



Fachbereich Soziales, Gesundheit und Medien
Journalistik/Medienmanagement

Bachelorarbeit

**Die Vermittlung von Information in
Unterhaltungsprogrammen des
öffentlich-rechtlichen Hörfunks**

(Arbeitstitel: Unterhaltungsprogramme des öffentlich-rechtlichen Hörfunks:
Bestandsaufnahme über die Umsetzung von Berichterstattung im Bereich Information)

vorgelegt von: Luca Fabio Deutschländer

Matrikelnummer: 2013 3042

vorgelegt am: 3. Mai 2017

Erstgutachter: Prof. Dr. Jan Pinseler

Zweitgutachter: Prof. Dr. Eric Chauvistré

Magdeburg, den 3. Mai 2017

Erklärungen

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Bachelorarbeit ausschließlich die Sprachform des generischen Maskulinums verwendet. Der Autor weist ausdrücklich darauf hin, dass entsprechende Passagen immer geschlechterunabhängig zu verstehen sind.

Ebenfalls aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden in der Bachelorarbeit die Begriffe *Radio* und *Hörfunk* synonym verwendet.

Danksagung

Ich möchte an dieser Stelle denen danken, die es mir in den vergangenen Wochen und Monaten ermöglicht haben, den Großteil meiner Zeit in die Umsetzung dieser Bachelorarbeit zu stecken. Dazu zählen insbesondere meine Eltern Monika und Ralph Deutschländer, die die vorliegende Arbeit gelesen und auf sprachliche Unklarheiten und Tippfehler geprüft haben. Herzlichen Dank auch an meinen Redaktionsleiter Frank Rugullis, der mir ohne Zögern ermöglicht hat, während der Arbeit an dieser Untersuchung im Job kürzerzutreten.

Herzlichen Dank an dieser Stelle an meine Gutachter: Prof. Dr. Pinseler als meinen Erstgutachter, dass Sie mir jederzeit mit Ratschlägen zur Seite gestanden haben; Prof. Dr. Chauvistré, dass Sie mir schon in unserem ersten Gespräch den Eindruck vermittelt haben, bei offenen Fragen auch auf Sie als meinen Zweitgutachter zukommen zu können.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
1.1. Frage- und Problemstellung	5
1.2. Eingrenzung der Problemstellung	7
1.3. Stand der Forschung.....	7
1.4. Aufbau der Arbeit.....	8
2. Theoretische Grundlagen	10
2.1. Der öffentlich-rechtliche Hörfunk: Geschichte und Gegenwart.....	10
2.1.1. Die Geschichte des öffentlich-rechtlichen Hörfunks.....	10
2.1.2. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk der Gegenwart.....	11
2.2. Das duale Rundfunksystem	13
2.2.1. Die Einführung des dualen Rundfunksystems.....	13
2.2.2. Die Einführung des privatkommerziellen Hörfunks und deren Folgen für den öffentlich-rechtlichen Hörfunk.....	15
2.3. Exkurs: Zum Wandel der politischen Kommunikation.....	18
3. Untersuchung der Programme zweier ARD-Hörfunksender	21
3.1. Methodik der Untersuchung.....	21
3.2. Auswahl der Sender.....	24
3.3. Auswahl der Sendungen für die Untersuchung	27
3.4. Zum Begriff der Information.....	28
3.4.1. Definitionen von Information zugehörigen Programmelementen.....	29
3.5. Kriterien der Untersuchung	32
3.6. Zeichensysteme im Hörfunk	33
4. Ergebnisse der Untersuchung	36
4.1. HR3	36
4.1.1. Relevanz	36
4.1.2. Emotion	38
4.1.3. Hörernähe	38
4.1.4. Beispiele für die Vermittlung von Information	40
4.1.5. Umsetzung von Berichterstattung im Bereich Information.....	44
4.1.6. Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	46
4.2. WDR2.....	47
4.2.1. nachrichtlich	47
4.2.2. Einordnung	49
4.2.3. Regionalkompetenz	50
4.2.4. Hörernähe	51
4.2.5. Beispiele für die Vermittlung von Information	52
4.2.6. Umsetzung von Berichterstattung im Bereich Information.....	56

4.2.7. Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	57
4.3. HR3 und WDR2 im Vergleich	59
5. Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse.....	62
5.1. Rückbezug auf den Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien	64
Abkürzungsverzeichnis	65
Abbildungsverzeichnis	66
Literaturverzeichnis.....	67
Sonstige Quellen	70
Anhangsverzeichnis.....	72
Selbstständigkeitserklärung.....	73

1. Einleitung

Der Hörfunkmarkt in Deutschland ist groß: Wer nach Radiosendern sucht, wird feststellen, dass nicht zuletzt wegen der Verbreitung von Internetradios nahezu jede musikalische Geschmacksrichtung abgedeckt wird. Neben öffentlich-rechtlichen und privatrechtlichen Radioprogrammen gibt es zahllose Sender, die dem *Lokal-* oder *Bürgerfunk* zuzuordnen sind. In Kliniken wird Radio für Patienten gemacht, von Veranstaltungen wird live ins Netz gestreamt oder live aus dem Fußballstadion kommentiert. Wer die Startseite von radio.de aufruft, eigenen Angaben zufolge ein Portal zum Abspielen von mehr als 30.000 internationalen Sendern, bekommt allein 4.945 aus Deutschland sendende Programme angezeigt¹ – sortiert nach Musikrichtungen wie Jazz, Pop, Schlager oder Oldies. Glaubt man der MA 2017 Radio I, dann hören 78,1 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung werktags Radio – bei einer durchschnittlichen Verweildauer von 241 Minuten täglich². Die Brutto-Umsätze mit Radiowerbung steigen laut Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten seit dem Jahr 2008 konstant³. Kurzum: Man sollte meinen, das Geschäft von und mit Radiosendern boomt. Was aber bedeutet die noch immer wachsende Anzahl der Radioprogramme für diejenigen, die zuerst da waren: öffentlich-rechtliche Radioprogramme? Welche Auswirkungen hat die private Konkurrenz auf öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten? Wie haben sie möglicherweise wegen des Aufkommens privatrechtlicher Sender ihre Programmkonzepte verändert? Decken sie damit überhaupt noch das ab, was der Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien verlangt? Und wenn nein, worin besteht dann die Legitimierung einer Gebührenfinanzierung? Das sind nur einige Fragen, die als Grundlage dieser Arbeit dienen und auf die im Folgenden Antworten gesucht werden sollen.

1.1. Frage- und Problemstellung

Der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist klar definiert. So ist im neunzehnten Rundfunkstaatsvertrag vom Dezember 2015 festgehalten: „Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. [...] Ihre Angebote haben der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. [...]“⁴ Das gilt ausdrücklich für

¹ Radio.de 2017, <http://www.radio.de/land/Deutschland/> [01.03.17].

² Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. 2017, https://www.agma-mmc.de/fileadmin/user_upload/Pressemitteilungen/2017/PM_ma_2017_Radio_I.pdf [01.03.17].

³ Die Medienanstalten 2016, http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/ALM-Jahrbuch/Jahrbuch_2016/Jahrbuch_2015-2016.pdf, S. 155 [01.03.17].

⁴ ARD 2015,

http://www.ard.de/download/538848/Staatsvertrag_fuer_Rundfunk_und_Telemedien_in_der_Fassung_des_19__Aenderungsstaatsvertrags_vom_3__bis_7__12__2015.pdf, S. 17. [25.01.17]

alle Angebote von ARD, ZDF und Deutschlandradio – also für Fernsehen, Hörfunk und Telemedien-Angebote wie Nachrichtenseiten im Internet.

Insbesondere das Fernsehen und der Hörfunk haben mit der Einführung des dualen Rundfunksystems Mitstreiter bekommen: Sie mussten sich nun mit privatrechtlicher Konkurrenz auseinandersetzen, die den Rundfunkanstalten Zuschauer und Zuhörer streitig machte. In der vorliegenden Arbeit soll jedoch ausschließlich der öffentlich-rechtliche Hörfunk betrachtet werden. Öffentlich-rechtliche Radioprogramme haben mit der Einführung des privaten Hörfunks im Jahre 1984 Konkurrenz bekommen⁵ und sich und ihr Programm nicht zuletzt wegen sich wandelnder Anforderungen der Hörerschaft in den vergangenen Jahrzehnten mitunter massiv verändert. Wo der Hörfunk einst zum Beispiel beim Verkehrsdienst noch primäre Informationsquelle war⁶, ermöglichen Smartphone-Apps oder Navigationsgeräte inzwischen eine auf den jeweiligen Nutzer zugeschnittene Information. Gleiches gilt für einen der zentralen Bestandteile vieler Radiosender: Musik. Hat das Radio schon durch die Einführung von Walkman, CD etc. Konkurrenz bekommen, so wurde diese mit der Gründung von Streaming-Angeboten wie Spotify noch einmal verschärft. Dienste wie der genannte bieten der Hörerschaft die Möglichkeit, ein durchweg nach dem eigenen Geschmack individualisiertes Musikprogramm zu hören.

Die eingangs erwähnte Einführung des kommerziellen Privatradios im Jahr 1984 hat zu einer Konkurrenzsituation geführt, auf die insbesondere unterhaltende und auf Durchhörbarkeit ausgelegte Programme noch heute zu reagieren scheinen. Dieser subjektive Eindruck entfaltet sich vor allem, wenn in öffentlich-rechtlichen Unterhaltungsprogrammen zunehmend Gewinnspiele Einzug halten⁷, bei denen Zuhörer im laufenden Programm mit z.B. Markenprodukten beschenkt werden. Ferner liegt der subjektive Eindruck nahe, dass der Wort-Anteil bei jenen Programmen in den vergangenen Jahren geringer geworden ist und stattdessen pro Sendestunde mehr Musik gespielt wird – zulasten von Information und Bildung? Darüber hinaus hat der Konkurrenzkampf zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Hörfunk dafür gesorgt, dass sich Sender durch eine spezielle Musikklangfarbe unterscheiden und an unterschiedliche Zielgruppen wenden⁸.

⁵ Schwarzkopf 1999a, S. 44f.

⁶ Marchal 2004b, S. 574.

⁷ Meyn 2004, S. 171

⁸ Meyn 2004, S. 171.

1.2. Eingrenzung der Problemstellung

Wegen der eingangs beschriebenen Veränderung öffentlich-rechtlicher Hörfunkprogramme, soll in der vorliegenden Untersuchung der Frage nachgegangen werden, **inwieweit in Unterhaltungsprogrammen öffentlich-rechtlicher Hörfunksender Berichterstattung vorkommt, die zum Programmauftrag Information zu zählen ist.** Der Programmauftrag Information umfasst laut Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag) insbesondere *Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches*⁹. Im Laufe der Untersuchung hat sich gezeigt, dass deutlich auffälliger ist, **wie Information in den gewählten Hörfunkprogrammen vermittelt wird.** Der Schwerpunkt der Untersuchung wurde deshalb abgeändert, sodass in der vorliegenden Arbeit die Art und Weise der Vermittlung von Information im Vordergrund steht.

Als Unterhaltungsprogramme könne dabei all jene Sender bezeichnet werden, deren Programmschwerpunkt neben informierenden Programmelementen und Service insbesondere auf Musik liegt und bei denen außerdem unterhaltende Moderationen oder Comedys einen festen Platz im Programmablauf haben. Musik zählt dabei laut Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien ebenso wie Comedys zum Programmelement Unterhaltung¹⁰. Um die zu untersuchenden Programme als Unterhaltungsprogramme einordnen zu können, wurde die ARD-Hörfunkstatistik mit in die Auswahl der Sender einbezogen. Sie ist die Grundlage für die Aufschlüsselung des gesendeten Programms in Minuten. Die Hörfunkstatistik legt für jedes von ARD-Anstalten betriebene Hörfunkprogramm dar, aus welchen Elementen (Information, Werbung, Nachrichten, Musik etc.) sich das gesendete Programm in einem bestimmten Kalenderjahr zusammengesetzt hat.

1.3. Stand der Forschung

In der Vergangenheit ist bereits untersucht worden, an welchen Stellen sich private und öffentlich-rechtliche Hörfunkangebote unterscheiden. So ist Bardt 2002 zu dem Schluss gekommen, dass insbesondere bei Vollprogrammen – gleich, ob Fernsehen oder Hörfunk – eine weitgehende Angleichung an die private Konkurrenz festzustellen sei¹¹. Mit Blick auf den Hessischen Rundfunk bilanzierte Bardt, insbesondere HR3 und HR-XXL (heute YOU FM) stünden in direkter Konkurrenz zu rein werbefinanzierten hessischen Privatradios, ohne wirklich ein zusätzliches Angebot auszustrahlen, was die Sonderstellung der HR-Programme rechtfertigen würde¹². Mit Blick auf Expansions- und Angleichungstendenzen im Hörfunk stelle die direkte inhaltliche Konkurrenz sowie die Ausweitung des

⁹ ARD 2015, S. 8.

¹⁰ Vgl. ebd.

¹¹ Bardt 2002, S. 36f.

¹² Vgl. ebd.

Angebots für die privatwirtschaftliche Konkurrenz eine „unfaire Konkurrenz“ dar, schlussfolgerte Bardt.

Eckhardt untersuchte 2005, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag erfüllt. Er kam im Wesentlichen zu dem Schluss, dass es bei der Beantwortung dieser Frage zu Recht nie ernsthafte Zweifel gegeben hatte: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk werde seiner Pflicht im Kulturauftrag gerecht, so Eckhardt¹³. Er führte aus, im Bereich Kultur benötige jede Landesrundfunkanstalt ihr eigens profiliertes Programmangebot¹⁴. Kultur sei eine zutiefst regional verwurzelte Erscheinung, die nicht von Bundesland zu Bundesland verschiebbar sei.

Als nicht gesichert sah 2006 Lucht die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an. Dies zeigten Diskussionen über die „Legitimationsfalle“, das „Legitimationsdilemma“ oder die „endlose Krise des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, so Lucht bezugnehmend auf Bonfadelli, Meier und Schanne. Lucht forderte, den Grundversorgungsauftrag zu konkretisieren¹⁵. Dies müsse in konkrete Programmvorhaben mit Selbstverpflichtungscharakter münden. Auch könne eine ausreichende gesellschaftliche Rückbindung nur bei einer an Kommunikation und Transparenz reichen Arbeit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gewährleistet werden.

Schon 1999 hatte Bullinger darauf verwiesen, dass öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten Gefahr laufen, sich während des Wettbewerbs mit werbefinanzierten Anbietern ihren Konkurrenten anzupassen und den gesetzlichen Funktionsauftrag in den Hintergrund treten zu lassen¹⁶ (vgl. Kapitel 2.1.2.).

Hall stellte fest, die Einführung des dualen Rundfunksystems bedeute für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk einen Wettbewerbsdruck, der eine Erfolgsmessung nach Einschaltquote und Marktanteil in den Vordergrund habe treten lassen und „gesellschaftlich anerkannte Qualitätsmaßstäbe“ in den Hintergrund rücken lassen¹⁷.

1.4. Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit befasst sich in Kapitel 2 mit der Entstehung, Geschichte und dem Auftrag von öffentlich-rechtlichem Hörfunk. Auch wird auf die Einführung des kommerziellen Privatfunks in Deutschland eingegangen. Hierzu ist festzuhalten, dass das Aufkommen des privaten Hörfunks für eine Belebung des Hörfunkmarktes gesorgt hat und die Programmplaner öffentlich-rechtlicher Hörfunksender die Konkurrenzsituation mutmaßlich mit in ihre Arbeit haben einfließen lassen. Auf

¹³ Eckhardt 2005, S. 13.

¹⁴ Vgl. ebd., S. 8.

¹⁵ Lucht 2006, S. 317.

¹⁶ Bullinger 1999, S. 115.

¹⁷ Hall 1997, S. 74f.

Basis dieser theoretischen Grundlage soll abgeleitet werden können, welche Probleme das Bestehen einer dualen Rundfunkordnung mit öffentlich-rechtlichem und privatem Hörfunk hinsichtlich der Erfüllung der im Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien festgelegten Programmgrundsätze von Information hat. In Kapitel 3 werden das methodische Vorgehen sowie der Gegenstand und Kriterien der Untersuchung festgelegt. Darin fließen theoretische Überlegungen ein. Das darauffolgende Kapitel befasst sich mit den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchung. Die Untersuchungsergebnisse werden vorgestellt und es wird auf Unterschiede zwischen beiden analysierten Programmen eingegangen. Es folgt die Zusammenfassung.

2. Theoretische Grundlagen

2.1. Der öffentlich-rechtliche Hörfunk: Geschichte und Gegenwart

2.1.1. Die Geschichte des öffentlich-rechtlichen Hörfunks

Unmittelbar nach Ende des Zweiten Weltkriegs nutzten die Alliierten die wieder instand gesetzten Sender zunächst zur Kontrolle der politischen und wirtschaftlichen Lage in Deutschland¹⁸. Die Geschichte des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in seiner heutigen Form hat ihren Beginn im Jahr 1949. In jenem Jahr legten die Väter des Grundgesetzes fest, dass Rundfunk als Kulturgut in der Hand der Länder liegen solle und nicht wie in den Jahren nach Ende des Zweiten Weltkriegs in der der Westalliierten. Jene hatten kurz nach Ende des Krieges versuchen wollen, wegen der Erfahrungen während des Nazi-Regimes eine einseitige Politisierung durch die jeweils herrschende Partei zu verhindern¹⁹. Auch hatte das Programm nicht an die Wünsche der werbenden Wirtschaft angepasst werden sollen und in diesem Zuge möglichst wenig auf Reklame-Einkünfte angewiesen sein²⁰. Die Alliierten sahen die Organisationsform von Anstalten des öffentlichen Rechts als nötig an, um die geschilderten Bedenken auszuräumen. Die neu geschaffenen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten waren durch Landes- und Bundesgesetz bzw. Staatsverträge entstanden. Sie hatten von nun an das Befugnis, sich selbst zu verwalten und waren von behördlicher Fachkontrolle freigestellt, fasst Meyn zusammen. Die Finanzierung erfolgte über Gebühren, die von den Landtagen in einem Staatsvertrag festgesetzt wurden. Ursprünglich war diese Finanzierung allein durch die Gebühren gesichert, später kamen jedoch Werbeeinnahmen hinzu²¹.

Im Jahr 1950 vereinten die Landesrundfunkanstalten sich zur Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD). Ziel war es, den Austausch und die gemeinsame Herstellung von Hörfunkprogrammen zu ermöglichen²². Der ARD-Verbund wurde nach der Wiedervereinigung Deutschlands um den Mitteldeutschen Rundfunk (MDR) und den Ostdeutschen Rundfunk Brandenburg (ORB), dem Vorläufer des heutigen Rundfunks Berlin-Brandenburg (rbb), erweitert.

Zuvor hatten viele Landesrundfunkanstalten insbesondere ab den 1970er Jahren auf eine Entwicklung ihrer Programme gesetzt. Sie begann bei der Verkehrsinformation²³. Nachdem die ARD aus Mangel an vorhandenen Frequenzen damit gescheitert war, ein bundesweites Netz von Verkehrsprogrammen zu etablieren, übernahmen die Landesrundfunkanstalten die Initiative. Sie brachten ein bis dahin

¹⁸ Noelle-Neumann, Schulz, Wilke (Hg.) 2002, S. 552.

¹⁹ Meyn 2004, S. 143.

²⁰ Vgl. ebd.

²¹ Vgl. ebd.

²² Noelle-Neumann, Schulz, Wilke (Hg.) 2002, S. 553.

²³ Halefeldt 1999, S. 220.

unbekanntes Programmelement auf den Markt: sogenannte Service-Wellen²⁴. 1971 ging BAYERN 3 an den Start, ein Jahr darauf HR3. In jenen Service-Wellen lag der Fokus auf leicht zugänglicher Unterhaltungsmusik, in die neben leicht eingängiger Unterhaltungsmusik kurze Wortbeiträge, darunter Tipps für den Alltag und insbesondere für Autofahrer, eingestreut wurden²⁵. Auch setzten die Anstalten ab dieser Zeit verstärkt auf eine Regionalisierung ihrer Programme, unter anderem durch die Öffnung einzelner regionaler „Sendefenster“. Viele dieser Fenster gingen ab den 1980er Jahren in eigens geschaffene Landesprogramme mit starker regionaler Verwurzelung und Musik für ältere Generationen über²⁶.

Auf die für den öffentlich-rechtlichen Hörfunk verzeichneten Veränderungen nach Einführung des dualen Rundfunksystems wird in Kapitel 2.2. näher eingegangen.

2.1.2. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk der Gegenwart

Als Kernauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks kann die Erfüllung des Grundversorgungsauftrages betrachtet werden. Dieser verlangt von den Rundfunkanstalten die ungekürzte Darstellung der Meinungsvielfalt, ein umfassendes Programmangebot bei uneingeschränkter weltanschaulicher Vielfalt sowie eine tatsächliche Empfangbarkeit seiner Programme²⁷.

Bullinger ist zu dem Schluss gekommen, dass öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland eine Doppelrolle zukommt. „Sie üben wie ein Bürger das Grundrecht der Rundfunkfreiheit aus. Zugleich erfüllen sie als weisungsfreie Teileinheit des Staates besondere Aufgaben der Rundfunkversorgung, die ihnen durch Gesetz übertragen sind.“²⁸ Wie in Kapitel 1.3. angedeutet, hat Bullinger schon 1999 die Gefahr einer Anpassung öffentlich-rechtlicher Standards an privatrechtliche ausgemacht. Er hatte in diesem Zuge festgestellt, dass dies an der Verlegung kultureller Sendungen und anderer Minderheitsinteressen in Nebenprogramme oder Nachtstunden deutlich wird.

²⁴ Vgl. ebd.

²⁵ Vgl. ebd.

²⁶ Vgl. ebd.

²⁷ Lucht 2006, S. 173.

²⁸ Bullinger 1999, S. 115.

Das öffentlich-rechtliche Hörfunkangebot in Deutschland

Derzeit gibt es in Deutschland insgesamt 61 öffentlich-rechtliche Hörfunksender. Sie werden von den neun Landesrundfunkanstalten der ARD, der Deutschen Welle sowie dem ARD und ZDF zugehörigen Deutschlandradio produziert²⁹.

Während Rundfunkanstalten wie NDR, SWR oder der MDR als Drei-Länder-Anstalt eigene Regionalprogramme für jedes Bundesland in ihrem Sendegebiet unterhalten, schneiden Rundfunkanstalten wie HR, WDR oder BR ihr Programm auf ihr Herkunftsland als Sendegebiet zu. So ist der Programmauftrag des Hessischen Rundfunks auf das Land Hessen beschränkt. Der MDR als Drei-Länder-Anstalt hat hingegen den Auftrag, Hörfunk- und Fernsehprogramme für Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen zu produzieren. Dies ist in einem Staatsvertrag zwischen den drei Bundesländern geregelt³⁰.

Themen-, Musik- und Service-Schwerpunkte hängen dabei auch von der Zielgruppe ab, die ein jeweiliger Sender ansprechen will. Im Hessischen Rundfunk wurde in den vergangenen Jahren der Begriff „Flottenstrategie“ geprägt. Er meint, dass der HR mit seinen sechs Hörfunkangeboten verschiedene Zielgruppen ansprechen soll. „Wir verfolgen im Hessischen Rundfunk (hr) eine Flottenstrategie mit unseren sechs Radioprogrammen, die natürlich nicht wechselseitig in Konkurrenz treten sollen“³¹, wurde einst der ehemalige Programmleiter von HR1, Andreas-Peter Weber, zitiert.

Die Vergangenheit hat eine gewachsene Zahl an Hörfunkprogrammen mit sich gebracht. Neben der im Zuge der Einführung des dualen Rundfunksystems entstandenen privatrechtlichen Programme (vgl. Kapitel 2.2.2.), hat sich auch die Zahl öffentlich-rechtlicher Hörfunkprogramme vergrößert. Dennoch sprechen Jarren und Donges lediglich einigen wenigen einschlägigen öffentlich-rechtlichen Radioprogrammen auf dem Hörfunkmarkt eine publizistische Leistung im gesamten Bereich „Wort“ zu³². Diese Entwicklung könne zumindest teilweise auf Veränderungen bei den Rezipienten zurückzuführen sein, bilanzierten sie. Kultur-, Bildungs- und Informationsprogramme des Radios könnten nur noch mit einem Publikumspotenzial zwischen fünf und zehn Prozent rechnen. Dies gelte vor allem für Märkte, in denen öffentlich-rechtliche und private Sender unmittelbar in Konkurrenz zueinander stünden.

Ein Blick in die MA 2017 Radio I zeigt, dass bundesweit lediglich fünf öffentlich-rechtliche Programme hinsichtlich der durchschnittlichen Hörerzahl pro Stunde (werktags) Marktführer ihres jeweiligen Sendegebietes sind: SR3 SAARLANDWELLE, MDR 1 RADIO SACHSEN, MDR THÜRINGEN, SWR 4 RHEINLAND-PFALZ und SWR 4 BADEN-WÜRTTEMBERG. In allen übrigen Bundesländern stehen privatrechtliche Programme in der Rangliste der Sender mit den meisten

²⁹ ARD 2017, http://www.ard.de/home/radio/ARD_Radios_im_Ueberblick/109996/index.html [21.02.17].

³⁰ Noelle-Neumann, Schulz, Wilke 2002, S. 559.

³¹ Radioszene 2011, <http://www.radioszene.de/32516/hr1-reichweite-mit-gefuehl.html> [18.04.2017].

³² Jarren, Donges 2006, S. 344.

Zuhörern an erster Position³³. Die Angaben beziehen sich auf Programme, die lediglich in einem Bundesland senden – nicht jedoch auf länderübergreifende Programme wie MDR JUMP, NDR2 und SWR3.

Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland finanzieren sich fast alle durch Gebühren und Werbeeinnahmen. Diese Art der Finanzierung wurde in ihrer heutigen Form 1968 begründet. Damals entschied das Bundesverfassungsgericht, dass die Bundesländer und nicht die Deutsche Bundespost die Kompetenz für die Rundfunkgebühr besitzen³⁴. Als Konsequenz daraus schufen die Ministerpräsidenten der Länder im Herbst des Jahres 1968 in einem Staatsvertrag ein einheitliches Rundfunkgebührenrecht³⁵. Ab 1976 wurden die Gebühren von der Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (GEZ) eingezogen. In den Jahren darauf wurde der Staatsvertrag, der den Gebühreneinzug regelte, mitunter Änderungen unterzogen – unter anderem wegen eines Urteils des Bundesverfassungsgerichts³⁶. Es lässt sich festhalten, dass die Werbeeinnahmen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten in den Jahren nach der Einführung des privaten Rundfunks gesunken sind³⁷. Dennoch kann davon ausgegangen werden, dass entsprechende Einnahmen noch heute bedeutend für Programmierer sind.

2.2. Das duale Rundfunksystem

2.2.1. Die Einführung des dualen Rundfunksystems

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hatte über Jahrzehnte eine Art Monopolstellung³⁸. Das veränderte sich im Jahr 1984, als in Kabelpilotprojekten von Ludwigshafen und München erste inländische Privatradios auf Sendung gingen³⁹. Dass die Medienstruktur in Deutschland sich grundlegend verändern würde, hatte sich jedoch auch in den Jahren zuvor angekündigt. Spätestens, seit das Bundesverfassungsgericht im Februar 1961 den Versuch der Adenauer-Regierung, ein privatwirtschaftlich verfasstes Bundes-Staatsfernsehen einzuführen, mit der Begründung beendete, dazu sei der Bund nicht befugt, schwelte ein Streit über das Für und Wider von privatrechtlichem Rundfunk⁴⁰. In den Jahren danach hatten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, vor allem die Mitglieder der

³³ Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. 2017, <http://ma-trend.rms.de/> [08.03.107].

³⁴ Noelle-Neumann, Schulz, Wilke 2002, S. 562ff.

³⁵ Vgl. ebd.

³⁶ Vgl. ebd.

³⁷ Vgl. ebd.

³⁸ Halefeldt 1999, S. 222.

³⁹ Vgl. ebd.

⁴⁰ Schwarzkopf 1999a, S. 29ff.

ARD⁴¹, vermehrt in der Kritik gestanden. Insbesondere die CDU fühlte sich im Programm vieler Anstalten nicht hinreichend repräsentiert⁴². Auch deshalb entfachten in dieser Zeit immer wieder Diskussion über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, seinen Auftrag und seine Zukunft. Konkret wurde die Auseinandersetzung mit modernen Techniken jedoch erst Anfang der 1980er Jahre. 1982 wurde Helmut Kohl (CDU) Bundeskanzler. In einer Regierungserklärung im Oktober 1982 sprach Kohl davon, den Ausbau moderner Kommunikationstechnologien nicht länger politisch blockieren zu wollen⁴³. Ein entscheidender Impuls hin zu einer dualen Rundfunkordnung waren schließlich die neuen technischen Übertragungsmöglichkeiten (Kabelrundfunk, Satellitenrundfunk)⁴⁴. Die Ministerpräsidenten der Länder hatten einige Zeit zuvor mit dem Bund beschlossen, vier zeitlich befristete Kabelpilotprojekte zuzulassen⁴⁵ – in Berlin, Mannheim-Ludwigshafen, München und Dortmund. Sie starteten 1984 mit dem Ziel, verschiedene Programmangebote und Kommunikationsdienste zu erproben⁴⁶. Im selben Jahr hatte auch die SPD Bereitschaft signalisiert, private Rundfunkveranstalter zuzulassen – unter der Voraussetzung einer gesicherten Binnenpluralität und gleichzeitigem Bestand und Entwicklung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Ab dem Sommer 1984 wurden schließlich die ersten Landesmediengesetze verabschiedet, die das duale Rundfunksystem einläuteten⁴⁷. Die letztlich entscheidende Instanz für ein etabliertes duales Rundfunksystem war das Bundesverfassungsgericht. In seinem vierten Rundfunkurteil von 1986 urteilte es, ein Nebeneinander von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk sei verfassungsgemäß⁴⁸.

Das erste landesweite kommerzielle Hörfunkprogramm nahm schließlich im Juli 1986 seinen Sendebetrieb auf: Radio Schleswig-Holstein (RSH)⁴⁹.

⁴¹ Vgl. ebd.

⁴² Noelle-Neumann, Schulz, Wilke 2002, S. 568.

⁴³ Kohl zit. n. Schwarzkopf 1999a, S. 38f.

⁴⁴ Noelle-Neumann, Schulz, Wilke 2002, S. 570.

⁴⁵ Lucht 2006, S. 185.

⁴⁶ Schwarzkopf, 1999a, S. 39.

⁴⁷ Schwarzkopf 1999a, S. 60.

⁴⁸ Noelle-Neumann, Schulz, Wilke 2002, S. 572.

⁴⁹ Vgl. ebd.

2.2.2. Die Einführung des privatkommerziellen Hörfunks und deren Folgen für den öffentlich-rechtlichen Hörfunk

Die öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramme hatten sich von nun an mit Konkurrenzprodukten auseinander zu setzen. Dabei fiel die Entwicklung der privaten Sender von Bundesland zu Bundesland höchst unterschiedlich aus⁵⁰: Ein direkter Wettbewerb fand laut Halefeldt deshalb vorwiegend zwischen landesweiten privaten Programmen und den vergleichbaren Programmen der ARD statt⁵¹.

Dabei entdeckten die kommerziellen Programme nach seiner Auffassung das in den USA bereits bewährte Konzept des Formatradios für sich. Halefeldt zufolge, bedeutet Formatradio in diesem Kontext eine musikalisch und altersmäßig stärkere Einengung der Zielgruppe als bei den Servicewellen der ARD, eine konsequente „Durchhörbarkeit der Programme“, die Orientierung an Stundenrastern, die Platzierung kurzer Nachrichten zu Beginn einer Sendestunde, die Beschränkung der Musikauswahl auf einen sich nach kurzer Zeit wiederholenden Kanon sowie die Abstimmung aller Programmelemente – von der Art der Moderation über die Sprache der Nachrichten bis hin zur Aggressivität der Musik, auf das jeweilige Gesamtkonzept⁵².

Der wachsende Erfolg der kommerziellen Sender hatte zur Folge, dass öffentlich-rechtliche Landesrundfunkanstalten ab Mitte der 1980er Jahre „zumindest ein Auge auf die kommerzielle Konkurrenz“ warfen⁵³. Dabei bauten die Anstalten ihr Programm um bzw. aus und versuchten, sichtbare Schwächen zu beseitigen und vorhandene Stärken hervorzuheben⁵⁴. Oftmals, so führt Marchal aus, hat das nicht zum gewünschten Erfolg geführt. Ihm zufolge gab es „überraschend schnell“ nach Einführung des privatkommerziellen Hörfunks „schockierende Einbrüche“ der publikumsträchtigen ARD-Wellen bei Hörerzahl und damit Werbeeinnahmen⁵⁵. Das Ein- oder Umschaltverhalten bisheriger Stammhörer hat sich laut Marchal in dieser Zeit als unkalkulierbare Größe erwiesen. „Offenbar waren sie nur zu gern bereit, sich auf Neues einzulassen [...]“⁵⁶ Für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter bedeutete das erstmals in ihrer 40-jährigen Geschichte die Auseinandersetzung mit einer kommerziellen Konkurrenz im eigenen Land⁵⁷. Den Einbruch der Einschaltquoten führt Marchal darauf zurück, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die mit der neuen kommerziellen Konkurrenz verbundenen Gefahren nicht richtig eingeschätzt hatten. Auch hatte sich seiner Ansicht nach gezeigt, dass sich das öffentlich-rechtliche Gesamtangebot künftig „überwiegend in marktkonforme und

⁵⁰ Halefeldt 1999, S. 223.

⁵¹ Vgl. ebd.

⁵² Vgl. ebd.

⁵³ Halefeldt 1999, S. 224.

⁵⁴ Vgl. ebd.

⁵⁵ Marchal 2004b, S. 615ff.

⁵⁶ Vgl. ebd.

⁵⁷ Vgl. ebd.

konkurrenzfähige Programme für die Höhrermehrheit, ansonsten aber in Minderheitenprogrammen, die für die eigene Legitimation benötigt wurden, gruppieren würde⁵⁸.

In einem Aufsatz versuchte der Hörfunkdirektor des WDR, Jenke, 1991, das öffentlich-rechtliche Programmangebot von kommerziellen Rundfunkveranstaltern abzugrenzen. Er schrieb: „Hier wie dort ist in den letzten Jahrzehnten eine Abkehr des Radios weg vom Konzept der ‚kulturellen Institution‘ (John Reith über die BBC) und eine Hinwendung zum Bestandteil der Kommunikationsindustrie erkennbar geworden. [...] In einer solchen Konkurrenzsituation ist auf mittlere Sicht die Spezialisierung der Programmangebote unumgänglich. Sie wird vor allem für die aus Lizenzgebühren finanzierten öffentlich-rechtlichen Radioprogramme noch wichtiger als bisher werden, weil sie zur Stabilisierung bestimmter Publikums-Segmente führt, die ihrerseits als Legitimationsbeweis für die weitere Gebührenfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Radios dienen. An erster Stelle sind dabei solche Radio-Programme zu erwähnen, die seriösen Journalismus von hoher Aktualität als auch hoher Qualität miteinander verbinden, also dem weitverbreiteten Trend zur Boulevardisierung und Skandalisierung widerstehen, der große Teile der konkurrierenden kommerziellen Programme bestimmt [...].“⁵⁹

Marchal zufolge, sprach sich WDR-Hörfunkdirektor Jenke noch im selben Jahr dafür aus, der kommerziellen Konkurrenz mit einer erneuten Diversifizierung zu begegnen. Als solche wird in der Wirtschaftslehre die Erweiterung des Leistungsangebots eines Unternehmens bezeichnet⁶⁰ – was im vorliegenden Fall eine Vermehrung der Zahl der Programme bedeutet. In jener Zeit nahmen die Rundfunkveranstalter endgültig Abschied von der vertikalen Anordnung mit allem überhaupt Möglichen für unterschiedliche Bedürfnisse in einem einzigen Vollprogramm und gingen zu einem horizontalen Gesamtangebot über, das mehrere Programme für unterschiedliche Hörererwartungen und Hörsituationen enthielt⁶¹. Die Entstehung von Sparten- und Landesprogrammen (BAYERN 4 Klassik 1980, WDR4 1984) bezeichnet Marchal als forcierte Diversifizierung. Darunter versteht er das Ansinnen der Landesrundfunkanstalten, die letzten nicht abgedeckten Hörerpotenziale mit „einem entsprechend definierten Ausschnitt des Programmauftrags zu versorgen“⁶². Die allgemeine Tendenz zu einer forcierten Diversifizierung innerhalb der ARD habe sicher das strategische Ziel gehabt, jedes erdenkliche Hörerbedürfnis abzudecken. Das jedoch habe dazu geführt, dass die ARD-Anstalten die Erfolgswahlen ihrer einzelnen Programme nach unten hatten korrigieren müssen⁶³. Schließlich verteilte sich das Potenzial von Hörern auf eine wachsende Zahl von Programmen. „In Bezug auf die Zahl ihrer Programme und der Möglichkeit, das jeweilige Zielpublikum gesondert (vor allem musikalisch) ansprechen zu können, waren sie [die ARD-Rundfunkanstalten, Anm. d. Verf.] nach dem Ausbau ihres Programmfiichers der kommerziellen Konkurrenz überlegen. [...] Fraglich ist allerdings, ob er der

⁵⁸ Marchal 2004b, S. 653.

⁵⁹ Jenke zit. n. Marchal 2004b, S. 654.

⁶⁰ Bauer 2013, S. 268.

⁶¹ Marchal 2004b, S. 655ff.

⁶² Vgl. ebd.

⁶³ Marchal 2004b, S. 668.

Qualität der Programme, dem Integrationsauftrag des Angebots und im Endergebnis einer Stärkung der Vielfalt des vor Ort hörbaren Angebots zugutegekommen ist.“⁶⁴

Die Finanzierung des privatkommerziellen Hörfunks

Private Rundfunkveranstalter finanzieren ihr Programm durch Werbeeinnahmen oder sonstige Einnahmen. Eine Finanzierung privater Veranstalter aus Rundfunkgebühren ist dabei unzulässig⁶⁵. Wie für öffentlich-rechtliche Anstalten gilt auch für private, dass Werbung deutlich vom übrigen Programm getrennt werden muss.

Die Kontrolle des privatkommerziellen Rundfunks

In jedem Bundesland in Deutschland regeln Landesmediengesetze bzw. bei Regelungen für mehrere Länder Staatsverträge die Zulassung privater Hörfunkveranstalter. Die Einhaltung der Landesmediengesetze werden von Landesmedienanstalten überwacht⁶⁶. Dies sind unabhängige öffentlich-rechtliche Institutionen, die sich aus Vertretern gesellschaftlich relevanter Gruppen zusammensetzen⁶⁷. Hinsichtlich der Programmkontrolle durch die Landesmedienanstalten ist festzuhalten, dass diese auf die Überwachung gesetzlicher Vorschriften – etwa nach Programmbeschwerden oder stichprobenartigen Prüfungen durch die Landesmedienanstalt – beschränkt ist und nicht in die Programmautonomie der Veranstalter eingreifen darf⁶⁸. Neben der Kontrolle des Programms privatkommerzieller Rundfunkveranstalter zählen die Förderung und der Ausbau der Rundfunkversorgung sowie die Zulassung von privatkommerziellen Rundfunkveranstaltern oder die Organisation begleitender Kommunikationsforschung zum Aufgabenspektrum der Landesmedienanstalten⁶⁹.

Probleme des dualen Rundfunksystems

Von der Einführung eines dualen Rundfunksystems hatten Politiker wie Bundeskanzler Helmut Kohl sich unter anderem eine Stärkung von Meinungsvielfalt und -freiheit versprochen⁷⁰. Auch wurden Stimmen laut, die eine Einführung des privatrechtlichen Rundfunks als technisch und mit Blick auf die Zukunftschancen des Landes unabdingbar ansahen. Aus Politik und Wirtschaft hieß es, die neue Rundfunkordnung könne neben positiven Effekten der Konkurrenz um Hörer Wachstumsimpulse für die Telekommunikations- und Neue-Medien-Branche mit sich bringen⁷¹.

Marchal bilanziert, der Übergang zur dualen Rundfunkordnung habe mitnichten Chancen auf eine „wirkliche Partizipation der Hörer“ in der Programmpolitik kommerzieller Anbieter offenbart. Statt der

⁶⁴ Vgl. ebd.

⁶⁵ Noelle-Neumann, Schulz, Wilke, 2002, S. 580.

⁶⁶ Meyn 2004, S. 174.

⁶⁷ Noelle-Neumann, Schulz, Wilke 2002, S. 574f.

⁶⁸ Vgl. ebd.

⁶⁹ Schwarzkopf 1999a, S. 66f.

⁷⁰ Kohl zit. n. Schwarzkopf 1999a, S. 41.

⁷¹ Marchal 2004b, S. 617.

avisierten größeren Vielfalt durch das Hinzukommen kommerzieller Anbieter habe sich eine Vielzahl strukturell ähnlicher Programme ohne erkennbaren Gewinn an neuen Sendeformen ergeben⁷².

Schon 1999 hatte Halefeldt die Frage aufgeworfen, was der Hörfunk zu dieser Zeit noch mit dem aus den fünfziger und sechziger Jahren gemein habe. „Die Rolle, die es in jenen Jahren gespielt hat, wird sich das mittlerweile 75 Jahre alte Medium Radio nie wieder zurückerobern können.“⁷³ Die wieder zunehmende Resonanz bei den Hörern seit den siebziger Jahren ist ihm zufolge weniger eine Wiedergeburt des Zuhör-Mediums, als eine Erfolgsgeschichte des „Nebenbei-Mediums“.⁷⁴ Dieses zeichne sich dadurch aus, mit viel Musik den Tagesbegleiter zu spielen und hauptsächlich über Nachrichten für eine Basisversorgung mit aktueller Information zu sorgen, hielt Halefeldt Ende der 1990er Jahre fest.

Auch Bardt hat Probleme bei der dualen Rundfunkordnung ausgemacht. Er stellte 2002 fest, die unterschiedlich streng festgelegten Bedingungen, denen private und öffentlich-rechtliche Rundfunkanbieter nachkommen müssen, führten zu Verzerrungen. Bardt kam zu dem Schluss, ein öffentlich-rechtliches Angebot solle ein privates Programm prinzipiell nur ergänzen, nicht jedoch kopieren oder gar ersetzen⁷⁵. „Die Aufgaben der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sollten auf solche Programmbestandteile beschränkt bleiben, für die kein adäquates privates Programmangebot für die nähere Zukunft gesichert ist“, fuhr er fort⁷⁶.

2.3. Exkurs: Zum Wandel der politischen Kommunikation

Die oben geäußerte Forderung von Bardt lässt vermuten, dass dies in der Praxis selten der Fall ist. Als ein möglicher Grund kann ein Phänomen angesehen werden, das nun näher erläutert werden soll. Es kann davon ausgegangen, dass die folgenden Beobachtungen auch auf einzelne Programme öffentlich-rechtlichen Rundfunks zutreffend sind. Es scheint daher sinnvoll, einen Bezug zur vorliegenden Untersuchung zu schaffen.

In der Auseinandersetzung mit Information ist in den vergangenen Jahren der Begriff „Infotainment“ geprägt worden, der eine Vermengung von Information und Entertainment, also Unterhaltung, beschreibt. Seit Beginn des 21. Jahrhunderts ist darüber hinaus der Begriff „Politainment“ etabliert worden. Weil Information laut Definition durch den Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien in der Praxis zu einem bedeutenden Teil Berichterstattung über Politik enthält, sollen an dieser Stelle wissenschaftliche Überlegungen und Beobachtungen zum Phänomen „Politainment“ einfließen. Es ist

⁷² Marchal 2004b, S. 653.

⁷³ Halefeldt 1999, S. 226.

⁷⁴ Vgl. ebd.

⁷⁵ Bardt 2002, S. 29f.

⁷⁶ Vgl. ebd.

davon auszugehen, dass auch in der vorliegenden Untersuchung Beobachtungen gemacht werden können, wonach (politische) Berichterstattung unterhaltend umgesetzt oder als unterhaltend inszeniert wird.

Während der eingangs zitierte Begriff „Infotainment“ meint, dass Politik von Medienschaffenden so aufbereitet wird, „dass sie vom Publikum als unterhaltend empfunden wird“⁷⁷, beschreibt „Politainment“ laut Dörner und Vogt im Wesentlichen zwei Phänomene: das der „unterhaltenden Politik“ und das der politischen Unterhaltung⁷⁸. Letztere wird Dörner und Vogt zufolge von der Unterhaltungsindustrie betrieben. Demnach ist sie es, die auf politische Themen, Figuren und Geschehnisse zurückgreift, „um sie als Elemente bei der Konstruktion ihrer fiktionalen Bildwelten zu verwenden und ihre Produkte somit interessant und attraktiv zu gestalten“⁷⁹. Unterhaltende Politik hingegen geht, der Theorie von Dörner und Vogt folgend, von politischen Akteuren aus, die zur Umsetzung ihrer Ziele auf Instrumente und Stilmittel der Unterhaltungskultur zurückgreifen.

„Politainment“ mache in einer Zeit, in der die meisten Bürger keinen direkten Kontakt mit den komplexen Prozessen des politischen Systems hätten, Politik sichtbar und sinnlich erfahrbar. „Einfache Erzählungen, Anekdoten und pointiert zugespitzte Aussagen bilden den Normalmodus der unterhaltenden Politik. In dieser Reduktion liegen zweifellos Verzerrungen und Verkürzungen dessen, was die Komplexität der Politik in der außermedialen Realität ausmacht“, schlussfolgern Dörner und Vogt⁸⁰. All das, was sich dem Format unterhaltender Politikpräsentation nicht füge, werde in der Regel ausgeblendet.

Als ein Grund für die Vermischung von Politik und Unterhaltung kann laut Holtz-Bacha die Komplexität von Politik angesehen werden, die veränderte Verkaufsstrategien notwendig mache. Holtz-Bacha hat eine Veränderung des Mediensystems ab Mitte der 1980er Jahre festgestellt, die zu einer Kommerzialisierung des Mediensystems geführt habe⁸¹. Diese sei insbesondere von privatkommerziellen Rundfunkveranstaltern ausgelöst worden. Eine Kommerzialisierung des Mediensystems bedeutet Holtz-Bacha zufolge, dass ökonomische Kriterien bei der Auswahl und Aufbereitung von Themen wichtiger werden als publizistische Kriterien.

Wie sie sind auch Dörner und Vogt der Auffassung, die wichtigste Weichenstellung auf dem Weg zu einer wachsenden Bedeutung der Unterhaltungskultur für die politische Kultur, sei die Einführung der dualen Rundfunkordnung 1984 gewesen. „Private Anbieter setzen im Rundfunkbereich, aber auch in den Printmedien und Online zunehmend auf Unterhaltungsangebote, weil diese in der Regel die besten Quoten und Marktanteile garantieren.“⁸² Auch öffentlich-rechtliche Anbieter würden auf diese Weise

⁷⁷ Holtz-Bacha 2004, S. 26.

⁷⁸ Dörner, Vogt 2004, S. 40f.

⁷⁹ Vgl. ebd.

⁸⁰ Vgl. ebd.

⁸¹ Holtz-Bacha, 2004, S. 28f.

⁸² Dörner, Vogt 2012, S 19.

unter „Entertainment-Druck“ geraten, weil sich Wahrnehmungsgewohnheiten und Erwartungshorizonte des Publikums veränderten. „Würden ARD und ZDF, die ja primär über Gebühren finanziert sind, konsequent auf Information und anspruchsvolle Formate setzen und dabei den Markt weitgehend an die privaten Anbieter verlieren, hätten sie ein erhebliches Legitimationsproblem: Man würde ihnen vorwerfen, sie produzierten teure Programme für eine Minderheit der Bevölkerung“, bilanzieren Dörner und Vogt⁸³.

Jarren und Donges attestieren dem Medium Radio, das schnellste der tagesaktuellen (Massen-)Medien zu sein. „Wenn auch das Radio nur noch als ‚Begleitmedium‘ angesehen wird, so ist es für die politische Erstinformation mit kurzen, aktuellen Informationen relevant, und es wird von politischen Akteuren entsprechend zur Verbreitung von Statements genutzt.“⁸⁴ Dennoch lasse sich festhalten, dass die politische Berichterstattung mit Ausnahme von Informationswellen und Kulturradios öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten weitgehend auf die stündlich ausgestrahlten Nachrichten und wenige magazinähnliche Informationsblöcke konzentriert⁸⁵.

Es ist davon auszugehen, dass sich Teile der oben zitierten Beobachtungen in den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchung widerspiegeln werden. Insbesondere, weil Radio Jarren und Donges zufolge als *Begleitmedium* angesehen werden kann, ist zu erwarten, dass Information entsprechend aufbereitet in den zu analysierenden Sendungen festzustellen ist. Dass Hörfunk stärker als Fernsehen und Zeitung während anderer Beschäftigungen wie etwa beim Autofahren konsumiert wird⁸⁶, lässt dies noch wahrscheinlicher werden.

⁸³ Vgl. ebd.

⁸⁴ Jarren, Donges 2006, S.343ff.

⁸⁵ Vgl. ebd.

⁸⁶ Brosius zit. n. Drescher 1997, S. 18.

3. Untersuchung der Programme zweier ARD-Hörfunksender

3.1. Methodik der Untersuchung

Die zentrale Fragestellung der Untersuchung, wie in den zu untersuchenden Programmen Information vermittelt wird, soll mittels einer komparativen Analyse beantwortet werden, an deren Ende eine Theorie generiert werden soll⁸⁷. Dies hat zum Vorteil, dass eine Theorie auf der Grundlage von Daten – die im Falle dieser Untersuchung durch die Analyse der Hörfunkprogramme dargestellt werden – entwickelt wird. Glaser und Strauss nennen dieses Vorgehen *Grounded Theory*⁸⁸. Demzufolge besteht eine wesentliche Strategie zur Entdeckung von *Grounded Theory* in komparativer Analyse. Glaser und Strauss sehen in einer komparativen Analyse eine „allgemeine Methode, so wie experimentelle oder statistische Methoden auch“⁸⁹. Sie verweisen darauf, dass alle dieser Methoden die Logik des Vergleichs verwenden. Demnach kann die Methode der komparativen Analyse auf soziale Einheiten jeglicher Größe angewandt werden.

Die *Grounded Theory* besteht dabei im Wesentlichen aus drei Schritten: Es wird mit der Erhebung von Daten begonnen, die Daten werden anschließend ausgewertet und darauf aufbauend schließlich Theorien und Teiltheorien gebildet⁹⁰ (vgl. Abbildung 1).

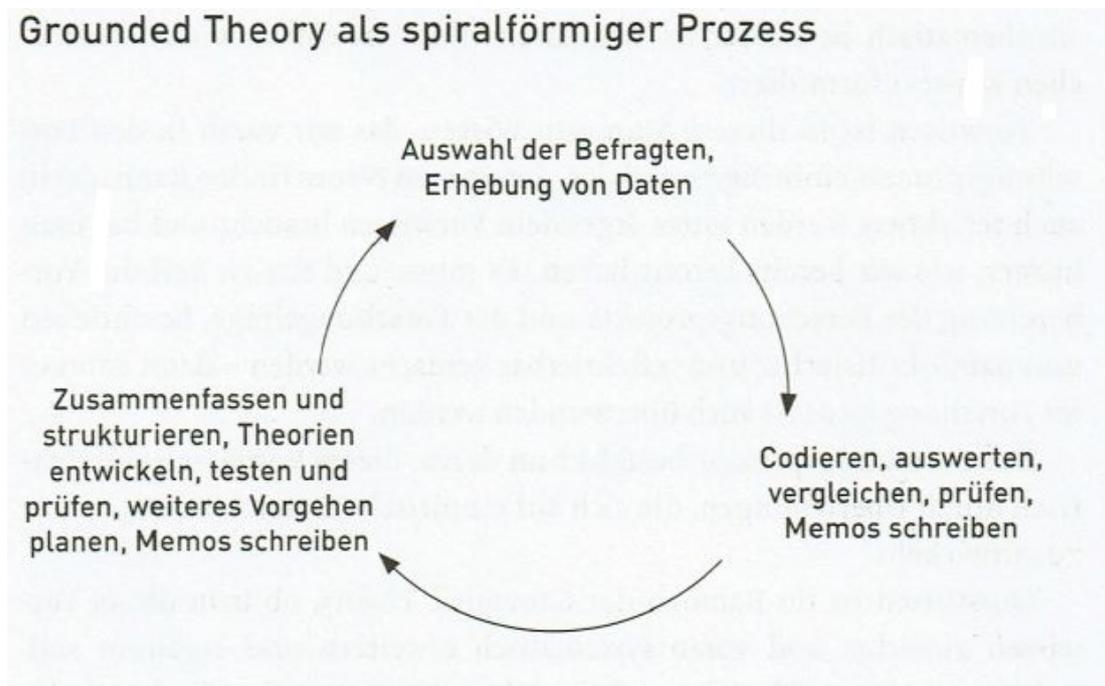


Abbildung 1 Grounded Theory als spiralförmiger Prozess [Quelle: Friedrich Krotz]

⁸⁷ Glaser, Strauss 1998, S. 31.

⁸⁸ Glaser, Strauss 1998, S. 11.

⁸⁹ Vgl. ebd.

⁹⁰ Krotz 2005, S. 162ff.

Im Gegensatz zu sozialwissenschaftlichen gängigen Verfahren, bei denen zu Beginn eine Theorie entwickelt und anschließend mittels einer Datenerhebung getestet wird, stehen bei der *Grounded Theory* gegenstandsnahe Theorien im Mittelpunkt, die aus dem gewonnenen Material abgeleitet werden⁹¹. Dabei ist Krotz zufolge zu beachten, dass die gewonnene Theorie nah an den Daten entwickelt wird und so schlussendlich ein Rückbezug von Theorie auf das gesammelte Datenmaterial möglich ist. Es ist im Laufe der Untersuchung demzufolge erforderlich, den logischen Zusammenhang von Theorie(n) und Daten immer wieder aufs Neue zu prüfen⁹². Dabei ist laut Krotz ein gewisses Vorwissen unentbehrlich. Dieses dient ihm zufolge bereits, um eine Forschungsfrage aufstellen zu können und ist darüber hinaus ebenso für den Prozess der Theoriegewinnung von Bedeutung. So empfiehlt Krotz, anlehnend an Glaser und Strauss, das vorhandene Vorwissen und die erhobenen empirischen Daten fortlaufend miteinander zu vergleichen. Krotz schlussfolgert, dass die Methode der *Grounded Theory* keinesfalls ein Prozess der reinen Theoriegewinnung ist. Auch ein Prüfen und Testen von Theoriestücken gehöre dazu. Ziel der *Grounded Theory* ist laut Krotz, alltägliche Finde- und Konstruktionsprozesse als allgemeine Regeln zu formulieren und somit fruchtbar für wissenschaftliche Zwecke zu machen⁹³.

Das bereits vorhandene Vorwissen wird also mit der Erhebung der Daten, deren Auswertung sowie dem Codieren angereichert. Codieren meint in diesem Fall die interpretierende, zusammenfassende, abstrahierende und ordnende Auswertung der gewonnenen Daten⁹⁴. Auf die vorliegende Untersuchung bezogen bedeutet dies, dass von den auszuwählenden Programmstrecken der zu analysierenden Hörfunkprogramme Mitschnitte aufgezeichnet werden. Diese bilden schließlich das Datenmaterial, aus dem zunächst einmal für die Fragestellung relevante Bestandteile gefiltert werden. Dabei werden irrelevante Bestandteile außer Acht gelassen.

Jene als relevant anzusehenden Bestandteile des Materials werden schließlich dem Prozess des Codierens unterzogen. Dies ist möglich, weil entsprechenden Mitschnitte zuvor *transkribiert* werden und Teile des gesammelten Datenmaterials somit als Fließtext vorliegen. Bei der Auswahl des zu transkribierenden Materials ist zu beachten, dass nur solche Datensätze transkribiert werden, die die Unterschiedlichkeit verschiedener im Datenmaterial enthaltener konzeptueller Kategorien bzw. allgemeiner konzeptueller Eigenschaften aufzeigen. Die Kategorien und Konzepte entstehen, in dem der Verfasser bei der ersten Auswertung des Datenmaterials sämtliche Auffälligkeiten notiert und z.B. wiederkehrende Programmelemente in entsprechende Kategorien einordnet. Die Inhalte dieser Kategorien dienen als Beleg, das Konzept zu illustrieren⁹⁵. Glaser und Strauss gehen davon aus, dass

⁹¹ Vgl. ebd.

⁹² Vgl. ebd.

⁹³ Vgl. ebd.

⁹⁴ Krotz 2005, S. 170ff.

⁹⁵ Glaser, Strauss 1998, S. 33.

ein einziger Fall eine allgemeine konzeptuelle Kategorie oder eine allgemeine konzeptuelle Eigenschaft anzeigen kann⁹⁶.

Hinsichtlich des Codierens unterscheiden Glaser und Strauss Krotz zufolge zwischen *Offenem Codieren*, *Axialem Codieren* und *Selektivem Codieren*⁹⁷. Während die Methode des Offenen Codierens das Bilden von Konzepten bzw. das Zuordnen bereits vorhandener Konzepte zu Sinneinheiten im Text meint, steht die Methode des Axialen Codierens für die Untersuchung der Kategorien untereinander und daraus folgend für eine gegenstandsbezogene Hierarchie von Kategorien. Mit Selektivem Codieren ist gemeint, dass zentrale Kategorien bestimmt werden, anhand derer schlussendlich Theorien entwickelt werden⁹⁸. Krotz empfiehlt insbesondere bei Axialem und Selektivem Codieren, die Zusammenhänge von Kategorien untereinander grafisch aufzuzeigen. Seinen Angaben zufolge hat das Codieren zum Ziel, den Text auseinanderzunehmen, nach Sinneinheiten zu klassifizieren und im Hinblick auf die Forschungsfrage neu zusammenzusetzen. Jede sich im Zuge der Untersuchung neu ergebene Kategorie bzw. das Zusammenhängen von Kategorien untereinander muss demnach erneut anhand der vorliegenden Daten geprüft werden⁹⁹. Damit Ideen nicht verloren gehen, empfiehlt Krotz den Einsatz von Memos, auf denen sämtliche Feststellungen fernab der gebildeten Kategorien notiert werden. Er bilanziert: „Theorie entsteht neben den Memos natürlich auch auf dem Weg über die Kategorien, deren Eigenschaften, Beziehungen und deren Ordnung. Das macht deutlich, dass die Grounded Theory ihren Namen zu Recht trägt: Die erzeugte Theorie entsteht aus den erhobenen Daten und bleibt in Form und Aussagen auch nah an den Konzepten und Kategorien.“¹⁰⁰

Glaser und Strauss unterscheiden überdies zwischen *materialen* und *formalen* Theorien. Sie bezeichnen solche Theorien als *material*, innerhalb derer ein bestimmtes Sachgebiet oder empirisches Feld untersucht wurde. *Formal* hingegen sind demnach solche Theorien, die für einen formalen oder konzeptuellen Bereich der Sozialforschung entwickelt werden¹⁰¹. Krotz zufolge bedeutet dies, dass *formale* Theorien allgemeiner als *materiale* Theorien sind. Es kann also davon ausgegangen werden, dass am Ende dieser Untersuchung eine nach Glaser und Strauss *materiale* Theorie generiert wurde.

Die Grundlage der praktischen Umsetzung bilden *Mitschnitte* der in den folgenden Kapiteln ausgewählten Programmstrecken der zu analysierenden Hörfunkprogramme. Aus den Mitschnitten werden schließlich für die Fragestellung der Untersuchung relevante Bestandteile gefiltert. Wie oben bereits geschildert, werden wiederkehrende Programmelemente dabei in konzeptuellen Kategorien zusammengefasst. Sobald die Mitschnitte Bestandteile offenbaren, die bis dato keiner der konzeptuellen Kategorien zugeordnet werden können, wird eine neue Kategorie gebildet. Um Unterschiede zwischen

⁹⁶ Glaser, Strauss 1998, S. 39.

⁹⁷ Krotz 2005, S. 181ff.

⁹⁸ Vgl. ebd.

⁹⁹ Vgl. ebd.

¹⁰⁰ Krotz 2005, S. 189.

¹⁰¹ Glaser, Strauss 1998, S. 42.

den Kategorien aufzeigen zu können, werden einzelne Mitschnitte *transkribiert*. Dies ermöglicht, Inhalt und Kontext der Berichterstattung untersuchen und vergleichbar machen zu können.

3.2. Auswahl der Sender

Anhand der vorliegenden Arbeit soll untersucht werden, wie Information in Unterhaltungsprogrammen des öffentlich-rechtlichen Hörfunks vermittelt wird. Aus diesem Grund erscheint ein Vergleich zweier ähnlich ausgerichteter Hörfunkprogramme sinnvoll.

Verglichen werden soll die Berichterstattung der Programme **HR3** (des Hessischen Rundfunks) und **WDR2** (des Westdeutschen Rundfunks). Beide Programme senden zu einem überwiegenden Teil Musik, die durch Wort-Anteile angereichert wird¹⁰². Dabei kann grundsätzlich festgehalten werden, dass beide Programme in einem Wettbewerb zu privatrechtlichen Sendern stehen und darüber hinaus mehrere „Schwesterprogramme“ haben, die aus demselben Funkhaus senden, möglicherweise jedoch eine andere Zielgruppe ansprechen. Für HR3 können als solche Programme exemplarisch HR1 und YOU FM bezeichnet werden, für WDR2 sind es 1LIVE und WDR4. Im Folgenden soll näher auf die Programme und ihre Eigenschaften eingegangen werden.

¹⁰² ARD: Hörfunkstatistik 2015, S. 3, S. 10.

HR3 präsentiert sich potenziellen Werbekunden als Programm, das seinen Zuhörern einen „Mix aus Unterhaltung, Information, Service und Comedy“ bietet¹⁰³. Der Sender betont, aktuelle Regionalberichterstattung gehöre ebenso zum journalistischen Selbstverständnis wie der Zugriff auf das weltweite ARD-Korrespondentennetz. Weiter heißt es: „Der Fokus liegt auf der Musik, denn HR3 ist Hessens Sender mit den meisten Lieblingssongs.“ Die Zielgruppe des Senders sind demnach Familien und Berufstätige zwischen 25 und 49+ Jahren¹⁰⁴. Laut aktueller ARD-Hörfunkstatistik hat HR3 im Kalenderjahr 2015 insgesamt 55.254 Minuten Programm ausgestrahlt, das Information und Service zuzuordnen ist. Das entspricht demnach einem Programmanteil von 10,5 Prozent¹⁰⁵. Den weitaus größten Anteil machte in jenem Jahr die Musik aus, gefolgt von Unterhaltung (vgl. Abbildung 2).

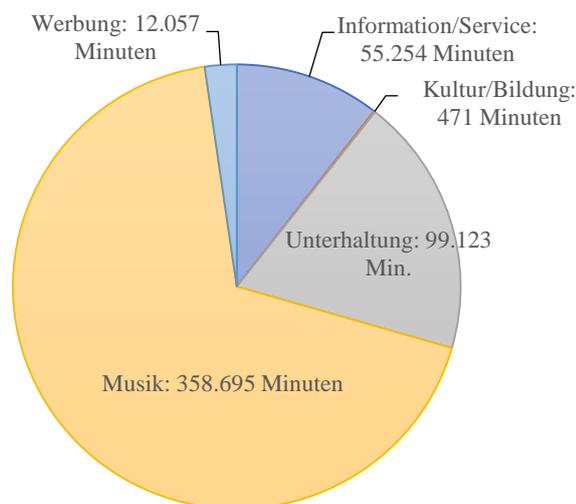


Abbildung 2 Aufteilung des HR3-Programms 2015 in einzelne Programmelemente [Quelle: ARD-Hörfunkstatistik 2015]

WDR2 definiert sich als „journalistisch kompetent für die Zielgruppe 25-59“ Jahre¹⁰⁶ und setzt eigenen Angaben zufolge neben regional produzierten Sendungen in den Landesstudios in Nordrhein-Westfalen auf „Nachrichten aus aller Welt, für die insgesamt 29 ARD-Auslandskorrespondenten unterwegs sind“¹⁰⁷. Der Wort-Anteil des Programms liegt laut Präsentation für Werbekunden bei 40 Prozent, der restliche Teil wird gefüllt durch das Musikprogramm. Weil Musik, dem Rundfunkstaatsvertrag folgend, zu Unterhaltung zählt¹⁰⁸, kann auch WDR2 als Unterhaltungsprogramm bezeichnet werden. Die ARD-Hörfunkstatistik weist im Kalenderjahr 2015 für WDR2 274.123 Minuten gesendetes Programm aus,

¹⁰³ HR Werbung 2017, <http://www.hr-online.de/website/derhr/hr-werbung/index.jsp?rubrik=78841> [25.01.17].

¹⁰⁴ Vgl. ebd.

¹⁰⁵ ARD 2015, http://www.ard.de/download/3635780/ARD_Hoerfunkstatistik_2015.pdf, S. 3 [08.02.17].

¹⁰⁶ WDR Mediagroup 2017, <http://wdr-mediagroup.com/werbung/radio/wdr2/programminformation/> [25.01.17]

¹⁰⁷ Vgl. ebd.

¹⁰⁸ ARD 2015,

http://www.ard.de/download/538848/Staatsvertrag_fuer_Rundfunk_und_Telemedien_in_der_Fassung_des_19__Aenderungsstaatsvertrags_vom_3__bis_7__12__2015.pdf, S. 8 [25.01.17].

das Information und Service zuzuordnen ist. Bezogen auf das Vollprogramm, entspricht das einem Anteil von 44,7 Prozent¹⁰⁹. Auch bei WDR2 machte in jenem Jahr Musik den Großteil des Programms aus (vgl. Abbildung 3).

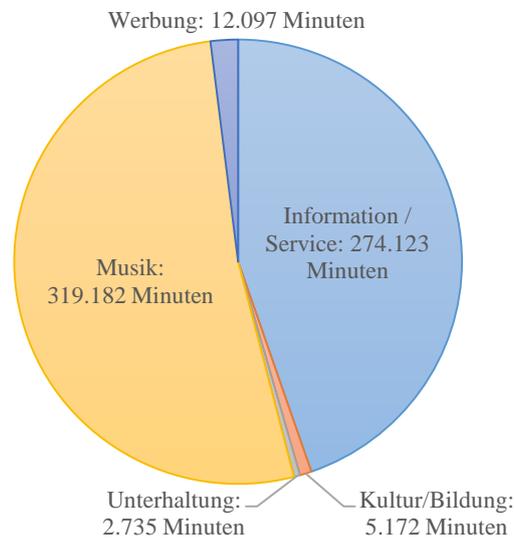


Abbildung 3 Aufteilung des WDR2-Programms 2015 in einzelne Programmelemente [Quelle: ARD-Hörfunkstatistik 2015]

Die MA 2017 Radio I weist für HR3 montags bis freitags zwischen 6 Uhr und 18 Uhr im Schnitt 308.000 Hörer pro Stunde aus¹¹⁰. Bei WDR2 sind es 1.071.000 Hörer pro Stunde¹¹¹. Beide Programme sind auf ihr jeweiliges Sendegebiet bezogen nicht der meistgehörte Sender. Sowohl in Hessen als auch in Nordrhein-Westfalen stehen privatrechtliche Sender an erster Stelle: in Hessen Hitradio FFH (459.000), in Nordrhein-Westfalen radio NRW (1.716.000 Hörer in der Stunde)¹¹². Zu beachten ist dabei, dass in Hessen weniger potenzielle Hörer leben als in Nordrhein-Westfalen. Laut jeweiligem Statistischem Landesamt leben in Hessen 6.176.000 Menschen¹¹³, in Nordrhein-Westfalen sind es 17.683.129 Menschen¹¹⁴.

¹⁰⁹ ARD 2016, http://www.ard.de/download/3635780/ARD_Hoerfunkstatistik_2015.pdf_S.9 [08.02.17].

¹¹⁰ Arbeitsgemeinschaft Mediaanalyse e.V. 2017, <http://ma-trend.rms.de/> [08.03.17].

¹¹¹ Vgl. ebd.

¹¹² Vgl. ebd.

¹¹³ Statistisches Landesamt Hessen 2016, <https://statistik.hessen.de/pressemitteilungen/hessens-einwohnerzahl-steigt-2015-auf-6176-millionen> [01.02.17].

¹¹⁴ Information und Technik Nordrhein-Westfalen 2016, https://www.it.nrw.de/presse/pressemitteilungen/2016/pres_017_16.html [01.02.17].

3.3. Auswahl der Sendungen für die Untersuchung

Es scheint in Anbetracht des Umfangs der zentralen Forschungsfrage sinnvoll, lediglich einzelne Teile der zu vergleichenden Programme in die Untersuchung einzubeziehen. Als passend erscheint es, die Morgenprogramme beider Sender zu untersuchen, weil jenen in der Auseinandersetzung mit dem Hörfunk in Deutschland eine hohe Bedeutung zugesprochen wird. So zählt das Morgenprogramm von Hörfunksendern als eine der wichtigsten Programmschienen im Tagesablauf.

Als zu untersuchenden Zeitraum wurden die Tage zwischen dem **6. März 2017** und dem **17. März 2017** festgelegt. Weil das Morgenprogramm von HR3 und WDR2 auf die Ausstrahlung an Werktagen ausgerichtet ist, fließen pro Sender zehn Morgensendungen in die Untersuchung ein. Der Zeitraum wurde gewählt, weil in den Sendegebieten Hessen und Nordrhein-Westfalen keine Schulferien sind, darüber hinaus keine z.B. politischen Großereignisse wie eine Landtagswahl bevorstehen und deshalb keine Abweichung vom üblichen Morgenprogramm zu erwarten ist.

Die „Drive-Time“ im Hörfunk

Radio wird heutzutage häufig als Begleiter durch den Tag angesehen – auch, weil es Mai zufolge kombinierbar mit anderen Tätigkeiten ist. Radiohören sei zu einem festen Bestandteil der täglichen Routine geworden, bilanziert er¹¹⁵. Demnach ist Radiohören zu jeder Tageszeit attraktiv, weil Radiokonsum „im Tagesverlauf wechselnde Bedürfnisse nach Aufmunterung, Information, Stimmungsaufhellung, Entspannung und Ablenkung befriedigt“.¹¹⁶ Das, so Mai, gelte vor allem zwischen 6 Uhr und 18 Uhr, wo Radio dem Fernsehen klar überlegen sei. Gemeinhin wird diese Zeit der „Daytime“ als „Radiotime“ angesehen.

Jedoch ist weitere Eingrenzung der „Daytime“ möglich und notwendig, um für die vorliegende Untersuchung eine sinnvolle Auswahl der zu analysierenden Programmstunden zu treffen. Dazu scheint ein Blick in die Vereinigten Staaten sinnvoll. Dort wird die Zeit zwischen 6 Uhr und 10 Uhr als „morning Drive-Time“ bezeichnet.¹¹⁷ Rogers zufolge, versteht die Federal Communications Commission unter „Drive-Time“ die Zeit, in der Menschen zur Arbeit und von dort wieder nach Hause fahren. Innerhalb der „Daytime“ hingegen würden vor allem Hausfrauen und Pensionäre erreicht¹¹⁸. In Deutschland wird die „Drive Time“ im Hörfunk auch als Hauptsendezeit bezeichnet. Linke definiert sie als Tageszeiten, zu denen die Hörer überwiegend im Auto unterwegs sind – also zwischen 5 Uhr und 9 Uhr und zwischen 16 Uhr und 19 Uhr¹¹⁹.

¹¹⁵ Mai 2007, S. 40.

¹¹⁶ Vgl. ebd.

¹¹⁷ Rogers 2001, S. 104.

¹¹⁸ Vgl. ebd.

¹¹⁹ Linke 1997, S. 47.

Das Morgenprogramm von HR3

Das Morgenprogramm von HR3 – „Die HR3 Morningshow“ – beginnt werktags um 5 Uhr und endet um 9.30 Uhr. Es wird täglich von Tanja Rösner und Tobias Kämmerer moderiert. Auf der Webseite des Senders wird das Morgenprogramm wie folgt beworben: „Herzhaft und süß – wieso für eine Geschmacksrichtung entscheiden, wenn doch beides lecker ist? Jede Menge feine Häppchen bekommt Ihr jeden Morgen von 5-9.30 Uhr in der hr3-Morningshow mit Tobi Kämmerer und Tanja Rösner, den besten Blondinen im hessischen Radio!“¹²⁰ Laut MA 2017 Radio I ist die Sendestunde zwischen 7 Uhr und 8 Uhr bei HR3 die meistgehörte Stunde des Tages. 499.000 Hörer schalten dort im Schnitt ein¹²¹.

Das Morgenprogramm von WDR2

Die Morgensendung von WDR2 – „Der frische Start in den Tag mit WDR2 – beginnt werktags um 5 Uhr und endet um 10 Uhr. Drei Moderatoren wechseln sich wochenweise ab: Sabine Heinrich, Uwe Schulz und Stefan Vogt. Ihnen zur Seite steht jeweils ein *Sidekick*, also ein zweiter Moderator, der bei Wetter und Verkehr zum Einsatz kommt. Dem Sender zufolge, besteht das Morgenprogramm neben halbstündlichen (Lokal-)Nachrichten aus zwei festen Rubriken: Kirche in WDR2 und dem WDR2 Stichtag¹²². Wie bei HR3, verzeichnet die MA 2017 Radio I auch bei WDR2 in der Sendestunde zwischen 7 Uhr und 8 Uhr die meisten Hörer eines durchschnittlichen Sendetages. In dieser Zeit schalten demnach im Schnitt 1.586.000 Hörer ein¹²³.

3.4. Zum Begriff der Information

Der Begriff Information ist facettenreich. Dies trifft nicht nur auf die im Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien verankerte Definition (vgl. Kapitel 1.2.) zu. Auch in der kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzung ist der Begriff der Information von Bedeutung. Kommunikationswissenschaftlich wird Information mitunter als objektiver Inhalt von Nachrichten und medialen Informationsangeboten mit einem bestimmten Neuigkeitswert aufgefasst, der einen Gegensatz zu (fiktionaler) Unterhaltung darstellt¹²⁴. Ferner wird Information als ein- oder wechselseitiger Prozess verstanden, bei dem Ungewissheit aufseiten des Kommunikanden oder Rezipienten reduziert wird, der die Information verarbeiten [...], ihre Bedeutung verstehen, interpretieren oder gar konstruieren muss¹²⁵. Information ist, der Definition von Beck folgend, ein Prozess, bei dem Eigenschaften und Vorwissen des Kommunikanden sowie dessen kognitive Fähigkeiten eine Rolle spielen. An die öffentliche

¹²⁰ Hessischer Rundfunk 2017, <http://www.hr-online.de/website/radio/hr3/index.jsp?rubrik=5522> [22.02.17].

¹²¹ Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. 2017, <http://ma-trend.rms.de/> [08.03.17].

¹²² Westdeutscher Rundfunk 2017, <http://www.wdr.de/programmvorschau/wdr2/uebersicht/2017-02-22/> [22.02.2017]

¹²³ Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. 2017, <http://ma-trend.rms.de/> [08.03.17].

¹²⁴ Beck 2006, S. 97f.

¹²⁵ Vgl. ebd.

Information, verbreitet durch Journalismus und Medien, werden demzufolge hohe normative Ansprüche gestellt – insbesondere aus demokratietheoretischen Gründen, die publizistischen Medien eine Informationsfunktion zuschreibe.

„I. wird dabei als tatsachenbezogene Aussage verstanden, die (unter Angabe von Ort und Zeit) über Menschen, Objekte, Verhältnisse, Ereignisse der sozialen und natürlichen Umwelt Auskunft gibt.“¹²⁶

Ott ist dem Begriff Information und seiner Bedeutung nachgegangen und dabei auf zahllose mögliche Bedeutungen und Definitionen gestoßen. Auf den Sprachgebrauch im Alltag bezogen stellt Ott fest, dass Information auf zwischenmenschlicher Kommunikation basiert und Neuigkeit, Relevanz und Wahrheit als zentrale Kriterien voraussetzt¹²⁷. Neu, relevant und wahr – diese Komponenten kennzeichnen im alltäglichen Sprachgebrauch Ott zufolge also Information. Er zitiert in der Folge Wilke, der 1999 bilanziert hat: „Die Grenzen zwischen Information und anderen Funktionen der Massenmedien wie Service und Unterhaltung sind fließend (wie auch zwischen Information und Meinung). Das kommt auch in dem gängig gewordenen Mischwort ‚Infotainment‘ zum Ausdruck.“¹²⁸

3.4.1. Definitionen von Information zugehörigen Programmelementen

Wie in Kapitel 1.2. aufgeführt, zählen laut Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches zum Programmauftrag Information. Im Folgenden sollen die einzelnen Elemente definiert und ihre journalistische Bedeutung im Hörfunk näher eingegrenzt werden.

Nachrichten und Zeitgeschehen

Nachrichten sind Merten zufolge das wichtigste journalistische Genre¹²⁹. Sie müssen demnach aktuell sein. Nachrichten sind „aus der Flut eingehender Aussagen über Ereignisse nach Information (Überraschung, Neuigkeit) und Relevanz (Wichtigkeit, Bedeutsamkeit) selektierte Aussagen, die zur Verbreitung gelangen“¹³⁰. Um aus einem Ereignis eine Nachricht zu machen, müssen vorab die Eigenschaften eines Ereignisses auf ihre Relevanz geprüft werden. Nachrichten werden laut Merten über Jahrzehnte in immer kürzeren, streng getakteten Intervallen zu festgelegten Zeiten gesendet und besitzen bei Fernsehen und Hörfunk die höchsten Einschaltquoten.

Lünenborg sieht in der Nachricht das Kernstück des informationsorientierten Journalismus. „Der stark formalisierte Aufbau der N. zielt darauf ab, Antworten auf die wesentlichen Sachfragen zu liefern: Wer,

¹²⁶ Vgl. ebd.

¹²⁷ Ott 2004, S. 42f.

¹²⁸ Vgl. ebd.

¹²⁹ Merten 2006, S. 282.

¹³⁰ Vgl. ebd.

was, wann, wo, wie, warum, welche Quelle?“¹³¹ Lünenborg zufolge kann eine Nachricht kommunikationswissenschaftlich betrachtet überdies eine zeichentheoretische Botschaft, eine informationstheoretische Übermittlung und öffentlichkeitstheoretische Mitteilung sein¹³². Je nach Ausrichtung eines Hörfunkprogramms werden Nachrichten mindestens einmal stündlich gesendet – mitunter aber auch alle 30, 20 oder 15 Minuten¹³³.

Als Zeitgeschehen wird das aktuelle Geschehen der (gegenwärtigen) Zeit bezeichnet¹³⁴.

Politische Information

Der oben erwähnten Definitionen von *Information* folgend, kann politische Information als Prozess bezeichnet werden, in dem neue, relevante und wahre Informationen über politisches Geschehen und damit zusammenhängende Akteure und Prozesse übermittelt werden. Politische Information kann im Hörfunk ebenso Teil der *Nachrichten* sein, aber auch davon losgelöst Teil des Programms sein – etwa in Interviews oder Kommentaren.

Wirtschaft

Als Wirtschaft wird die Gesamtheit der Einrichtungen und Maßnahmen bezeichnet, die sich auf Produktion und Konsum von Wirtschaftsgütern beziehen¹³⁵. Auf die journalistische Arbeit im Hörfunk bezogen, können Analysen, Reportagen, Berichte oder Kommentare über jene Einrichtungen und Maßnahmen als *Wirtschaftsberichterstattung* bezeichnet werden. Ebenso fallen Informationen über die Börse und deren Leitindexe wie den DAX in dieses Feld.

Auslandsberichte

Sämtliche Berichte aus dem Ausland haben gemeinsam, dass sie über Geschehnisse außerhalb Deutschlands informieren. Auslandsberichte können von *Korrespondenten*, die von einer Außenstelle das Geschehen eines thematisch oder räumlichen dem Korrespondenten zugeordneten Gebiet beobachten, zugeliefert werden. Die ARD verfügt eigenen Angaben zufolge über eines der größten Korrespondentennetze der Welt¹³⁶. Auch Auslandsberichte können sowohl Bestandteil von *Nachrichten* sein, als auch davon losgelöst im Programm erscheinen.

Religiöses

Der Begriff Religion beschreibt im deutschen Sprachgebrauch einen meist von einer größeren Gemeinschaft angenommenen, bestimmten, durch Lehre und Satzungen festgelegten Glauben und sein Bekenntnis¹³⁷. Es ist damit zu rechnen, dass auf den Hörfunk bezogen Religion zuzuordnende

¹³¹ Lünenborg 2006, S. 194f.

¹³² Vgl. ebd.

¹³³ Schwiesau, Ohler 2016, S. 259f.

¹³⁴ Duden 1995, Band 8: Uri-Zz, S. 3990.

¹³⁵ Duden 1995, Band 8: Uri-Zz, S. 3936.

¹³⁶ ARD 2017. <http://www.daserste.de/specials/ueber-uns/ueber-uns-korrespondenten100.html> [24.02.17].

¹³⁷ Duden 1989, S. 1241.

Programmelemente wie Podcasts, bei denen Themen rund um Kirche, Glauben und Menschlichkeit im Mittelpunkt stehen, mit in den Sendeplan eingebettet sind.

Sport

Sport als eine „nach bestimmten Regeln aus Freude an Bewegung und Spiel ausgeübte körperliche Betätigung“¹³⁸ kann im Hörfunk auf verschiedene Art und Weise vorkommen. Auch hier ist eine Thematisierung innerhalb der *Nachrichten*, aber auch davon losgelöst im laufenden Programm möglich – etwa in Form von *Live-Übertragungen*. Als solche bezeichnet man die zeitgleiche, unbearbeitete, aber auch, vor allem im Sport, kommentierte Übertragung eines öffentlichen Ereignisses¹³⁹.

Regionales

Der Begriff regional meint, dass sich etwas auf eine bestimmte Region bezieht, ihr zugehörig ist oder charakteristisch für sie ist¹⁴⁰. Hörfunkprogramme, die nur in einem bestimmten, eng umgrenzten geographischen Raum empfangen werden können, werden als Regionalprogramme bezeichnet¹⁴¹. Sie sind Linke zufolge inhaltlich stark auf besondere Gegebenheiten der jeweiligen Region abgestimmt. Regionalprogramme existieren sowohl als 24-Stunden-Programm als auch als Teil von Hörfunkprogrammen, die mehrminütige regionale Fenster ausstrahlen. Letztere werden mitunter aus einem *Regionalstudio* produziert.

Gesellschaftliches

Als Gesellschaft wird die Gesamtheit der Menschen bezeichnet, die unter bestimmten politischen, wirtschaftlichen und sozialen Verhältnissen zusammenleben¹⁴². Es kann also davon ausgegangen werden, dass das Feld gesellschaftlicher Berichterstattung in der Theorie groß ist und in der Untersuchung von Fall zu Fall zu entscheiden ist, welche Fälle dem Themenkomplex Gesellschaftliches zuzuordnen sind.

Service

Der Begriff Service meint Dienst oder Bedienung¹⁴³. Auf den Hörfunk bezogen, kann Service bei aktuellen Informationen zu Verkehrsbehinderungen oder dem Wetterbericht Teil des Programms sein. Eine entsprechende Berichterstattung kann für den Hörer insbesondere am Morgen und späten Nachmittag, wenn viele Berufstätige mit Bus, Bahn oder Pkw unterwegs sind, von hoher Bedeutung sein. In der Auseinandersetzung mit dem Hörfunk als Begleiter durch den Tag werden diese Stoßzeiten, wie oben beschrieben, „Drive-Time“ genannt. Service im Hörfunk bedeutet Linke zufolge ein Programmangebot mit Nutzwert für den Hörer¹⁴⁴. Neben den oben bereits erwähnten Meldungen zu

¹³⁸ Duden 1995, S. 3184.

¹³⁹ Linke 1997, S. 81.

¹⁴⁰ Duden 1994f, S. 2734.

¹⁴¹ Linke 1997, S. 120f.

¹⁴² Duden 1993, S. 1312.

¹⁴³ Duden 1994f, S. 3086.

¹⁴⁴ Linke 1997, S. 135.

Verkehr und Wetter sieht er Informationen zu Verbraucherfragen und Rechtsprechung als Teil von Service-Berichterstattung im Hörfunk. Demnach ist Service eine zentrale Funktion von Begleitprogrammen.

Zeitgeschichtliches

Der Begriff zeitgeschichtlich bedeutet, dass etwas die Zeitgeschichte betrifft. Als solche wird die geschichtliche Gegenwart und jüngste Vergangenheit bezeichnet¹⁴⁵.

Die Definitionen von Information zugehörigen Programmelementen lassen vermuten, dass nicht alle Bestandteile von Berichterstattung der zu untersuchenden Programme ausschließlich einem Programmelement zugeordnet werden können. Überschneidungen erscheinen vor diesem Hintergrund möglich.

3.5. Kriterien der Untersuchung

Bezugnehmend auf die Frage der vorliegenden Untersuchung sollen an dieser Stelle die Kriterien festgelegt werden, die später die Basis für die Beantwortung darstellen. Wie zu Beginn dieses Kapitels beschrieben, soll die Frage anhand eines auf der *Grounded Theory* basierenden Vergleichs des Morgenprogramms der von der Ausrichtung ähnlichen Hörfunkprogramme HR3 und WDR2 beantwortet werden.

Um aus der Analyse beider Programme vergleichbare Ergebnisse zu gewinnen, bedarf es einer Konkretisierung der Forschungsfrage. Dies geschieht im Folgenden anhand weiterer Fragen, die eine Konkretisierung zum Ziel haben und mittels derer schlussendlich die zentrale Forschungsfrage beantwortet werden soll.

So sollen hinsichtlich des Erkenntnisinteresses folgende Punkte beachtet werden:

- Wie wird dem Hörer Information vermittelt?
- Welche journalistischen Darstellungsformen werden bei der Vermittlung angewandt?
- Welche Akteure kommen in der Berichterstattung vor?
- Was geht der Berichterstattung voraus? Was macht den Anlass aus?
- Wie sind Elemente der Berichterstattung im Feld Information in den Sendeplan eingebettet?
- Wie entwickelt sich wiederkehrende Berichterstattung zu einem bestimmten Thema im Laufe des zu analysierenden Programmausschnitts?
- Welche Unterschiede bestehen in der Art und Weise der Berichterstattung der einzelnen dem Programmauftrag Information zugehörigen Elemente?

¹⁴⁵ Duden 1995, S. 3990.

3.6. Zeichensysteme im Hörfunk

Sprache, Stimme, Musik oder Stille: Elemente wie diese werden in Hörspielen oder dem Hörfunk als *Zeichensysteme* bezeichnet. Mit ihnen können Huwiler zufolge Bedeutungen generiert werden¹⁴⁶. Es muss jedoch darauf verwiesen werden, dass Huwiler von Zeichen in Bezug auf Literatur und Hörspiel spricht. Dennoch kann davon ausgegangen werden, dass einzelne *Zeichen* auch außerhalb des Hörspiels Verwendung finden und somit von Bedeutung für die vorliegende Untersuchung sein können. Huwiler verweist auf Schmedes, der zwischen *allgemeinen* und *audiophonen* Zeichensystemen unterscheidet. Ihm zufolge sind *allgemeinen Zeichensystemen* die Zeichen *Sprache, Stimme, Geräusch, Musik, Originalton* sowie *Stille* zuzuordnen – all jene, die auch außerhalb des Hörspiels nachweisbar sind. Als *audiophone Zeichensysteme* sind Schmedes hingegen die Zeichensysteme *Blende, Schnitt, Mischung, Stereophonie* sowie *elektroakustische Manipulation*¹⁴⁷ zu bezeichnen. Sie sind demnach für das Hörspiel spezifisch und können deshalb an dieser Stelle vernachlässigt werden.

Vor Beginn der Untersuchung erscheint es sinnvoll, die Bedeutung allgemeiner Zeichensysteme an dieser Stelle näher einzugrenzen. Die folgenden Angaben orientieren sich an den Ausführungen von Schmedes.

Sprache

Sprache meint Schmedes zufolge den Wortlaut. „Sprachliche Bedeutungsvermittlung erfolgt im Hörspiel ausschließlich über die Stimme, d.h. über eine wie auch immer ausgestaltete Figurenpräsenz“, führt Schmedes aus¹⁴⁸. Demnach müssen Sprache und Stimme dennoch voneinander abgegrenzt werden, weil beide eigene Formen der Bedeutungserzeugung für sich beanspruchen können.

Stimme

Beim Zeichensystem Stimme unterscheidet Schmedes zwischen verbalen, paraverbalen und nonverbalen Code. Ersterer vermittelt demnach linguistische Zeichen und trägt den semantischen Gehalt¹⁴⁹. Als paraverbalen Code bezeichnet Schmedes Huwiler zufolge hingegen „klangliche oder ideolektale Merkmale der Stimme sowie intonatorische Besonderheiten wie Betonungsstruktur, Sprechpausen oder Satzmelodien“. Als nonverbalen Code werden Laute bezeichnet, die Sprache ersetzen, autonom sind oder Klangmaterial, das keinen semantischen Gehalt hat. Huwiler zufolge werden Zeichen wie Seufzen, Lachen oder Stöhnen dem nonverbalen Code zugeordnet¹⁵⁰.

¹⁴⁶ Huwiler 2005, S. 55ff.

¹⁴⁷ Vgl. ebd.

¹⁴⁸ Schmedes 2002, S. 71.

¹⁴⁹ Schmedes 2002, S. 76.

¹⁵⁰ Huwiler 2005, S. 59.

Es ist von einer Relevanz des Zeichensystems Stimme für die vorliegende Untersuchung auszugehen. Dabei kann davon ausgegangen werden, dass sowohl verbaler, als auch paraverbaler und nonverbaler Code in der Lage sind, eine für die Beantwortung der Forschungsfrage relevante Funktion einzunehmen.

Geräusch

Laut Schmedes sind Geräusche nach ihrem Funktionszusammenhang zu untersuchen. Die gleichen Geräusche können in unterschiedlichen Zusammenhängen demnach verschiedene Funktionen einnehmen¹⁵¹. Es muss demnach nach der Herkunft, dem Bezug sowie der Funktion von Geräuschen differenziert werden. Dies bedeutet in der Praxis etwa, dass Geräusche von Menschen oder nicht direkt von Menschen verursacht sein können. Den Bezug eines Geräuschs betrachtend, sollte laut Schmedes etwa zwischen unverfremdeten und verfremdeten Geräuschen unterschieden werden. Dabei muss demnach auch beachtet werden, inwieweit Geräusche einen Bezug zu anderen Elementen im Umfeld des Geräusches darstellen. Hinsichtlich der Funktion von Geräuschen muss unterschieden werden, an welchen Stellen Geräusche bedeutend für einen konkreten Kontext einer syntaktischen Einheit sind und an welchen Stellen ihre Funktion auf das gesamte zu analysierende Stück übertragbar ist¹⁵².

Auf die vorliegende Untersuchung bezogen, kann davon ausgegangen werden, dass Geräuschen eine geringere Bedeutung zuzuordnen ist als bei der Analyse eines Hörspiels.

Musik

Auf das Hörspiel bezogen, spricht Schmedes von einem Element, das der ästhetischen Struktur eines Mediums untergeordnet wird. Dadurch kommt Musik demnach eine Funktion zu, die über rein Musikalisches hinausgeht.¹⁵³ Es ist davon auszugehen, dass Musik für die vorliegende Untersuchung lediglich insofern Bedeutung haben könnte, als dass Musik in einzelnen Fällen dazu eingesetzt wird, eine durch *Sprache* oder *Stimme* generierte Bedeutung zu verstärken.

Originalton

Originaltöne (O-Töne) können laut Schmedes im Hörspiel in ein syntaktisches Gefüge einzelner Elemente eingefügt werden. Sie zeichnen sich dadurch aus, originalgetreu das abzubilden, was der Produzent eines Hörspiels oder Hörfunkbeitrages mit dem Mikrophon aufgezeichnet hat.

Auf die Untersuchung bezogen, können Originaltöne als Mittel eingesetzt werden, um thematische Zusammenhänge authentisch zu machen bzw. inhaltliche Standpunkte zu untermauern. Der journalistischen Definition von Original-Tönen folgend, werden diese zur Steigerung von Authentizität und Tempo verwendet – vor allem, weil sie in der Regel von Betroffenen und Beteiligten eines Geschehens kommen¹⁵⁴.

¹⁵¹ Schmedes 2002, S. 78f.

¹⁵² Vgl. ebd.

¹⁵³ Schmedes 2002, S. 80.

¹⁵⁴ Linke 1997, S. 101.

Stille

Stille ist Schmedes zufolge nur bedingt als Zeichensystem aufzufassen. Dennoch ist es demnach möglich, Stille als Transporteur verschiedener Bedeutungen einzusetzen. Stille muss demnach von Pausen oder Schweigen unterschieden werden. Dies ist Schmedes zufolge dem Zeichensystem Stimme zuzuordnen¹⁵⁵.

¹⁵⁵ Huwiler 2005, S. 58ff.

4. Ergebnisse der Untersuchung

Dieses Kapitel widmet sich der Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung. Dazu wurden im Untersuchungszeitraum vom 6. März 2017 bis 17. März 2017 die Morgenprogramme der öffentlich-rechtlichen Radioprogramme HR3 und WDR2 aufgezeichnet und anschließend untersucht. Alle im Folgenden geschilderten Ergebnisse der Untersuchung fußen auf dem so gewonnenen Datenmaterial.

4.1. HR3

Die Untersuchung des Morgenprogramms von HR3, der „Morningshow“ mit Tanja Rösner und Tobias Kämmerer, hat gezeigt, dass bei der Vermittlung von Information drei wesentliche Aspekte zentral sind: *Relevanz*, *Emotion* und *Hörernähe*. Betrachtet man diese zentralen Aspekte näher und beleuchtet die Eigenschaften, mit denen sie im Programm erzeugt werden, ergibt sich folgende, übergeordnete Theorie: **Die Basis für die Vermittlung von Information ist im Programm von HR3 das Bestreben, die Hörer gedanklich sowie sprachlich abzuholen und ihnen u.a. durch den Einsatz menschlicher Reaktionen und Emotionen aufzuzeigen, warum ein Thema von Bedeutung (für sie) ist.**

Dies wird im Wesentlichen erreicht, in dem die eingangs schon genannten zentralen Aspekte *Relevanz*, *Emotion* und *Hörernähe* bedient und von den Moderatoren der Sendung erzeugt bzw. ausgestaltet werden. Im Folgenden soll daher näher auf diese zentralen Aspekte eingegangen werden.

4.1.1. Relevanz

Die Untersuchung hat gezeigt, dass im Voraus der eigentlichen Vermittlung von Information im HR3-Programm zunächst einmal Relevanz aufgebaut wird – also deutlich gemacht wird, weshalb ein Thema die Aufmerksamkeit der Hörer zu verdienen scheint. Dies lässt sich im untersuchten Zeitraum nahezu ausnahmslos belegen. So gibt es kaum einen Fall, in dem am Anfang einer Moderation keine Relevanz aufgebaut wird, sondern direkt in das eigentliche Thema eingestiegen wird. Vielmehr zeigt die Untersuchung, dass zu einem großen Teil erst im Laufe einer Moderation das eigentliche Thema eingeführt wird – nachdem die Moderatoren der Sendung deutlich gemacht haben, warum das behandelte Thema von Bedeutung ist.

Aufbau von Relevanz

Im untersuchten Programm von HR3 wird zu Beginn einer Moderation Relevanz aufgebaut – noch ehe das eigentliche Thema eingeführt wird. Dies bedingt in vielen Fällen den Einsatz von *Emotionen*, mit denen offenbar Aufmerksamkeit erzeugt und auf die Bedeutung eines Themas hingewiesen werden soll.

Dies zeigt sich beispielsweise, wenn die Moderatoren ein Thema mit folgenden Worten einleiten: „Hier ist HR3 und die Woche startet direkt mal mit einem *Aufreger*.“ Einem ähnlichen Muster folgt dieser Einstieg in eine Moderation: „Das war ne *Riesenüberraschung* [...]“ Die in den obigen Zitaten kursiv gedruckten Stellen sind exemplarisch für den Aufbau von Relevanz zu Beginn einer Moderation.

Verstärkung von Relevanz

Zusätzlich zum Aufbau von Relevanz lässt sich ein Phänomen feststellen, das als „Verstärkung von Relevanz“ bezeichnet werden soll. Hierbei wird die Bedeutung eines Themas im weiteren Verlauf einer Moderation untermauert. Auf diese Weise wird indirekt gerechtfertigt, warum ein bestimmtes Thema im Programm behandelt wird. Dies geschieht einerseits, wenn von Hinweisen auf einen Anschlag gesprochen wird, die „mehr als konkret“ waren oder eine bundesweite Personenfahndung als „Suche unter Hochdruck“ beschrieben wird. Andererseits ist festzustellen, dass insbesondere die Moderatorin des Frühprogramms vor allem bei politischer Berichterstattung häufig ihre Zustimmung zu bestimmten Aussagen etwa eines Korrespondenten ausdrückt – beispielsweise, indem sie während dessen Ausführungen über den „berühmt-berüchtigten Händedruck“ von US-Präsident Trump mehrfach „Ja“ oder „Genau!“ ins Mikrofon ruft. Hier entsteht durch die zustimmenden Äußerungen der Eindruck, die Schilderungen des Korrespondenten brächten das zur Sprache, worüber viele schon länger nachgedacht haben. Es muss jedoch festgestellt werden, dass diese Form des Untermauerns von Relevanz nicht zentral ist und ihr somit eine untergeordnete Bedeutung zugesprochen werden kann.

Aufzählungen

Bedeutend insbesondere für das Verstärken von Relevanz sind im untersuchten Programm Aufzählungen, die in der dritten und letztgenannten Tatsache mitunter im stärksten Argument für oder gegen etwas münden. Dies zeigt sich etwa in einer Moderation, in der die Festnahme eines mutmaßlichen Kindermörders in Nordrhein-Westfalen thematisiert wird. Die Moderatorin zählt dabei auf: „Die Kinder sollten nicht alleine draußen spielen [1], Kindergärten und Schulen sollten abgeschlossen werden [2], man sollte sich dem mutmaßlichen Mörder natürlich auf keinen Fall nähern [3]. Der galt wirklich als sehr gewaltbereit und gefährlich.“ Dieses Beispiel zeigt, wie Aufzählungen wie die obige die Relevanz zu untermauern imstande sind. Hinzu kommt an dieser Stelle, dass die Moderatorin an ihre Aufzählung anschließend ein weiteres Mal die Bedeutung unterstreicht, in dem sie davon spricht, dass der mutmaßliche Mörder *wirklich* als gewaltbereit und gefährlich galt.

Arbeiten mit starken Verben

Um Relevanz aufzubauen bzw. zu verstärken, kommen im untersuchten Programm Wörter vor, die hier als „starke Verben“ bezeichnet werden sollen. Sie eint in vielen Fällen, dass mit ihnen offenbar *Emotion* erzeugt werden soll. Weil deren primäres Ziel aber offenbar den Aspekt *Relevanz* bedient, wird an dieser Stelle auf sie eingegangen. „Starke Verben“ kommen vor, wenn die Wahlkampfauftritte türkischer Politiker im Ausland thematisiert werden und dies folgendermaßen eingeleitet wird: „Bei uns in

Deutschland ging das los, in den Niederlanden *eskalieren* das.“ Oder, bezogen auf wöchentlich stattfindende Demonstrationen von „Pulse of Europe“: „Da *wächst* im Moment was.“

4.1.2. Emotion

Es ist festzuhalten, dass *Relevanz* und *Emotion* nicht voneinander getrennt werden können. Vielmehr ergänzen sich beide Merkmale, eines bedingt in vielen Fällen das andere. So ist ein Aufbau von Relevanz in vielen Fällen nicht möglich, ohne dass die Moderatoren der Sendung mit Emotionen arbeiten – etwa dann, wenn sie Begriffe wie „Angst“, „Aufatmen“ oder „Aufreger“ an den Anfang einer Moderation stellen und somit mit Emotionen Relevanz aufbauen. Wie bereits erwähnt, können darüber hinaus mehrere Auffälligkeiten, die *Relevanz* aufbauen oder verstärken, ebenfalls dem zentralen Aspekt *Emotion* zugeordnet werden.

4.1.3. Hörernähe

Wie die Untersuchung ebenfalls gezeigt hat, ist ein zentrales Element der Informationsvermittlung im Morgenprogramm von HR3 ein Phänomen, das hier als *Hörernähe* beschrieben werden soll. Zentral ist an dieser Stelle, dass die Moderatoren der Sendung sich als Menschen „wie Du und Ich“ darstellen – mit ähnlichen Interessen, Sorgen und Problemen wie auch die Hörer sie mutmaßlich haben. Wie in Kapitel 3.2. beschrieben, will HR3 mit seinem Programm unter anderem Familien ansprechen. Dies bedienen die Moderatoren, indem sie von Diskussionen zu Hause erzählen, die Tochter im Programm vorkommen lassen oder ihre persönliche Meinung zu einem Thema in einer Moderation darstellen. Dieses Phänomen wird als „Mod. privat“ bezeichnet.

Hörernähe wird auch bedient, indem Hörer direkt angesprochen werden („direkte Ansprache“) und dargestellt wird, es gebe einen besonderen Service für die Hörer („für Sie!“). Von Bedeutung für den Aufbau von Hörernähe ist darüber hinaus ein regionaler Bezug.

Mod. privat

Wie eingangs angedeutet, wurden unter diesem Namen die Programmelemente zusammengefasst, bei denen die Moderatoren der Sendung im Zuge der Berichterstattung darauf aufmerksam machen, dass sie ein beschriebenes Phänomen von zu Hause kennen („Mein Sohn wollte heute schon das Handballtraining verweigern [...]“) oder, in anderen Fällen, ihre private Meinung zu einem Thema zum Ausdruck bringen („Das ist ein Thema, da beruhigt mich nicht mal das Klavierspielen. Da krieg‘ ich das Kotzen [...]“).

umgangssprachlich

Unter „umgangssprachlich“ können all jene Auffälligkeiten des Programms verstanden werden, in denen die Moderatoren umgangssprachliche Bezeichnungen nutzen. Dass auch in der Auseinandersetzung mit journalistisch betrachteten harten Themen wie politischer Berichterstattung in vielen Fällen mit umgangssprachlicher Ausdrucksweise gearbeitet wird, lässt darauf schließen, dass die Hörer sprachlich mit jenen Begriffen und Ausdrücken angesprochen werden sollen, die sie im Alltag selbst nutzen. Dies zeigt sich beispielsweise, wenn im Zuge der Berichterstattung über den Besuch von Kanzlerin Merkel bei US-Präsident Trump nahezu konsequent von „Angie“ gesprochen wird oder Hessens Kultusminister Lorz im Interview zum Beginn der schriftlichen Abiturprüfungen wegen seines Abiturschnitts von 1,0 vom Moderator on Air als „unfassbarer Streber“ bezeichnet wird.

Direkte Ansprache

Als direkte Ansprache werden Teile des Programms bezeichnet, in denen die Moderatoren der Sendung die Hörer direkt ansprechen – mitunter auffordernd („Gucken Sie mal auf Ihr Handy.“), mitunter beim An- oder Abmoderieren eines Themas („Schön, dass Sie mit uns aufstehen.“). Die direkte Ansprache ist besonders häufig bei Teilen der Berichterstattung festzustellen, die dem Programmauftrag *Service* zuzuordnen sind. Dies zeigt sich etwa bei Meldungen über Staus oder Verkehrsbehinderungen, zu denen den betroffenen Autofahrern Empfehlungen für eine Ausweichstrecke vermittelt werden.

Für Sie!

Die hier zusammengefassten Auffälligkeiten sind eng mit den im obigen Absatz geschilderten Merkmalen verbunden. So bedarf es in der Praxis in den meisten Fällen einer direkten Ansprache, ehe „für Sie!“ überschriebene Elemente zur Geltung kommen können. Die hier zusammengefassten Elemente sollen offenbar untermauern, dass HR3 Programm im Dienste der Hörer macht. Dieser Eindruck wird beispielsweise vermittelt, indem erklärt wird, der Sender recherchiere an einem Thema weiter („Wir bleiben da für Sie dran.“), informiere über Neuigkeiten („Wenn wir vorher schon was hören, hören Sie’s natürlich auch.“) und habe stets alle wichtigen Vorkommnisse im Sendegebiet im Blick („[...] Bei uns hören Sie jeden Morgen, was Hessen bewegt.“). Besonders auffallend sind dabei Formulierungen bei Themen, die in Hessen und nicht anderswo stattfinden bzw. einen direkten Bezug zu Hessen haben – wie im Falle einer nordhessischen Kleinstadt, in der nachts mehrere Wochen lang Silvesterraketen gezündet wurden: „Wir haben unsere HR3-Reporter da natürlich sofort nach Baunatal geschickt, um da mal nachzuhören.“ Dieser Beobachtung zuzuordnen ist auch folgender Ausschnitt aus einem Kollegengespräch zum Verkauf des Autobauers Opel an den französischen Konzern PSA. Darin erklärte der Moderator: „HR3-Frühreporter Roman Warschauer ist für uns an diesem Thema dran. Fast rund um die Uhr im Moment. Wenn man davon ausgeht, dass es in allen Dingen irgendwas Gutes oder Hoffnungsvolles gibt, was wäre das denn bei diesem Opel-Verkauf?“ Insbesondere letzterer Ausschnitt zeigt auf, dass das Thema offenkundig von hoher Bedeutung für Menschen in Hessen ist – schließlich befasst sich ein Reporter im Moment „fast rund um die Uhr“ mit einem Thema. Ähnlich zeigt auch der

Ausschnitt „dass es in allen Dingen irgendetwas Gutes oder Hoffnungsvolles gibt“, dass hier offenbar besonders den betroffenen Mitarbeitern Mut gemacht werden soll.

Regionaler Bezug

Als Elemente mit regionalem Bezug werden all jene Auffälligkeiten zusammengefasst, bei denen der Sender offenbar seine Regionalkompetenz untermauern will. Dies geschieht, wenn der Frankfurter Fußballverein im laufenden Programm lediglich als „die Eintracht“ bezeichnet wird oder bei einem Thema ein Bezug zu anderen hessischen Städten hergestellt wird, in denen etwa eine Umweltplakette für Pkw bereits verpflichtend ist. Auch zeigt sich der regionale Bezug, wenn ein Thema – beispielsweise der Verkauf des Autobauers Opel an den französischen Konzern PSA – auf das Sendegebiet bezogen wird – etwa, indem im Speziellen auf die Folgen für den Standort in Hessen eingegangen wird. Des Weiteren fällt auf, dass die in der Sendung für Verkehrsmeldungen zuständige Moderatorin häufig lediglich von Staus „auf der 643“ spricht, statt etwa den Hinweis zu geben, dass es sich dabei um eine Autobahn handelt. An diesen Stellen vermischen sich die festgestellten Merkmale regionaler Bezug und „umgangssprachlich“.

4.1.4. Beispiele für die Vermittlung von Information

Die in Kapitel 4.1.1. bis 4.1.3. geschilderten Ergebnisse sollen im Folgenden an Beispielen deutlich gemacht werden. Ein erstes Beispiel aus der HR3-Morningshow vom 6. März 2017 (Transkript-Nummer 001) zeigt dabei eine Moderation mit O-Tönen, wie sie insbesondere für die Berichterstattung über regionale Ereignisse häufig festzustellen ist. Ein weiteres Beispiel aus der HR3-Morningshow vom 17. März 2017 (Transkript-Nummer 022) soll aufzeigen, wie Information insbesondere zu nationalen oder internationalen Themen bevorzugt vermittelt wird.

Beispiel 1 • HR3-Morningshow vom 6. März 2017 • 05:41 Uhr

Das erste Beispiel zeigt auf sehr typische Art und Weise, wie im Morgenprogramm von HR3 Information über zumeist regionale Themen vermittelt wird. Hierbei wird moderativ und unter Verwendung von O-Tönen über die Ergebnisse einer Recherche berichtet, wonach das Unternehmen Metatop in hessischen Unternehmen Spenden für die Sportveranstaltung „Special Olympics“ akquiriert, mehr als die Hälfte dieser Einnahmen jedoch nicht weiterverteilt, sondern behält. Dabei fällt auf, dass durch die Moderation Relevanz aufgebaut wird, ehe in das eigentliche Thema eingeleitet wird. Dies geschieht, indem offenbar Emotionen der Hörer angesprochen werden sollen („Die Woche startet direkt mal mit einem Aufreger.“). Das Wort „Aufreger“ wird mutmaßlich zur Aufmerksamkeit der Zuhörer beitragen und ist eng mit Emotionalität verbunden. Der darauffolgende Satz beginnt schließlich mit der

direkten Ansprache der Zuhörer („Sie kennen das [...]“). Noch ehe die eigentliche Information – dass die Firma Metatop den ARD-Recherchen zufolge einen Großteil akquirierter Spenden für die Förderung eines Sportwettbewerbs geistig Behinderter bei sich behält – eingeführt wird, wird ein regionaler Bezug geschaffen („[...] die hessische Unternehmen anruft und sie bittet, Geld für diese Sportler zu spenden.“. Dieser Bezug entsteht, indem von hessischen Unternehmen die Rede ist.

Exemplarisch für das HR3-Morgenprogramm ist anschließend an das Nennen der eigentlichen Information die Äußerung der Moderatorin („Wie dreist ist das denn?“), die an dieser Stelle zu einem Verstärken der Relevanz beiträgt. Außerdem kann beobachtet werden, dass die Moderatorin sich an dieser Stelle wertend äußert und auf diese Weise ihre persönliche Meinung einführt. Dies ist exemplarisch für das HR3-Morgenprogramm. Äußerungen wie die oben zitierte ermöglichen, dass sich die Moderatoren der Sendung nah am Zuhörer geben und ihnen auf diese Weise suggerieren, sie seien Menschen wie jeder Zuhörer auch. Wenig später lässt sich im ersten Beispiel wiederholt feststellen, dass ein Aufbau von Emotionen stattfindet: Die Moderatorin spricht davon, wie unfair es sei, dass die Sportler von einer Teilnahme an der Veranstaltung „träumen, aber da wirklich hart für sparen müssen.“ Hierbei sind für den Aufbau von Emotionen sowohl die Begriffe „unfair“, „träumen“ und „hart sparen“ von Bedeutung – sie erzeugen in der hier gebrauchten Weise im Zusammenspiel eine Art Betroffenheit.

Wie bei der Informationsvermittlung zu regionalen Themen üblich, nehmen im eingebrachten Beispiel überdies O-Töne eine zentrale Bedeutung ein – zumal mit ihnen im Beispiel erneut ein regionaler Bezug geschaffen wird („Bernhard und Kai-Uwe zum Beispiel sind zwei Fußballer aus Wiesbaden [...]“), da die zitierten geistig behinderten Sportler aus dem Sendegebiet stammen. Auch kann festgehalten werden, dass allein der Inhalt der O-Töne auf Emotionen anspielt – insbesondere an der Stelle, an denen einer der Zitierten in einer Aufzählung deutlich macht, dass ihm die Teilnahme an der Veranstaltung viel bedeutet: „Ich möchte gern da mitfahren, ich will etwas Neues erleben und nit immer dasselbe.“ Neben dem Aufbau von Emotionen und der damit verbundenen Untermauerung von Relevanz ist festzuhalten, dass die O-Töne instande sind, Authentizität zu erzeugen, weil unmittelbar Betroffene zu Wort kommen.

Die Moderatorin verstärkt insbesondere die Betroffenheit im Anschluss, wenn sie davon spricht, dass sich „einem so n bisschen die Haare sträuben“, wenn man bedenke, wie „stark die Zwei da einfach hinwollen“. Untermauert wird all dies durch einen dritten O-Ton eines eingebundenen Vereinsvorsitzenden, indem darauf verwiesen wird, dass die betreffenden Menschen „nicht für sich selbst stehen können“. Das Vorgehen der Akquise-Firma passt für den Zitierten deshalb „moralisch und ethisch“ nicht, heißt es dort weiter. Während die Passage, wonach die geistig Behinderten nicht für sich selbst stehen können, mit einer Verstärkung von Relevanz einhergeht, kann das Einbringen moralischer und ethischer Zweifel darüber hinaus als Anspielung auf Emotionen verstanden werden.

Wie in den untersuchten Programmstunden üblich, wird auch im eingebrachten Beispiel in der Abmoderation darauf verwiesen, dass weitere Informationen zu einem späteren Zeitpunkt im Programm

folgen – auch hier, indem der Hörer direkt angesprochen wird („[...] hören Sie in einer Stunde.“). Insgesamt muss im zitierten Beispiel als journalistisch fragwürdig betrachtet werden, dass weder an dieser Stelle noch in der angekündigten Moderation eine Stunde später genannt wird, wie die kritisierte Firma auf die Vorwürfe reagiert bzw. ob sie diese möglicherweise dementiert.

Beispiel 2 • HR3-Morningshow vom 17. März 2017 • 05:11 Uhr

Als zweites Beispiel soll eine Moderation eingebracht werden, die im untersuchten HR3-Morgenprogramm typisch für die Berichterstattung über nationale und internationale Themen ist. Bei derlei Moderationen wird in vielen Fällen scheinbar auf das ARD-Korrespondentennetz zugegriffen. Die nun zitierte Moderation behandelt den Besuch von Bundeskanzlerin Angela Merkel bei US-Präsident Donald Trump, der am Tag des Sendedatums unmittelbar bevorstand. Allerdings weist insbesondere der Einstieg in die Moderation einen leichten Unterschied zur üblichen Berichterstattung auf. Die Moderation beginnt in diesem Fall mit einer umgangssprachlichen Bezeichnung („Welcome to Washington, Angie“), dennoch leitet der Moderator unmittelbar in das eigentliche Thema ein – nämlich den anstehenden Besuch von Merkel bei US-Präsident Trump. Im Gegensatz zu vielen anderen Fällen (siehe Beispiel 1) ist hierbei ein direkter Einstieg in das Thema festzustellen. Dies zeigt sich, indem unmittelbar nach dem umgangssprachlichen Beginn darauf verwiesen wird, dass „so oder so ähnlich“ US-Präsident Trump die Kanzlerin heute begrüßen werde. Im Folgenden findet ein Aufbau von Relevanz statt: „Die Beiden treffen sich zum ersten Mal, seit Trump gewählt wurde.“ Dass erwähnt wird, dass es sich bei dem angekündigten Treffen um das erste beider Regierungschefs handelt, lässt den Zuhörer auf eine Neuigkeit schließen – auf etwas, das bisher nie da gewesen und gerade deshalb von Relevanz ist. Daran anschließend wird die so erzeugte Bedeutung untermauert, in dem die Moderatorin darauf hinweist, es werde „keinen Smalltalk“ geben, „kein Kaffeekränzchen“. Ebenso wie bei der folgenden Aussage („Da gibt’s viele wichtige Dinge, die da auf’n Tisch kommen.“) kann von einer Verstärkung von Relevanz ausgegangen werden. Der Zuhörer bekommt vermittelt, es werde ein ernstes Treffen mit Themen von weltpolitischer Bedeutung. Dies festigt sich, wenn darauffolgend von der Moderatorin aufgezählt wird: „Es wird um den Syrien-Krieg gehen, es wird um die NATO gehen, es wird um Russland gehen, das alles dann heute in Washington.“ Gleiches gilt für die Aussage des zugeschalteten Berlin-Korrespondenten, wonach die mitreisenden Firmenchefs von BMW und Siemens dem US-Präsidenten „verkllickern“ könnten, wie wichtig deutsche Investitionen in den USA seien. Hierbei liegt der Eindruck nahe, der US-Präsident bedürfe einer solchen Erklärung, um die Bedeutung deutscher Investitionen in seinem Land wertschätzen zu können. Dies wird untermauert, wenn der Korrespondent ausführt, die deutsche Delegation wolle dem Präsidenten noch etwas erklären: „[...] Dann wollen sie ihm auch noch einen kleinen Nachhilfekurs verpassen, wie in Deutschland Berufstätige ausgebildet werden.“

Der folgende Einwurf der Moderatorin der Sendung offenbart gleich zwei Auffälligkeiten der Untersuchung: Einerseits lässt er sich durch ihre (wertende) persönliche Meinungsäußerung („Kleine Nachhilfestunde. Das gefällt mir sehr.“) der „Mod. privat“ genannten Beobachtung zuordnen, andererseits spielt zumindest in Ansätzen Emotion eine Rolle, weil zur Sprache kommt, die Bundeskanzlerin habe womöglich ein „bisschen Schiss vor dem berühmt-berüchtigten Händedruck von Herrn Trump“. An jener Stelle der Moderation zeigt sich überdies ein weiteres Phänomen, das als exemplarisch für das Morgenprogramm von HR3 gelten kann: Das journalistisch betrachtet eigentlich Relevante, nämlich genauere Informationen zu den eingeführten Themen, über die Merkel und Trump sprechen wollen, rückt in den Hintergrund. Behandelt werden stattdessen Nebensächlichkeiten, für die der Besuch lediglich den Anlass zur Berichterstattung zu geben scheint. Im Morgenprogramm von HR3 konnte wiederholt festgestellt werden, dass die eigentliche Nachricht eines Themas in den Hintergrund rückt und stattdessen Nebensächlichkeiten wie die obige ausgeführt werden.

Dieses Phänomen lässt sich ebenso bei einem Gespräch mit einem Korrespondenten in den USA vom 14. März 2017 feststellen: Dort wurde über die Gründe der Absage des Besuchs berichtet, der Fokus jedoch darauf gelegt, dass die Bundeskanzlerin dem US-Präsidenten kein Gastgeschenk mitbringen wird (Transkript-Nummer 016). In Ansätzen zeigt dies auch das Gespräch mit einem Korrespondenten in den Niederlanden vom 15. März 2017, indem Geert Wilders anlässlich der Wahl dort als Kandidat beschrieben wird, der wegen eines „wasserstoffblondierten vollen Haares auch schon mal Mozart genannt“ werde (Transkript-Nummer 018).

Mit Blick auf das oben eingebrachte Beispiel zeigt die Antwort des Korrespondenten als weitere grundsätzliche Auffälligkeit, dass die Moderatorin der Sendung sowohl im Gespräch mit Korrespondenten als auch mit dem Moderator der Sendung oftmals ihre Zustimmung zu einem Thema in Form von Zwischenrufen wie „Ja“, „Hm“, „Genau“ etc. zum Ausdruck bringt. Insbesondere im hier eingebrachten Beispiel trägt das neben der Verstärkung von Relevanz auch dazu bei, dass die Moderatorin sich als „Mensch wie Du und Ich“ präsentiert, der (bei politischen Themen) vermeintlich weniger bedeutende Aspekte wie in diesem Falle den Handschlag des US-Präsidenten beachtet. Zu Beginn seines Einwurfs scheint der Korrespondent jedoch deutlich machen zu wollen, warum der Handschlag von Trump ein zu beachtendes Kriterium des Besuchs ist. Indem er mehrere Beispiele aufzählt, bei denen Trumps Handschlag gar „peinlich“ gewesen sei („Es gibt ja ne ganze Reihe von Youtube-Videos (Mod (w): "Ja."), wo man beim Händeschütteln beobachten kann. Quetschen, reißen (Mod (w): "Genau." Mod (m) und Mod (w) lachen), gar nicht mehr loslassen. [...]“), wird diesem Aspekt des Themas eine Bedeutung zugesprochen.

Dass die Zusammenkunft in der Abmoderation vom Moderator als „hochbrisantes Treffen“ bezeichnet wird („Hochbrisantes Treffen heute in Washington. Merkel meets Trump.“), trägt ebenfalls zur Verstärkung von Relevanz bei. Die Abmoderation weist außerdem mehrere Fälle aus, die der als „direkte Ansprache“ bezeichneten Beobachtung zuzuordnen sind. Verbunden ist dies im obigen Beispiel mit der

Aufforderung, sich einen Wecker für die Tagesschau zu stellen („Stellen Sie sich'n Wecker für die Tagesschau heute Abend, da gibt's, äh, wahrscheinlich sehr sehr interessante Bilder.“) und daran anschließend mit Äußerungen, mittels derer Hörernähe erzeugt werden kann: dann, wenn betont wird, alle wichtigen Informationen zu diesem Treffen gebe es im Morgenprogramm von HR3. („Alles was Sie zu diesem Treffen wissen müssen, hören Sie heute Morgen schon bei uns hier in HR3.“)

Grundsätzlich ist anzumerken, dass die eingebrachten Beispiele lediglich exemplarisch für Berichterstattung im moderativen Teil sind. In den Nachrichten, die im HR3-Morgenprogramm zur halben und vollen Stunde Teil gesendet werden, ist ein gänzlich anderer Aufbau zu beobachten. Dort ist ausnahmslos ein direkter Einstieg in das Thema festzustellen. Der gewählte Aufbau der Nachrichten im HR3-Programm ähnelt den Ausführungen von Lünenborg, die von einem „stark formalisierten Aufbau“ von Nachrichten spricht, der Antworten auf die wesentlichen Sachfragen wer, was, wann, wo, wie, warum und welche Quelle liefert (vgl. Kapitel 3.4.). Zusätzlich wird in den Nachrichten auf einen zusätzlichen Aufbau von Relevanz ebenso wie auf den Einsatz von Emotionen oder persönlichen Meinungsäußerungen verzichtet.

4.1.5. Umsetzung von Berichterstattung im Bereich Information

Die Untersuchung des HR3-Morgenprogramms hat gezeigt, dass Information über nationale oder internationale Ereignisse im moderativen Teil der Sendung ausnahmslos in (Kollegen-)Gesprächen vermittelt wird. Als solche werden Interviews bezeichnet, die der Moderator mit einem zweiten Journalisten führt, der Korrespondent, Reporter oder Mitglied einer Fachredaktion sein kann¹⁵⁶. Dabei fällt auf, dass diese Gespräche in der Regel ohne die Verwendung von O-Tönen gesendet werden und die Moderatoren des Morgenprogramms dem interviewten Kollegen die Fragen zumeist abwechselnd stellen. Die befragten Korrespondenten und Reporter aus dem In- oder Ausland werden dabei als „HR3-Frühreporter“ bezeichnet.

Für die Vermittlung regionaler Themen kann festgestellt werden, dass auch sie im Gespräch vermittelt werden – jedoch im Dialog der Moderatoren untereinander. Hierbei spielen O-Töne eine weitaus bedeutendere Rolle, als bei der Vermittlung nationaler oder internationaler Themen. HR3 hat als der ARD zugehörigen Rundfunkanstalt zwar die Möglichkeit, auch O-Töne aus dem In- und Ausland einzusetzen. Im untersuchten Programm war dies jedoch nicht festzustellen. Dass O-Töne bei regionalen Themen häufig genutzt werden, lässt unter anderem darauf schließen, dass der Sender seine Regionalkompetenz zu untermauern versucht, indem Menschen aus dem Sendegebiet mit ihren Anliegen, Sorgen oder Geschichten zu Wort kommen.

¹⁵⁶ Linke 1997, S. 82.

Hinsichtlich der Vermittlung regionaler Themen muss zwischen zwei zentralen Arten der Darstellung unterschieden werden: Sie sollen an dieser Stelle als „ausführliche regionale Info“ und „kurze regionale Info“ bezeichnet werden. Erstere Bezeichnung steht dabei für Themen, die auf eigens geschaffenen Moderationsplätzen im Sendeablauf unter Verwendung von O-Tönen ausgeführt werden, ohne dass dabei ein weiteres Thema eingebracht wird (vgl. Kapitel 4.1.4., Beispiel 1). Eine „kurze regionale Info“ kommt im untersuchten Programm hingegen gewöhnlich zweimal stündlich vor – um etwa 15 Minuten nach und etwa 15 Minuten vor der vollen Stunde. Diese Sendeplätze zeichnen sich dadurch aus, dass der Moderator der Sendung die Wetteraussichten für den Tag am Klavier melodisch darstellt, die Moderatorin daran anschließend eine aktuelle Verkehrsmeldung aus dem Sendegebiet verliest und darauf die „kurze regionale Info“ folgt, die im untersuchten Zeitraum ausnahmslos einen Bezug zum Sendegebiet hatte. Dabei wird auf die Verwendung von O-Tönen verzichtet. An die „kurze regionale Info“ schließt sich in der Regel ein Jingle an, in dem auf den nächsten Musiktitel nach der Werbung verwiesen wird. Weil dieses Schema zwischen 6 Uhr und 9 Uhr ausnahmslos zweimal stündlich angewandt wird, ist davon auszugehen, dass der Sender mit der Einteilung der Sendeuhr in feste Programmelemente den Zuhörern Orientierung am Morgen geben möchte. Dass die hier als „kurze regionale Info“ bezeichnete Moderation immer einen Bezug zu regionalen Themen hat, lässt schließen, dass regionale Themen und Informationen darüber einen hohen Stellenwert im Morgenprogramm zu haben scheinen.

Insgesamt ist festzustellen, dass neben Nachrichten auch dem Programmauftrag Service zuzuordnende Elemente ihren festen Platz im Sendeablauf haben. So wird jeweils vor den Nachrichten zur halben und vollen Stunde in wenigen Worten auf die Wetteraussichten sowie auf eine aktuelle Verkehrsbehinderung im Sendegebiet verwiesen. An die Nachrichten anschließend folgt jeweils ein ausführlicher Bericht über Verkehrsbehinderungen im Sendegebiet, gefolgt von ausführlichen Wetteraussichten.

Von den in Kapitel 3.6. eingeführten Zeichensystemen im Hörfunk können *Sprache*, *Stimme*, *Originalton* sowie *Musik* als bedeutend für die Vermittlung von Information betrachtet werden. Während die Zeichensysteme *Sprache*, *Stimme* und *Originalton* dabei zentral sind, hat das Zeichensystem *Musik* lediglich Bedeutung für den oben bereits eingeführten Sendeplatz um 15 Minuten nach und 15 Minuten vor der vollen Stunde. Der Moderator der Sendung präsentiert zu diesem Zeitpunkt jeweils die Wetteraussichten und untermalt diese mit Melodien, die er live am Klavier spielt. Das Zeichensystem *Stille* ist für die Vermittlung von Information irrelevant.

4.1.6. Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse

Die in Kapitel 4.1.4. dargelegten Beispiele festigen die in Kapitel 4.1. aufgestellte übergeordnete Theorie, wonach Information im Morgenprogramm von HR3 vermittelt wird, indem in auffallend vielen Fällen offenbar versucht wird, die Hörer *gedanklich* sowie *sprachlich* abzuholen. Ersteres lässt sich etwa dann ablesen, wenn die Moderatoren bei einem Thema erläutern, was eine Nachricht etwa für Familien in Hessen bedeutet. Hierbei wird deutlich, dass Bezug auf die Zielgruppe des Senders HR3 genommen wird, zu der Familien und Erwachsene zwischen 25 und 49 Jahren zählen (vgl. Kapitel 3.2.). Dies und der Schwerpunkt der Berichterstattung auf regionale Themen kann als Versuch verstanden werden, die Zuhörer in ihrem gedanklichen Umfeld anzusprechen und ihnen daran anschließend ein Thema nahezubringen. Dass in den Moderationen häufig umgangssprachliche Ausdrücke Verwendung finden, kann dagegen als Versuch verstanden werden, sich den Hörern sprachlich zu nähern bzw. sie mit den Worten und Ausdrücken „abzuholen“, die viele Zuhörer in ihrem Alltag gebrauchen.

Indem die Moderatoren insbesondere zu Beginn einer Moderation mit ihrer Wortwahl Relevanz aufbauen und diese im Laufe einer Moderation noch verstärken, schaffen sie beim Hörer mutmaßlich Aufmerksamkeit und sorgen dafür, dass die *Bedeutung eines Themas* für den Hörer bzw. allgemein erklärt und mitunter konkret benannt wird. Dies geschieht in mehreren Fällen, indem Emotionen angesprochen werden und erklärt wird, welche Emotionen eine Neuigkeit bei Betroffenen ausgelöst hat. Dabei nehmen die Moderatoren sich nicht von derlei Reaktionen aus, sondern untermauern durch die Nennung ihrer persönlichen Meinung mitunter die Bedeutung einer Neuigkeit oder, dass etwas besonders emotional ist. Dies kann ebenso dazu beitragen, dass die Moderatoren von den Zuhörern als „Menschen wie Du und Ich“ wahrgenommen werden, die ähnlichen Emotionen oder Geschehnissen ausgesetzt sind, wie jeder andere Zuhörer auch.

Zusammenfassend kann insbesondere für überregionale bzw. internationale Themen festgehalten werden, dass bei der Vermittlung von Information der eigentliche Kern eines Themas mehrmals in den Hintergrund rückt. In diesen Fällen bestätigt sich die Theorie von Dörner und Vogt, wonach „Politainment“ aus einfachen Erzählungen, Anekdoten und pointiert zugespitzten Aussagen bestehe (vgl. Kapitel 2.3.). Auf das oben verwiesene Beispiel bezogen bedeutet dies, dass etwa die Ausführung im HR3-Programm, welchen Händedruck Bundeskanzlerin Merkel bei US-Präsident Trump zu erwarten habe, als ein Indiz für die Schlussfolgerung von Dörner und Vogt gewertet werden kann, wonach „Politainment“ Politik sichtbar und sinnlich erfahrbar mache. Demzufolge ist ein weiteres Merkmal des Phänomens „Politainment“, dass all das, was sich dem Format unterhaltender Politikpräsentation nicht füge, in der Regel ausgeblendet werde. Auch dies lässt sich am zitierten Beispiel belegen. Zwar werden dort einige Themen des Treffens wie etwa internationale Krisen angesprochen; es wird in der Moderation jedoch nicht darauf eingegangen, welchen Standpunkt die Kanzlerin und der US-Präsident zum Thema vertreten und ob diese bei deren Treffen etwa zu Unstimmigkeiten führen könnten.

4.2. WDR2

Die Untersuchung des Morgenprogramms von WDR2 hat gezeigt, dass im Wesentlichen vier Merkmale von Bedeutung für die Vermittlung von Information sind. Sie werden an dieser Stelle wie folgt beschrieben: *nachrichtlich*, *Einordnung*, *Regionalkompetenz* und *Hörernähe*. Daraus lässt sich die folgende übergeordnete Theorie ableiten: **Information wird im Morgenprogramm von WDR2 vermittelt, indem aufbauend auf zentrale Bestandteile journalistischen Handwerks ein Bezug zum Sendegebiet und Zuhörern geschaffen wird.**

Auf die vier zentralen Merkmale und jene Auffälligkeiten, mittels derer sie erzeugt werden, soll im Folgenden näher eingegangen werden.

4.2.1. nachrichtlich

Die Vermittlung von Information nimmt im Morgenprogramm von WDR2 eine bedeutende Funktion ein. Dabei kann festgestellt werden, dass die Eigendarstellung des Senders, wonach „anspruchsvoller, unabhängiger und hintergründiger Journalismus das Markenzeichen von WDR2“ sind, sich in vielen Fällen am untersuchten Programm belegen lässt. Beispielhaft dafür sind Moderationen, die hier als „nachrichtlich“ zusammengefasst werden und im Folgenden näher aufgeschlüsselt werden sollen.

Direkter Einstieg

Viele Moderationen im Morgenprogramm von WDR2 beginnen mit einem Phänomen, das hier „direkter Einstieg“ genannt werden soll. Dabei folgt unmittelbar nach Nennung des zuletzt gespielten Musiktitels und der Sendeerkennung der „Leadsatz“, also dem hierarchischen Aufbau einer Nachricht folgend, deren Kern – die wichtigste Aussage¹⁵⁷. Deutlich wird das beschriebene Phänomen beispielsweise, wenn der Moderator wie folgt in ein Thema einleitet: „Mittwoch, 15. März, elf Minuten vor Neun. Herne gedenkt heute der beiden Mordopfer der vergangenen Woche, Jaden und Christopher, in einem ökumenischen Gottesdienst.“ Der zitierte Einstieg in eine Moderation zeigt beispielhaft den „direkten Einstieg“ in ein Thema und dass dieser nur in wenigen Fällen losgelöst vom Aufbau bzw. dem Verstärken von Relevanz zu betrachten ist. Der „direkte Einstieg“ kann als ebenso förderlich wie hinderlich für den Aufbau von Relevanz angesehen werden: Die unmittelbare Nennung eines Themas wird bei Zuhörern, die Interesse an Neuigkeiten daran zeigen, für eine erhöhte Aufmerksamkeit sorgen. Bei jenen Zuhörern, bei denen dies nicht der Fall ist, kann die unmittelbare Nennung hingegen bewirken, dass sie die Ausführungen des Moderators nicht verfolgen und sich mit etwas anderem beschäftigen.

¹⁵⁷ Schwiesau, Ohler 2016, S. 34.

Ein weiteres Merkmal des hier aufgeführten Phänomens sind die hier als „kurze Fragen“ bezeichneten Einwürfe von den Moderatoren der Sendung. Diese sind zuvorderst im Gespräch mit Reportern oder Korrespondenten festzustellen, mitunter auch im Dialog mit dem Co-Moderator. Dabei eint die hier zusammengefassten Einwürfe der Moderatoren, dass sie allesamt auf einen konkreten Aspekt eines Themas zielen und dabei darauf verzichtet wird, diesen zu umschreiben bzw. durch die Nennung von Fakten einzuleiten. Um dies deutlich zu machen, seien an dieser Stelle zwei Beispiele zitiert.

aus: *„Der frische Start in den Tag mit WDR2“ vom 7. März 2017 • 06:12 Uhr*

Mod (w): „Es gibt auch schon einen Tatverdächtigen. Was weißt Du?“

Das obige Beispiel zeigt, dass die Moderatorin vor ihrer eigentlichen Frage an den Reporter vor Ort einen Fakt in den Raum stellt, auf dem die Frage aufbaut.

Anders ist dies bei Einwürfen, die der Kategorie „kurze Frage“ zugeordnet werden:

aus: *„Der frische Start in den Tag mit WDR2“ vom 15. März 2017 • 08:49 Uhr*

Mod (m): „Werden auch Angehörige kommen?“

Der Einwurf oben stammt ebenfalls aus dem Gespräch des Moderators mit einem Reporter vor Ort, wobei jedoch auf Beschreibungen oder die Nennung von Fakten durch den Moderator verzichtet wird.

Relevanz

Der oben beschriebene „direkte Einstieg“ in eine Nachricht hat zur Folge, dass mitunter erst im Laufe einer Moderation Relevanz aufgebaut bzw. noch später verstärkt wird. Letzteres zeigt sich beispielsweise, wenn in den Nachrichten von einer Einigung zwischen Gewerkschaft und Arbeitgebern der Stahlindustrie berichtet wird und erst in der Abmoderation thematisiert wird, dass der Tarifabschluss rund 72.000 Menschen betrifft. Häufig festzustellen ist überdies das Wort „wirklich“, mit dem im analysierten Morgenprogramm von WDR2 eine Bedeutung untermauert bzw. verstärkt wird. Als Beleg kann die Äußerung der Moderatorin herangezogen werden, wonach anlässlich des Prozessbeginns gegen Anton Schlecker betont wird, sein Unternehmen sei „wirklich mal die größte Drogeriemarkt-Kette Europas“ gewesen.

Wie oben bereits ausgeführt, können die Phänomene „direkter Einstieg“ und „Relevanz“ nicht losgelöst voneinander betrachtet werden.

Starke Wortwahl

An dieser Stelle werden all jene Programmelemente vereint, in denen die Wortwahl von Moderatoren, Reportern oder Korrespondenten dazu beiträgt, einem Thema Relevanz zu verleihen oder diese zu verstärken. Auch wird über die Wortwahl mitunter Emotion aufgebaut. Als Beispiel für den Aufbau von Relevanz kann dabei die Aussage des Co-Moderators angeführt werden, wonach auf einer Bahnstrecke zwischen Duisburg und Köln eine „Riesenbaustelle“ droht, die all jene „besonders hart“ treffe, die

normalerweise den Regionalexpress 5 nutzen. Dass zu Beginn der Moderation von einer „Riesenbaustelle“ gesprochen wird, kann dabei als zentral für den Aufbau von Relevanz bezeichnet werden. Dies trifft auch dann zu, wenn von einem „ordentlichen Verkehrschaos“ gesprochen wird, für das eine Bombenentschärfung in Düsseldorf Sorge.

Dass als „starke Wortwahl“ bezeichnete Ausdrücke häufig Emotion auslösen, hat sich im untersuchten Programm hingegen seltener feststellen lassen. Das Phänomen soll an dieser Stelle dennoch angeführt werden, weil in den festgestellten Fällen darüber ebenfalls Relevanz aufgebaut bzw. verstärkt wurde. Dies zeigt sich etwa an jenem Beispiel, in dem die Moderatorin mit Blick auf den Mord an einem Neunjährigen feststellt: „Da krampft es uns allen im Herzen.“

4.2.2. Einordnung

Als „Einordnung“ werden die Programminhalte umschrieben, in denen ein Thema von Experten oder Betroffenen eingeordnet wird – etwa, indem die Zitierten ihren Standpunkt deutlich machen und so ggf. eine weitere Facette eines Themas beleuchten. Als einordnend können in der journalistischen Praxis jene Aussagen bezeichnet werden, in denen die Bedeutung und Folgen eines Ereignisses für die Menschen bzw. ihr Umfeld erläutert werden.

O-Töne

Zentrales Merkmal für die Einordnung eines Themas im Morgenprogramm von WDR2 ist die auffallend häufige Verwendung von O-Tönen. Diese werden sowohl bei regionalen als auch bei nationalen und internationalen Themen genutzt – entweder, um einen bereits genannten Standpunkt zu untermauern oder um einen neuen Blick auf ein Thema einzuführen. Die O-Töne stammen zumeist von Menschen, die als Experte oder Betroffener bezeichnet werden können. Letzteres trifft beispielsweise auf eine Moderation zu, in der eine Reporterin ihre Eindrücke beschreibt, die sie während eines Auftritts des türkischen Wirtschaftsministers in Köln gesammelt hat. Diese Eindrücke werden im Programm untermauert, in dem O-Töne von Deutsch-Türken und Deutschen eingeblendet werden, die ihre Meinung über den türkischen Präsidenten Erdoğan darstellen. Dabei kommen sowohl Erdoğan-Befürworter als auch dessen Kritiker zu Wort. Die Reporterin beschreibt jeweils daran anschließend ihre Eindrücke vor dem Wahlkampfauftritt, was im WDR2-Morgenprogramm als beispielhaft für die Vermittlung von Information und einer Einordnung betrachtet werden kann. Dabei stellen die Moderatoren des Programms ein Thema mitunter auch dar, ohne einen Reporter einzubeziehen.

Hörerbeteiligung

Als Hörerbeteiligung werden all jene Fälle bezeichnet, in denen Stimmen von Hörern ins laufende Programm einbezogen werden – entweder in Form von O-Tönen, häufig jedoch auch, indem Äußerungen zitiert werden, die Hörer auf Facebook, Twitter oder per E-Mail eingereicht haben. Diese

werden in der Regel von der Co-Moderatorin oder dem Co-Moderator vorgetragen, die offenbar zuständig für den Blick in die sozialen Netzwerke sind.

Dem Phänomen Hörerbeteiligung zuzuordnen ist auch jenes Beispiel, in dem die Moderatorin der Sendung ein Interview mit einer Kinderpsychologin anmoderiert und darauf verweist, auf diesen Gedanken von einer Hörerin des Programms gebracht worden zu sein. Im betreffenden Fall hatte die Hörerin – zweifache Mutter – gefragt, wie sie die Geschehnisse um den Mord an einem Neunjährigen in Herne ihren Kindern vermitteln soll.

Teaser auf das folgende Programm

Neben einer Bedeutung für den Aufbau und die Verstärkung von Relevanz im Morgenprogramm von WDR2 können die hier zusammengefassten Programmelemente auch als bedeutend für die Einordnung einer Nachricht verstanden werden. Dass in der Abmoderation eines Themas häufig darauf verwiesen wird, dass im weiteren Verlauf der Sendung eine andere Facette bedient wird (etwa ein Interview mit CDU-Außenpolitiker Röttgen zum Nazi-Vergleich des türkischen Präsidenten Erdoğan), verleiht einer Neuigkeit zusätzliche Relevanz. Des Weiteren sind Fälle wie dieser beispielhaft dafür, dass Themen im Laufe des fünfstündigen Morgenprogramms häufig von verschiedenen Seiten beleuchtet, journalistisch bezeichnet also „weitergedreht“ werden.

4.2.3. Regionalkompetenz

Regionalkompetenz wird im laufenden Programm insbesondere durch zwei Phänomene geschaffen, die hier als regionaler Bezug und Service bezeichnet werden sollen. Dabei kann festgestellt werden, dass Meldungen aus den Lokalstudios, von denen der WDR insgesamt elf betreibt¹⁵⁸, prominent im Morgenprogramm platziert werden. So werden um 6.30 Uhr, 7.30 Uhr, 8.30 Uhr und 9.30 Uhr in der „Lokalzeit“ Nachrichten gesendet, zu denen das Programm „gesplittet“ wird und die Lokalzeit der jeweils gewählten Frequenz – beispielsweise aus dem Ruhrgebiet – gesendet wird. Die Untersuchung hat gezeigt, dass die „Lokalzeit“ sich hinsichtlich der Höreransprache von den Hauptnachrichten unterscheidet. So werden Themen zumeist im Gespräch von Nachrichtensprecher und Reporter moderativ und im Dialog vermittelt.

Regionaler Bezug

Dass der Sender im Programm seine Regionalkompetenz zu untermauern versucht, zeigt sich immer dann, wenn ein regionaler Bezug geschaffen wird. Dies ist im untersuchten Zeitraum beispielsweise der Fall, wenn Geschehnisse aus Städten oder Gemeinden in Nordrhein-Westfalen thematisiert werden. Darüber hinaus wird das Sendegebiet von Moderatoren oder Reportern häufig als „der Westen“

¹⁵⁸ WDR 2017, <http://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/standorte/studios/> [21.04.17].

bezeichnet, was sich auch in Jingles (etwa: „WDR2 – Wir sind der Westen“) widerspiegelt. Auch werden nationale oder internationale Themen mitunter auf das Sendegebiet bezogen. Dies geschieht beispielsweise, wenn diskutiert wird, wie Mitglieder des nordrhein-westfälischen Landtags auf die Auseinandersetzung mit dem türkischen Präsidenten Erdoğan reagieren.

Service

Als Service werden all jene Moderationen bezeichnet, in denen Menschen über etwas informiert werden, das für sie von direkter Bedeutung ist. Die klassischen Beispiele dafür sind der Wetterbericht und der Verkehrsservice, die jeweils nach den Nachrichten zur halben und vollen Stunde Teil des Programms sind. Jedoch ist auffallend, dass WDR2 zusätzlich zu Meldungen über Störungen und Staus auf Autobahnen ebenso über Behinderungen im nordrhein-westfälischen Bahnverkehr informiert. Es kann davon ausgegangen werden, dass dieser spezielle Aspekt ebenfalls dem zentralen Merkmal *Hörernähe* (vgl. Kapitel 4.2.4.) zugeordnet werden kann.

4.2.4. Hörernähe

In diesem zentralen Merkmal werden Programmelemente zusammengefasst, in denen offenbar eine Nähe zu den Zuhörern des WDR2-Morgenprogramms aufgebaut werden soll. Dies zeigt sich insbesondere anhand dreier wiederkehrender Merkmale, die im Folgenden näher erläutert werden sollen.

umgangssprachlich

Als „umgangssprachlich“ werden jene Elemente im WDR2-Morgenprogramm bezeichnet, in denen die Moderatoren oder Korrespondenten sich umgangssprachlich äußern und einen Zusammenhang somit offenbar zu vereinfachen versuchen. Dies lässt sich etwa am folgenden Auszug eines Gesprächs zwischen der Moderatorin der Sendung und einer Korrespondentin in den USA festmachen. Dabei wird die Korrespondentin zur neuen Verordnung des US-Präsidenten Trump befragt, wonach Menschen aus sechs muslimischen Ländern nicht mehr in die USA einreisen dürfen – nicht aber Personen aus dem Irak. Die Korrespondentin antwortet darauf unter anderem: „Nee, der Irak ist raus. Das liegt einmal daran, dass der Irak sehr heftig protestiert hat. Und gesagt hat: Also erstmal, ihr habt ja bei uns Krieg geführt. Da ham zum Beispiel sehr viele Iraker euch auch geholfen. Und jetzt wollt ihr die nicht mehr aufnehmen, obwohl die jetzt hier vielleicht verfolgt werden. [...]“ Die zitierte Antwort zeigt exemplarisch, dass umgangssprachliche Äußerungen im Morgenprogramm von WDR2 die Vermittlung von Information nicht unbedingt hindern. Es lässt sich jedoch auch festhalten, dass die mutmaßlich komplexeren Sachverhalte vor allem wegen der recht umgangssprachlichen Ausführung vereinfacht dargestellt werden.

Direkte Ansprache

In dieser Kategorie werden all jene Elemente einer Moderation zusammengefasst, in denen die Zuhörer von den Moderatoren und Co-Moderatoren der Sendung direkt angesprochen werden. Dies trifft mehrfach auf Programminhalte zu, die der Kategorie Service zuzuordnen sind – etwa, wenn der Co-Moderator der Sendung auf baustellenbedingte Behinderungen im Bahnverkehr hinweist und die Zuhörer auffordert, sich für den Folgetag eine Notiz im Mobiltelefon abzuspeichern und sich am Vorabend der Reise über Einschränkungen zu informieren.

Mod. privat

Die mit „Mod. privat“ beschriebenen Programmelemente eint, dass die Moderatoren der Sendung eine persönliche und mitunter wertende Meinung äußern bzw. darlegen, wie sie in ihrer Rolle als Stimme eines Programms ihr journalistisches Handeln begründen. Dies wird beispielsweise deutlich, wenn der Moderator der Sendung erklärt, die Auskunft der Polizei zu einer Terrordrohung am Limbecker Platz in Essen „nicht ganz zu verstehen“. Er untermauert dies, indem er darauf hinweist, dass der Platz einen Tag lang gesperrt war und daran anschließend einen O-Ton eines Polizeisprechers einblendet, wonach es keinen Hinweis auf eine „tatsächlich unmittelbar bevorstehende Drohung oder Bedrohung“ gegeben habe. Beispielhaft für das zweite oben geschilderte Phänomen ist die Aussage der Moderatorin, wonach sie in ihrer Berichterstattung etwa über den Mord an einem Neunjährigen auf Details verzichte, „weil ich denke: Mensch, die sitzen am Frühstückstisch“. In beiden Beispielen präsentieren die Moderatoren sich als Menschen „wie Du und Ich“, indem sie ihre Zweifel und Meinungen zu dem jeweils besprochenen Thema zum Teil ihrer Moderation machen.

4.2.5. Beispiele für die Vermittlung von Information

Die in Kapitel 4.2.1. bis 4.2.4. geschilderten Untersuchungsergebnisse sollen im Folgenden an Beispielen deutlich gemacht werden. Beispiel 1 aus „Der frische Start in den Tag mit WDR2“ vom 6. März 2017 (Transkript-Nummer 004) zeigt dabei, wie zumeist über nationale und internationale Themen berichtet wird. Hierbei spielt die Einordnung der Nachricht eine Rolle – wenngleich diese in vielen Fällen von Korrespondenten oder Reportern und nicht von außenstehenden Experten umgesetzt wird. Beispiel 2 aus „Der frische Start in den Tag mit WDR2“ vom 13. März 2017 (Transkript-Nummer 015) zeigt dagegen, wie regionale Nachrichten in vielen Fällen vermittelt werden – nämlich, indem Geschehenes erklärt, beleuchtet und später von Experten eingeordnet und bewertet wird. Dabei kann außerdem ein von der Regel abweichender Einstieg festgestellt werden.

Beispiel 1 • „Der frische Start in den Tag mit WDR2“ vom 6. März 2017 • 09:18 Uhr

Ein erstes Beispiel soll aufzeigen, wie insbesondere nationale oder internationale Themen im Morgenprogramm von WDR2 vermittelt werden. Dabei ist auffällig, dass die Moderatoren weitgehend direkt in ein Thema einleiten, ohne vorab gesondert Relevanz aufzubauen. Dies zeigt auch dieses Beispiel, in dem nahezu unmittelbar der eigentliche Anlass der Berichterstattung genannt wird: Dass in Stuttgart der Prozess gegen den Inhaber der ehemaligen Drogeriemarkt-Kette Schlecker begonnen hat. („Der Aufstieg und Fall der Familie Schlecker: Vor ner guten Viertelstunde ist der Prozess gegen den Drogerieriesen aus dem Schwabenland losgegangen in Stuttgart am Landgericht.“) Es muss für das obige Beispiel festgestellt werden, dass ein direkter Einstieg – also der nachrichtliche Kern – sich hierbei nicht losgelöst vom Aufbau von Relevanz betrachten lässt. So spricht die Moderatorin der Sendung davon, der Prozess gegen den „Drogerieriesen“ habe begonnen. Sie macht damit die einstige Größe der Firma Schlecker deutlich, was einen Aufbau von Relevanz zur Folge hat. Als Verstärkung von Relevanz kann daran anschließend kurze Zeit später die Untermauerung verstanden werden, Schlecker sei „wirklich mal die größte Drogeriemarkt-Kette Europas“ gewesen. Die Untersuchung hat grundsätzlich gezeigt, dass das Wort „wirklich“ häufig Verwendung findet, um die Relevanz eines Themas zu untermauern.

Als untermauernd für die getätigte Aussage der Moderatorin kann im vorliegenden Beispiel verstanden werden, dass ein mehrere Jahre alter O-Ton von Meike Schlecker eingeblendet wird. („Es ist nichts mehr da. Wir haben die Insolvenz der Schlecker-EK angemeldet. Das bedeutet, mein Vater haftet mit seinem ganzen Vermögen. Das bedeutet die private Insolvenz von meinem Vater. Er hat alles in die Firma eingebracht.“) Der O-Ton dient jedoch auch dazu, zum eigentlichen Thema des Prozesses überzuleiten. So spricht die Moderatorin anschließend von den Vorwürfen gegen Anton Schlecker, wonach dieser viele Millionen Euro „zur Seite geschafft“ habe – was zugleich, ebenso wie die Nennung der 25.000 Mitarbeiter, die im Zuge der Schlecker-Insolvenz ihren Job verloren hätten, als Untermauern von Relevanz angesehen werden kann.

Daran anschließend folgt in diesem Beispiel die Einblendung mehrerer O-Töne, die ebenfalls als exemplarisch für das untersuchte Morgenprogramm von WDR2 bezeichnet werden kann. Hierbei werden häufig O-Ton-Geber einbezogen, die von etwas betroffen sind – wie im Fall oben offenbar ehemalige Schlecker-Mitarbeiterinnen. Wie in vielen anderen Fällen gelingt es über die Verwendung von O-Tönen auch hier, einen Eindruck zu untermauern und insbesondere Authentizität herzustellen. So heißt es in den O-Tönen unter anderem: „Die gerechte Strafe hat er im Prinzip schon, wenn man in der Öffentlichkeit nicht mehr leben kann, sich nicht mehr frei bewegen kann. Ist doch fast wie im Gefängnis.“ Oder, kurz darauf: „Er soll in'n Knast. Samt Frau und Kinder.“ In beiden hier zitierten Fällen wird deutlich, dass die O-Ton-Geberinnen den beginnenden Prozess emotional bewerten, was wiederum dazu beiträgt, dem Thema eine hohe Bedeutung zuzuschreiben. So gesehen findet eine weitere Verstärkung von Relevanz statt.

Ebenfalls exemplarisch ist, dass zusätzlich zu den bereits eingeblendeten O-Tönen ein Kollegengespräch mit einem Korrespondenten aus Stuttgart folgt, das den Prozessbeginn einzuordnen versucht. Dabei zeigt das Beispiel, dass auch durch die Äußerungen des Korrespondenten die Bedeutung des Prozesses verstärkt wird – insbesondere dann, wenn durch die Beschreibung des zurückgezogen lebenden Anton Schlecker das Bild eines „Mysteriums“ gezeichnet wird, von dem offenbar kaum einer zu wissen scheint, wie er lebt und auf den Prozess gegen sich blickt. Dies zeigt sich etwa, wenn von „großen Mauern“ gesprochen wird, die das Anwesen Schleckers umgeben und erwähnt wird, dass Schlecker „immer“ in diesen Mauern bleibe. Auch die Äußerung, in der der Korrespondent deutlich macht, dass über die Lebensumstände von Schlecker wenig bekannt ist („Anton Schlecker wohnt wohl immer noch mit seiner Frau in einer großen Villa in Ehingen bei Ulm. Das ist so'n fast vier Fußballfelder großes Anwesen. Er hat angeblich auch noch einen Porsche dastehen. Allerdings, man weiß es nicht.“) trägt durch die mehrfach geäußerten Einschränkungen („wohl“, „angeblich“, „man weiß es nicht“) entscheidend dazu bei.

Außerdem kann der zwischenzeitliche Einwurf der Moderatorin („Kommt da heute nen gebrechlicher alter Mann an?“) dem zentralen Aspekt „nachrichtlich“ zugeordnet werden, speziell des darin aufgeführten Phänomens „kurze Frage“. Überdies bedient die Nachfrage der Moderatorin in diesem Beispiel eine weitere zentrale Auffälligkeit der Untersuchung: Höرنähe. So ist davon auszugehen, dass versucht werden soll, den Zuhörern das „Mysterium“ Anton Schlecker näherzubringen.

Beispiel 2 • „Der frische Start in den Tag mit WDR2“ vom 13. März 2017 • 05:48 Uhr

Beispiel 2 zeigt, wie Information im Morgenprogramm von WDR2 insbesondere durch die Verwendung von O-Tönen vermittelt wird. So kann hinsichtlich der Darstellungsform auffallend oft festgestellt werden, dass insbesondere bei journalistisch betrachtet „harten Themen“ mit mehreren O-Tönen gearbeitet wird, um einen Standpunkt zu untermauern bzw. neue Facetten eines Themas aufzuzeigen. So kommt im eingebrachten Beispiel einerseits ein Polizeisprecher zu Wort, der über Details des „sehr ernstzunehmenden Hinweises“ auf einen Terroranschlag spricht und den bereits vorher geäußerten Worten des Moderators Authentizität verleiht und diese untermauert. Einem zweiten verwendeten O-Ton eines Politikwissenschaftlers, der sich zur Islamistenszene in Nordrhein-Westfalen äußert, kann eine einordnende Funktion zugesprochen werden. Der Politikwissenschaftler kann dabei als Experte bezeichnet werden, wie er häufig zur Einordnung des Themas in das Morgenprogramm von WDR2 einbezogen wird. Zugleich kann davon ausgegangen werden, dass das Gesagte des Politikwissenschaftlers zu einem Verstärken von Relevanz beiträgt – etwa, indem der Experte äußert, Nordrhein-Westfalen biete durch die vielen Großstädte einen Vorteil für terroristische Täter.

Mit Blick auf den analysierten Text muss im zweiten Beispiel jedoch festgehalten werden, dass ein untypischer Einstieg in die Moderation nachzuweisen ist. So leitet der Moderator das Thema wie folgt

ein: „Zwei Tage nach dem Schrecken, der auch mich überwältigt hat [...]“) Indem er den Begriff „Schrecken“ nutzt und erläutert, diese habe auch ihn „überwältigt“, baut der Moderator unmittelbar zu Beginn der Moderation Relevanz auf. Dabei bedient er sich einer auffallenden Wortwahl, die dem Feld Emotion zuzuordnen ist und somit für Aufmerksamkeit bei den Zuhörern sorgen dürfte. Dem Aufbau von Relevanz zuzuordnen ist außerdem der kurze Zeit später geäußerte Grund für den „Schrecken“: ein „ganz konkreter Terrorverdacht“. Bedeutung muss auch der Aussage zugeordnet werden, wonach von der folgenden Sperrung des Einkaufszentrums in Essen rund 60.000 Menschen betroffen gewesen seien. Dies untermauert, dass viele Menschen die Vorkommnisse mitbekommen haben dürften und nun indirekt erklärt werden soll, weswegen das Thema im Programm behandelt wird.

An mehreren Stellen im Text zeigt sich außerdem jenes Phänomen, das oben als Regionalkompetenz bezeichnet worden ist. So wird unmittelbar zu Beginn der Moderation ein regionaler Bezug hergestellt, wenn der Moderator der Sendung vom „Limbecker Platz“ spricht und erst später hinterher schiebt, dass dieser sich in der „Essener City“ befinde. Gleiches gilt für die Nennung der vorläufigen Festnahmen in Oberhausen, einer Stadt im Sendegebiet. Wenn der Moderator später den O-Ton des Politikwissenschaftlers anmoderiert, sind ebenso zwei Indizien für das Phänomen Regionalkompetenz festzustellen, mit dem das Programm offenbar für sich zu werben versucht. So ist die Rede von „hier in NRW“ und nur kurze Zeit später vom „Westen“ – ein Begriff, der im untersuchten Zeitraum synonym mit dem Bundesland Nordrhein-Westfalen verwendet worden ist. Dies lässt sich auch in der Abmoderation feststellen, in der der Moderator ankündigt, später in der Sendung ausführlich darüber zu sprechen, „wie gefährlich die Salafistenszene bei uns im Westen ist“.

Letztgenannter Ausschnitt aus der Moderation kann darüber hinaus als Teaser auf das folgende Programm verstanden werden. Damit scheint der Sender einerseits bezwecken zu wollen, dass an dem Thema interessierte Zuhörer das Radio nicht abschalten. Andererseits kann der Verweis auf das spätere Programm ebenso als bedeutend für die Verstärkung von Relevanz gewertet werden. Dies wird im konkreten Fall auch durch die Vermittlung von Emotion erreicht – indem mit dem Wort „gefährlich“ Spannung und Ungewissheit aufgebaut werden.

Beispielhaft für das Morgenprogramm von WDR2 ist außerdem die Aussage des Moderators, wonach er die Auskunft der Polizei „nicht ganz verstehe“. Hier offenbart der Moderator der Sendung seine persönliche Meinung und demonstriert Hörernähe, weil davon auszugehen ist, dass auch viele Zuhörer die scheinbar widersprüchlichen Angaben der Polizei hinterfragen könnten.

Die eingebrachten Beispiele für die Vermittlung von Information im Morgenprogramm von WDR2 sind spezifisch für moderative Berichterstattung. Für die Nachrichten muss konstatiert werden, dass diese Feststellungen nicht zutreffend sind. Vielmehr zeichnet die Nachrichten ein ausnahmslos klassischer Aufbau sowie die sachliche Vermittlung von Themen aus. Dass davon abgewichen wird, ist in den „WDR Aktuell“ genannten Nachrichten nicht festzustellen. Jedoch weist die „Lokalzeit“, in der immer zur halben Stunde Nachrichten aus Regionalstudios in Nordrhein-Westfalen präsentiert werden, eine

Vermittlung von Information auf, die zumeist im Dialog zwischen Nachrichtensprecher und Reporter stattfindet und somit vom klaren Aufbau und der Sprache klassischer Nachrichten abweicht.

4.2.6. Umsetzung von Berichterstattung im Bereich Information

Wie die Untersuchung gezeigt hat, können (Kollegen-)Gespräche als zentrales Merkmal der Vermittlung von Information bezeichnet werden. Dies bedeutet in der Praxis, dass insbesondere nationale oder internationale Themen sowie Sportberichterstattung dem Zuhörer im Dialog vom Moderator der Sendung mit einem Korrespondenten oder Reporter – beispielsweise aus den USA, den Niederlanden oder einem Kollegen, der am Vorabend live über das Fußballspiel berichtet hat – nahegebracht werden. Sie werden als Experten dargestellt, die sich mit dem zu behandelnden Themen auseinandergesetzt haben und gut informiert sind. Wenn nicht Korrespondenten die Aufgabe des Experten darstellen, so wird diese Aufgabe von Gesprächspartnern übernommen, die mit dem Thema beispielsweise wegen ihres Berufs vertraut sind (z.B. Leiter von Instituten etc.).

Wie in den obigen Beispielen aufgezeigt, spielt dabei die Verwendung von O-Tönen eine zentrale Rolle. Sie werden eingesetzt, um Neuigkeiten einzuordnen, einen zusätzlichen Standpunkt auf ein Thema aufzuzeigen oder zu vermitteln, dass die Meinung von Zuhörern oder Befragten auf der Straße für den Sender von Bedeutung ist.

Es hat sich herausgestellt, dass es die Aufgabe des Co-Moderators der Sendung ist, über regionale Themen aus Nordrhein-Westfalen zu berichten und dabei einen Mehrwert für Zuhörer zu schaffen, indem Service-Elemente im Mittelpunkt stehen. Dies lässt sich nicht nur zur halben und vollen Stunde feststellen, wo Verkehrsinformationen und Wetteraussichten jeweils anschließend an die Nachrichten einen festen Platz im Programm haben. Auch ist der Co-Moderator der Sendung, der über Sperrungen z.B. im Bahnverkehr informiert und erläutert, welche Folgen dies für Pendler im betreffenden Gebiet hat. Darüber hinaus kann der Co-Moderator als derjenige verstanden werden, der die Belange der Zuhörer im Blick hat und so eine Hörernähe schafft. Dies zeigt sich immer dann, wenn er während der Vermittlung von Information Meinungen vorträgt, die Hörer auf Facebook, Twitter oder in einer E-Mail geäußert haben. Der Co-Moderator ist folglich selten Teil einer Moderation, in der über nationale oder internationale Themen berichtet wird.

Die Untersuchung hat ebenfalls gezeigt, dass neben dem Einsatz von (Kollegen-)Gesprächen als journalistischer Darstellungsform gebaute Beiträge und Mini-Features Teil der Sendung sind. Sie werden in jenen Rubriken eingesetzt, die einen festen Platz im Programmablauf von „Der frische Start in den Tag mit WDR2“ haben. Dabei stehen insbesondere die Rubriken „Kirche in WDR2“ und „WDR2 Stichtag“ im Vordergrund. „Kirche in WDR2“ ist dem Feld *Religiöses* zuzuordnen, das laut Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien ebenfalls zum Programmauftrag Information zu zählen ist (vgl. Kapitel 1.2.). Die Rubrik zeichnet aus, dass sie werktags unmittelbar vor den Nachrichten um 6

Uhr ausgestrahlt wird und darin zu einem zumeist aktuellen Anlass ein Vertreter von evangelischer oder katholischer Kirche seine (christliche) Sichtweise auf ein Thema darlegt. Hierbei kann mitunter von einem klassischen gebauten Beitrag bzw. Beitrag mit Einblendungen (BmE) gesprochen werden – etwa dann, wenn der aktuelle Anlass für den Beitrag in Form von O-Tönen akustisch vermittelt wird und darauf Bezug genommen wird.

Für die Rubrik „WDR2 Stichtag“ kann festgehalten werden, dass es sich hierbei zumeist um die journalistische Darstellungsform des Mini-Features handelt. Als solches wird ein Beitrag bezeichnet, in dem O-Töne, Atmosphäre, Geräusche, Musik und eigener Text vorkommen¹⁵⁹. Demzufolge kann das Mini-Feature als „akustischer Film“ bezeichnet werden. Es kommt im Morgenprogramm von WDR2 zu einem festen Zeitpunkt vor (gegen 9.40 Uhr) und behandelt ein Thema, das zumeist dem Programmfeld *Zeitgeschichtliches* zuzuordnen ist. So wird, der Definition von *Zeitgeschichtliches* folgend, an Ereignisse vor geraumer Zeit erinnert – wie etwa anlässlich des Todes von Ferdinand Graf Zeppelin an dessen erste Fahrt mit einem Luftschiff.

Bezugnehmend auf die in Kapitel 3.6. eingeführten Zeichensysteme im Hörfunk kann festgestellt werden, dass zur Vermittlung von Information insbesondere die Zeichensysteme *Sprache*, *Stimme* und *Originalton* von Bedeutung sind – in einigen Fällen wie in der oben beschriebenen Rubrik „WDR2 Stichtag“ überdies die Zeichensystem *Geräusch* und *Musik*. Die Untersuchung hat gezeigt, dass das Zeichensysteme *Stille* im Morgenprogramm von WDR2 für die Vermittlung von Information unerheblich ist.

4.2.7. Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse

Die in Kapitel 4.2. aufgestellte übergeordnete Theorie, wonach zentrale Bestandteil des journalistischen Handwerks die Grundlage für die Vermittlung von Information im Morgenprogramm von WDR2 bilden, fußt auf der Beobachtung, dass Berichterstattung im Wesentlichen aus Merkmalen besteht, die in den Kategorien *nachrichtlich* und *Einordnung* vereint worden sind. Indem ein Thema im Programm in auffallend vielen Fällen durch die Meinung von Experten, Betroffenen oder Zuhörern angereichert wird, wird es journalistisch betrachtet eingeordnet. Dies wird nahezu ausnahmslos über die Einblendung von O-Tönen erreicht. Sie kann als Versuch der Programmierer verstanden werden, den Zuhörern ein Mittel an die Hand zu geben, mit dem sie sich ihre eigene Meinung zu einem Thema bilden können. Überdies kann festgehalten werden, dass die Einblendung von O-Tönen in vielen Fällen Authentizität schafft. Immer dann, wenn Zuhörer des Programms zu Wort kommen, zeugt dies darüber hinaus von einer Nähe zu den Hörern, die der Sender aufzubauen versucht (siehe unten). Für die Feststellung, wonach ein weiteres zentrales Merkmal des journalistischen Handwerks ein *nachrichtlicher* Einstieg in

¹⁵⁹ Heuer 2013, S. 147.

eine Moderation ist, kann zusammengefasst werden, dass in WDR2 sowohl Moderationen als auch (Kollegen-)Gespräche in der Regel von der Neuigkeit ausgehen und darauf aufbauend einordnen, gewichten und abwägen. Als *nachrichtlich* ist auch zu bezeichnen, dass in diesem Zuge aufgezeigt wird, warum ein Thema Relevanz hat – indem beispielsweise erklärt wird, wie viele Menschen von einer Neuigkeit betroffen sind.

Von den zentralen Bestandteilen journalistischen Handwerks ausgehend, schafft der Sender einen Bezug sowohl zum Sendegebiet als auch zu seinen Zuhörern. Dies kann als zweite bedeutende Feststellung der vorliegenden Untersuchung gewertet werden. Dabei fällt auf, dass nationale oder internationale Berichterstattung wiederholt auf das Sendegebiet, also Nordrhein-Westfalen, bezogen wird. Zentral für die Kategorie *Regionalkompetenz* ist jedoch die Berichterstattung über Neuigkeiten direkt aus dem Sendegebiet. Der etwa durch Jingles ohnehin schon erzeugte Eindruck, wonach WDR2 regionaler Berichterstattung große Bedeutung zukommen lässt, soll in jenen Fällen offenbar verstärkt werden. Von Bedeutung ist dabei der jeweilige Co-Moderator der Sendung, der im untersuchten Zeitraum als Moderator mit hoher Regionalkompetenz inszeniert wird.

Daraus lässt sich die vierte zentrale Auffälligkeit ableiten, wonach auf das journalistische Handwerk aufbauend ein Bezug zu den Zuhörern des Senders geschaffen wird – etwa, in dem der Moderator der Sendung mit privaten Meinungsäußerungen oder durch seine Einwürfe zu untermauern versucht, dass er ein Thema noch nicht verstanden hat oder die Auskunft der Polizei Fragen offengelassen habe. Dabei bedingen die Merkmale *Regionalkompetenz* und *Hörernähe* sich in vielen Fällen.

Die Untersuchung hat gezeigt, dass das Morgenprogramm von WDR2 dem nach außen transportierten Anspruch an sich selbst in vielen Fällen gerecht wird. So heißt es bei der Präsentation des Senders für Werbekunden: „Anspruchsvoller, unabhängiger und hintergründiger Journalismus ist das Markenzeichen von WDR 2. Ganz gleich, ob große Weltpolitik oder relevante regionale Themen – WDR 2-Reporter berichten präzise, analysieren und ordnen ein.“¹⁶⁰ Diese Selbstdarstellung deckt sich in weiten Teilen mit den Ergebnissen der Untersuchung.

¹⁶⁰ WDR Mediagroup 2017, <https://wdr-mediagroup.com/werbung/radio/wdr-2/programminformation/> [24.04.17].

4.3. HR3 und WDR2 im Vergleich

Bestand unmittelbar nach dem Hören des aufgezeichneten Programms noch der Eindruck, die Vermittlung von Information bei HR3 und WDR2 verlaufe ohne große Unterschiede, so ist dieser erste Eindruck in der genauen Analyse des Textes widerlegt worden. Zwar hat die Untersuchung Auffälligkeiten hervorgebracht, die sich sowohl im HR3- als auch im WDR2-Programm festmachen lassen. Im Kern muss jedoch festgestellt werden, dass die Vermittlung von Information sich in ihrer Form weniger unterscheidet, wohl aber dabei, wie Inhalte dem Zuhörer präsentiert werden. Im Folgenden soll näher auf einzelne Auffälligkeiten eingegangen werden.

So hat sich gezeigt, dass Neuigkeit und Anlass der Berichterstattung im Morgenprogramm von WDR2 in vielen Fällen unmittelbar genannt werden. Dies wurde oben bereits als *nachrichtlich* bezeichnet, folgt es doch dem klassischen Aufbau von Nachrichten im Hörfunk. Im Morgenprogramm von HR3 hingegen beginnen Moderationen nahezu ausnahmslos, indem Relevanz aufgebaut wird. Wie bereits ausgeführt, wird dabei auf Emotionen angespielt oder es wird etwa durch die auffallende Wortwahl der Moderatoren Aufmerksamkeit erzeugt. Die eigentliche Neuigkeit hingegen wird erst später genannt.

Dies lässt darauf schließen, dass die Programmverantwortlichen beider Sender von sehr unterschiedlichen Zielgruppen auszugehen scheinen. Im HR3-Morgenprogramm wird der Anschein geweckt, der Zuhörer müsse zunächst auf das Thema eingestimmt werden, über das in einer Moderation gesprochen wird. Indem beispielsweise ein ruhiges und Spannung aufbauendes Musikbett eingespielt wird, wird dem Zuhörer zu Beginn einer Moderation indirekt vermittelt, dass ein journalistisch betrachtet „hartes Thema“ wie etwa die Wahl in den Niederlanden zu folgen scheint. Dies lässt sich für das Programm von WDR2 nicht feststellen – was den Schluss zulässt, der Sender gehe davon aus, dass seine Zuhörer die Relevanz einer Neuigkeit erkennen, ohne dass der Moderator diese eingangs mit seiner Wortwahl erzeugen müsste.

Es fällt auf, dass im weiteren Verlauf einer Moderation in beiden Programmen untermauert wird, dass ein Thema von Relevanz ist. Dies geschieht durch das Einblenden von O-Tönen und insbesondere durch die mitunter umgangssprachliche Wortwahl der Moderatoren. Letztere kann insbesondere für das Morgenprogramm von HR3 als zentral betrachtet werden. Indem die Moderatoren der Sendung sich einer entsprechenden Wortwahl bedienen, bauen sie eine Nähe zum Zuhörer auf. Dabei ist auffällig, dass in der Folge umgangssprachlicher Wortwahl im HR3-Morgenprogramm in vielen Fällen inhaltlich eher vom Kern eines Themas weggeleitet wird, statt sich diesem zu nähern. Für das Morgenprogramm von WDR2 kann ebenso eine Verwendung umgangssprachlicher Ausdrücke festgestellt werden. Jedoch werden jene Ausdrücke oftmals verwendet, um einen komplizierten Zusammenhang sprachlich zu vereinfachen. Im Gegensatz zum Morgenprogramm von HR3 bleibt der inhaltliche Kern einer Nachricht dabei jedoch bestehen.

Für die Morgenprogramme beider Sender kann ebenfalls festgehalten werden, dass (Kollegen)-Gespräche die zentrale journalistische Darstellungsform für die Vermittlung von Information sind. Dabei greifen beide Sender offenbar auf das Korrespondentennetz der ARD zurück. Dies zeigt sich insbesondere bei internationalen Themen, die nahezu ausnahmslos im Dialog mit dem jeweiligen Korrespondenten vor Ort behandelt werden. Jedoch muss beim Blick auf den Inhalt von (Kollegen)-Gesprächen differenziert werden. So hat sich gezeigt, dass WDR2 insbesondere internationalen politischen Themen mehr Bedeutung zuzusprechen scheint, als dies bei HR3 der Fall ist. Zwar wurden im untersuchten Zeitraum viele der internationalen politischen Themen (z.B. Besuch von Merkel bei Trump, Referendum in der Türkei, Wahl in den Niederlanden) in den Morgenprogrammen beider Sender behandelt; die Untersuchung der Ergebnisse hat jedoch gezeigt, dass diese Themen im WDR2-Programm weitaus intensiver behandelt und tiefer auf den eigentlichen Kern eines Themas eingegangen wurde. Wie in Kapitel 4.1.5. beschrieben, wurde die eigentliche Neuigkeit eines Themas im Morgenprogramm von HR3 oftmals nur angedeutet und der Fokus der Moderation schließlich auf einen anderen Schwerpunkt gelegt (z.B. den Händedruck von Donald Trump, bevor dieser Bundeskanzlerin Merkel empfing). Dies hat zur Folge, dass Politisches in mehreren Fällen in den Hintergrund rückt und lediglich als Anlass für die Berichterstattung betrachtet werden kann. Diese Beobachtung deckt sich mit dem, was Dörner und Vogt als „Politainment“ bezeichnen (vgl. Kapitel 2.3.). Auf derlei Reduzierungen eines Themas wird im Programm von WDR2 zwar nicht ausnahmslos verzichtet (z.B. wenn der Moderator in Anlehnung an die Ankündigung des Saarlands, keine Auftritte türkischer Minister zuzulassen, fragt, ob das Saarland überhaupt außenpolitische Interessen habe); es kann jedoch festgehalten werden, dass sie für die Vermittlung von Information weitaus unbedeutender sind, als dies bei HR3 der Fall ist. Wie die Untersuchung gezeigt hat, bilden jedoch jene Fragen, die journalistisch betrachtet als relevant einzuschätzen sind, den Hauptteil von derlei Moderationen. Dies zeigt sich etwa – um beim oben eingeführten Beispiel zu bleiben -, wenn im Vorfeld des Merkel-Besuchs bei Trump anhand widersprüchlicher O-Töne aufgezeigt wird, dass unklar ist, wie Trump sich Merkel gegenüber positionieren wird.

Als zentral für beide Programme können die Auffälligkeiten *Regionalkompetenz* und *Hörernähe* betrachtet werden. Beide Programme scheinen diese bei der Berichterstattung über regionale Themen regelmäßig untermauern zu wollen. Auch hierbei sind hinsichtlich der Umsetzung jedoch Unterschiede festzustellen. So sendet WDR2 im Morgenprogramm zusätzlich zu Nachrichten aus Deutschland und aller Welt zur halben Stunde die „Lokalzeit“, in der Nachrichten nach Regionen ausgewählt, präsentiert und aus den jeweiligen Lokalstudios gesendet werden. In der zumeist zwei- bis dreiminütigen Sendung werden Neuigkeiten aufbereitet, die insbesondere die jeweilige Region betreffen. Damit verleiht der Sender regionaler Berichterstattung eine zusätzliche Bedeutung. Auch im restlichen Programm wird wiederholt auf regionale Themen eingegangen – insbesondere jedoch dann, wenn sich daraus ein konkretes Serviceangebot für die Zuhörer ableiten lässt (z.B. durch Tipps, wie die Sperrung im Bahnverkehr zu umgehen ist). Für HR3 lässt sich feststellen, dass ein vergleichbares Angebot nicht Teil

des Morgenprogramms ist. Dennoch haben regionale Nachrichten ihren festen Platz in der Sendeuhr. Sie werden, verbunden mit der Berichterstattung über Wetteraussichten und Verkehrsmeldungen, jeweils um 15 Minuten vor und 15 Minuten nach der vollen Stunde gesendet. Dabei wird jeweils ein aktuelles regionales Thema innerhalb weniger Sekunden ausgeführt. Dass regionale Themen auf einem eigens geschaffenen Moderationsplatz behandelt werden, lässt sich hingegen selten feststellen.

Wie zu erwarten war, wird in beiden untersuchten Programmen ein Schwerpunkt auf Service gelegt. Wie in Kapitel 3.4.1. ausgeführt, kann Service in der „Drive-Time“ neben Informationen über Verkehrsbehinderungen auch Wetteraussichten beinhalten. So ist sowohl für HR3 als auch für WDR2 festzustellen, dass Wetter- und Verkehrsmeldungen zu einem festen Zeitpunkt im Sendeablauf thematisiert werden: bei HR3 unmittelbar im Anschluss an die Nachrichten, bei WDR2 anschließend an einen Block aus Nachrichten und Wetteraussichten. In beiden Programmen wird darauf hingewiesen, wie lange sich die Weiterfahrt durch z.B. einen Stau verzögern wird. Hierbei kann die Definition von Linke herangezogen werden, wonach Service mit einem Nutzwert für Hörer einhergeht. Auffallend ist, dass WDR2 zusätzlich zu Behinderungen auf den Straßen im Sendegebiet auf Störungen im Bahnverkehr eingeht. Dies lässt schlussfolgern, dass der Sender womöglich wegen der Bedingungen in seinem Sendegebiet davon ausgeht, dass viele Zuhörer zu ihrem Arbeitsplatz pendeln. Das Programm von HR3 offenbart ebenfalls, dass Service eine hohe Bedeutung beigemessen wird. So hat die Untersuchung gezeigt, dass innerhalb einer halben Stunde regelmäßig drei Moderationsplätze (vor den Nachrichten, nach den Nachrichten und um 15 Minuten vor und nach der vollen Stunde) vorkommen, in denen Wetteraussichten und Verkehrsbehinderungen thematisiert werden – wenngleich unmittelbar vor den Nachrichten nur innerhalb weniger Sekunden.

Zieht man die dem Programmauftrag Information zugeordneten Elemente heran (vgl. Kapitel 1.2.), wird deutlich, dass *Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Auslandsberichte, Sport, Regionales* und *Service* von Bedeutung sind. Auf die ebenfalls Information zugehörigen Elemente *Zeitgeschichtliches* und *Religiöses* wird im Morgenprogramm von HR3 jedoch, anders als bei WDR2, verzichtet. Abschließend muss festgestellt werden, dass Berichterstattung über Sport im WDR2-Programm einen weitaus größeren Teil ausmacht, als dies bei HR3 der Fall ist. Weil Sportberichterstattung im WDR2-Programm jedoch nahezu ausnahmslos Berichterstattung über Fußball meint, lässt sich dies jedoch möglicherweise in der Zahl der Fußball-Bundesligisten im jeweiligen Sendegebiet ablesen: Während aus dem Sendegebiet von HR3 zwei Mannschaften Bundesliga spielen, sind es im Sendegebiet von WDR2 fünf, was in der Praxis zu mehr Anlässen führen kann, über eine der fünf Mannschaften zu berichten.

5. Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse

Führt ein wachsender Hörfunkmarkt mit einer großen Zahl privatrechtlicher Sender zwangsläufig dazu, dass öffentlich-rechtliche Programme im Wettbewerb um Hörer ihre Standards anpassen und ggf. senken? Dies war die Frage, die als Grundlage dieser Arbeit gedient hat. Das konkrete Ziel der vorliegenden Untersuchung war es, zu durchdringen, **wie Information in Unterhaltungsprogrammen des öffentlich-rechtlichen Hörfunks vermittelt wird**. Dazu wurden die Morgenprogramme der Sender HR3 und WDR2 analysiert und verglichen. Auf dieser Basis wurden, der *Grounded Theory* nach Glaser und Strauss folgend, Theorien entwickelt. Dabei hat sich herausgestellt, dass die Vermittlung von Information, die Nachrichten ausgenommen, höchst unterschiedlich umgesetzt wird.

So ist in der Untersuchung des Morgenprogramm von HR3 folgende übergeordnete Theorie abgeleitet worden. **Die Basis für die Vermittlung von Information ist im Programm von HR3 das Bestreben, die Hörer gedanklich sowie sprachlich abzuholen und ihnen u.a. durch den Einsatz menschlicher Reaktionen und Emotionen aufzuzeigen, warum ein Thema von Bedeutung (für sie) ist.**

Die Untersuchung des Morgenprogramms von WDR2 hat hingegen folgende übergeordnete Theorie zum Ergebnis: **Information wird im Morgenprogramm von WDR2 vermittelt, indem aufbauend auf zentrale Bestandteile journalistischen Handwerks ein Bezug zum Sendegebiet und Zuhörern geschaffen wird.**

Wenngleich beide Theorien starke Unterschiede aufweisen, schließen sie Gemeinsamkeiten, die für beide Programme relevant sind, nicht aus: So kann festgehalten werden, dass die Vermittlung von Information sowohl bei HR3 als auch bei WDR2 nicht funktioniert, ohne dass die Moderatoren sich nah am Zuhörer geben, mitunter gar als deren Stimme wahrgenommen werden wollen. Darauf jedenfalls lassen die Untersuchungsergebnisse schließen, die darüber hinaus von einer ausgeprägten Regionalkompetenz zeugen, die beide Programme für sich in Anspruch zu nehmen scheinen. Nah am Hörer, regionalkompetent – dies ist in vielen Fällen die Grundlage für die Vermittlung von Information. Nicht immer wird diese Grundlage unmittelbar benannt; es macht jedoch den Eindruck, als schwinde sie nahezu ausnahmslos in der Berichterstattung mit – bei nationalen oder internationalen Themen durch die Ausdrucksweise von Moderatoren, durch Jingles, breite Serviceangebote oder die unmittelbare Ansprache der Hörer durch die Moderatoren. Bei regionalen Themen zeigt sich dies ohnehin. Dies kann als ein zentrales Ergebnis der Untersuchung und in vielen Fällen als wichtige Grundlage für die Vermittlung von Information betrachtet werden.

Deutlich anders stellt sich hingegen die eigentliche Vermittlung einer Information dar – sowohl inhaltlich betrachtet, als auch journalistische Darstellungsformen betreffend. Berichterstattung im laufenden Morgenprogramm von HR3, das ist in vielen Fällen lediglich das grobe Skizzieren eines Themas: Dabei folgt jenes Skizzieren in seltenen Fällen geltender nachrichtlicher Standards, wonach im

Mittelpunkt von Berichterstattung die Neuigkeit steht – jene Neuigkeit, die von besonderer Relevanz ist. Im HR3-Morgenprogramm ist nahezu ausnahmslos zu beobachten, dass zu einer solchen Neuigkeit erst hingeführt wird. Dies gelingt, indem Emotionen angesprochen werden, mittels der Ausdrucksweise der Moderatoren Aufmerksamkeit erzeugt sowie die Bedeutung eines Themas unterstrichen werden. Hinsichtlich des tatsächlichen Inhalts einer Nachricht im laufenden Programm kann festgestellt werden, dass dieser in vielen Fällen zwar als Anlass dient, das Thema überhaupt ins Programm aufzunehmen. Es hat sich jedoch gezeigt, dass der Anlass – als Beispiel sei das Treffen von Angela Merkel und Donald Trump genannt – in vielen Fällen in den Hintergrund rückt und stattdessen über Nebensächlichkeiten berichtet wird und eine Moderation sich auf diese Weise der eigentlichen Nachricht entfernt. Dies deckt sich mit den Beobachtungen von Dörner und Vogt, wonach als unterhaltend inszenierte Politikberichterstattung als „Politainment“ zu bezeichnen ist. Im HR3-Morgenprogramm kann dies häufig nachgewiesen werden. WDR2 hingegen handhabt dies anders, hier steht im laufenden Programm nahezu ausnahmslos die Nachricht im Mittelpunkt. Sie wird in vielen Fällen überdies eingeordnet, ohne dass dabei der Kern einer Nachricht aus dem Auge verloren wird. Es kann deshalb festgehalten werden, dass die Überlegungen von Dörner und Vogt zum Feld „Politainment“ für das WDR2-Morgenprogramm nicht zutreffend sind.

Die zentralen Ergebnisse der Untersuchung können als Indiz interpretiert werden, dass von sehr unterschiedlichen Zuhörergruppen ausgegangen werden muss. Schließt man aus dem untersuchten Morgenprogramm, so ist davon auszugehen, dass Zuhörer von WDR2 ein großes Interesse an politischer Information, Regionalem, Service und Sport haben. Für HR3 lässt sich vermuten, dass von Zuhörern ausgegangen werden kann, die besonders an Regionalem, Service und Unterhaltung interessiert sind.

Insgesamt muss jedoch festgehalten werden, dass die vorliegende Untersuchung lediglich Aufschluss über die Vermittlung von Information in einem abgegrenzten Teil des Programms gibt und somit nicht auf das gesamte Programm beider Sender geschlossen werden kann. Es bleibt daher offen, wie Information in den verbliebenden Sendungen von HR3 und WDR2 vermittelt wird. Für die Zukunft scheint darüber hinaus eine Untersuchung sinnvoll, bei der die Vermittlung von Information in öffentlich-rechtlichen Programmen unmittelbar mit der in privatrechtlichen Programmen verglichen wird. Dies würde ermöglichen, die Beobachtung von Bullinger zu überprüfen, wonach einige öffentlich-rechtliche Programme ihre Standards privatrechtlichen Programmen anpassen und das Niveau der Berichterstattung somit senken. Eine endgültige Überprüfung dieser These kann die vorliegende Untersuchung nicht leisten, da dazu das Programm eines privatrechtlichen Senders hätte analysiert werden müssen. Jedoch ist insbesondere mit Blick auf das Morgenprogramm von HR3 zu vermuten, dass dies nachweisbar sein könnte. Dies trifft auch auf die Beobachtung von Bardt zu, wonach öffentlich-rechtliche Angebote private Programme prinzipiell nur ergänzen, nicht jedoch kopieren oder ersetzen sollten.

5.1. Rückbezug auf den Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien

Der Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien legt fest, dass dem Programmauftrag *Information* insbesondere jene Elemente von Berichterstattung zugehörig sind, die in Kapitel 3.4.1. ausgeführt und definiert wurden. Hierzu ist festzustellen, dass in beiden Programmen insbesondere den Elementen *Service*, *Regionales* sowie *Nachrichten und Zeitgeschehen* eine hohe Bedeutung beigemessen werden kann. Jene Elemente sind zumeist fest in den Ablauf der untersuchten Morgensendungen eingebettet, sodass davon ausgegangen werden kann, den Zuhörern solle ein vertrautes Programm geboten werden, das für sie bedeutende Teile von *Information* regelmäßig in den Mittelpunkt stellt, dadurch einen Nutzwert erzielt und auf diese Weise seine Nähe zum Zuhörer sowie eine Regionalkompetenz untermauert.

Bedeutend erscheint vor dem Hintergrund der Untersuchungsergebnisse ebenfalls Berichterstattung, die *politischer Information* zuzuordnen ist. Neben deren regelmäßigen Vorkommen in den Nachrichten beider Programme werden entsprechende Themen auch im laufenden Programm behandelt, zumeist moderativ bzw. in Form von (Kollegen-)Gesprächen.

Hinsichtlich der Elemente Zeitgeschichtliches, Religiöses, Gesellschaftliches, Sport und Auslandsberichte muss festgehalten werden, dass hierbei von einer sehr unterschiedlichen Bedeutung für die analysierten Morgenprogramme ausgegangen werden kann.

Ebenso ist festzustellen, dass dem Element *Wirtschaft* zuzuordnende Berichterstattung im Morgenprogramm beider Programme kaum nachzuweisen ist.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass der Programmauftrag *Information* in den Morgenprogrammen beider Sender eine tragende Rolle einnimmt, jedoch von dem Programmauftrag *Unterhaltung* überlagert wird. Darin fallen laut Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien unter anderem *Musik* und *Comedy*¹⁶¹. Daraus ist zu schließen, dass der Schwerpunkt beider Programme nicht auf dem Programmauftrag *Information*, sondern auf unterhaltenden Elementen liegt. Zusammenfassend jedoch kommt *Information* in beiden Programmen eine zentrale Bedeutung zu – wenngleich die Umsetzung sehr verschieden gestaltet wird.

¹⁶¹ ARD 2015, S. 8.

Abkürzungsverzeichnis

ARD	–	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
bzw.	–	beziehungsweise
CD	–	Compact Disc
CDU	–	Christliche Demokratische Union Deutschlands
DAX	–	Deutscher Aktienindex
ebd.	–	ebenda
etc.	–	et cetera
f.	–	folgende
ff.	–	fortfolgende
ggf.	–	gegebenenfalls
HR	–	Hessischer Rundfunk
MA	–	Media-Analyse
MDR	–	Mitteldeutscher Rundfunk
NDR	–	Norddeutscher Rundfunk
SPD	–	Sozialdemokratische Partei Deutschlands
SWR	–	Südwestrundfunk
Vgl.	–	vergleiche
WDR	–	Westdeutscher Rundfunk
z.B.	–	zum Beispiel
ZDF	–	Zweites Deutsches Fernsehen

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Grounded Theory als spiralförmiger Prozess.....	21
Abbildung 2	Aufteilung des HR3-Programms 2015 in einzelne Programmelemente.....	25
Abbildung 3	Aufteilung des WDR2-Programms 2015 in einzelne Programmelemente.....	26

Literaturverzeichnis

- Bardt**, Hubertus – Die Rundfunkordnung in Deutschland: vom Monopol zum Wettbewerb, Köln 2002
- Bauer**, Michael – Das Lexikon der Wirtschaft. Grundlegendes Wissen von A bis Z, Bonn 2013
- Beck**, Klaus – Information, in: Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft, hrsg. von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius und Otfried Jarren, Wiesbaden 2006, S. 97f.
- Bullinger**, Martin – Die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – Wege zu einem Funktionsauftrag, Gütersloh 1999
- Dörner**, Andreas; **Vogt**, Ludgera – Entertainment, Talkshows und Politikvermittlung in Deutschland, in: Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation, hrsg. von Jörg-Uwe Nieland und Klaus Kamps, Köln 2004, S. 38-53.
- Dörner**, Andreas; **Vogt**, Ludgera (Hrsg.). – Unterhaltungsrepublik Deutschland – Medien, Politik und Entertainment, Bonn 2012
- Drescher**, Karl Heinz – Erinnern und Verstehen von Massenmedien: Empirische Untersuchungen zur Text-Bild-Schere, Wien 1997
- Eckhardt**, Josef – Wie erfüllt der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Kulturauftrag? Empirische Langzeitbetrachtungen, Köln 2005
- Glaser**, Barney G.; **Strauss**, Anselm L. – Grounded Theory: Strategien qualitativer Forschung, Bern 1998
- Halefeldt**, Horst O. – Programmgeschichte des Hörfunks, in: Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, hrsg. von Jürgen Wilke, Köln 1999, S. 211-230
- Hall**, Peter Christian – Dualer Rundfunk: ein neues System – und die Folgen, in: Was Sie über Rundfunk wissen sollten, Materialien zum Verständnis eines Mediums, hrsg. von ARD und ZDF, Berlin 1997, S. 15-86.
- Heuer**, Jochen – Mini-Feature, in: Radio-Journalismus, Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk, hrsg. von Walther von La Roche und Axel Buchholz, Wiesbaden 2013, S. 147-150.
- Holtz-Bacha**, Christina – Unterhalten statt überzeugen? Politik als Entertainment, in: Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation, hrsg. von Jörg-Uwe Nieland und Klaus Kamps, Köln 2004, S. 24-37.
- Huwiler**, Elke – Erzähl-Ströme im Hörspiel. Zur Narratologie der elektroakustischen Kunst, Paderborn 2005
- Jarren**, Otfried; **Donges**, Patrick: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung, 2., überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2006

- Krotz**, Friedrich – Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung, Köln 2005
- Linke**, Norbert – Radio-Lexikon. 1200 Stichwörter von A-cappella-Jingle bis Zwischenband, München 1997
- Lünenborg**, Margreth – Nachricht, in: Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft, hrsg. von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius und Otfried Jarren, Wiesbaden 2006, S. 194 – 195.
- Lucht**, Jens – Der öffentlich-rechtliche Rundfunk: ein Auslaufmodell? Grundlagen – Analysen – Perspektiven, Wiesbaden 2006
- Mai**, Lothar – Radionutzung im Alltag, in: Praxiswissen Radio. Wie Radio gemacht wird – und wie Radiowerbung anmacht, hrsg. von Dieter K. Müller und Esther Raff, Wiesbaden 2007, S. 37-48
- Marchal**, Peter – Kultur und Programmgeschichte des öffentlich-rechtlichen Hörfunks in der Bundesrepublik Deutschland – Band I: Grundlegung und Vorgeschichte, München 2004
- Marchal**, Peter – Kultur- und Programmgeschichte des öffentlich-rechtlichen Hörfunks in der Bundesrepublik Deutschland – Band II: Von den 60er Jahren bis zur Gegenwart, München 2004
- Merten**, Klaus – Nachricht, in: Das große Lexikon Medien und Kommunikation, hrsg. von Leon R. Tsvasman, Würzburg 2006, S. 282.
- Meyn**, Hermann (unter Mitarbeit von Hanni Chill) – Massenmedien in Deutschland, Konstanz 2004
- Müller**, Dieter K.; **Raff**, Esther (Hrsg.) – Praxiswissen Radio – Wie Radio gemacht wird – und wie Radiowerbung anmacht, Wiesbaden 2007
- Nieland**, Jörg-Uwe; **Kamps**, Klaus (Hrsg.) – Politikdarstellung und Unterhaltungskultur – Zum Wandel der politischen Kommunikation, Köln 2004
- Noelle-Neumann**, Elisabeth; **Schulz**, Winfried; **Wilke**, Jürgen (Hg.): Publizistik, Massenkommunikation, Frankfurt am Main 2002
- Ott**, Sascha – Information. Zur Genese und Anwendung eines Begriffs, Konstanz 2004
- Rogers**, Stuart Clarke – Marketing Strategies, Tactics, and Techniques: A Handbook for Practitioners, 2001, S. 104
- Schatz**, Herbert – Rundfunkentwicklung im dualen System: die Konvergenzthese, in: Jarren, Otfried (Hrsg.), Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen, Opladen 1994, S. 67-77
- Schmedes**, Götz – Medientext Hörspiel: Ansätze einer Hörspielsemiotik am Beispiel der Radioarbeiten von Alfred Behrens / Götz Schmedes, Münster 2002
- Schwarzkopf**, Dietrich (Hrsg.) – Rundfunkpolitik in Deutschland – Wettbewerb und Öffentlichkeit – Band 1, München 1999

Schwarzkopf, Dietrich (Hrsg.) – Rundfunkpolitik in Deutschland – Wettbewerb und Öffentlichkeit – Band 2, München 1999

Schwiesau, Dietz; **Ohler**, Josef – Nachrichten – klassisch und multimedial. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, Wiesbaden 2016

Strübing, Jörg – Grounded Theory – Zur sozialtheoretischen und epistemologischen Fundierung des Verfahrens der empirisch begründeten Theoriebildung, 2004

Wilke, Jürgen – Mediengeschichte in der Bundesrepublik Deutschland, Köln 1999

Sonstige Quellen

Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland – Alle Radioangebote der ARD im Überblick,

http://www.ard.de/home/radio/ARD_Radios_im_Ueberblick/109996/index.html [21.02.2017]

Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland – ARD-Korrespondenten, <http://www.daserste.de/specials/ueber-uns/ueber-uns-korrespondenten100.html> [24.02.2017]

Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland – Hörfunkstatistik 2015,

http://www.ard.de/download/329320/ARD_Hoerfunkstatistik.pdf [08.02.2017]

Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) – Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien, 19. Fassung, erarbeitet vom 3. bis 7. Dezember 2015,

http://www.ard.de/download/538848/Staatsvertrag_fuer_Rundfunk_und_Telemedien_in_der_Fassung_des_19_Aenderungsstaatsvertrags_vom_3_bis_7_12_2015.pdf [25.01.2017]

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. – ma 2017 Radio I, <http://ma-trend.rms.de/> [08.03.2017]

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. – ma 2017 Radio I – Radio wird in Deutschland auf unverändert hohem Niveau genutzt, [https://www.agma-](https://www.agma-mm.de/fileadmin/user_upload/Pressemitteilungen/2017/PM_ma_2017_Radio_I.pdf)

[mmc.de/fileadmin/user_upload/Pressemitteilungen/2017/PM_ma_2017_Radio_I.pdf](https://www.agma-mm.de/fileadmin/user_upload/Pressemitteilungen/2017/PM_ma_2017_Radio_I.pdf) [01.03.2017]

Die Medienanstalten – Jahrbuch 2015/16, http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/ALM-Jahrbuch/Jahrbuch_2016/Jahrbuch_2015-2016.pdf [01.03.2017]

Duden – Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, Band 3, Fas-Hev, Mannheim 1993, S. 1312

Duden – Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, Band 7, Sil-Urh, Mannheim 1995a, S. 3184

Duden – Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, Band 8, Uri-Zz, Mannheim 1995b, S. 3990

Duden – Deutsches Universal Wörterbuch A-Z, Mannheim 1989

Hessischer Rundfunk – Die hr3 Morningshow <http://www.hr-online.de/website/radio/hr3/index.jsp?rubrik=5522> [22.02.2017]

Hessischer Rundfunk Werbung – In Hessen mehr erreichen, <http://www.hr-online.de/website/derhr/hr-werbung/index.jsp?rubrik=78841> [25.01.17]

Information und Technik Nordrhein-Westfalen – NRW-Einwohnerzahl auf 17,7 Millionen gestiegen, https://www.it.nrw.de/presse/pressemitteilungen/2016/pres_017_16.html [01.02.17]

Radioszene – hr1 – Reichweite mit Gefühl, <http://www.radioszene.de/32516/hr1-reichweite-mit-gefuehl.html> [18.04.2017]

Statistisches Landesamt Hessen – Hessens Einwohnerzahl steigt 2015 auf 6,176 Millionen, <https://statistik.hessen.de/pressemitteilungen/hessens-einwohnerzahl-steigt-2015-auf-6176-millionen> [01.02.17]

Westdeutscher Rundfunk – Standorte. Von Aachen bis Wuppertal, <http://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/standorte/studios/> [21.04.2017]

Westdeutscher Rundfunk – WDR2 Programmübersicht, <http://www.wdr.de/programmvorschau/wdr2/uebersicht/2017-02-22/> [22.02.2017]

Westdeutscher Rundfunk Mediagroup – WDR2 – der Nachrichten- und Infosender, <http://wdr-mediagroup.com/werbung/radio/wdr2/programminformation/> [25.01.17]

Anhangsverzeichnis

Der Anhang mit sämtlichen Transkripten, auf deren Basis die vorliegende Untersuchung durchgeführt wurde, findet sich in der unten angegebenen Reihenfolge digital auf der beiliegenden CD.

Inhaltsverzeichnis über den Anhang

1. HR3.....	2
1.1. 6. März bis 10. März 2017 Transkripte 001 bis 012.....	2
1.2. 13. März bis 17. März 2017 Transkripte 013 bis 024.....	30
2. WDR2.....	56
2.1. 6. März bis 10. März 2017 Transkripte 001 bis 014.....	56
2.2. 13. März bis 17. März 2017 Transkripte 015 bis 024.....	90

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, Luca Fabio Deutschländer, dass ich die vorliegende Bachelor Thesis selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Stellen sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Ort, Datum

Unterschrift