

**TLM-Schriftenreihe Band 17**  
**„Radioqualität – was die Hörer wollen und was die Sender bieten“**

**- Auszug -**

**Vorwort**

In der Diskussion um die Entwicklung des dualen Rundfunks in Deutschland spielt der Begriff Qualität eine zentrale Rolle. Was aber ist Qualität? Bei Radio und Fernsehen wird sie meist daran festgemacht, ob die Programme ausführlich und professionell informieren, ob sie erfolgreiche oder prämierte Filme und Serien zeigen oder ob sie klassische Musik spielen.

In der vorliegenden Studie wird ein anderer Ansatz vorgeschlagen und am Beispiel des Radios erprobt. Mit der Fokussierung auf die Kriterien der Hörer und ihre Bedeutung für das Nutzungsverhalten beschreiben Prof. Gerhard Vowe und Dr. Jens Wolling von der TU Ilmenau einen in der Qualitätsdebatte bislang kaum beachteten Weg. Sie definieren Qualität nicht normativ, sondern analytisch: Jedes Programm hat seine Qualitäten, also Eigenschaften, die es von anderen unterscheidet. Erste Ansätze haben sie 2001 in einer von der TLM unterstützten explorativen Vorstudie präsentiert („Die Kunst der Balance“, TLM-Schriftenreihe, Band 13, Das Geräusch der Provinz – Radio in der Region).

Die Untersuchung prüft unterschiedliche Spannungsbögen - z. B. Erwartbarkeit vs. Überraschung, Zuhören vs. Nebenbeihören - daraufhin, welche Qualitätskriterien auf Seiten der Hörer für die Auswahl und die Nutzungsintensität von Radioprogrammen von Bedeutung sind. Dazu wird auch der Frage nachgegangen, ob und inwieweit die subjektiven Qualitätsurteile der Radiohörer mit objektiven, inhaltsanalytisch gemessenen Qualitätsmerkmalen übereinstimmen.

Die Studie erforderte ein komplexes methodisches Design, weil die Ergebnisse aus drei repräsentativen Befragungen in Hessen, Sachsen-Anhalt und Thüringen und einer differenzierten Inhaltsanalyse von 17 im Befragungsgebiet empfangbaren Radioprogrammen miteinander verknüpft werden mussten. Zum ersten Mal können dadurch verschiedene Angebotskonstellationen verglichen und Unterschiede in den Erwartungen der Hörer herausgearbeitet werden.

Entstanden ist die Studie im Auftrag der Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA), der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen) und der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM). Neben umfangreichen Detailinformationen bietet sie vor allem eine neue Sicht auf das Radiohören. Die Studie räumt mit der Vorstellung auf, dass Radiohörer meistens gar nicht wissen, was sie hören und Unterschiede im Angebot kaum wahrnehmen. Durch die Verknüpfung von Befragungen der Hörer und Inhaltsanalysen der Programme weisen die Autoren nach, dass Radiohörer viel genauer hinhören, als allgemein vermutet wird, und die Qua-

lität keineswegs in der immer stärkeren Betonung einzelner Eigenschaften sehen, sondern in dem gelungenen Ausgleich zwischen unterschiedlichen Erwartungen.

Erfurt, Halle und Kassel im Juli 2004

Thüringer Landesmedienanstalt	Medienanstalt Sachsen-Anhalt	Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk
Dr. Victor Henle Direktor	Christian Schurig Geschäftsführer	Prof. Wolfgang Thaenert Direktor

## Inhaltsverzeichnis

- A. Forschung für die Medienpraxis – die Ergebnisse der Studie in einer anwendungsorientierten Darstellung
  - I. Worum geht es?
  - II. Was sind die theoretischen Grundlagen?
  - III. Wie wird vorgegangen?
  - IV. Beispiele für praxisrelevante Ergebnisse
    - IV.1 Wie unterscheiden sich die Strategien von Zweitanbieter?*
    - IV.2 Welche Vorstellungen haben die Hörer von der Programmstruktur ihres „I-dealradios“?*
    - IV.3 Wie unterscheiden sich die Erwartungen der Hörer? Kulturwellen und Jugendsender im Vergleich*
    - IV.4 Wie hängen Wahrnehmung der Programme und Eigenschaften der Programme zusammen?*
    - IV.5 Hängt die Nutzung von den Qualitätserwartungen ab?*
  - V. Was folgt daraus für die Programmplanung?
  - VI. Eine neue Sicht auf das Radiohören
- B. Vergleichende Untersuchung zu Qualitätsmerkmalen und Qualitätsbewertungen von Radioprogrammen in Thüringen, Sachsen-Anhalt und Hessen
  - 1. Einleitung: Die Bedeutung des Unauffälligen
  - 2. Zum Stand der Radioforschung
    - 2.1 Befunde zu Struktur und Inhalt der Radioangebote
      - 2.1.1 Programmvergleiche unter publizistischem Aspekt*
      - 2.1.2 Inhaltsanalysen von Radioprogrammen für Hessen und Thüringen*
      - 2.1.3 Integration von Radioinhaltsanalyse und Hörerbefragung*
      - 2.1.4 Analysen einzelner Programmelemente*
      - 2.1.5 Zum Stand der Radioinhaltsforschung*
    - 2.2 Befunde zur Nutzung des Radios
      - 2.2.1 Entwicklung der Radionutzung*
      - 2.2.2 Genereller Umfang der Radionutzung*
      - 2.2.3 Nutzungszeitpunkte*
      - 2.2.4 Rezeptionsweisen: das Radio als Nebenbeimedium*
      - 2.2.5 Bindung an das Radio und die Programme*

*2.2.6 Bevorzugte Programmelemente*

*2.2.7 Typologien der Radiohörer*

## 2.3 Erklärungsansätze zur Radionutzung

*2.3.1 Motivorientierte Ansätze: Nutzendimensionen und Belohnungen*

*2.3.2 Additive Ansätze: Motive, Kognitionen und Routinen*

*2.3.3 Kognitionsorientierte Ansätze: Erwartung, Wahrnehmung und Bewertung von Programmeigenschaften*

## 2.4 Zum Stand der Radionutzungsforschung

## 2.5 Das Radio im Licht der Qualitätsforschung

# 3. Theoretische Grundlagen der Untersuchung

## 3.1 Qualitätsbegriff: Perspektiven, Objekte, Dimensionen

*3.1.1 „Qualität“ – ein normativer Begriff*

*3.1.2 Historische Semantik des Qualitätsbegriffs: Eigenschaften zwischen Objekt und Subjekt*

*3.1.3 Eigenschaften von Objekten – ein forschungsorientierter Qualitätsbegriff*

*3.1.4 Qualitäten des Qualitätsbegriffs: Dimensionalität, Varietät, Prozessualität*

*3.1.5 Von der Qualität zum Qualitätsurteil: Qualitätserwartungen und Qualitätswahrnehmungen*

## 3.2 Handlungstheoretische Grundlagen einer qualitätsbasierten Programmauswahl

*3.2.1 Typologie der Handlungsformen*

*3.2.2 Ein Modell für zweckrationales Handeln: das Wert-Erwartungsmodell*

## 3.3 Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und Handlungsrahmen

*3.3.1 Erwartung*

*3.3.2 Wahrnehmung*

*3.3.3 Handlungsrahmen: Optionen und Restriktionen*

# 4. Explorative Vorstudie

## 4.1 Interviews mit Radiomachern und Gruppendiskussionen mit Hörern

## 4.2 Die Struktur von Qualitätsurteilen: Spannungsbögen

*4.2.1 Qualitätsurteile und Programmelemente*

*4.2.2 Qualitätsurteile und Spannungsbögen*

*4.2.3 Auswahl der Spannungsbögen*

*4.2.4 Die Spannungsbögen in der Literatur*

## 4.3 Qualitätsurteile von Hörern und Machern im Vergleich

- 4.3.1 Qualität aus der Perspektive der jüngeren Hörer*
- 4.3.2 Qualität aus der Perspektive der älteren Hörer*
- 4.3.3 Qualität aus der Perspektive der Privatanbieter*
- 4.3.4 Qualität aus der Macherperspektive: MDR-Breitenprogramme*
- 4.3.5 Qualität aus der Macherperspektive: Nischenprogramme*

#### 4.4 Fazit der explorativen Vorstudie

### 5. Forschungsleitende Fragen und Analysemodelle

#### 5.1 Subjektive Qualitätsauswahl

##### *5.1.1 Die abhängigen Variablen*

##### *5.1.2 Die unabhängigen Variablen und die Kontrollvariablen*

#### 5.2 Wahrnehmungsadäquanz

### 6. Untersuchungsdesign und Methoden der Datenerhebung

#### 6.1 Untersuchungsdesign: Kombination von Befragung und Inhaltsanalyse

#### 6.2 Methodisches Profil der Befragung

##### *6.2.1 Stichprobenbildung*

##### *6.2.2 Vorbereitung der Befragung*

##### *6.2.3 Feldphase und Stichprobenausschöpfung*

##### *6.2.4 Die Teile des Fragebogens*

##### *6.2.5 Operationalisierung der zentralen Konstrukte*

#### 6.3 Inhaltsanalyse

##### *6.3.1 Die analysierten Sender*

##### *6.3.2 Untersuchungszeitraum*

##### *6.3.3 Aufzeichnung der Programme*

##### *6.3.4 Teile des Codebuchs*

##### *6.3.5 Codiererschulung und Reliabilitätstest*

##### *6.3.6 Feldphase, Codiertools, Qualitätskontrolle der Codierungen*

##### *6.3.7 Operationalisierung der zentralen Konstrukte in Anlehnung an die Befragung*

### 7. Was wollen die Hörer? Deskriptive Befunde der Befragung

#### 7.1 Radionutzung differenziert nach Sendern, Situationen und Aufmerksamkeit

#### 7.2 Erwartungen an die Berücksichtigung von Programmelementen und Musikstilen

#### 7.3 Erwartungen an das Idealradio: Qualität als Spannungsbogen

#### 7.4 Wahrnehmung des Realradios: Qualität als Spannungsbogen

- 7.5 Motivbezogene Leistungsbewertungen, Habitualisierung und Handlungsrahmen
- 7.6 Radionutzug im Kontext der Nutzung anderer Medien
  
- 8. Was bieten die Sender? Deskriptive Befunde der Inhaltsanalyse
  - 8.1 Die Struktur der Programme im Vergleich
  - 8.2 Eigenschaften des Programmelements Musik im Vergleich
    - 8.2.1 *Kombination der Musikrichtungen in den Programmen*
    - 8.2.2 *Von Instrumentierung bis Tanzbarkeit: Spezifische Eigenschaften der Musikfarbe*
  - 8.3 Musikinformationen
  - 8.4 Humor
  - 8.5 Klassisch-kulturelle Beiträge: Kunst, Religion und Bildung
  - 8.6 Strukturierende Programmelemente
    - 8.6.1 *Teaser und Trailer*
    - 8.6.2 *Moderation*
  - 8.7 Programmelemente mit gesellschaftsbezogenen Informationen
    - 8.7.1 *Darstellungsformen gesellschaftsbezogener Information*
    - 8.7.2 *Themenspektrum*
    - 8.7.3 *Räumlicher Bezug der Beiträge*
    - 8.7.4 *Publizistische Qualitätskriterien*
    - 8.7.5 *Präsentationsstil der Informationen*
  - 8.8 Programmelemente mit alltagsbezogenen Informationen
    - 8.8.1 *Serviceinformationen*
    - 8.8.2 *Veranstaltungshinweise*
  - 8.9 Programmelemente der Hörerbeteiligung
    - 8.9.1 *Hörerbeteiligung als Dialog mit dem Hörer*
    - 8.9.2 *Hörerbeteiligung über Spiele*
  - 8.10 Zusammenfassung: Programmprofile
  - 8.11 Das Radio in der Bundestagswahl 2002
    - 8.11.1 *Inhaltsanalyse der Wahlzeit*
    - 8.11.2 *Das Radio im Wahlkampf: Vorwahlzeit*
    - 8.11.3 *Das Radio am Wahlsonntag*
    - 8.11.4 *Das Radio in der Nachwahlzeit*
    - 8.11.5 *Strukturelle Unterschiede zwischen Wahlzeit und Normalzeit*

*8.11.6 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen*

*8.11.7 Erwartungen und Angebot im Vergleich*

## 9. Analytische Befunde: Beantwortung der Forschungsfragen

### 9.1 Subjektive Qualitätsauswahl

*9.1.1 Effekt der Globalbewertung auf die Nutzungshäufigkeit*

*9.1.2 Effekt der Globalbewertung auf die Entscheidung zwischen zwei Sendern*

*9.1.3 Effekte der Kontrollvariablen auf den Umfang der Radionutzung*

*9.1.4 Effekte der Kontrollvariablen auf die Nutzungshäufigkeit einzelner Sender*

*9.1.5 Effekte der Erwartungen an Programmelemente auf die Nutzungshäufigkeit einzelner Sender*

*9.1.6 Effekte der Musikpräferenzen auf die Nutzungshäufigkeit einzelner Sender*

*9.1.7 Zusammenfassung: Effekte auf die Nutzungshäufigkeit einzelner Sender*

*9.1.8 Die Effekte der Spannungsbögen*

*9.1.9 Die integrierten Modelle*

*9.1.10 Der Einfluss des Qualitätsurteils auf die Nutzungsdauer des meistgehörten Sender*

### 9.2 Wahrnehmungsadäquanz

*9.2.1 Wahrnehmungsadäquanz: Nebenbeiradio vs. Zuhörradio*

*9.2.2 Wahrnehmungsadäquanz: Globalität vs. Regionalität*

*9.2.3 Wahrnehmungsadäquanz: Überraschung vs. Erwartbarkeit*

*9.2.4 Wahrnehmungsadäquanz: Intellektualität vs. Emotionalität*

*9.2.5 Wahrnehmungsadäquanz: Aktualität vs. Sorgfalt*

*9.2.6 Wahrnehmungsadäquanz: Konflikt vs. Harmonie*

*9.2.7 Wahrnehmungsadäquanz: Nähe vs. Distanz*

*9.2.8 Wahrnehmungsadäquanz: Wahrheit vs. Rücksichtnahme*

*9.2.9 Zusammenfassung zur Wahrnehmungsadäquanz*

## 10. Resümee

10.1 Zentrales Ergebnis: Hörer orientieren sich an ihren Erwartungen und sie wissen, was sie hören!

### 10.2 Profil des Forschungsprojekts

*10.2.1 Handlungstheoretische Fundierung des Radiohörens: Gewohnheit und Rationalität*

*10.2.2 Rezipientenorientierter Qualitätsbegriff*

*10.2.3 Qualität als Ausgleich divergierender Erwartungen: Spannungsbögen*

*10.2.4 Messung der Wahrnehmung von Qualität: Konsens und Dissens*

*10.2.5 Erklärung der Nutzung durch Qualitätserwartungen und Qualitätsurteil: Subjektive Qualitätsauswahl – rationale Programmwahl*

*10.2.6 Differenzierte Inhaltsanalyse: Vielfalt im Format*

*10.2.7 Integration von Befragung und Inhaltsanalyse: Wahrnehmungsadäquanz*

### 10.3 Anschlussmöglichkeiten für weitere Forschung

*10.3.1 Weitere Auswertungsmöglichkeiten: Entwicklung von Hörertypologien*

*10.3.2 Forschungsbedarf: Konfrontation der subjektiven Qualitätsauswahl mit einem Modell der objektiven Qualitätsauswahl*

*10.3.3 Bezug zum dynamisch-transaktionalen Ansatz*

### 10.4 Nutzen für Theorie, Methode und Praxis

*10.4.1 Theoretischer Stellenwert: die Rationalität des Gewohnheitshandelns*

*10.4.2 Methodischer Stellenwert: Integration von Befragung und Inhaltsanalyse*

*10.4.3 Anwendungsorientierter Stellenwert*

## 11. Literatur

### C. Anhang

Anhang 1: Fragebogen

Anhang 2: Codebuch

Anhang 3: Statistische Kennwerte

## **Klappentext**

Die Studie „Radioqualität – Was die Hörer wollen und was die Sender bieten“ bietet in zweifacher Hinsicht Neues. Sie entwickelt einen neuen Qualitätsbegriff, der nicht normativ, sondern analytisch ist. Jedes Programm hat seine Qualitäten, also Eigenschaften, die es von anderen unterscheidet. Die Studie räumt mit der Vorstellung auf, dass Radiohörer meistens gar nicht wissen, was sie hören und Unterschiede im Angebot kaum wahrnehmen. Durch die Verknüpfung von Befragungen der Hörer und Inhaltsanalysen der Programme weisen die Autoren nach, dass selbst die gewohnheitsmäßigen Nebenbeihörer viel genauer hinhören, als allgemein vermutet wird, und die Qualität keineswegs in der immer stärkeren Betonung einzelner Eigenschaften sehen, sondern in dem gelungenen Ausgleich zwischen unterschiedlichen Erwartungen.