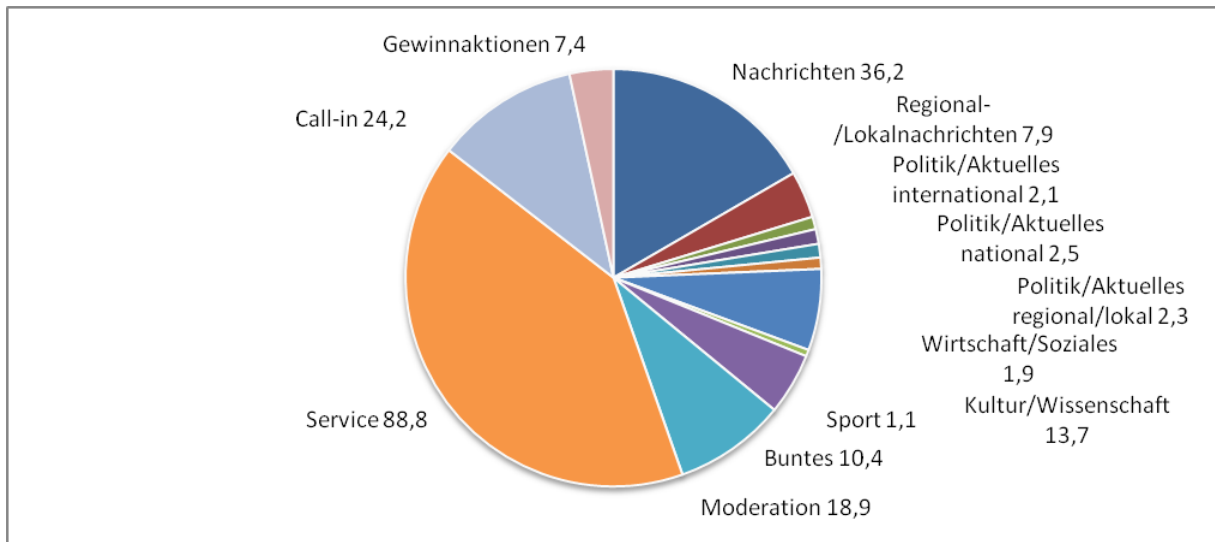


Abbildung 7: Power Radio - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen.
Anteile der einzelnen Sparten in Minuten pro Tag (Montag bis Freitag) – ohne Werbung.

Power Radio verfügt über die UKW-Frequenzen 91.8 (Berlin, Oberhavel, Barnim), 95.2 (Potsdam-Mittelmark), 95.3 (Oder-Spree), 88,3 (Ostprignitz-Ruppin), 94.4 Prignitz, 97.0 (Märkisch-Oderland) sowie (in Kürze) 93.3 (Landkreis Uckermark). Allein die Aufzählung der Frequenzen zeigt, Power Radio ist kaum mehr mit dem Begriff Lokalradio zu erfassen.

Der Wortanteil hat sich im Gegensatz zu den anderen Programmen sogar leicht erhöht, was allerdings einzig an dem um mehr als 17 Minuten ausgeweiteten Service-Anteil liegt. Die Regional-/Lokalnachrichten wurden gekürzt, der Kulturanteil dagegen erweitert. Gewinnaktionen tauchen nur noch wenige auf, aber die Hörerbeteiligung ist erheblich ausgeweitet worden. Das liegt an der werktäglichen Musiksendung „Wünsch Dir was“ nun zwischen 15.00 Uhr und 20.00 Uhr, am Sonntag noch extensiver. Nur am Samstag findet sich zwischen 14.00 Uhr und 16.00 UHR mit dem „Potsdam Journal - Ihrem Wochenmagazin aus Brandenburg“ ein besonderer regionaler Akzent²⁵.

In der Musik-Sendung „Wünsch Dir was“ wird die journalistische Berichterstattung nur über die stündlichen Nachrichten fortgeführt. Zwischen 24.00 Uhr und 5.00 Uhr werden gar keine Nachrichten ausgestrahlt. Regional-/Lokalnachrichten zwischen 6.00 Uhr und 10.00 Uhr werden einmal stündlich und zwischen 10.00 Uhr und 15.00 Uhr zweimal stündlich gesendet. Auf niedriger Stufe bleibt das Angebot pluralistisch. Der aktuelle Bildungsstreik, die Kabinettsklausur auf Schloss Meseberg, Schweinegrippe, Sondergipfel in Brüssel zur EU-Ratspräsidentschaft oder

²⁵ In der Berichtswoche stand die Bambiverleihung in Potsdam im Mittelpunkt.

Außenminister Westerwelle in Afghanistan – all das wird auch außerhalb der Nachrichten aufgegriffen. Die täglichen Presseschauen, die sich früher vor allem auf die Berliner Zeitungen bezogen, sind verbreitert worden. Zunächst werden die Schlagzeilen aus der Region (Märkische Allgemeine/Märkische Oderzeitung/Oranienburger Generalanzeiger) und dann Schlagzeilen wechselnd aus Berliner Tageszeitungen präsentiert. Obwohl der lokale Bezug leicht ansteigt, bleibt er mit 11,5 Prozent (am Wort gesamt ohne Buntes, Moderation und Service) der niedrigste. Power Radio passt nicht mehr ins Verständnis von einem Lokalradios.

SENDER KW

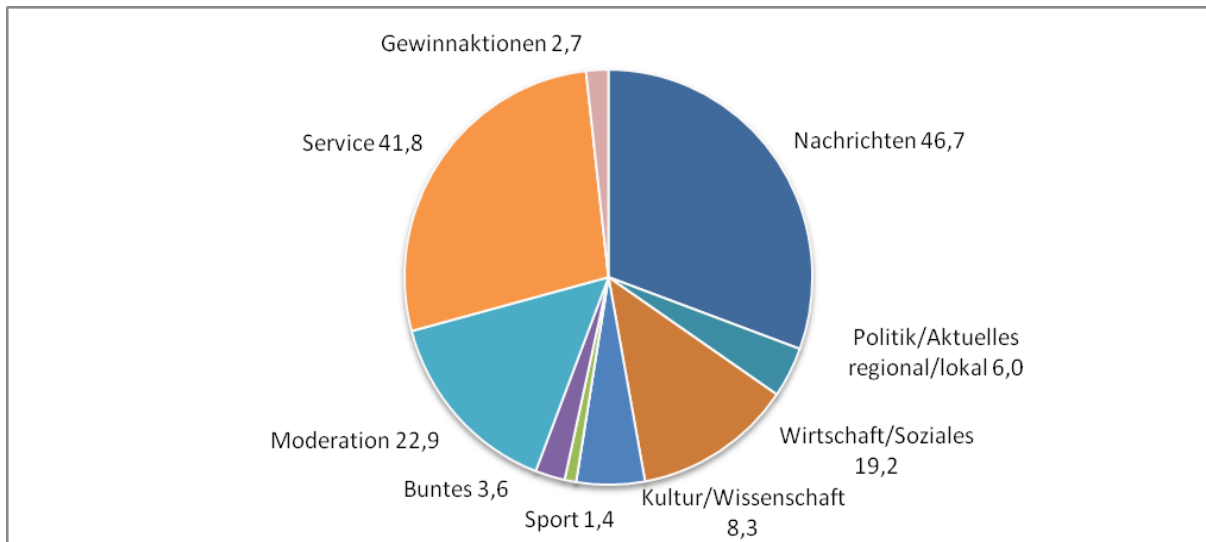


Abbildung 8: SENDER KW - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen.
Anteile der einzelnen Sparten in Minuten pro Tag (Montag bis Freitag) – ohne Werbung.

SENDER KW wird über UKW auf den Frequenzen 105.1 (Königs Wusterhausen), 93.9 (Rauener Berge) und 99.1 (Lübben) ausgestrahlt. Der Umfang Wort verringert sich um über 40 Minuten. Leicht rückläufig ist der Service-Anteil, die Regional-/Lokalnachrichten sind ganz abgeschafft worden. Paradox dabei ist, dass der lokale Anteil Wort trotzdem um gut ein Drittel auf 26,5 Prozent angestiegen ist. Die Nachrichten werden zwar als „aus der Region und aller Welt“ angekündigt, doch regionale oder gar lokale Informationen wird man in ihnen vergeblich suchen. Nachrichten werden zwischen 6.00 Uhr und 20.00 Uhr gesendet, bis 17.00 Uhr zweimal stündlich, von 18.00 Uhr bis 20.00 Uhr stündlich. Der Anteil der internationalen Meldungen liegt mit 31,1 Prozent am höchsten. Moderiert ist das Programm zwischen 6.00 Uhr und 11.00 Uhr sowie zwischen 13.00 und 18.00 Uhr. Zusätzlich donnerstags von 19.00 Uhr bis 22.00 Uhr in der „Oldie Zeit“.

Der größte programmliche Akzent gehört in die Kategorie Wirtschaft/Soziales. Und die Beiträge sind deshalb - vielleicht absehbar - mehrheitlich von größerer gesellschaftlicher Relevanz als bei den meisten Vergleichssendern, die sich eher in der individuell/privaten Relevanz-Ebene bewegen. Trotz eines doch beträchtlichen Informationsverlustes insgesamt ist das eine der positivsten Veränderungen bei SENDER KW. Knochenmarkspender in Fredersdorf gesucht; Schulanfang in Neucelle; Tag der offenen Tür im Achenbach-Krankenhaus Königs Wusterhausen; Zollstockbörse in Zeesen; Neuorganisation des Essens an Schulen und Kitas in Strausberg; Verhaltensmaßnahmen zur Schweinegrippe. Themen wie die Schweinegrippe oder die Studentenproteste in Berlin und Potsdam bildeten an den Untersuchungstagen programmliche Schwerpunkte, die in den Morgenstunden in

Fortsetzungsberichterstattung durchs Programm transportiert werden. Diese „Brandenburg-Berlin-Reportagen“ teilt sich SENDER KW mit Radio Paradiso²⁶.

²⁶ Radio Paradiso ist einer der 7 Gesellschafter von SENDER KW.

ELSTERWELLE

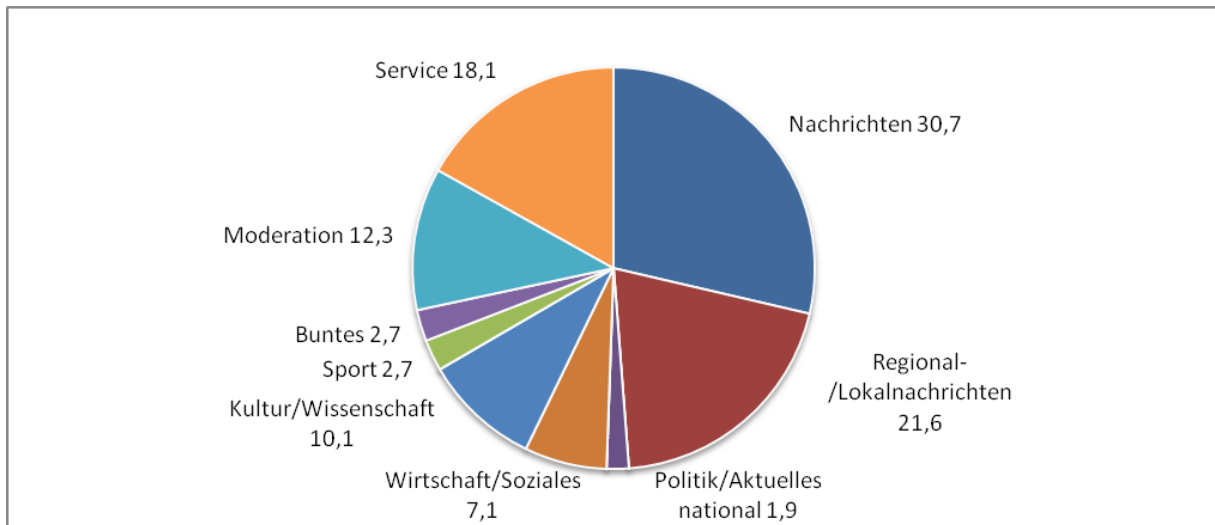


Abbildung 9: ELSTERWELLE - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen.
Anteile der einzelnen Sparten in Minuten pro Tag (Montag bis Freitag) – ohne Werbung.

ELSTERWELLE „aus der Mitte der Lausitz“ wird über die UKW-Frequenzen 103.8 (Senftenberg/Brandenburg) sowie 88.2 bzw. seit kurzem 102.8 (Hoyerswerda/Zeißig in Sachsen) terrestrisch verbreitet. Ferner ist das Programm in zahlreichen Kabelanlagen zu empfangen. ELSTERWELLE ist, gemessen am Umfang Wort und an der Anzahl der moderierten Sendestunden, das kleinste der erforschten Programme. Vom lokalen Bezug her steht ELSTERWELLE mit 38,5 Prozent (10,5 Prozentpunkte weniger als 2007) noch immer an der Spitze, knapp vor Radio Cottbus, das - wie dargestellt - den Lokalbezug in der gleichen Größenordnung gesteigert hat. Auch der Umfang Wort gesamt ist bei ELSTERWELLE geringer geworden. Die Regional-/Lokalnachrichten sind kürzer. Das Service-Angebot ist noch einmal reduziert.

Das werktägliche Programm wird zwischen 6.00 Uhr und 10.00 Uhr sowie 14.00 Uhr und 17.00 Uhr moderiert, noch eine Stunde weniger als vor zwei Jahren. Es folgt ein tägliches, einstündiges Musikspecial von Rock`n Roll und Beat über Schlager bis zu Partymusik, bevor das allgemeine, computergesteuerte Angebot beginnt. Was für ELSTERWELLE einst charakteristisch war, vielfältige Informationen politisch-sozialer Art aus dem engeren Sendegebiet, ist zurückgefahren worden. Aus 18,8 Minuten täglicher Informationen auf diesem Gebiet sind nur noch 7,1 Minuten geworden. Allein der kulturelle Akzent ist erhöht.

Nachrichten sind zur vollen Stunde und Regional-/Lokalnachrichten zur halben Stunde zwischen 6.00 Uhr und 18.00 Uhr zu hören, außerhalb dieser Sendezeiten nur sekundenlange Nachrichtenspots. In den Regional-/Lokalnachrichten wird noch überproportional die Kategorie Wirtschaft/Soziales bedient. Da die Regional-/Lokalnachrichten aber insgesamt um 6,1 Minuten verkürzt worden sind, ist das kein Ausgleich für den verringerten lokalen politisch-sozialen Akzent. Die Informationsgebung außerhalb der Nachrichten beschränkt sich auf die

Morgenstunden und wird in der Regel am Nachmittag wiederholt. Neben den festen Rubriken wie „Buch der Woche“, „Kalenderblatt“, „Veranstaltungstipps“, „CD der Woche“, „Horoskop“ oder „Sporttelegramm“ erfährt man an den Berichtstagen Einiges über die neue Wirtschaftsinitiative Lausitz; über eine Veranstaltung zum Thema schwaches Herz im Klinikum Niederlausitz in Senftenberg; über das Modellprojekt Kulturschule des Landes Sachsen, an dem sich das Lessinggymnasium in Hoyerswerda beteiligen will. Das sind in der Gegenüberstellung zu anderen zweifellos immer noch (bescheidene) interessante Vorort-Informationen. Im Ansatz richtig, aber viel zu wenig, um den Anflug an lokaler Identität, der vor zwei Jahren im Programm von ELSTERWELLE so schön zu entdecken war, zu festigen. Die wirtschaftlich schwierigen Zeiten haben Spuren hinterlassen.

Radio Paradiso Brandenburg

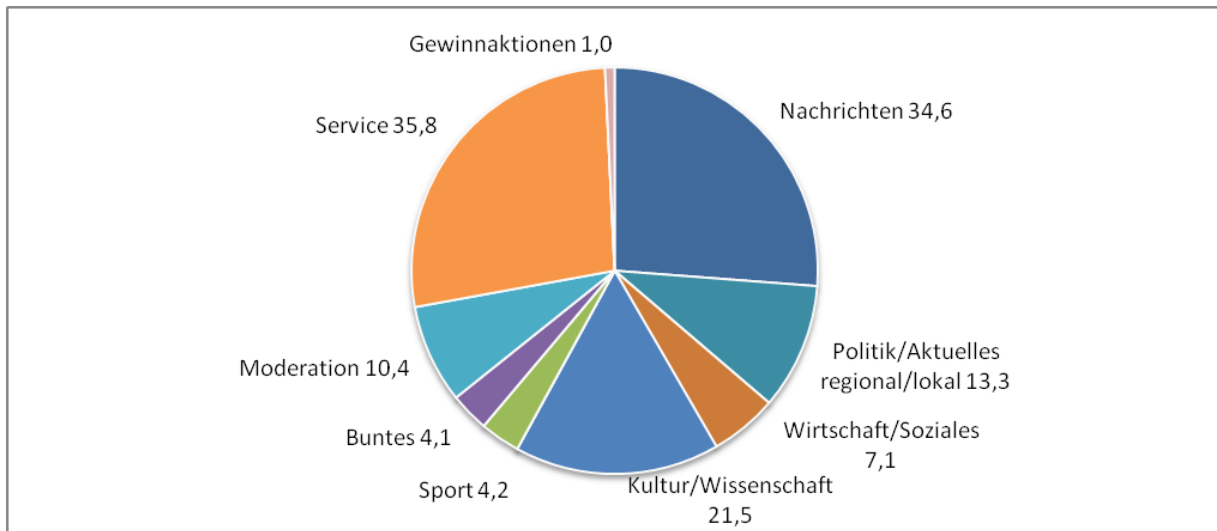


Abbildung 10: Radio Paradiso Brandenburg - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen
Anteile der einzelnen Sparten in Minuten pro Tag (Montag bis Freitag) – ohne Werbung.

* Bei Radio Paradiso Brandenburg sind in den 21,5 Minuten Kultur/Wissenschaft 4,6 Minuten "Gedanken zum Auftanken" in polnischer Sprache enthalten.

Radio Paradiso Brandenburg verfügt über die Frequenzen 105,9 (Frankfurt/Oder), 95.5 (Eisenhüttenstadt) und 90.4 (Guben). Radio Paradiso Brandenburg besteht werktäglich aus Elementen des Berliner Hauptprogramms und regional/lokalen Einschüben, wird aber per Station ID durchgehend als „Radio Paradiso – Brandenburgs bester Softmix“ markiert. Deshalb wird das Angebot in der Wortebene hier mit den Lokalprogrammen verglichen. Was es im Wortsinn nicht ist. Andererseits sind die regional/lokalen Anteile größer als bei den landesweiten Sendern mit ihren auf die einzelnen Regionen zugeschnittenen, gesplitteten Nachrichten-, Service- und Werbeanteilen. „Radio Paradiso Brandenburg ist das einzige deutsch-polnische Radioprogramm mit lokalen Nachrichten, Beiträgen und eigenem Studio direkt in den Regionen“²⁷. Diesem Anspruch gilt es nachzugehen.

Radio Paradiso Brandenburg ist vom Umfang Wort her mit 131 Minuten an vorletzter Stelle der Lokalprogramme positioniert. Nur ELSTERWELLE bietet weniger, oldiestar auf dem Spitzenplatz fast doppelt so viel Wort. Bei den Nachrichten (aus Berlin) und Regional/Lokalnachrichten, die es erstaunlicherweise gar nicht gibt, belegt Radio Paradiso Brandenburg den letzten Platz. Auch beim Wort zwischen Nachrichten und Service senden oldiestar, Radio Cottbus und SENDER KW mehr.

Radio Paradiso Brandenburg strahlt Nachrichten (aus Berlin) zwischen 6.00 Uhr und 20.00 Uhr aus. Moderiert wird das Programm 5 Stunden täglich zwischen 6.00 Uhr und 11.00 Uhr. Dort tauchen überregionale Programmelemente wie Comedy oder

²⁷ Vgl.: www.paradiso-brandenburg.de

die Brandenburg-Berlin-Reportagen (an den Berichtstagen zu den Studentenprotesten oder zur Schweinegrippe, parallel zu SENDER KW) auf, zusätzlich die eigenproduzierten regional/lokalen Teile. „Frankfurt hautnah“, „Eisenhüttenstadt hautnah“, „Guben hautnah“ – in diesen Reihen aus den Frequenzstandorten werden kleine Berichte zu politischen, sozialen oder kulturellen Ereignissen geboten: eine Umfrage zum Sicherheitsgefühl der Bewohner in Frankfurt/Oder; Regionalausscheid zum „Local Vision Band Contest“ in Guben; Kinderuniversität in Eisenhüttenstadt. Durchaus thematisiert wird auch der Bezug zum Nachbarland beispielsweise mit einem Diskussionsabend in der Viadrina zum deutsch-polnischen Verhältnis oder mit Berichten über das europäische Festival für Lied- und Weltmusik, das jedes Jahr in Frankfurt/Oder und Slubice stattfindet.

Standard-Rubriken, aus dem Berliner Paradiso-Programm bekannt, sind neben den „Gedanken zum Auftanken“ auch die „Gute Nachricht des Tages“. Die „Gute Nachricht des Tages“, die fast das ganze Programm begleitet, ist auf die Region herunter gebrochen: Der Buchenwald Grumsin im Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin soll 2011 in die Liste des Weltkulturerbes aufgenommen werden; der Nationalpark Unteres Odertal ist Tourismusmagnet; Verkehrsschutzengel verteilen Gutscheine für alkoholfreie Getränke in Discos; das Sandmännchen wird 50 Jahre. Zweiter integraler Bestandteil und im Fokus des Paradiso-Programms sind die „Gedanken zum Auftanken“. Hier werden sie in deutscher (wie in Berlin) und anschließend in polnischer Sprache ausgestrahlt. Was in den Sender-Ankündigungen und in dieser kurzen Beschreibung programmatisch klingt, wird doch schnell relativiert, wenn die vorliegenden Größenordnungen dieser „singulären“ Programmakzente beachtet werden. Von 6.00 Uhr bis 22.00 Uhr werden 4,6 Minuten „Gedanken zum Auftanken“ in deutscher und 4,6 Minuten in polnischer Sprache ausgestrahlt – kein sehr überzeugendes Konzept²⁸.

Abschließend sind ein paar weitere statistische Angaben für die Bewertung relevant. Pro Tag werden bei Radio Paradiso Brandenburg 8,8 Minuten regional/lokale Erstinformationen produziert, die über den Tag verteilt gut dreimal wiederholt werden. Insgesamt sind das 27,0 Minuten deutschsprachige regional/lokale Eigenproduktionen. Addiert man nun die fünfstündige Moderation aus Brandenburg, den lokalen Wetter- und Verkehrsservice sowie die polnischsprachigen „Gedanken zum Auftanken“ hinzu, dann macht der Brandenburger Eigenanteil 59,4 Prozent am gesamten Wortprogramm aus.

²⁸ Wenn dieses „deutsch-polnische“ Konzept wesentliche Grundlage für die Vergabe gleich mehrerer Frequenzen ist, sind Fragen offen! - Die „Gedanken zum Auftanken“ werden übrigens auch auf den Brandenburger Frequenzen rund um die Uhr einschließlich des Wochenendes in Polnisch gesendet. Das Wochenend-Programm (inklusive der sonntäglichen Andacht, eine in mehrere Takes aufgeteilte und mit Musik unterbrochene Ansprache) besteht aus dem Paradiso-Hauptprogramm mit Brandenburger Station-ID-Jingles.

3.3 Zentrale Ergebnisse – alle Programme

3.3.1 Journalistische Beiträge außerhalb von Nachrichten, Regional-/Lokalnachrichten und Service

Nach der Charakteristik der einzelnen Formate steht nun die journalistische Substanz aller sechs Lokalanbieter noch einmal vergleichend im Fokus. Wie viel Information spielt sich in den Programmen außerhalb von Nachrichten (inklusive Regional-/Lokalnachrichten) und Service ab?

Der Befund bei den landesweiten Programmen in der Region Berlin-Brandenburg aus dem Jahre 2008 zeigte, dass neben dem langjährigen Marktführer, der öffentlich-rechtlichen Antenne Brandenburg, praktisch nur noch ein bis zwei (relativ vollwertige) Informationsprogramme und zwei informationsdichte Spezialprogramme übrig geblieben sind. Bei den landesweiten Programmen schwankte der Wert 2008 zwischen 19,6 Minuten (Radio Paradiso) und 147 Minuten (Radio TEDDY) täglich. Bei den sechs Lokalprogrammen entspricht diese Spanne durchaus den Werten der landesweiten Programmen und reicht von 36,8 Minuten (ELSTERWELLE) bis 109,4 Minuten (oldiestar) (s. Abbildung 11). Bei den Lokalprogrammen muss natürlich mitgelesen werden, wie hoch unter Einschluss der Nachrichten und Regional-/Lokalnachrichten der jeweilige lokale Anteil tatsächlich ist. Und da erstellt sich eine andere Rangfolge: Der lokale Anteil ist bei ELSTERWELLE (38,5 Prozent) am höchsten. Es folgen Radio Cottbus (38,1 Prozent), SENDER KW (26,5 Prozent), oldiestar (14,7 Prozent) und Power Radio (11,5 Prozent) (s. Tabelle 1 Wort).

Wie sehr Kosten- und Personalabbau in den Radiomarkt Berlin-Brandenburg eingreifen, ist bei der Programmanalyse direkt greifbar, auch wenn jüngst versucht wird, den Mitarbeiterstab im Programmbereich stabil zu halten. Die durchschnittliche Radiostation in der Region hat 20 Mitarbeiter, die inzwischen zu fast 90 Prozent im redaktionellen Bereich tätig sind. Im Einzelfall schwankt die Zahl der Privatfunk-Mitarbeiter zwischen 7 und 39 Personen²⁹. Die untersuchten Lokalprogramme gehören ganz sicher ans untere Ende der Skala. Deshalb wird ja teilweise nur noch Stundenweise live und moderiert gesendet. Trotzdem offenbart der Vergleich mit den landesweiten Programmen keine Informationseinbrüche. oldiestar bietet eine Größenordnung bei den Informationen zwischen Nachrichten und Service wie Antenne Brandenburg (2008). Auch Radio Cottbus reiht sich gut in das Mittelfeld ein. Zur Erinnerung: Bei den Nachrichten (inklusive Regional-/Lokalnachrichten)

²⁹ Vgl.: Kors, Johannes. „Entwicklung des Hörfunks Berlin-Brandenburg in der digitalen Welt“ VISTAS 2010, S.24f.

überbietet Radio Cottbus – mit Ausnahme von Antenne Brandenburg – alle lokalen wie landesweiten Anbieter.

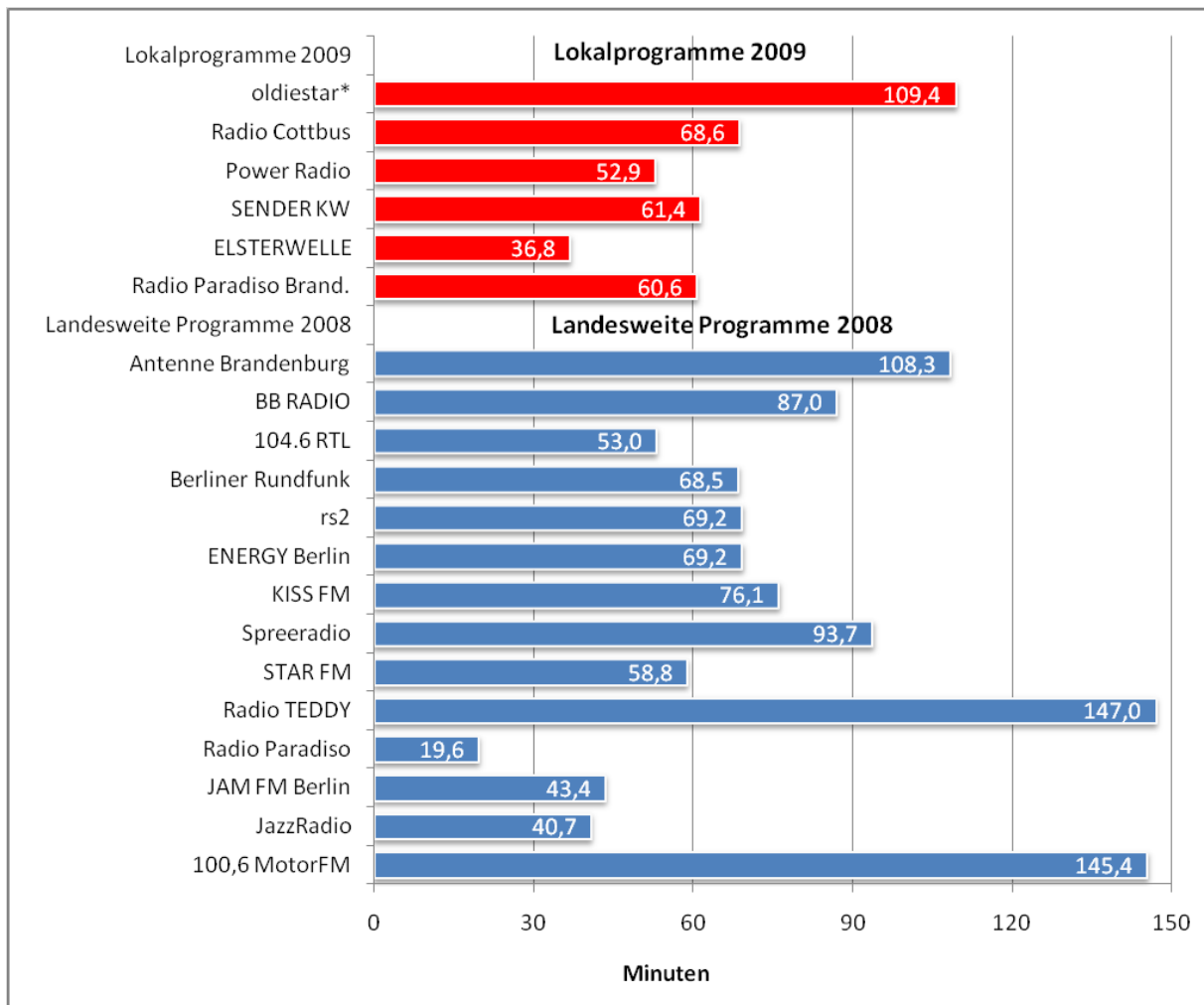


Abbildung 11: Wort gesamt ohne Nachrichten, Regional-/Lokalnachrichten und Service - Vergleich mit landesweiten Programmen 2008.

Sendedauer in Minuten pro Tag (Montag bis Freitag)

*Bei oldiestar andere Untersuchungstage.

3.3.2 Wert tritt auf - Akteursstruktur

Natürlich ist die Datenbasis zu den auftretenden Personen in den Lokalprogrammen schmal. Die Gründe liegen in Struktur, Aufbau und Präsentation des Angebots. Denn alle die schmalbudgetierten Sender können sich kaum externe Mitarbeiter und Berichterstatter leisten. Vieles hat die Moderation alleine zu schultern³⁰, der Rest sind häufig nur noch zugeliessene Programmelemente. Trotzdem geben auch die auftretenden Akteure Hinweise auf programmliche Positionen und Zuordnungen.

Generell ist zunächst festzustellen. Die Krise hat bei den Lokalen nicht zur Erhöhung der Gewinnaktionen geführt. Sie gibt es fast gar nicht mehr. Ähnliches betrifft die Hörerbeteiligung – ein zweischneidige Entwicklung, denn ohne die unmittelbare Kommunikation mit dem Hörer wird die Web-Generation eines Tages mit dem Medium Hörfunk überhaupt nicht mehr zu erreichen sein. Tendenzen zum Boulevard, bei Radio Cottbus (2007) mit noch über 25 Minuten täglich ausgeprägt, sind massiv zurückgegangen. Die Charakteristik der auftretenden Akteure³¹ erscheint zunächst relativ ausgewogen (s. Abbildung 12).

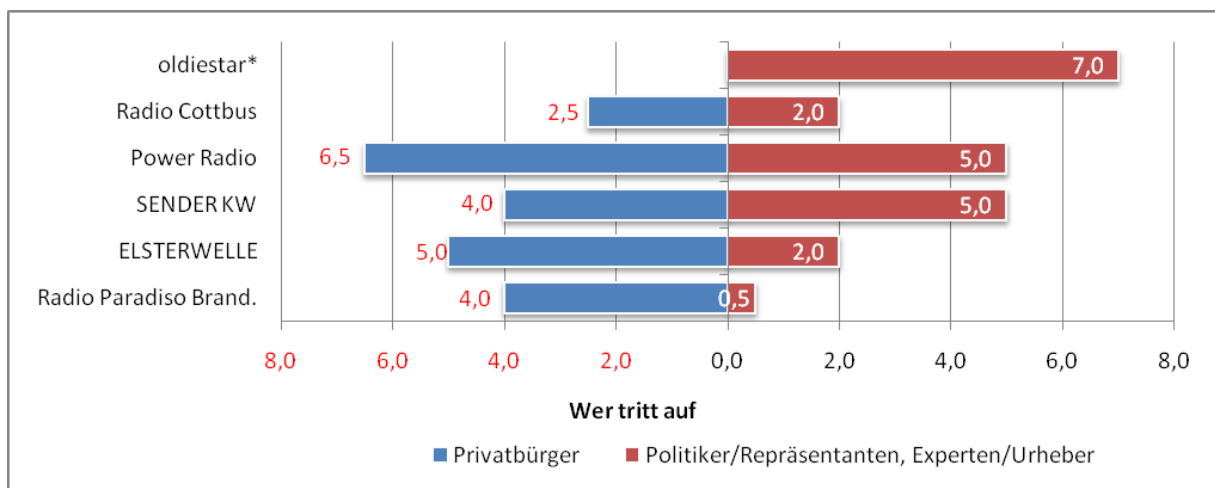


Abbildung 12: Wer tritt auf. Anzahl der Akteure pro Programm und Tag (Montag bis Freitag) – ohne Nachrichten, Regional-/Lokalnachrichten und Service. *Bei oldiestar andere Untersuchungstage.

³⁰ Durchs Programm zu begleiten, Service-Daten zu liefern, Sponsoren-Angaben und teilweise sogar direkte werbliche Ansagen zu machen – all das ist Aufgabe des Moderators in Lokalprogrammen.

³¹ Die Kategorien: Politiker/Repräsentanten: Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Staat, von Institutionen und Organisationen/ Experten/Urheber: Sachverstand (Wissenschaftler, Berater, Gutachter ...) sowie Eigenproduzenten (Künstler, Gestalter, Sportler ...)/(Prominente: Hoher Bekanntheitsgrad aus Internet, Fernsehen, Film, Show, Sport oder Musik – diese Kategorie kommt nicht vor)/ Privatbürger: Alltagshorizont.

Vor zwei Jahren allerdings waren in den Berichten aus der näheren Umgebung mit Ausnahme von ELSTERWELLE nur Stimmen aus dem öffentlichen politischen, sozialen oder kulturellen Raum zu hören. Einzig oldiostar hat also die frühere Gewichtung beibehalten.

Diese (neue) Privilegierung des Privaten im Lokalfunk hat natürlich einen anders zu bewertenden Stellenwert als in den überregionalen Programmen. Denn wer für lokale Kompetenz stehen will, der muss sich auch den Betroffenen öffnen. Die Menschen aus dem näheren Umfeld müssen sich in den Sendungen wiederfinden. Trotzdem darf der politisch-soziale-lokale Raum nicht unterrepräsentiert werden. "Wichtiges aus der Gegend" hatte der Funkmonitor Bayern 2009 als erstes Motiv zum Hören des eigenen Lokalsenders exploriert. Insgesamt sind – wie angedeutet – die absoluten Zahlen der auftretenden Akteure im Vergleich zu einigen landesweiten Sendern geringer, Power Radio hat 11,5 und SENDER KW 9 Akteure, um nur die beiden Spitzenreiter zu nennen. Bei den landesweiten Programmen (2008) bleiben gleich sieben über solchen Zahlen: Antenne Brandenburg mit 30 Akteuren pro Tag, Berliner Rundfunk mit 30, Spreeradio mit 29,5, STAR FM mit 19, BB RADIO mit 17, 100,6 MotorFM mit 15 sowie rs2 mit 12 Akteuren.

3.3.3 Gesellschaftliche Relevanz der Beiträge

Ähnlich wie bei den auftretenden Akteuren ist auch an der gesellschaftlichen Relevanz der Beiträge abzulesen, mit wie viel Verbindlichkeit - individuelle oder auch das Gemeinwesen allgemeiner betreffende Information - die Lokalprogramme ihren „lokalen Anspruch“ ernst nehmen und angehen. Mit Ausnahme des Berliner Rundfunks (2008: 11,5 Beiträge) liegen 2 der 6 Lokalprogramme, Radio Paradiso Brandenburg mit 10,5 Beiträgen und SENDER KW mit 10,0 Beiträgen, in der Kategorie gesamt-/teilgesellschaftlich³² sogar vor all den anderen landesweiten Anbietern. Zwei weitere Lokalradios sind in der Kategorie gesamt-/teilgesellschaftlich gleichauf, oldiestar mit 7 Beiträgen und Power Radio mit 6,5 Beiträgen. Das entspricht der Größenordnung von Antenne Brandenburg, Spreeradio und Radio TEDDY (s. Abbildung 13).

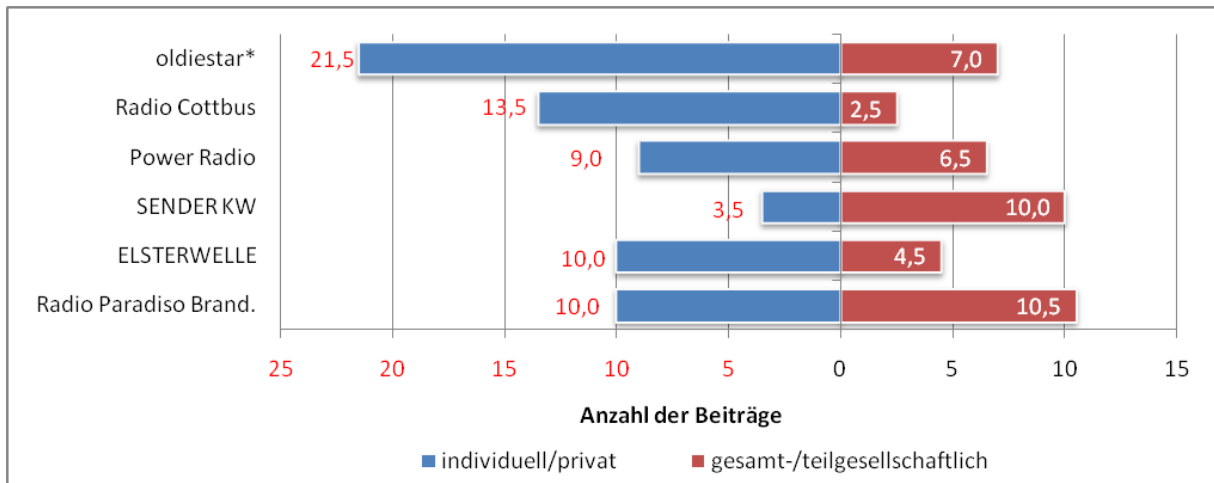


Abbildung 13: Gesellschaftliche Relevanz. Anzahl der Beiträge ab 1 Minute Länge pro Programm und Tag (Montag bis Freitag) - ohne Nachrichten, Regional-/Lokalnachrichten und Service.

*Bei oldiestar andere Untersuchungstage.

Nebenbei ist in Abbildung 13 gut zu erkennen, um wie viel größer die Informationsdichte bei oldiestar gegenüber den anderen Anbietern ist. Mit 28,5

³² Die Kategorien: gesamt-/teilgesellschaftlich (Relevanz des Themas für mehr als den Einzelnen oder einzelne Gruppen) / individuell/privat (Relevanz für den Einzelnen, dessen private Lebens- und Alltagsrealität inklusive aller Unterhaltungselemente). Gesellschaftliche Relevanz ist eine Kategorie, die nicht allein aus Zuhörersicht erfasst werden kann. Vielmehr ist sie eher professionell aus objektiveren Zusammenhängen herzuleiten. Die Fernsehforschung hat bei Zuschauerbefragungen festgestellt, dass die Zuschauer sehr wohl auch zwischen „persönlich interessant und wichtig“ bzw. „gesellschaftlich-relevant und wichtig“ unterscheiden. Das Beispiel Schule ist so ein Thema, das nicht alle direkt angeht, aber doch als gesellschaftlich wichtig wahrgenommen wird. Vgl.: Blumers, Marianne/Gerstner, Oliver/Tebert, Miriam: „Wie Zuschauer die Qualität von Fernsehen beurteilen. Qualitätscontrolling im öffentlich-rechtlichen Fernsehen“. Media Perspektiven 3/2010, S.132f.

Beiträgen, von denen ein Viertel der Kategorie gesamt-/teilgesellschaftlich zuzuordnen ist, dominiert das Programm die anderen Lokal-Anbieter ziemlich augenfällig.

4 Nachrichten

4.1 Umfang, Erwartungen und Kategorien – alle Programme

In der Radioforschung ist eine Größe nahezu absolut konstant: die Programmtreue der Hörer. Immer noch binden sich mehr als sechzig Prozent der Hörer täglich an nur einen Sender. Und der Durchschnitt aller gehörten Sender liegt pro Tag bei 1,5³³. Neue Forschungsarbeiten weisen aus, dass bei außergewöhnlichen Ereignissen („Breaking News“) nach dem Fernsehen mit 35 Prozent an zweiter Stelle mit 26 Prozent der Bevölkerung das Radio platziert ist. Bis 29 Jahre übernimmt die führende Position vor Fernsehen, Tageszeitung und Radio das Internet³⁴.

Trotzdem gilt es in diesem Zusammenhang zu differenzieren. Eine Gegenüberstellung der Nutzungsanteile zwischen Offlinern und Onlinern macht deutlich: Die Differenz bei der Fernsehnutzung fällt im Jahre 2009 über 16 Prozentpunkte zugunsten der Offliner aus, beim Radiohören betrug der Unterschied nur 5 Prozent. Und das Radiohören ist mit 33,7 Prozent bei den Onlinern immer noch größer als die Nutzung von Internet und Tageszeitung zusammen³⁵. Die 12-19-Jährigen haben das größte Interesse an aktuellem Zeitgeschehen und an der Lösung ihrer persönlichen Probleme. Um ihr Interesse zu befriedigen, entwickeln Jugendliche durchaus unterschiedliche Informationsstrategien. Neben dem Internet stehen bevorzugt das Fernsehen und beim Rückgriff auf das eigene Lebensumfeld auch die (lokale) Tageszeitung hoch im Kurs. Die Tageszeitung ist in der lokalen und politischen Berichterstattung sogar Informationsmedium Nr. 1 bei den Jüngeren. Die „JIM-Studie 2009“ fasst ihre Ergebnisse in dem Satz zusammen: „Dass Jugendliche bei jedem Thema ‚erst mal googeln‘ ist also nicht immer richtig“³⁶.

Vor solch einem Hintergrund existieren auch für die Lokalradios durchaus Chancen. Der Weg in die (digitale) Zukunft führt - diese Einsicht wächst seit langem - nicht mehr nur über spezifische Musikformate, der Inhalt (Content) wird wieder wichtiger. Das ist ja in Ansätzen auch in Berlin-Brandenburg zu spüren. Die neuen landesweiten Sender haben immer auch die Informationskompetenz mitzudenken versucht. Der spezifische Vorteil, den Lokalprogramme dabei haben könnten, wird sich allerdings erst richtig an den Regional-/Lokalnachrichten zeigen. Sie und

³³ Vgl.: Klingler, Walter/Müller, Dieter K.: „ma 2009 Radio II. Radio gewinnt Hörer bei jungen Zielgruppen“. Media Perspektiven 10/2009, S. 527.

³⁴ Vgl.: Gleich, Uli: „Einstellungen gegenüber Medien – ARD Forschungsdienst. Media Perspektiven“, 11/2009, S.615.

³⁵ Vgl.: Oehmichen, Ekkehardt/ Schröter, Christian: „Zur Differenzierung des Medienhandelns der jungen Generation“. Media Perspektiven 8/2009, S.433.

³⁶ Vgl.: JIM-Studie 2009. [www.mpfs.de/JIM-Studie 2009.pdf](http://www.mpfs.de/JIM-Studie%202009.pdf).

natürlich die überregionalen Nachrichten sind gewichtige Bausteine des jeweiligen Informationsprofils.

Die Nachrichten in der Region Berlin-Brandenburg sind im Laufe der Jahre beständiger und professioneller geworden, weil sie in der Regel nicht mehr individuell im einzelnen Sender entstehen. Das gilt natürlich auch für die Nachrichten der Lokalprogramme. Boulevard gibt es kaum noch. Die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichem Fernsehen und den privaten Sendern, überwiegend sachpolitischer anstatt mehr unpolitischer, Ereignis und Personen zentrierter zu berichten, sind oft vorgestellt worden³⁷. Diese Unterschiede finden sich in den Hörfunknachrichten nicht so ausgeprägt wieder. Das ist schon über Jahre positiv zu beobachten. Der Umfang der Nachrichten inklusive Regional-/Lokalnachrichten in den Lokalprogrammen ist, im Vergleich zu 2007, mit Ausnahme von Radio Cottbus geringer geworden, bei SENDER KW sogar um 20 Minuten, weil dort die Regional-/Lokalnachrichten komplett eingestellt worden sind (s. Abbildung 14).

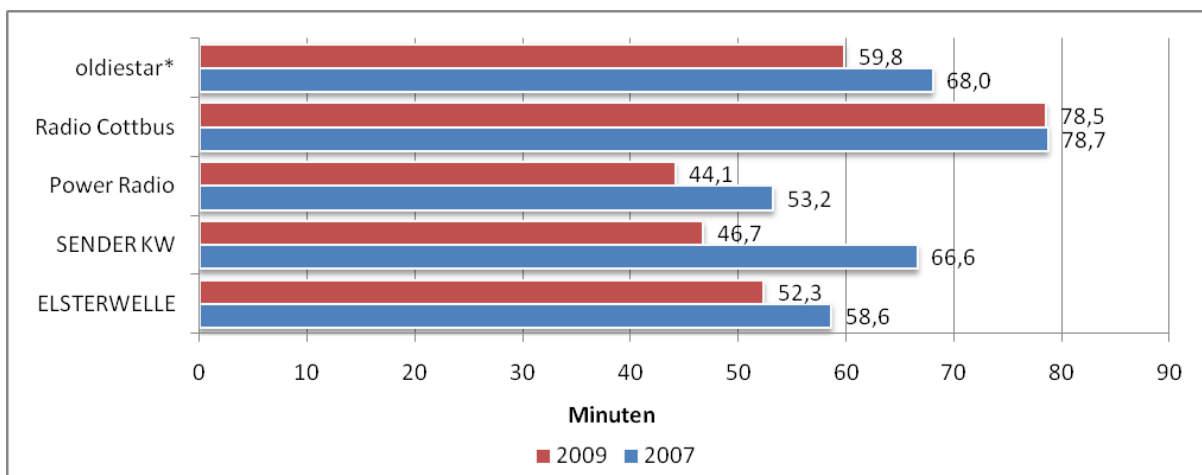


Abbildung 14: Nachrichten (inklusive Regional-/Lokalnachrichten) – Vergleich 2009-2007.

Sendedauer in Minuten pro Tag (Montag bis Freitag – ohne Wetter und Verkehr).

*Bei oldiestar andere Untersuchungstage. Die Nachrichten von Radio Paradiso Brandenburg sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt, weil sie Teil des Hauptprogramms aus Berlin sind.

³⁷ Vgl.: Heft, Annett. „Fernsehprogrammforschung in Deutschland 2008/2009“, ALM-Programmbericht 2009, VISTAS 2010, S.264f.

Trotzdem ist der Umfang aller Nachrichten zusammen, gemessen an den landesweiten Angeboten, ansehnlich. Nur Berliner Rundfunk, Spreeradio und 100,6 MotorFM ordnen sich nach Antenne Brandenburg und Radio Cottbus vor den anderen lokalen Programmen ein.

Auffällig bei den überregionalen bzw. Weltnachrichten der Lokalprogramme war vor zwei Jahren: Die Wiederholungsquote der Meldungen gestaltete sich moderat. (Die Regional-/Lokalnachrichten werden unter diesem Aspekt später für sich behandelt). Das hat sich auch bei oldiostar (50,9 Prozent Wiederholungen), Radio Cottbus (46,6 Prozent) sowie Power Radio (43,7 Prozent) teilweise sogar noch verbessert. Bei SENDER KW stieg die Wiederholungsquote dagegen um 14,4 Prozentpunkte auf 64,4 Prozent an³⁸. ELSTERWELLE, schon vor zwei Jahren mit den meisten Wiederholungen, legte noch einmal leicht auf 64,6 Prozent zu. Radio Cottbus sendet die meisten Nachrichten, jetzt sogar rund um die Uhr, zwischen 6.00 Uhr und 10.00 Uhr viermal je Stunde (!) und bis 20.00 Uhr zweimal je Stunde, danach einmal je Stunde, von da an jedoch nur überregional.

³⁸ SENDER KW behält die Spitzenmeldung an den Untersuchungstagen den ganzen Tags über bei. Vor zwei Jahren wurde sie aktualisiert fortgeschrieben, mit neuen Stellungnahmen, Zusammenhängen, Perspektivwechseln. Das geschieht nun kaum noch – eine bemerkenswerte Verarmung eines einst vorbildlichen Ansatzes.

4.2 Zusammensetzung Nachrichten – alle Programme

Auf den ersten Blick ist eine ähnliche Zusammensetzung zu sehen: Kaum Boulevard, wenig Sport, mehr Wirtschaft/Soziales sowie reichlicher Politik/Aktuelles national und international. Nur oldiestar fällt aus der Reihe, bietet andere Akzente, zusätzlich regional/lokale und kulturelle Meldungen (s. Abbildung 15).

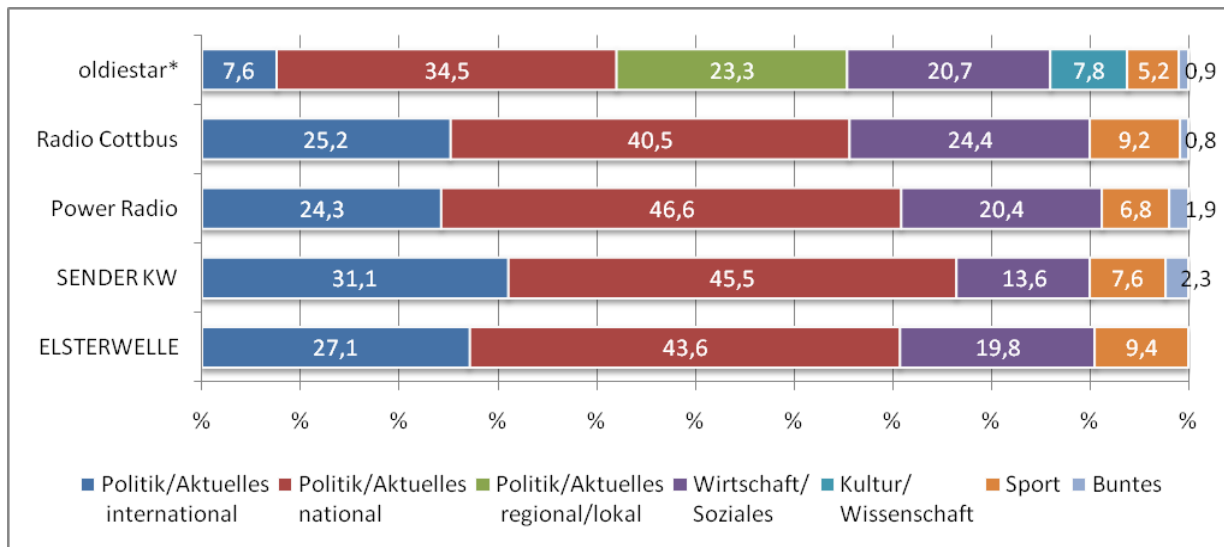


Abbildung 15: Zusammensetzung Nachrichten (ohne Regional-/Lokalnachrichten).

Anteile der Programmsparten in Prozent pro Nachrichtensendung (Montag bis Freitag).

*Bei oldiestar andere Untersuchungstage. Die Nachrichten von Radio Paradiso Brandenburg sind in dieser Auswertung nicht berücksichtigt, weil sie Teil des Hauptprogramms aus Berlin sind.

Das mag (unwillkürliche Vermutung) an den bei oldiestar anderen Untersuchungstagen liegen. Aber der Vergleich mit den landesweiten Nachrichtenangeboten macht klar, oldiestar ist, wie im Abschnitt Wort gesamt dargestellt, auch bei den Nachrichten strukturell eher mit den landesweiten Angeboten verwandt. Auch sie integrieren regionale Informationen in die Hauptnachrichten, auch sie bieten mehr wirtschaftlich/soziale Themen, auch sie liefern weniger nationale³⁹ und noch weniger internationale Zusammenhänge. Diesen vom Autor stets benannten Mangel, in den Nachrichten zu wenig international fokussiert zu sein, bemerkt man bei den 4 anderen lokalen Programmen überhaupt nicht. Alle liegen mit ihren internationalen Meldungen erheblich über dem landesweit Erstplatzierten 100,6 MotorFM mit einem Anteil von 22,9 Prozent (2008).

Die ARD-Tagesschauen und die ZDF-Heute-Sendungen enthalten an den Untersuchungstagen 45,0 Prozent bzw. 41,2 Prozent internationale Berichterstattung. Die wichtigsten (Fernseh-)Nachrichten international: Obama auf Asienreise; Antrittsrede Karsais; Verlängerung des Mandats für die AWACS-Flüge;

³⁹ Ausnahme 100,6 Motor FM, JAM FM Berlin und STAR FM.

Sondergipfel in Brüssel zur EU-Ratspräsidentschaft; oder national: die Kabinettsklausur in Meseberg; Lafontaine erkrankt; Kreditkartenprobleme; Wettskandal im Fußball – all das findet sich auch in den Nachrichten der (4) Lokalprogramme wieder.

4.3 Regional-/Lokalnachrichten

Ohne den Begriff Lokalradio explizit zu definieren, ist evident, dass die Regional-/Lokalnachrichten - wie gesagt - einen ganz wichtigen Baustein für das Senderprofil darstellen. Kein landesweites, kein bundesweites oder internationales Angebot verzichtet auf (Welt-) Nachrichten. So gesehen sind die Regional-/Lokalnachrichten eine Art Nukleus der lokalen Informationsgebung. Umso erstaunlicher ist, dass 2 Programme, SENDER KW und Radio Paradiso Brandenburg, auf dieses Element rundweg verzichten.

Der Bezugsrahmen muss an dieser Stelle erweitert werden. Die großen landesweiten Anbieter haben eine Reihe von Brandenburger Frequenzen mit der Auflage, die Frequenzstandorte und die nähere Umgebung journalistisch eigenständig zu berücksichtigen. Neben Service- und Veranstaltungstipps bedeutet das in der Regel eigene Regional-/Lokalnachrichten. Am Beispiel rs2 (Cottbus, Frankfurt/Oder, Uckermark, Barnim) und BB RADIO (Brandenburg, Havelland, Niederlausitz, Nordost, Oderland, Prignitz) wird zu prüfen sein, ob dort mehr als nur „Frequenzkosmetik“ betrieben wird, ob dort eine den Lokalprogrammen entsprechende lokale Informationsqualität etabliert worden ist.

BB RADIO sendet zwischen 5.30 Uhr und 8.30 Uhr und zwischen 15.30 Uhr und 18.30 Uhr - 6fach gesplittet - Regional-/Lokalnachrichten, stets täglich 2 Nachrichtenblöcke, die dann jeweils dreimal wiederholt werden. Bei rs2 setzt sich der letzte Teil der Hauptnachrichten aus den gesplitteten, regional/lokalen Informationen zusammen, zwischen 6.00 Uhr und 10.00 Uhr halbstündlich, danach bis 18.00 Uhr stündlich. Auch hier werden die regional/lokalen Informationsblöcke in einem bestimmten, allerdings nicht so engen Rhythmus wie bei BB RADIO, wiederholt.

Bevor die Zusammensetzung der Regional-/Lokalnachrichten, der Anteil der Erstmeldungen und wie viel Lokales tatsächlich in ihnen enthalten ist, vorgestellt werden, soll ihr Umfang verglichen werden. oldiestar sendet 16,5 Minuten täglich, Radio Cottbus 32 Minuten, Power Radio 7,9 Minuten⁴⁰, SENDER KW 0 Minuten, ELSTERWELLE 21,6 Minuten und Radio Paradiso Brandenburg 0 Minuten. Ihnen gegenüber stehen rs2 mit (je Frequenz täglich) 14,2 Minuten und BB RADIO mit (je Frequenz täglich) 8,5 Minuten Regional-/Lokalnachrichten.

Die Zusammensetzung bietet ein durchaus pluralistisches Bild (s. Abbildung 16). Politik/Aktuelles, Wirtschaft/Soziales, Kultur bei allen, Sport bei vielen - Abweichungen gibt es beim Boulevard. In der regional/lokalen Ebene verbergen sich dahinter in der Regel Polizeimeldungen wie Unfälle, tätliche Auseinandersetzungen,

⁴⁰ Einen originellen Weg beschreitet Power Radio. Es gibt dort nur Erstmeldungen und keinerlei Wiederholungen.

Überfälle. oldiestar und rs2 Berlin liefern wegen der Hauptstadt-Nähe mehr Kultur, aber auch bei Radio Cottbus ist ein hörerer kultureller Anteil festzuhalten, auch bei BB RADIO Nordost.

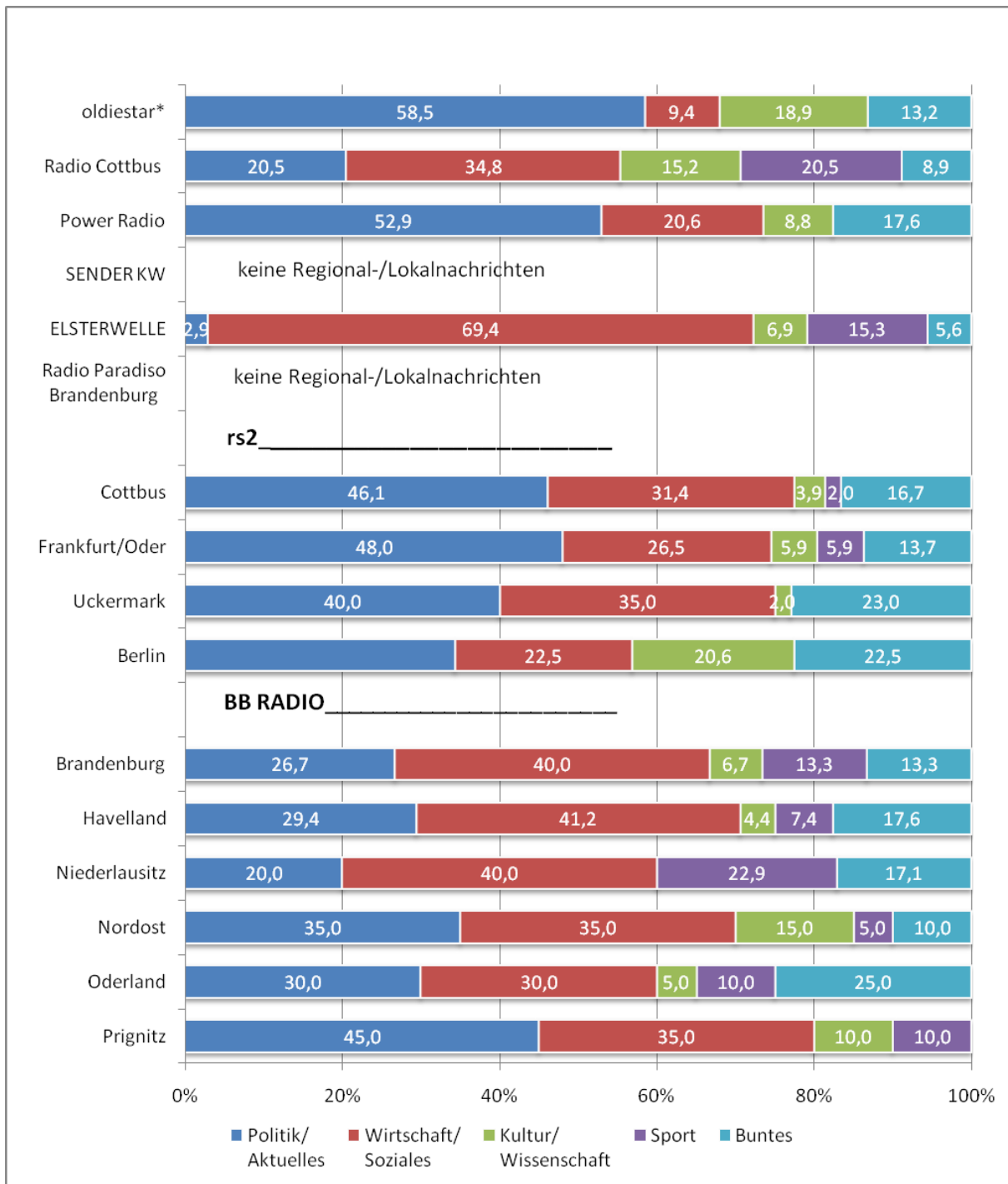


Abbildung 16: Zusammensetzung Regional-/Lokalnachrichten - Vergleich mit landesweiten Programmen. Anteile der Programmsparten in Prozent pro Nachrichtensendung (Montag bis Freitag). *Bei oldiestar andere Untersuchungstage.

Wie viel lokale Substanz steckt nun tatsächlich in den Regional-/Lokalnachrichten? Die genannten Werte zum Umfang werden relativiert, gewichtet man die Anzahl der Meldungen mit ihrer Wiederholungsquote und filtert dann die lokalen Erstmeldungen

heraus. Es erscheint ein anderes Bild. Zunächst einmal haben alle an Substanz eingebüßt. Die Zahl der Erstmeldungen ist bei allen Sendern beachtlich zurückgegangen. rs2 bietet durchgängig die meisten Originalmeldungen am Tag. Auch der Anteil der lokalen Meldungen ist bei rs2 mit Ausnahme von Radio Cottbus am höchsten, lässt man die Berliner Frequenz unberücksichtigt, weil hier die Abgrenzung zwischen regional und lokal kaum zu vollziehen ist. Ähnliches gilt bei oldiestar. BB RADIO⁴¹ bietet gerade einmal halb so große Werte wie rs2 (s. Abbildung17). Von den Lokalradios hat einzig Cottbus die lokale Substanz einigermaßen halten können⁴².

Ein kleiner Exkurs zum Lokal-TV in Brandenburg ist an dieser Stelle aufschlussreich. Es gibt Ähnlichkeiten, aber auch Unterschiede. Die Lokal-TV-Sender liefern überwiegend lokale Nachrichten und Servicebeiträge für die einzelnen Städte und Gemeinden. Der Lokalanteil ist bei kleineren Sendern sehr hoch und fällt mit der Größe der Sender ab. Die Vielfalt der Themen ist ebenfalls groß. Doch dominiert im Gegensatz zu den Regional-/Lokalnachrichten der Radio-Lokalsender die Kultur vor Politik, Sozialem, Gesellschaft, Wirtschaft und Sport. Allerdings werden die Inhalte im Lokal-TV (anders als täglich im Radio) häufig nur wöchentlich oder mehrmals pro Woche aktualisiert⁴³.

⁴¹ Hier muss angesichts der privilegierten Frequenzlage nachjustiert werden.

⁴² Die kategoriale Abgrenzung zwischen lokal und regional ist schwierig, muss neben rein räumlichen auch inhaltliche Maßstäbe zu Hilfe nehmen. Aber ohne ein stringentes Herunterbrechen auf lokale Kategorien wäre eine eigenständige Analyse der Lokalradios wenig sinnvoll. So wird in der Untersuchung verfahren. Beispiel oldiestar: Das Land Brandenburg will 8 000 neue Arbeitsplätze schaffen (regional) - Kindesmisshandlungsverdacht in Marzahn (lokal). Beispiel Radio Cottbus: Wirtschaftslage in Brandenburg bessert sich (regional) - Wissenschaftstage an der Hochschule Lausitz (lokal). Beispiel Power Radio: Sturmtief verursacht wenige Schäden in Berlin und Brandenburg (regional) - Die Märkische Junge Union wählt neuen Landesvorsitzenden (lokal). Beispiel ELSTERWELLE: Das Deutsche Erwachsenenbildungswerk bietet in Brandenburg Fortbildung für Erzieher/innen an (regional) - Neuer Spielplatz in Lauchhammer eröffnet (lokal).

⁴³ Vgl.: Kerkau, Florian/Link, Christine/ Wiegand, Andre': "Programmanalyse Regional- und Lokal-TV Berlin und Brandenburg", VISTAS 2009. S.8/31/34.

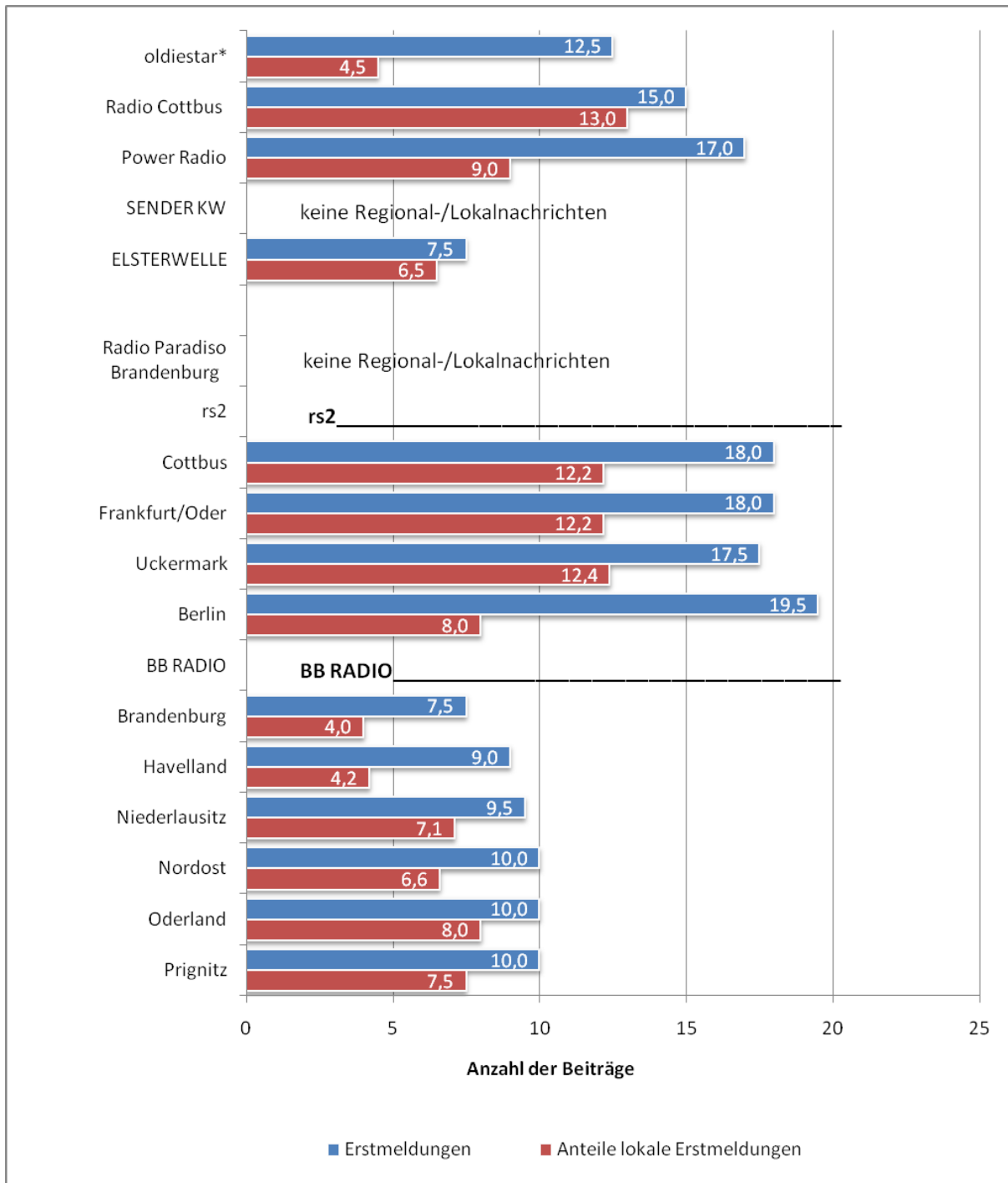


Abbildung 17: Erstmeldungen Regional-/Lokalnachrichten – Vergleich mit landesweiten Programmen. Anteile der lokalen Meldungen an den Erstmeldungen pro Tag (Montag bis Freitag).
 *Bei oldiestar andere Untersuchungstage.

5 Fazit Wort

Vom Umfang Wort her haben die Lokalprogramme sich seit den letzten zwei Jahren kaum verändert. Alle, außer Power Radio, haben leicht abgenommen, am deutlichsten SENDER KW. oldiestar steht immer noch an der Spitze. Der Vergleich mit den landesweiten Programmen weist keine Informationseinbrüche aus. oldiestar bietet so viel Informationen zwischen Nachrichten und Service wie Antenne Brandenburg (2008). Auch Radio Cottbus reiht sich fast gleichrangig ein.

Gewinnaktionen und auch Call-in-Elemente sind praktisch bei allen verschwunden. Was die direkte Kommunikation mit dem Hörer angeht, ist das ein wenig zukunftsfähiger Befund.

Der lokale Anteil ist am höchsten bei ELSTERWELLE (38,5 Prozent). Es folgen Radio Cottbus (38,1 Prozent), Radio Paradiso Brandenburg (33,5 Prozent), SENDER KW (26,5 Prozent), oldiestar (14,7 Prozent) und Power Radio (11,5 Prozent).

oldiestar ist typologisch und strukturell, von der Substanz und Vielfalt her besser mit den landesweiten Programmen zu vergleichen. Power Radio passt ebenfalls nicht mehr ins Verständnis von einem Lokalradio.

SENDER KW bietet einen klaren wirtschaftlich-sozialen programmlichen Akzent. Die Beiträge sind mehrheitlich von größerer gesellschaftlicher Relevanz als bei den meisten anderen Sendern. Trotz eines beträchtlichen Informationsabbaus insgesamt ist das eine positive Veränderung.

ELSTERWELLE liefert immer noch (bescheidene) Informationen über das persönliche Lebensumfeld der Hörer, ist noch Vorort präsent, aber viel zu wenig, um den Anflug an lokaler Identität, der vor zwei Jahren im Programm zu entdecken war, fortzuführen.

Radio Paradiso Brandenburg sendet pro Tag 8,8 Minuten regional/lokale Erstinformationen, inklusive Wiederholungen 27,0 Minuten. Zusammen mit der bescheidenen Brandenburger Moderation, dem Wetter- und Verkehrsservice sowie den polnischsprachigen „Gedanken zum Auftanken“ macht der Brandenburger Eigenanteil 59,4 Prozent am Wortprogramm aus. Radio Paradiso Brandenburg ist vom Umfang Wort (des vollständigen Programms) her an vorletzter Stelle der Lokalprogramme positioniert. Regional/Lokalnachrichten gibt es keine. „Das einzige deutsch-polnische Radioprogramm mit lokalen Nachrichten, Beiträgen und eigenem Studio direkt in den Regionen“ - diesen Anspruch erfüllt das Programm zurzeit nicht.

Radio Cottbus hat von den Lokalradios einzig die lokale Substanz annähernd beibehalten können. Der Nachrichtenanteil ist am höchsten. Die tägliche kirchliche Sendung ist erwähnenswert. Der vorörtliche Bezug hat erheblich zugenommen, die Zahl der lokalen Erstmeldungen ist am höchsten. Wenn die lokale Kompetenz über

die Nachrichten hinaus verbessert werden kann, haben wir ein achtbares Lokalprogramm.

Die Nachrichten (inklusive Regional-/Lokalnachrichten) sind in den Lokalprogrammen im Vergleich zu 2007, außer bei Radio Cottbus, weniger geworden, bei SENDER KW sogar um 20 Minuten. Dessen ungeachtet bleibt der Umfang der Nachrichten gegenüber den landesweiten Angeboten ansehnlich. Der in der Region Berlin-Brandenburg zu beobachtende Mangel in den Nachrichten, zu wenig international fokussiert zu sein, findet sich bei den meisten lokalen Programmen nicht. Alle liegen (Ausnahme oldiostar) mit ihren internationalen Meldungen beachtlich über den landesweiten Angeboten.

Die Regional-/Lokalnachrichten stellen einen ganz wichtigen Baustein für das lokale Senderprofil dar. Umso denkwürdiger ist, dass 2 Programme, SENDER KW und Radio Paradiso Brandenburg, auf dieses Element völlig verzichten. Es ist sicher müßig, darüber zu streiten, ob die Regional-/Lokalnachrichten in Lokalprogrammen den Rang einer „Conditio sine qua non“ zu beanspruchen haben, aber sinnvoll ist es schon, sie bei Lizenzauflagen zwingend, wie in den anderen Programmen die Nachrichten, einzufordern. Ähnliches lässt sich über die (in einigen Programmen nur partiell vorhandene) Moderation sagen. Regionale Identität ohne entsprechende Höreransprache zu erschaffen, ist eigentlich ebenso paradox. „Bindung durch Personalisierung und Wiedererkennbarkeit“⁴⁴ – dieser Standardsatz jeder Radiotheorie müsste in Lokalprogrammen existentiell gelten.

Die großen landesweiten Anbieter haben eine Reihe von Brandenburger Frequenzen unter der Auflage erhalten, den jeweiligen Frequenzstandort und die Umgebung journalistisch mit einzubeziehen. Neben Service- und Veranstaltungstipps bedeutet das: eigene Regional-/Lokalnachrichten. Am Beispiel rs2 (Cottbus, Frankfurt/Oder, Uckermark, Barnim) und BB RADIO (Brandenburg, Havelland, Niederlausitz, Nordost, Oderland, Prignitz) wurde überprüft, ob eine mit den Lokalprogrammen vergleichbare lokale Informationsqualität etabliert worden ist. Alle Regional-/Lokalnachrichten (ob die der Lokalprogramme oder der gesplitteten landesweiten Anbieter) haben an Substanz eingebüßt. Die Zahl der Erstmeldungen ist bei allen Sendern zurückgegangen. Trotzdem ist überraschend, dass ein landesweiter Anbieter, rs2, durchgängig die meisten Originalmeldungen (regional und lokal) pro Tag liefert. Auch der Anteil der rein lokalen Meldungen ist bei rs2, von Radio Cottbus abgesehen, am höchsten. BB RADIO dagegen bietet gerade einmal halb so große Werte wie rs2.

⁴⁴ Vgl.: Blumers, Marianne/Gerstner, Oliver/ Tebert, Miriam: „Wie Zuschauer die Qualität von Fernsehen beurteilen. Qualitätscontrolling im öffentlich-rechtlichen Fernsehen“. Media Perspektiven 3/2010.

Alles in allem ist festzuhalten: Innovative, zukunftsichernde Anstöße gibt es programmlich keine. Gesellschaftliche Veränderungen, die eine neue Hinwendung zur Region andeuten, werden nicht konstruktiv aufgenommen. Die Kommunikationserwartungen jüngerer Hörer werden gänzlich ignoriert. Das (Lokal)radio ist in der Tat ein konservatives Medium geworden.

6 Musik

6.1 Problemaufriß und Kategorien

Alle Szenarien zur Zukunft des Radios klingen weniger besorgniserregend, wenn es um die Musik geht. Denn sogar bei der am schnellsten verloren zu gehenden Hörergruppe, den Jugendlichen, bekommt das Thema Radio und Musik einen anderen Klang. Zwar wird sich über Musik am häufigsten im Internet informiert, dann im Fernsehen und erst danach im Radio, aber schon bei der regelmäßigen Nutzung (mindestens mehrmals pro Woche) liegt das Radio (70 Prozent) weit vorn, gefolgt von MP3-Player/iPod (64 Prozent) und Internet sowie Computer (offline) mit 58 bzw. 55 Prozent⁴⁵. Aber auch in anderen Altersgruppen hat Musik ihren Stellenwert. Wenn in der Brennerstudie 2009 nach der Reichweite der aufgenommenen Inhalte gefragt wird, dann sind das bei den 10-19-Jährigen 87 Prozent und bei den über 50-Jährigen immer noch 58 Prozent, die Musik brennen⁴⁶. Auch die 25,2 Milliarden Musiktitel, die 2008 überwiegend auf Festplatten, MP3-Playern und Handys in Deutschland gespeichert sind, können ja nicht nur jungen Nutzern zuzuordnen sein. Bei den kostenpflichtigen und kostenlosen Downloads (übrigens im Verhältnis 1:8 legal zu illegal) dominieren allerdings noch die 20-49 jährigen Männer.

Nach den Ausführungen im Kapitel Wort ist das musikalische Angebot nicht unbedingt das genuin spezifische Element, das über das Profil und die Abgrenzung der Lokalprogramme entscheidet. Es gilt also, sich mit dem inhaltlich Besonderen, dem Lokalangebot, in die musikalische Vielfalt der Region Berlin-Brandenburg einzupassen, sich dort in der Hörergunst erfolgreich zu positionieren. Diese (durchaus objektiven) Schwierigkeiten offenbaren sich in den von den Sendern entwickelten Konzepten gleichermaßen wie in den Lizenz-Vorgaben der mabb. Da ist von generationsübergreifenden Zielgruppen die Rede, von Musikprogrammen für mehrere Altersbereiche, von Oldie basierten Soft-Formaten und von internationalen sowie deutschen Hits der vergangenen Jahrzehnte. Ein jeweils breites musikalisches Spektrum ist also angestrebt. Daraus folgt, dass kein Anbieter sich so konsequent wie die Spartenprogramme auf enge Musikformate ausschließlich für Jüngere bzw. ausschließlich für Ältere stützen kann. Das gleiche betrifft die Frage, wie viel aktuelle Musik ein breiter konzipiertes Format verträgt, wie viel Wechsel zwischen den Stilrichtungen usw.

⁴⁵ Vgl.: JIM-Studie 2009. www.mpfs.de. „Musik ist Unterhaltung, Gesprächsthema, Lebensgefühl und Stil. Für über vier Fünftel der Jugendlichen ist es wichtig oder sehr wichtig, über Neuigkeiten aus dem Bereich Musik schnell Bescheid zu wissen“.

⁴⁶ Vgl.: www.musikindustrie.de. Brennerstudie 2009 pdf.

Auch die Funkanalyse Bayern 2009 exploriert, nicht die Musik ist das erste Akzeptanzmittel. Nach „Wichtigem aus der Gegend“ steht „Musik, die gefällt“ neben „Interessanten Veranstaltungshinweisen“ und „Oft bei Aktionen, Veranstaltungen“ ebenbürtig erst an 2. Stelle (s. noch einmal Abbildung 2). Und noch eine Auffälligkeit bestätigt die Funkanalyse Bayern 2009, die auch in der Region Berlin-Brandenburg seit Bestehen des dualen Systems aufzufinden ist, nämlich: dass die privaten Veranstalter mehrheitlich die jüngeren Hörer binden. Beim öffentlich-rechtlichen Marktführer in der Region, Antenne Brandenburg, dagegen sind 68,2 Prozent der Stammhörer 50 Jahre und älter⁴⁷. Also welcher Weg bleibt den Lokalprogrammen musikalisch? Die Zielgruppen sind ähnlich und die Konkurrenz vielfältig. Erschwerend kommt, wie gezeigt, hinzu: mindestens zwei der Lokalprogramme, oldiestar und Power Radio, stehen schon programmstrukturell und infolge der Frequenzausstattung in direkter Konkurrenz zu den landesweiten Programmen.

Überdies ist das früher relativ stabile musikalische Repertoire quer durch die Altersgruppen in Bewegung geraten. Wer mit den Beatles oder Elvis Presley musikalisch sozialisiert worden ist, gehört heute nicht mehr unbedingt in die Altersgruppe unter 50 Jahre. Das ist einfach an der Altersstruktur der Tonträgerkäufer abzulesen. Während die über 50-Jährigen stärker als früher zu „junger“ Musik wie Pop, Rock oder Dance greifen, steigt der Anteil der jungen Käufer bei der Klassik an⁴⁸. Allerdings geschehen solche Verschiebungen der musikalischen Vorlieben noch in überschaubaren Prozentpunkten. Nach wie vor sind Pop und Rock hauptsächlich bei den 40- bis 49-Jährigen beliebt, Dance bei den 10-29-Jährigen, während bei Schlager und Volksmusik immer noch jeder zweite Käufer älter als 50 Jahre ist. Ähnliche Musikpräferenzen lassen sich beim Webradio finden, wobei die Webradiostudie „House of Research/WDR“ zur Kenntnis nehmen musste, dass die bisherigen Programmpräferenzen aus dem normalen Radio zunächst ins Web verlängert werden. Musikalisch drückt das aus: Mischformate aus unterschiedlichen Genres wie Pop, Rock, Dance, Oldies hören durchschnittlich 39 Prozent der Nutzer - und zwar bis zum Alter von 69 Jahren auf stabil hohem Niveau. Oldieformate erreichen die Altersgruppe zwischen 50 und 69 Jahren am besten. Schlager und Volksmusik ab 60 Jahren, während Dance, Black Music, Hip Hop, House, Techno nur bei den bis 29-Jährigen vollen Anklang finden. Neben den Mischformen ist es einzig das Rockformat, das auf relativ hohem Niveau die bis 59-Jährigen erreicht⁴⁹. Zum Untersuchungsdesign Lokalprogramme. Die Programme und ihr Musikformat⁵⁰

⁴⁷ Vgl.: ma 2010 Radio I.

⁴⁸ Vgl.: www.musikindustrie.de. Musikkäufer.pdf

⁴⁹ Vgl.: Martens, Dirk/Windgasse, Thomas: „Nutzungsveränderung und Zukunftsperspektiven von Webradio“. Media Perspektiven 3/2010. S.126f.

⁵⁰ Eigenangaben der Sender sowie Klassifizierung durch den Autor. Die Musik von Radio Paradiso Brandenburg ist bei den landesweiten Profilen untersucht worden.

oldiestar:	Oldie based Soft Adult Contemporary und Schlager
Radio Cottbus:	Hot Adult Contemporary
SENDER KW:	Oldie based Adult Contemporary
Power Radio:	Adult Mix/ Adult Contemporary
ELSTERWELLE:	Adult Contemporary und Schlager

Auf den ersten Blick gliedern sich die Programme in mindestens drei musikalische Bereiche. Die Kategorien der eigenen Untersuchung:

Musikrichtung

Rock:	Modern-, Mainstream- und Classic Rock/ Alternative -, Independent -, Experimental- und Electronic Rock
Pop:	...
Dance:	Black Music/ Black Urban Dance, European Dance/ Rap, Hip Hop, R&B (Rhythm&Blues), Soul...
Unterhaltungsmusik:	Schlager, Instrumentaltitel, volkstümliche Musik, ⁵¹

Musikherkunft

anglo-amerikanisch:	englischsprachig...
europäisch:	französisch-, spanisch-, italienisch-sprachig ...
deutsch:	deutschsprachig

Musikära

1950-1959_1960-1969_1970-1979_1980-1989_1990-1999_2000-2008_2009 (aktuelle Titel)

Musikstruktur

Fließend-melodiös
dynamisch-rhythmisch
hochdynamisch-hochrhythmisch⁵²

⁵¹ Die Kategorie Jazz-Entertainer ist in dieser Untersuchung nicht nötig.

⁵²Auf die Kategorie Bekanntheitsgrad - Platzierung der aktuellen Titel in den Media Control Airplay- und Verkaufscharts - wird verzichtet. Nur Radio Cottbus spielt in nennenswertem Umfang aktuelle Titel.

6.2 Zentrale Ergebnisse

6.2.1 Musikrichtung – alle Programme

Alle fünf Lokalprogramme bewegen sich in dem skizzierten, die Genres mischenden Format: Pop mit Rockanteilen, teilweise oldiebased, wie übrigens viele der landesweiten Angebote auch. Nur gibt es dort außerdem zwei klare Rockformate (STAR FM und 100,6 MotorFM) und zwei Dance-/ Black-Music-Formate (KISS FM und JAM FM Berlin). Ausnahmen bei den Lokalprogrammen bilden oldiestar mit einem hohen Anteil an Unterhaltungsmusik, weniger ausgeprägt auch ELSTERWELLE. Bei den landesweiten Sendern haben Antenne Brandenburg sowie Radio TEDDY ähnliche Cross-over-Akzente (s. Abbildung 18).

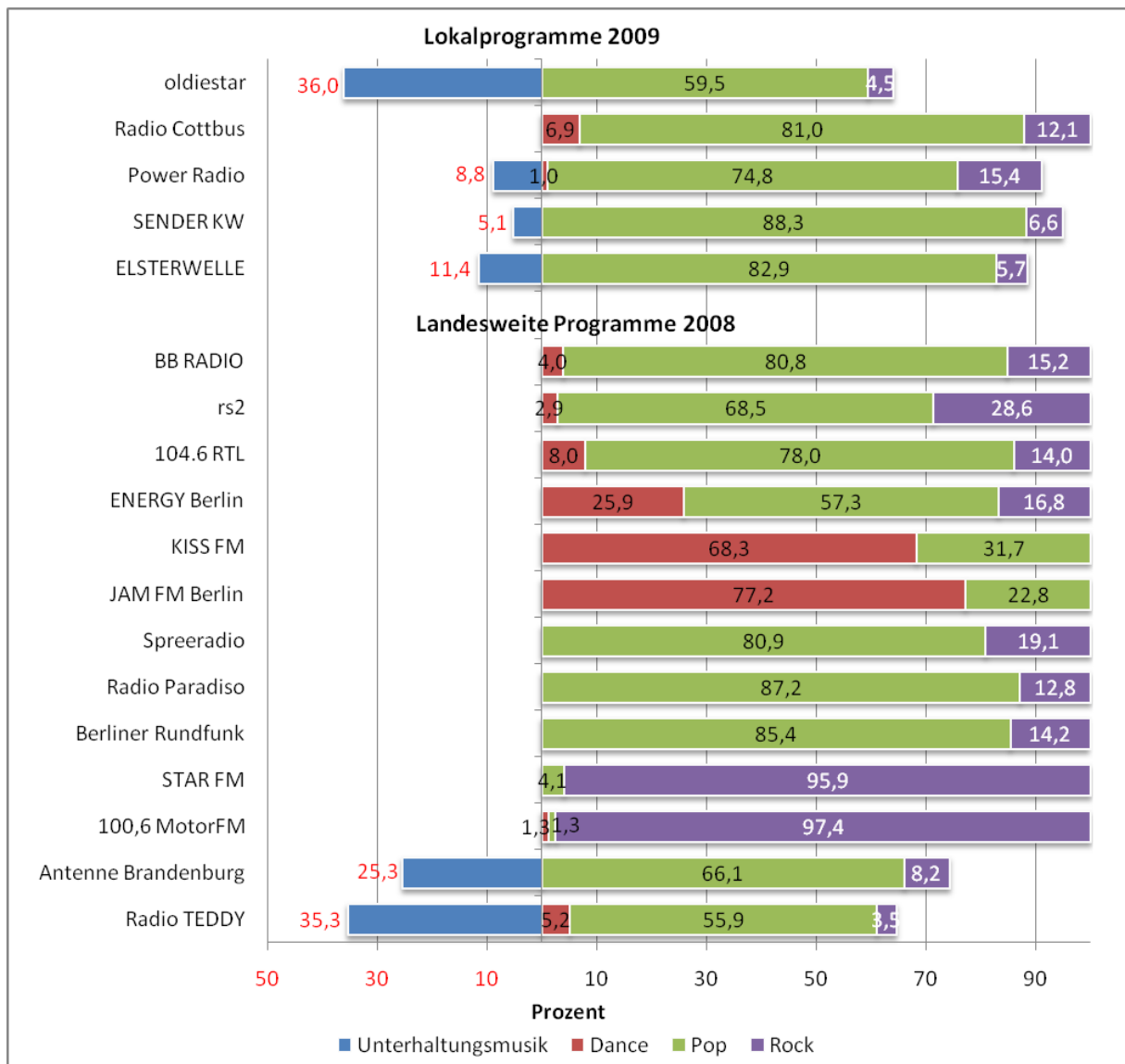


Abbildung 18: Musikrichtung gesamt. Vergleich Lokalprogramme 2009 und landesweite Programme 2008. Anteile der Titel in Prozent (Montag bis Freitag).

oldiestar hat den Unterhaltungsmusikanteil fast verdoppelt. Radio Cottbus bleibt das einzige Programm ohne Unterhaltungsmusik. Radio Cottbus ist das musikalisch aktuellste Programm und entspricht am ehesten den drei großen musikalisch dominierten landesweiten Anbietern BB RADIO, rs2 und 104.6 RTL.

Lokalradios sind, wie die Funkanalyse Bayern 2009 zeigt, vor allem für jüngere Auditorien⁵³ interessant. Zwischen Musiklayout und Alterspräferenz tun sich Widersprüche auf. Wer zu sehr auf Oldies oder deutschsprachige Unterhaltungsmusik setzt, könnte angesichts der werberelevanten Zielgruppe bis 49 Jahre bei der Finanzierung seines Programms Probleme bekommen. Es sei denn, er verfügt über andere, nichtkommerzielle Ressourcen. Andererseits ist das bei den dicht gedrängten Pop-Rock-Formaten in der Region Berlin-Brandenburg eine Chance, sich musikalisch unterscheidbar zu positionieren.

⁵³ Laut Funkanalyse Bayern 2009 ist die Tagesreichweite der Lokalanbieter im Münchner Raum bei den 10-29-Jährigen mit 49,5 Prozent am höchsten, gefolgt von den 30-39-Jährigen mit 45,3 Prozent. In Ballungsräumen wie Nürnberg, Fürth oder Erlangen sind die Verhältnisse leicht anders gewichtet. Die höchste Reichweite liegt da bei den 30-39-Jährigen mit 56,4 Prozent, gefolgt von den 10-29-Jährigen mit 50,0 Prozent und den 50-59-Jährigen mit 48,3 Prozent.

6.2.2 Musikherkunft – alle Programme

Der anglo-amerikanische Musikraum dominiert auch bei den Lokalprogrammen. Das unterscheidet sie nicht von den landesweiten Anbietern. Der Trend dort, den deutschsprachigen Anteil zu erhöhen, war besonders auffällig 2008 bei 104.6 RTL. Trotzdem bieten alle Lokalprogramme mehr deutschsprachige Anteile als die landesweiten Anbieter, Ausnahme wieder Radio TEDDY und Antenne Brandenburg. Alle Lokalprogramme pendeln mit ihrem Anteil an deutschsprachiger Musik um die 20 Prozent, nur oldiestar sendet mehr als doppelt so viel (s. Abbildung 19). Auch Radio Cottbus und Power Radio haben ihre deutschsprachigen Titel mehr als verdoppelt. Ein großes Defizit, das aber wohl marktmanent ist: Europäische Titel wird man auch in den Lokalprogrammen vergeblich suchen. SENDER KW ist mit 1,1 Prozent schon die Spitze. Eros Ramazotti und Ricchi E Poveri sind dort an den Untersuchungstagen die einzigen Vertreter beispielsweise der italienisch-, spanisch-, französischsprachigen Musikszene – eine in keinem anderen Land so dramatisch wiederzufindende Verengung des musikalischen Weltbildes. Die internationalen Billboardcharts⁵⁴ demonstrieren das jedes Mal aufs Neue.

6.2.3 Musikära – alle Programme

Klarer wird die musikalische Differenzierung schon unter dem Aspekt des Erscheinungsjahres der Titel. Denn nur Radio Cottbus spielt einen hohen aktuellen Anteil, grenzt sich mit seinem Format dadurch gut ab. oldiestar auf der anderen Seite geht nur in geringem Umfang über das Jahr 2000 hinaus, bleibt konsequent beim Mix der 60er, 70er und 80er Jahre, mit Privilegierung der 70er und 80er Jahre. Power Radio ist ein Jahrzehnt „jünger“, Schwerpunkt 80er Jahre vor allem, aber auch über die 90er Jahre hinaus ins Heute. SENDER KW ist breiter aufgestellt. Ein Drittel der gespielten Titel liegt oberhalb der 2000er Grenze. Über alle Jahrzehnte von den 60er Jahren bis zur Gegenwart reicht das Spektrum bei ELSTERWELLE, mit der Betonung auch der 70er und 80er Jahre. Eine unter dem Aspekt Musikära jeweils ausgedehnte Aufstellung, die sich jedoch erheblich im Grad der Aktualität unterscheidet (s. Abbildung 20). Hier konturiert sich das Bild in drei musikalische Gruppen. oldiestar auf der einen Seite, dann Power Radio und ELSTERWELLE, dazwischen SENDER KW und auf der anderen Seite Radio Cottbus. Radio Cottbus gehört im Vergleich zu den landesweiten Programmen in die Hauptgruppe mit aktueller Musik. Die anderen lokalen Sender sind musikalisch näher am Berliner Rundfunk, Antenne Brandenburg, Spreeradio und Radio Paradiso dran (s. Abbildung 21).

⁵⁴ Vgl.: www.billboard.com

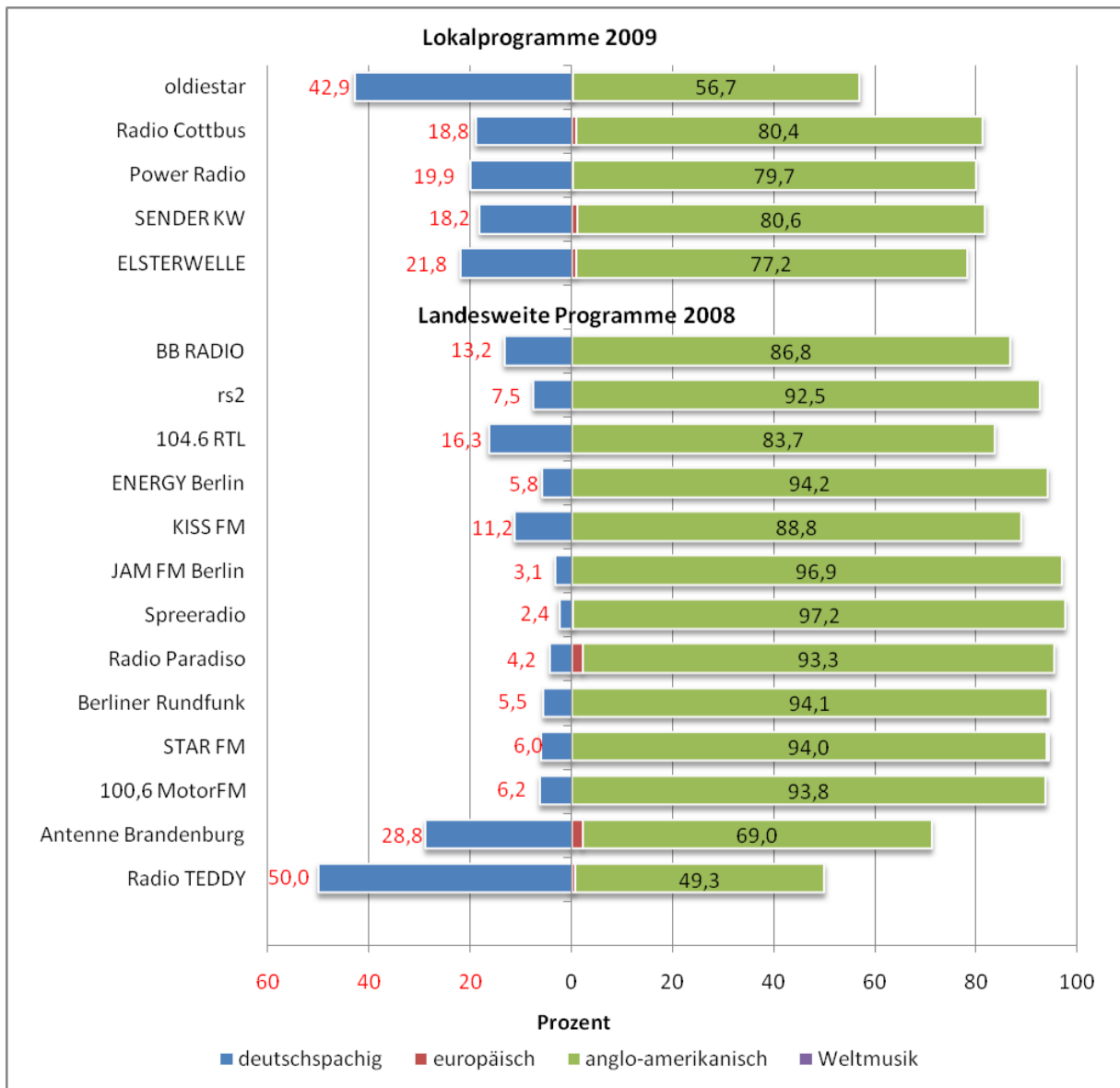


Abbildung 19: Musikherkunft gesamt. Vergleich Lokalprogramme 2009 und landesweite Programme 2008. Anteile der Titel in Prozent (Montag bis Freitag).

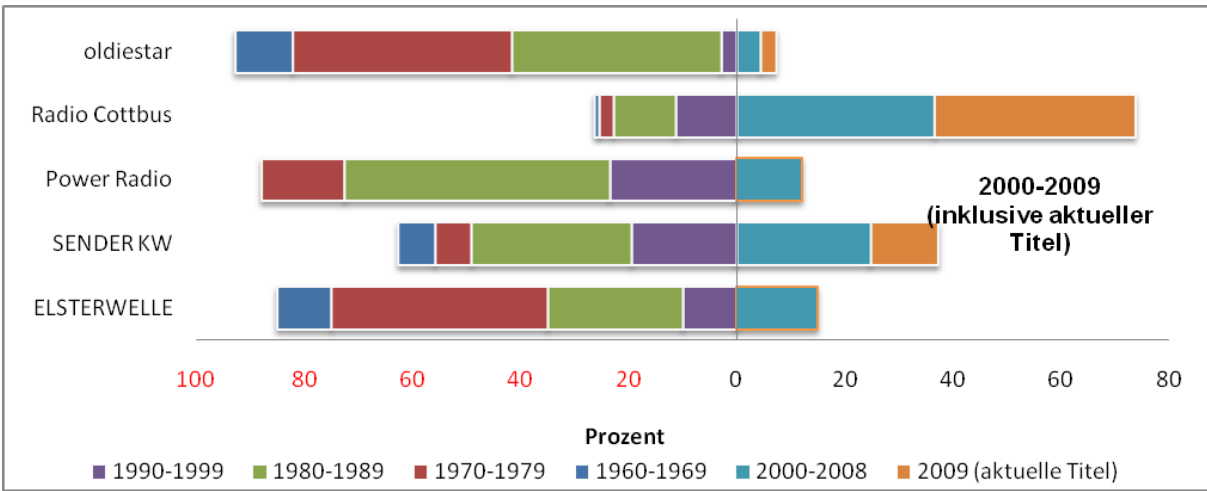


Abbildung 20: Musikära gesamt Lokalprogramme 2009.
Anzahl der Titel pro Jahrzehnt in Prozent (Montag bis Freitag).
Für ELSTERWELLE empirisch gestützte Schätzung des Autors.

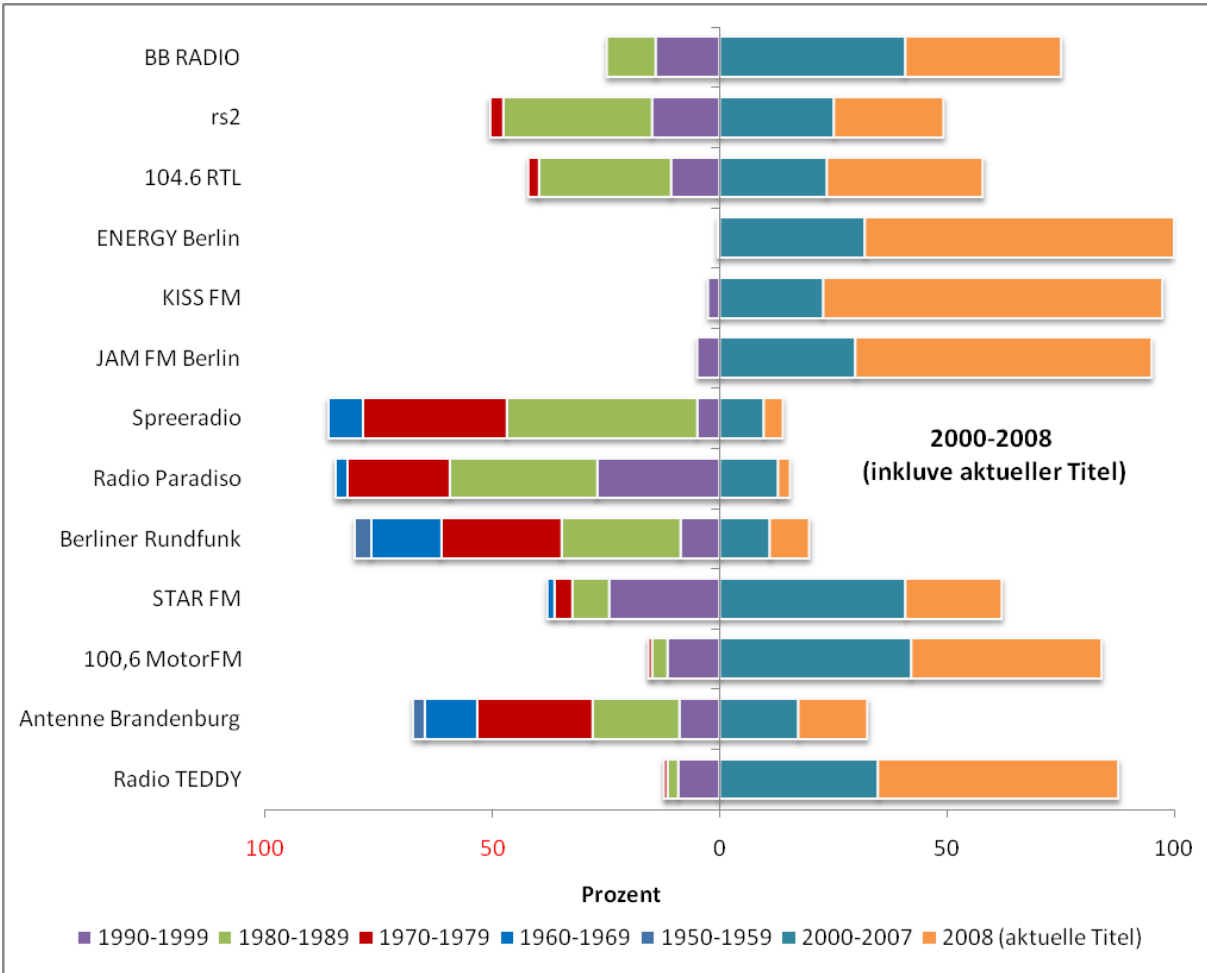


Abbildung 21: Musikära gesamt landesweite Programme 2008.
Anzahl der Titel pro Jahrzehnt in Prozent (Montag bis Freitag).

6.2.4 Musikstruktur – alle Programme

Komplettiert man die Einschätzung mit Hilfe der Musikstruktur, dann ist auch von der Dynamik der Musik her Radio Cottbus in der Nähe von BB Radio, rs2 sowie 104.6 RTL zu sehen. SENDER KW und Power Radio gehören zur Gruppe Spreeradio, Radio Paradiso und auch Berliner Rundfunk, während ELSTERWELLE und fast singulär oldiestar mit dem Cross-over-Ansatz hin zu Schlager und deutschsprachiger Musik Ähnlichkeiten mit Antenne Brandenburg aufweisen. Doch Antenne Brandenburg spielt viel mehr jüngere Musik, ist in der Anmutung dynamischer als die beiden⁵⁵.

⁵⁵Auf die Kategorie Bekanntheitsgrad - Platzierung der aktuellen Titel in den Media Control Airplay- und Verkaufscharts - wird verzichtet. Nur Radio Cottbus spielt in nennenswertem Umfang aktuelle Titel.

7 Fazit Musik

Das Musikprofil ist nicht das genuin spezifische Element, das für die Abgrenzung der Lokalprogramme entscheidend ist. Trotzdem gilt es, sich mit dem eigenen Lokalangebot in die musikalische Vielfalt der Region Berlin-Brandenburg einzupassen. Mindestens zwei der Programme, oldiestar und Power Radio, stehen ja schon beim Wort programmstrukturell in direkter Konkurrenz zu den landesweiten Programmen.

Alle fünf Lokalprogramme bewegen sich in der Musikrichtung Pop-Rock, teilweise oldiebased, wie übrigens die landesweiten Angebote, nimmt man die klaren Rock- oder Black-Music-Formate aus. Einen Sonderfall stellt oldiestar mit einem hohen Anteil an Unterhaltungsmusik dar, weniger ausgeprägt auch ELSTERWELLE. Radio Cottbus bleibt das einzige Programm ohne Unterhaltungsmusikanteil. Radio Cottbus ist das musikalisch aktuellste Programm und entspricht am ehesten den drei großen musikalisch dominierten landesweiten Anbietern BB RADIO, rs2 und 104.6 RTL.

Bei der Musikherkunft dominiert der anglo-amerikanische Raum auch bei den Lokalprogrammen. Der Trend bei den landesweiten Anbietern, den deutschsprachigen Anteil zu erhöhen, ist bei allen Lokalprogrammen stärker ausgeprägt. Alle Lokalprogramme pendeln mit ihrem Anteil an deutschsprachiger Musik um die 20 Prozent-Marke. Nur oldiestar sendet mehr als doppelt so viel. Europäische Titel werden auch in den Lokalprogrammen nicht gespielt.

Unter dem Blickwinkel der Musikära gibt es eine breite Aufstellung, die sich jedoch erheblich im Grad der Aktualität unterscheidet. Das Bild differenziert sich in drei musikalische Gruppen. oldiestar steht auf der einen Seite, dann folgen Power Radio und ELSTERWELLE, dazwischen sind SENDER KW und auf der anderen Seite Radio Cottbus positioniert. Radio Cottbus gehört im Horizont der landesweiten Programme zu der großen Gruppe mit aktueller Musik. Die anderen lokalen Sender weisen eine musikalische Nähe zum Berliner Rundfunk, zu Antenne Brandenburg, Spreeradio und Radio Paradiso auf.

Unter dem Aspekt der Musikstruktur, von der Dynamik der Musik her, ist Radio Cottbus wieder am ehesten in der Nachbarschaft von BB Radio, rs2 sowie 104.6 RTL zu sehen. SENDER KW und Power Radio gehören zur Gruppe Spreeradio, Radio Paradiso und auch Berliner Rundfunk, während ELSTERWELLE und fast singulär oldiestar mit dem Cross-over-Ansatz hin zu Schlagern und deutschsprachiger Musik Anklänge zu Antenne Brandenburg aufweisen.

Als Fazit ist nicht zu übersehen: Auch musikalisch gilt, dass das (Lokal)radio ein konservatives Medium geworden ist. Keine originären, zukunftsweisenden Aufbrüche. Radio Cottbus, das inhaltlich unter den Lokalradios einzig in größerem Maße lokale Kompetenz „ausstrahlt“, geht musikalisch ganz routinierte Wege. Und das zweite, in der Wortanalyse auffällig substantielle Programm, oldiestar, schafft es

nur mit einem äußerst konservativen musikalischen Profil⁵⁶, sich unterscheidbar zu positionieren.

⁵⁶So ein hoher Anteil an Unterhaltungsmusik und so einer hoher Anteil an deutschsprachigen Titeln, wie er in den anderen Bundesländern zumindest von den öffentlich-rechtlichen Anbietern, siehe Bayern 1 oder Radio Niedersachsen oder WDR 4, praktiziert wird, fehlt allerdings seit langem in der Region Berlin-Brandenburg.

8 Anhang

Tabelle 1: Wort	57
Tabelle 2: Nachrichten	58
Tabelle 3: Regional-/Lokalnachrichten	59
Tabelle 4: Musik	60
Verbreitungsgebiet 1: oldiestar.....	61
Verbreitungsgebiet 2: Radio Cottbus	62
Verbreitungsgebiet 3: Power Radio.....	63
Verbreitungsgebiet 4: SENDER KW	64
Verbreitungsgebiet 5: ELSTERWELLE	65
Verbreitungsgebiet 6: Radio Paradiso Brandenburg.....	66

	oldiestar*	Radio Cottbus	Power Radio	SENDER KW	ELSTERWELLE	Radio Paradiso Brandenburg
Wort (Sendedauer in Minuten pro Programm und Tag, Montag bis Freitag)						
Wort gesamt	243,1	204,8	185,8	149,9	107,2	131,0
Nachrichten	43,3	46,5	36,2	46,7	30,7	34,6
Regional-/Lokalnachrichten	16,5	32,0	7,9	0,0	21,6	0,0
Politik/Aktuelles international	0,0	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0
Politik/Aktuelles national	0,3	0,3	2,5	0,0	1,9	0,0
Politik/Aktuelles regional/lokal	12,7	1,5	2,3	6,0	0,0	13,3
Wirtschaft/Soziales	11,1	10,9	1,9	19,2	7,1	7,1
Kultur/Wissenschaft	40,1	13,8	13,7	8,3	10,1	21,5**
Religion/Weltanschauung	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Sport	10,0	4,7	1,1	1,4	2,7	4,2
Buntes	3,0	10,5	10,4	3,6	2,7	4,1
Moderation	32,2	25,7	18,9	22,9	12,3	10,4
Service	73,9	57,7	88,8	41,8	18,1	35,8
Comedy/Satire (Anteile an Buntes gesamt in Prozent, Montag bis Freitag)	36,7%	8,6%	0,0%	0,0%	0,0%	51,2%
Wort lokal (Anteile am Wort gesamt in Prozent, Montag bis Freitag - ohne Buntes, Moderation und Service)	14,7%	38,1%	11,5%	26,5%	38,5%	33,5%
Wer tritt auf? (Anzahl der Akteure pro Programm und Tag, Montag bis Freitag - ohne Nachrichten, Regionalnachrichten und Service)						
Akteure gesamt	7,0	4,5	11,5	9,0	7,0	4,5
Politiker/Repräsentanten	0,5	0,0	1,0	1,0	0,5	0,0
Experten/Urheber	6,5	2,0	4,0	4,0	1,5	0,5
Prominente	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Privatbürger	0,0	2,5	6,5	4,0	5,0	4,0
Gesellschaftliche Relevanz: (Anzahl der Beiträge ab 1 Minute Länge pro Programm und Tag,						
Beiträge gesamt	28,5	16,0	15,5	13,5	14,5	20,5
Gesamt./teilgesellschaftlich	7,0	2,5	6,5	10,0	4,5	10,5
Individuell/privat	21,5	13,5	9,0	3,5	10,0	10,0
Hörerbeteiligung (Call-in-Elemente außerhalb von Gewinnaktionen in Minuten pro Programm und Tag, Montag bis Freitag)	0,0	0,4	24,2	0,0	0,0	0,0
Gewinnaktionen (Anteile in Minuten pro Programm und Tag, Montag bis Freitag)	0,2	1,4	7,4	2,7	0,0	1,0
* Bei oldiestar aufgrund eines technischen Fehlers andere Untersuchungstage:16./19.10.2009						
** Bei Radio Paradiso Brandenburg sind in den 21,5 Minuten Kultur/Wissenschaft 4,6 Minuten "Gedanken zum Auftanken" in polnischer Sprache enthalten						

Tabelle 1: Wort

	Zusammensetzung in Prozent Montag bis Freitag Basis: Anzahl der Meldungen von 15 Nachrichtensendungen pro Programm an 2 Tagen.								Anzahl der aus- gewerteten Meldungen	Regionalanteil in Prozent Montag bis Freitag Basis: gleich	Rangfolge in Prozent Montag bis Freitag Anteile der Spitzenmeldungen pro Bereich. Basis: gleich			Wieder- holungen in Prozent Montag bis Freitag Basis :gleich
	Politik/ Aktuelles international	Politik/ Aktuelles national	Politik Aktuelles regional	Wirtschaft/ Soziales	Kultur/ Wissenschaft	Religion/ Welt- anschau- ung	Sport	Buntes			regional	internati- onal	natio- nal	
oldiostar*	7,6	34,5	23,3	20,7	7,8	0,0	5,2	0,9	116	29,3	0,0	38,5	61,5	50,9
Radio Cottbus	25,2	40,5	0,0	24,4	0,0	0,0	9,2	0,8	131	0,0	24,1	75,9	0,0	46,6
Power Radio	24,3	46,6	0,0	20,4	0,0	0,0	6,8	1,9	103	0,0	19,2	80,8	0,0	43,7
SENDER KW	31,1	45,5	0,0	13,6	0,0	0,0	7,6	2,3	132	0,0	7,7	92,3	0,0	64,4
ELSTERWELLE	27,1	43,6	0,0	19,8	0,0	0,0	9,4	0,0	96	0,0	29,2	70,8	0,0	64,6

* Aufgrund eines technischen Fehlers andere Untersuchungsstage:
16./19.10.2009

Tabelle 2: Nachrichten

	Zusammensetzung in Prozent Montag bis Freitag Basis: Anzahl der Meldungen aller Regional-/Lokal- Nachrichtensendungen pro Programm an 2 Tagen					Anzahl der aus- gewerteten Meldungen	Lokalanteil in Prozent Montag bis Freitag Basis: gleich	Wieder- holungen in Prozent Montag bis Freitag Basis: gleich
	Politik/ Aktuelles	Wirtschaft/ Soziales	Kultur/ Wissenschaft	Sport	Buntes			
oldiestar*	58,5	9,4	18,9	0,0	13,2	53,0	17,0	47,2
Radio Cottbus	20,5	34,8	15,2	20,5	8,9	112,0	86,6	73,2
Power Radio	52,9	20,6	8,8	0,0	17,6	34,0	52,9	0,0
SENDER KW	Keine Regional-/Lokalnachrichten							
ELSTERWELLE	2,9	69,4	6,9	15,3	5,6	72,0	86,1	79,2
Radio Paradiso Brandenburg	Keine Regional-/Lokalnachrichten							
rs2								
Cottbus	46,1	31,4	3,9	2,0	16,7	51,0	67,6	64,7
Frankfurt/Oder	48,0	26,5	5,9	5,9	13,7	51,0	67,6	64,7
Uckermark	40,0	35,0	2,0	0,0	23,0	50,0	71,0	65,0
Berlin	34,3	22,5	20,6	0,0	22,5	51,0	41,2	61,8
BB RADIO								
Brandenburg	26,7	40,0	6,7	13,3	13,3	60,0	53,3	75,0
Havelland	29,4	41,2	4,4	7,4	17,6	68,0	45,6	73,5
Niederlausitz	20,0	40,0	0,0	22,9	17,1	70,0	74,3	72,9
Nordost	35,0	35,0	15,0	5,0	10,0	80,0	66,3	75,0
Oderland	30,0	30,0	5,0	10,0	25,0	80,0	80,0	75,0
Prignitz	45,0	35,0	10,0	10,0	0,0	80,0	75,0	75,0

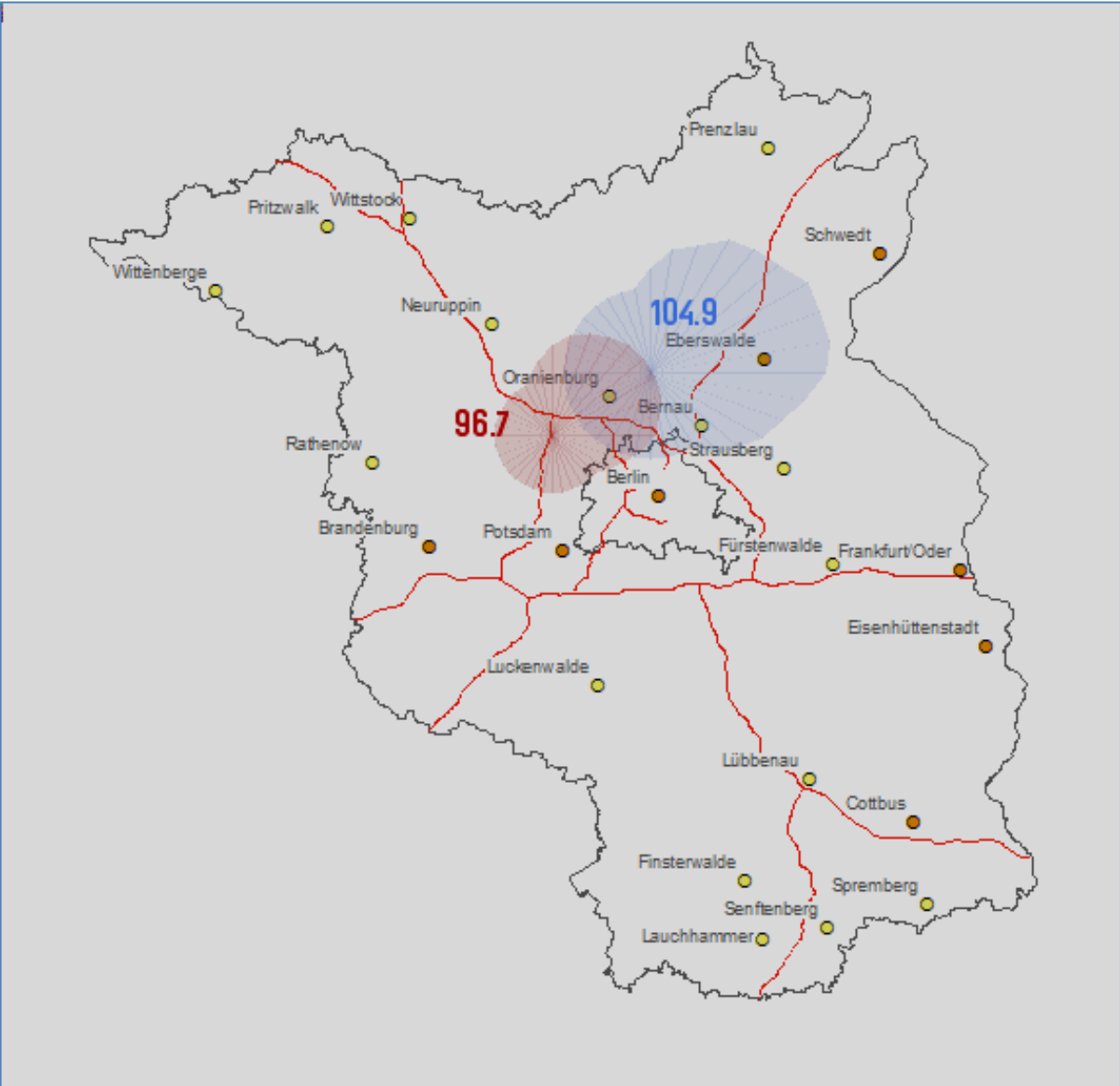
* Andere Untersuchungstage 16./19.10.2009

Tabelle 3: Regional-/Lokalnachrichten

	oldiestar	Radio Cottbus	Power Radio	SENDER KW	ELSTERWELLE*
Musikrichtung (Anteil der Titel pro Programm und Tag in Prozent Montag bis Freitag Basis: alle Titel)					
Rock	4,5	12,1	15,4	6,6	5,7
Pop	59,5	81,0	74,8	88,3	82,9
Dance	0,0	6,9	1,0	0,0	0,0
Jazz-Entertainer	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Unterhaltungsmusik	36,0	0,0	8,8	5,1	11,4
Musikherkunft					
anglo-amerikanisch	56,7	80,4	79,7	80,6	77,2
europäisch	0,3	0,9	0,3	1,1	1,0
deutschsprachig	42,9	18,8	19,9	18,2	21,8
weltmusik	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Musikära					
1950-1959	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1960-1969	10,7	0,9	0,0	6,8	10,0
1970-1979	40,5	2,6	15,4	6,8	40,0
1980-1989	38,8	11,6	49,0	29,6	25,0
1990-1999	2,8	11,2	23,5	19,4	10,0
2000-2008	4,5	36,6	12,1	24,8	15,0
2009 (aktuelle Titel)	2,8	37,1	...	12,5	...
Musikstruktur (Einschätzung aufgrund von Programmbeobachtung)					
fließend-melodiös	xxx	x	xx	xx	xxx
dynamisch-rhythmisch	x	xxx	xxx	xxx	xxx
hochdynamisch-hochrhythmisch		xx	x	x	x
*Die Jahreszahlen der Musiktitel basieren auf empirisch gestützter Schätzung des Autors.					

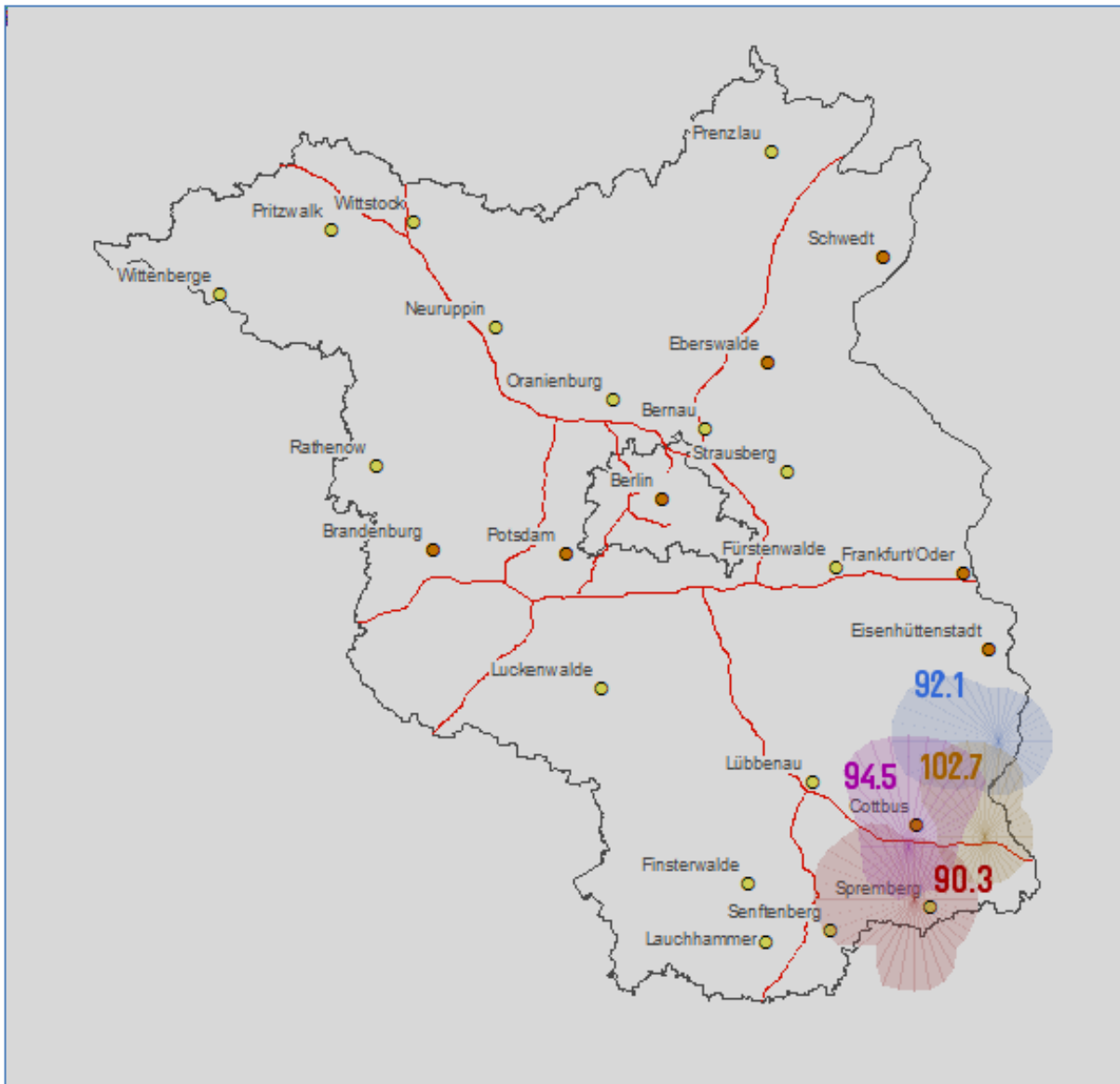
Tabelle 4: Musik

Verbreitungsgebiet 1: oldiastar



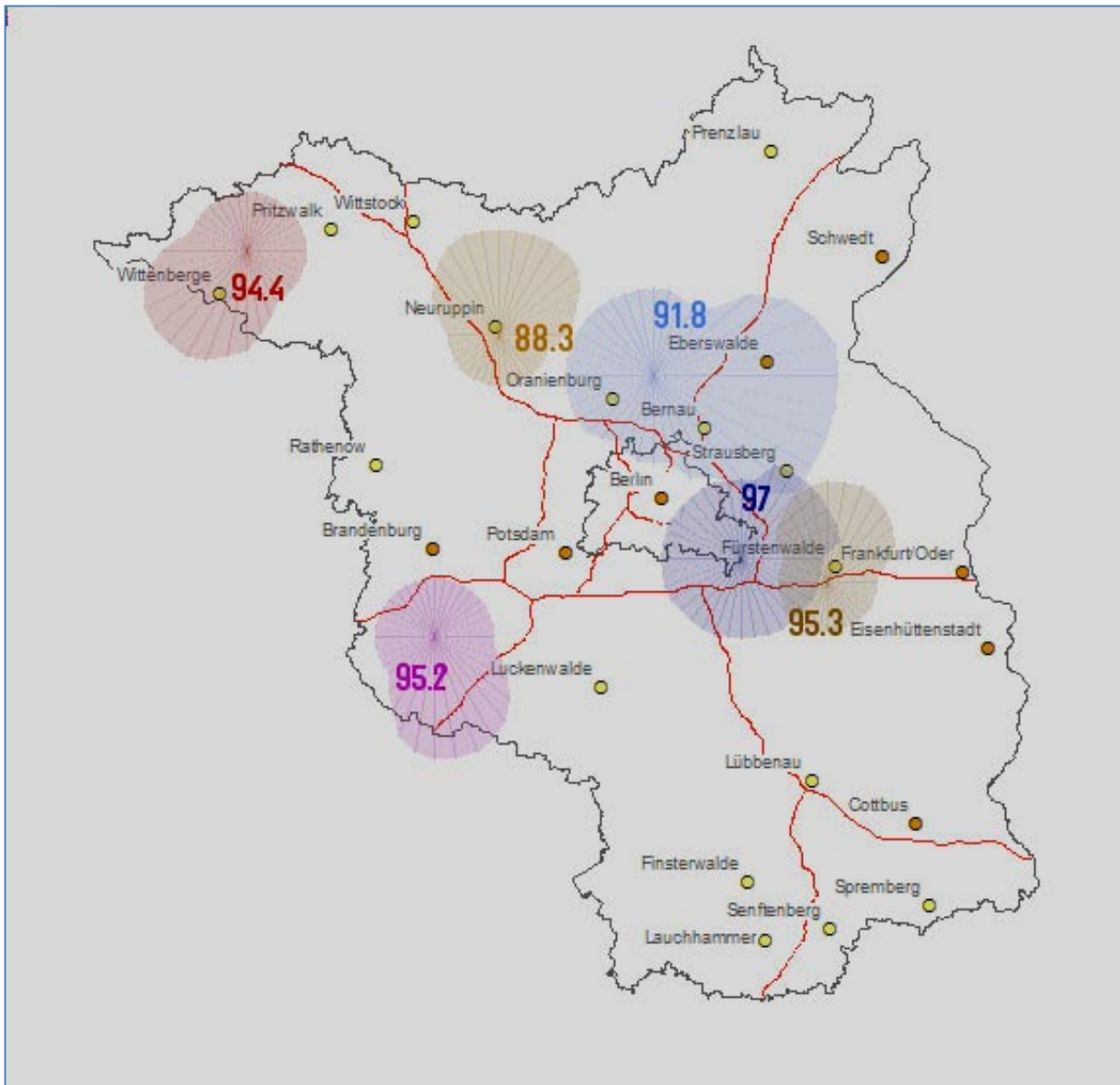
Stand Mai 2010. Quelle: mabb.

Verbreitungsgebiet 2: Radio Cottbus



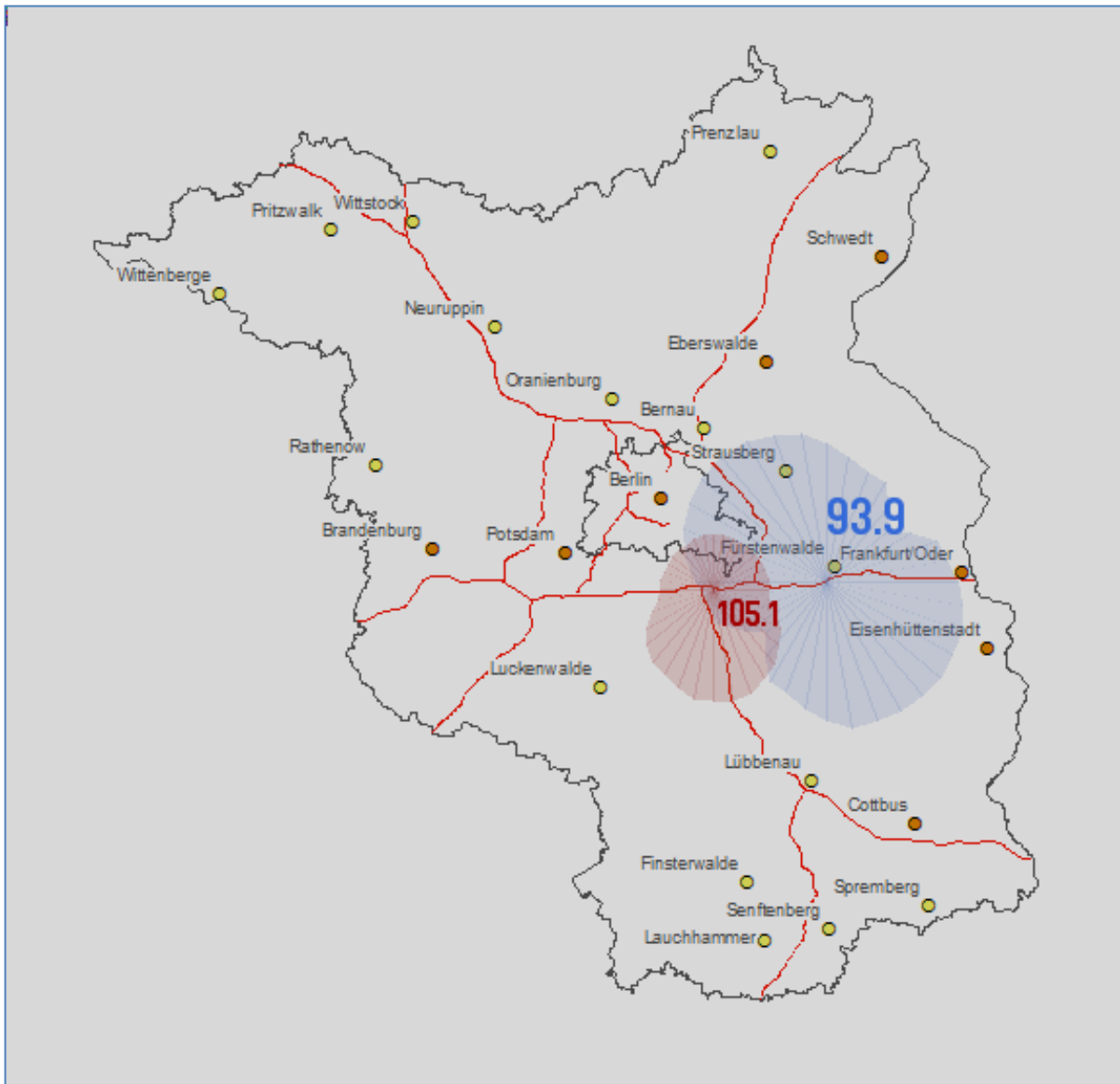
Stand Mai 2010. Quelle: mabb.

Verbreitungsgebiet 3: Power Radio



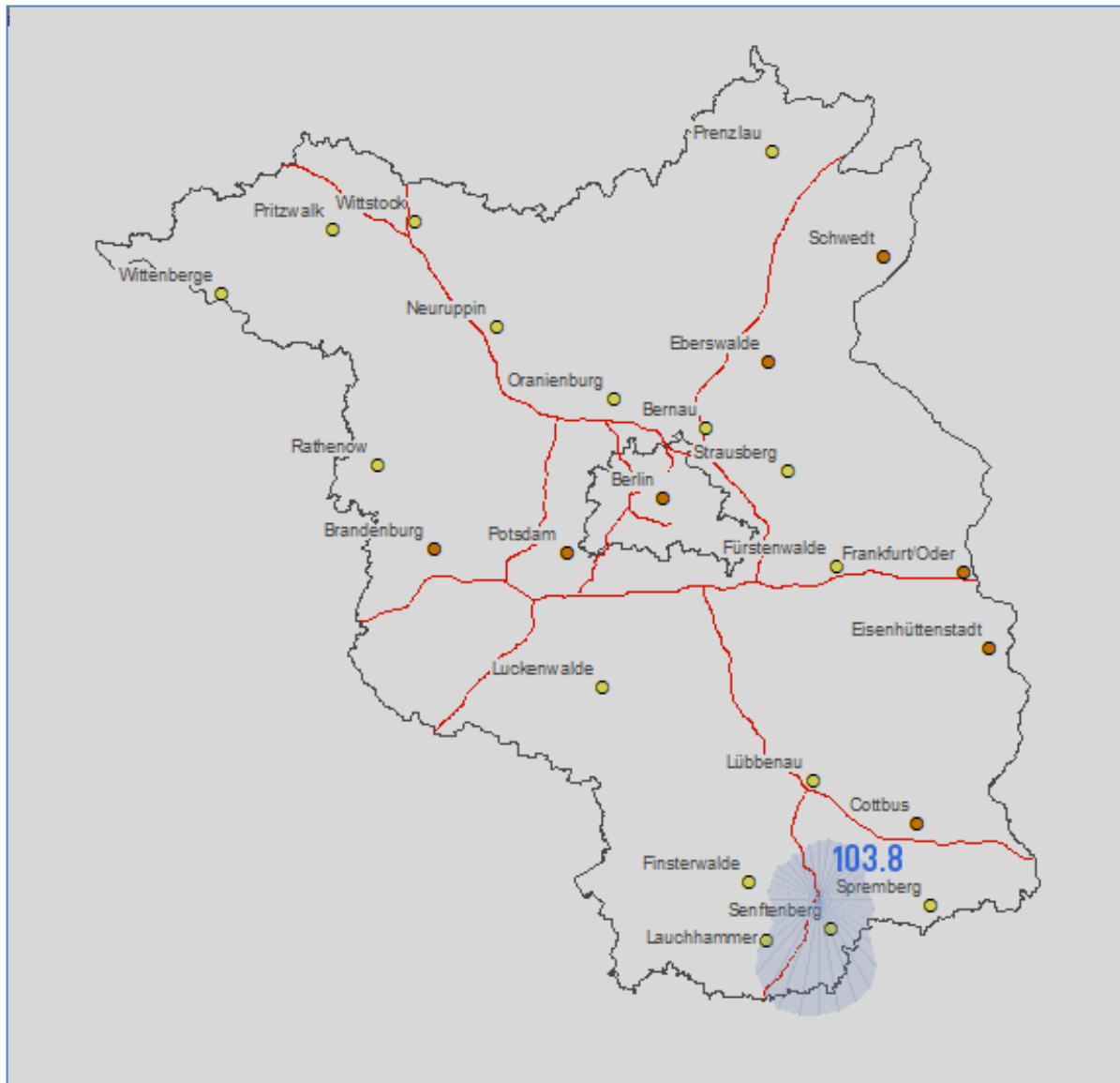
Stand Mai 2010. Quelle: mabb.

Verbreitungsgebiet 4: SENDER KW



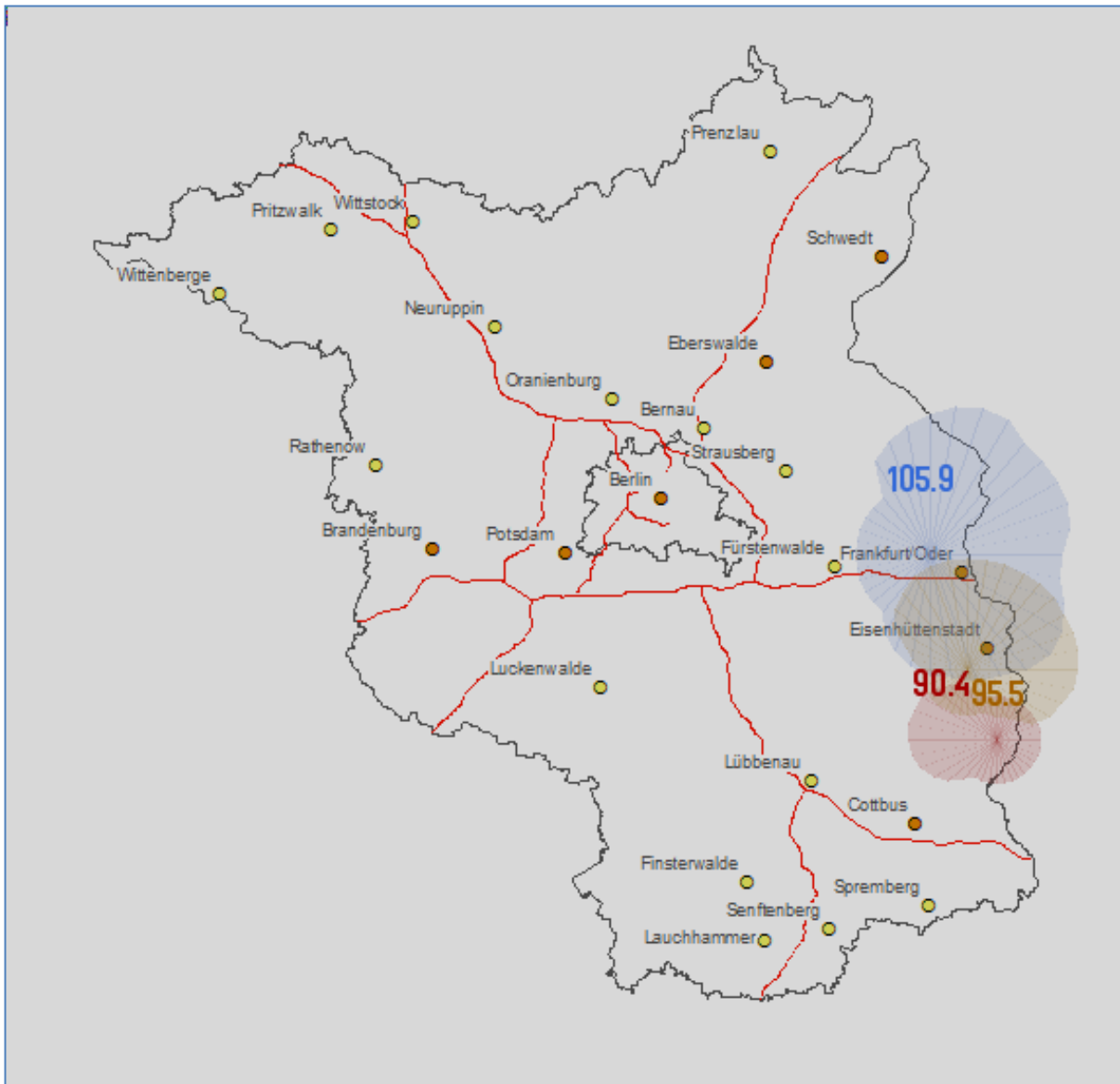
Stand Mai 2010. Quelle: mabb.

Verbreitungsgebiet 5: ELSTERWELLE



Stand Mai 2010. Quelle: mabb. (Neben der Brandenburger Frequenz 103.8 verfügt ELSTERWELLE über die Frequenz 88.2 bzw. seit kurzem über die Frequenz 102.8 in Sachsen).

Verbreitungsgebiet 6: Radio Paradiso Brandenburg



Stand Mai 2010. Quelle: mabb.

9 Literatur

Bücher - Zeitungen

- Blumers, Marianne/Gerstner, Oliver/ Tebert, Miriam: "Wie Zuschauer die Qualität von Fernsehen beurteilen. Qualitätscontrolling im öffentlich-rechtlichen Fernsehen". Media Perspektiven 3/2010
- Franz, Gerhard: „Werbekampagnen: Crossmediale Synergien von TV, Radio und Online“, Media Perspektiven 10/2009
- Funkanalyse Bayern 2009 (funkanalyse.tns-infratest.com)
- Gleich, Uli: „ARD-Forschungsdienst. Nutzung mobiler Medien“, Media Perspektiven 10/2009
- Gleich, Uli: „Einstellungen gegenüber Medien – ARD Forschungsdienst. Media Perspektiven“, 11/2009
- Heft, Annett: „Fernsehprogrammforschung in Deutschland 2008/2009“, ALM-Programmierbericht 2009, VISTAS 2010
- Helmes, Manfred: „Privater Rundfunk und gesellschaftspolitische Verantwortung. ALM Programmbericht 2007“, Vistas 2007
- JIM-Studie 2009. www.mpfs.de. JIM-Studie 2009.pdf
- Kerkau, Florian/Link, Christine/ Wiegand, Andre': "Programmanalyse Regional- und Lokal-TV Berlin und Brandenburg“, VISTAS 2009
- Klingler, Walter/Müller, Dieter K.: „ma 2009 Radio II. Radio gewinnt Hörer bei jungen Zielgruppen“. Media Perspektiven 10/2009
- Kors, Johannes: „Entwicklung des Hörfunks Berlin-Brandenburg in der digitalen Welt“ VISTAS 2010
- Limbach, Jutta: "Das Publikum wehrt sich selbst". Interview: Der Tagesspiegel, 9.03.2010
- ma 2010 Radio I
- Martens, Dirk/Windgasse, Thomas: „Nutzungsveränderung und Zukunftsperspektiven von Webradio. Ergebnisse einer Nutzerbefragung“. Media Perspektiven 3/2010
- Oehmichen, Ekkehardt/ Schröter, Christian: „Zur Differenzierung des Medienhandelns der jungen Generation“. Media Perspektiven 8/2009
- Oehmichen, Ekkehardt/Schröter, Christian: „Zur Differenzierung des Medienhandelns der jungen Generation“, Media Perspektiven 8/2009
- Stuttgarter Zeitung, 27.03.2010
- Volpers, Helmut/Bernhard, Uli: „Programmintegrierte Werbeformen in der Zuschauerwahrnehmung“, in: ALM Programmbericht Fernsehen in Deutschland 2009
- Volpers, Helmut: „Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Radio. Eine Typologisierung persuasiver Kommunikationsangebote des Hörfunks“. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. Band 55, 2007
- Weiß, Hans-Jürgen: „Konzeption, Methode und Basisdaten der ALM-Studie 2007/2008. ALM Programmbericht: Fernsehen in Deutschland“, VISTAS 2008

Wichert, Lothar: „Radioprofile in Berlin-Brandenburg. Die privaten und ein öffentlich-rechtliches Programm im Vergleich. 2008“, Vistas 2009
Wichert, Lothar: „Radioprofile in Brandenburg. Fünf Lokalprogramme im Vergleich. 2007“, Vistas 2008.
Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2008/2009 – Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten, VISTAS 2010
Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz: „Tendenzen im Zuschauerverhalten“, Media Perspektiven 3/2010

Internet

www.allmusic.com
www.billboard.com
www.blm.de
www.bremische-landesmedienanstalt.de
www.elsterwelle.de
www.finanznachrichten.de
www.hsh.de
www.lfk.de
www.lmk-online.de
www.lmsaar.de
www.lpr-hessen.de
www.mabb.de
www.medienanstalt-mv.de
www.msa-online.de
www.musicline.de
www.musikindustrie.de. Brennerstudie 2009.pdf
www.musikindustrie.de. Musikkäufer.pdf
www.nlm.de.
www.oldiestar.de
www.paradiso-brandenburg.de
www.phononet.de
www.power-radio.de
www.radio.de
www.radionrw.de
www.radio-paradiso.de
www.sender-kw.de
www.slm-online.de

10 Abbildungs-,Tabellenverzeichnis und Verbreitungsgebiete

Abbildungen

Abbildung 1: Radiohören gesamt und nach Altersgruppen (Montag bis Sonntag). Reichweiten- Vergleich Berlin und Brandenburg.....	9
Abbildung 2: Kompetenz des eigenen und der Konkurrenzprogramme bei Stammhörern von.....	10
Abbildung 3: Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen	12
Abbildung 4: Vergleich Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen	12
Abbildung 5: oldiestar* - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen.....	15
Abbildung 6: Radio Cottbus - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen	17
Abbildung 7: Power Radio - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen	19
Abbildung 8: SENDER KW - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen.....	21
Abbildung 9: ELSTERWELLE - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen	23
Abbildung 10: Radio Paradiso Brandenburg - Wort gesamt plus Call-in-Elemente plus Gewinnaktionen	25
Abbildung 11: Wort gesamt ohne Nachrichten, Regional-/Lokalnachrichten und Service - Vergleich mit landesweiten Programmen 2008	28
Abbildung 12: Wer tritt auf Anzahl der Akteure pro Programm und Tag (Montag bis Freitag) – ohne Nachrichten, Regional-/Lokalnachrichten und Service. *Bei oldiestar andere Untersuchungstage.	29
Abbildung 13: Gesellschaftliche Relevanz	31
Abbildung 14: Nachrichten (inklusive Regional-/Lokalnachrichten – Vergleich 2009-2007	34
Abbildung 15: Zusammensetzung Nachrichten (ohne Regional-/Lokalnachrichten)	36
Abbildung 16: Zusammensetzung Regional-/Lokalnachrichten - Vergleich mit landesweiten Programmen	39
Abbildung 17: Erstmeldungen Regional-/Lokalnachrichten – Vergleich mit landesweiten Programmen	41
Abbildung 18: Musikrichtung gesamt. Vergleich Lokalprogramme 2009 und landesweite Programme 2008.	48
Abbildung 19: Musikherkunft gesamt. Vergleich Lokalprogramme 2009 und landesweite Programme 2008.	51
Abbildung 20: Musikära gesamt Lokalprogramme 2009.....	52
Abbildung 21: Musikära gesamt landesweite Programme 2008.....	52

Tabellen

Tabelle 1: Wort	57
Tabelle 2: Nachrichten	58
Tabelle 3: Regional-/Lokalnachrichten	59
Tabelle 4: Musik	60

Verbreitungsgebiete

Verbreitungsgebiet 1: oldiestar.....	61
Verbreitungsgebiet 2: Radio Cottbus	62
Verbreitungsgebiet 3: Power Radio.....	63
Verbreitungsgebiet 4: SENDER KW	64
Verbreitungsgebiet 5: ELSTERWELLE	65
Verbreitungsgebiet 6: Radio Paradiso Brandenburg.....	66

11 Der Autor

Lothar Wichert

Diplom-Soziologe

Geboren am 04.02.1939

Studium der Soziologie, Psychologie,

Philosophie und Publizistik in Göttingen und Berlin

langjähriges Mitglied der Projektkommission des Berliner

Kabepilotprojektes und mehrerer Medienkommissionen

Journalist (u.a. Hauptabteilungsleiter Medien und Gesellschaft

RIAS Berlin, Chefkorrespondent Kultur DeutschlandRadio)

Kritiker (u.a. ORF Wien)

Gutachter für die mabb

Ernst-Reuter-Preisträger

Für Angela