

Harald Heckl

Die Entwicklung des Formatradios in Deutschland

Eine Untersuchung zur
Konvergenzhypothese im Hörfunk



Nomos

Nomos Universitätsschriften

Medien und Kommunikation

Band 11

Harald Heckl

Die Entwicklung des Formatradios in Deutschland

Eine Untersuchung zur Konvergenzhypothese
im Hörfunk



Nomos

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Passau, Univ., Diss., 2021

1. Auflage 2022

© Harald Heckl

Publiziert von
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-8487-8530-8

ISBN (ePDF): 978-3-7489-2891-1

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783748928911>



Onlineversion
Nomos eLibrary



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

Vorwort und Danksagung

Hörfunk ist für seine Moderatoren mit einer besonderen Leidenschaft verbunden, denn es gibt nur wenige Dinge, die sich mit dem Gefühl einer Livesendung vergleichen lassen. Nachdem sich die erste Euphorie eines neuen Mitarbeiters über das Medium Radio und das leidenschaftliche Berufsbild gelegt haben, beginnt der engagierte Hörfunker in der Regel damit, seinen Job zu hinterfragen. Dies geschieht vor allem dann, wenn er regelmäßig ihm wenig sinnvoll erscheinende Vorgaben der Programmleitung umsetzen soll. Das Ganze endet dann oft ein- oder zweimal im Jahr in einer Mitarbeiterkonferenz mit schlechter Stimmung, bei der fassungslos vonseiten der Programmverantwortlichen versucht wird, die gesunkenen Marktanteile der Funk- und Mediaanalyse zu interpretieren. Nicht selten werden dabei die Mitarbeiter eingeschworen, noch mehr Leistung zu bringen, obwohl der Gürtel „künftig enger geschnallt werden müsse“. Spätestens nach der dritten Ansprache dieser Art ist aus dem zu Beginn noch motivierten Mitarbeiter ein Redaktionsmitglied mit Laissez-faire-Einstellung geworden.

Doch woran lässt sich der Erfolg eines Radiosenders messen, und welche Faktoren sind dafür ausschlaggebend? Und spielen wirklich alle Sender denselben „Einheitsbrei“, der sich immer mehr überschneidet?

Dieses Buch ist eine aktualisierte und etwas gekürzte Version meiner Dissertationsschrift, die im April 2021 an der Universität Passau eingereicht und angenommen worden ist. Sie soll eine Lücke in der deutschen Konvergenzforschung zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosendern schließen, wirft aber die bei Weitem ungemütlicher zu beantwortende Frage nach einem sinnvollen Musikfluss, der die Hörer daran hindern soll, den Sender zu wechseln, auf. Diese betrifft nicht nur deutsche Hörfunksender, sondern viele Musikstationen weltweit. Aber genau das war, neben der Konvergenzfrage, eines der Ziele dieser Arbeit: nämlich der Musikforschung im Radio einen neuen Impuls zu geben, der sich wegbewegt von den bislang rein prozentualen Musikanteilen, Genres und vor allem subjektiv geschätzten Geschwindigkeiten.

Bedanken möchte ich mich hier ausdrücklich bei Matthias Strobel, der mit mir an einem trüben, verregneten Sonntagnachmittag im Herbst 2005 im Studierendenwohnheim Edith Stein in Eichstätt die Idee entwickelte, Radiosender im Detail zu analysieren. Ein großes Dankeschön geht auch

an Matthias Bäumler und seine Firma Bäumler Studiotechnik. Er hat mir seine Software „BigLog“ kostenfrei zur Verfügung gestellt, mit der ich die vielen Hörfunkstunden problemlos und ohne Fehler aufzeichnen konnte. Des Weiteren bedanke ich mich bei Patrick Frey für die Weiterentwicklung meines musikalischen Gespürs und der Vertiefung meines Wissens in den Bereichen Musikgeschwindigkeit und Genres.

Besonderer Dank gilt natürlich auch meinem Betreuer, Professor Dr. Ralf Hohlfeld, der mir über den langen Zeitraum von 15 Jahren von der ersten Idee bis zur Fertigstellung, jederzeit mit seinem Rat zur Seite stand – und vor allem an den erfolgreichen Abschluss der Arbeit geglaubt hat. Dafür waren nicht zuletzt die alljährlichen Treffen mitverantwortlich, bei denen ich in mehreren Vorträgen über den Fortschritt der Arbeit Zwischenberichte ablegen konnte. Dieser regelmäßige Motivationsfaktor ist bei einer berufsbegleitenden, externen Promotion nicht zu unterschätzen. Weiterer Dank gilt meiner Zweitgutachterin, Professorin Dr. Cornelia Wolf von der Universität Leipzig.

Meine größte Hochachtung und Dankbarkeit gilt meiner Mama und meinem Papa, die mich seit Jahrzehnten in allen Belangen der schulischen und universitären Ausbildung immer unterstützt und am Ende die vorliegende Untersuchung mehrfach probeglesen haben. Selbstverständlich bedanke ich mich auch bei meiner Frau Stefanie und meinem Sohn Maxi, die während der Codier- und Schreibphase dieser Arbeit fast komplett auf mich verzichten mussten.

Ansonsten bitte ich den, gemessen an intellektuellen und wissenschaftlichen Ansprüchen, vermutlich leicht verständlichen, teilweise sicher auch umgangssprachlichen Schreibstil zu entschuldigen, aber über 20 Jahre als aktiver Fernseh- und Hörfunkjournalist haben meine Ausdrucksweise diesbezüglich entsprechend geprägt.

Ingolstadt, April 2022

Harald Heckl

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	15
1. Einleitung	19
1.1 Problemstellung	20
1.2 Forschungsleitende Zielsetzung und Innovation	22
1.3 Struktur der Arbeit	24
2. Das duale Rundfunksystem in Deutschland	28
2.1 Das duale Hörfunksystem ab den 1980er-Jahren	28
2.1.1 Rechtliche Rahmenbedingungen im Grundgesetz	29
2.1.2 Politischer Vorlauf des Privatfunks und der Kabelpilotprojekte in Westdeutschland	30
2.1.3 Das erste Rundfunkurteil (Fernsehurteil)	31
2.1.4 Das dritte Rundfunkurteil (FRAG-Urteil)	32
2.1.5 Das vierte Rundfunkurteil (Niedersachsen-Urteil)	33
2.1.6 Das fünfte Rundfunkurteil (Baden-Württemberg-Urteil)	34
2.1.7 Der erste Rundfunkstaatsvertrag	35
2.2 Hörfunk nach der Wiedervereinigung	36
2.2.1 Einstellung der Sender der Deutschen Demokratischen Republik	36
2.2.2 Neugründung und Neustrukturierung von ARD Rundfunkanstalten	37
2.2.3 Lizenzierung privater Hörfunkanbieter in den neuen Bundesländern	38
2.2.4 Weitere Rundfunkurteile und Staatsverträge	39
2.3 Entwicklung des digitalen Hörfunks	41
2.3.1 Rechtliche und technische Grundlagen	42
2.3.2 Neueste Entwicklungen	44
2.4 Überblick über die Senderlandschaft Deutschlands	47

2.5. Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Hörfunk	48
3. Formatradio und Rahmenbedingungen	54
3.1 Definition Formatradio	54
3.2 Entstehungsgeschichte und Formatentwicklung in den USA	55
3.3 Radioformate in Deutschland	59
3.4 Definitionen der zu untersuchenden Formate	61
3.4.1 Gründe für die Aktualisierung von Formatdefinitionen	61
3.4.2 Contemporary Hit Radio (CHR)	62
3.4.3 Adult Contemporary (AC)	66
3.4.4 Oldies (Oldie-based AC)	68
3.5 Ökonomische und demografische Rahmenbedingungen in Deutschland	71
3.5.1 Wirtschaftliche Lage	71
3.5.2 Demografische Entwicklung	74
4. Hörfunkforschung und Konvergenz	77
4.1 Entwicklung der Hörfunkforschung und Konvergenztheorie	77
4.2 Institutionelle Hörfunkforschung	79
4.2.1 Studien von Programmanbietern	79
4.2.2 Auftragsforschungen kommerzieller Anbieter	80
4.2.3 Forschungen der Landesmedienanstalten	81
4.2.4 Universitäre Forschung	81
4.3. Definitionen von Konvergenz	83
4.4 Arten der Konvergenz	84
4.4.1 Technische Konvergenz	84
4.4.2 Wirtschaftliche Konvergenz	86
4.4.3 Inhaltliche Konvergenz	86
4.4.4 Crossmediale und redaktionelle Konvergenz	86
4.4.5 Medienübergreifende Konvergenz	89
4.5 Konvergenz des Rundfunks in der wissenschaftlichen Diskussion	89
4.6 Bisherige Ergebnisse der Konvergenzforschung und Zwischenfazit	93

5. Forschungsleitende Fragen, Hypothesenbildung und Forschungsdesign	96
5.1. Forschungsfragen	96
5.2. Generalhypothesen	97
5.3. Subhypothesen und Hilfskonstrukte	99
5.3.1. Programmstruktur	99
5.3.2. Präsentation	104
5.3.3. Wortinhalt	106
5.3.4. Musik	109
5.4. Forschungsdesign und Methodenwahl	114
5.5. Untersuchungszeiträume und Senderauswahl	115
5.6. Codebuch und Codierbeschreibung	116
5.7. Vorgehensweise bei der Programmanalyse	120
5.8. Annahmebedingungen für Hypothesen und Unterhypothesen	121
5.9. Annahmebedingungen für Hilfskonstrukte	122
6. Konvergenzuntersuchung 2008 und 2014	134
6.1. Allgemeine Angaben und Auffälligkeiten	134
6.1.1. bigFM	134
6.1.2. DASDING	136
6.1.3. antenne bayern	138
6.1.4. BAYERN 3	140
6.1.5. Radio Arabella	142
6.1.6. BAYERN 1	144
6.2. Programmstruktur und Inhalte	146
6.2.1. Auswertung der Struktur	146
6.2.2. Auswertung der Präsentation	170
6.2.3. Auswertung des Wortinhalts	186
6.3. Musikformate	216
6.3.1. Auswertung der Musikrotationen	217
7. Ergebnisdarstellung quantitative Methode	256
7.1. Subhypothese Struktur	256
7.2. Subhypothese Präsentation	257

Inhaltsverzeichnis

7.3	Subhypothese Wortinhalt	258
7.4	Subhypothese Musik	259
7.5	Zusammenfassende Prüfung der Generalhypothesen	260
7.6	Abschließende Sendervergleiche	262
8.	Qualitative Vertiefung	266
8.1	Untersuchungsdesign und Forschungsfrage	266
8.2	Experteninterviews und Leitfadenerstellung	268
8.3	Personenauswahl und Kontaktaufnahme	269
8.4	Interviewführung und Transkription	270
8.5	Vorgehensweise bei der qualitativen Inhaltsanalyse	271
8.6	Ergebnisse der Experteninterviews	274
8.6.1	Allgemeine Einschätzungen	274
8.6.2	Wortinhalt und Programm	277
8.6.3	Präsentation	281
8.6.4	Musikprogramm	284
9.	Interpretation der Ergebnisse	290
9.1	Struktur und Präsentation	290
9.2	Wortinhalt	292
9.3	Musikprogramm	294
9.4	Ergebnis qualitative Forschungsfrage	295
9.5	Limitationen	296
9.5.1	Quantitative Methode	296
9.5.2	Qualitative Methode	304
10.	Fazit und Ausblick	308
	Literaturverzeichnis	319

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Typische Songverteilung CHR	63
Abbildung 2. Beispiel einer CHR-Sendeuhr	65
Abbildung 3. Typische Songverteilung AC	66
Abbildung 4. Beispiel einer AC-Sendeuhr.	67
Abbildung 5. Typische Songverteilung Oldie-Format	69
Abbildung 6. Beispiel einer Oldie-Sendeuhr	70
Abbildung 7. Zuschauerverteilung nach Programmart	91
Abbildung 8. Überblick über die Annahmebedingungen sowie Gewichtung der Einzelkomponenten	133
Abbildung 9. Sendeuhren von bigFM und DASDING 2008.	158
Abbildung 10. Sendeuhren von bigFM und DASDING 2014.	158
Abbildung 11. Horizontale Sendeuhren von bigFM und DASDING 2008.	160
Abbildung 12. Horizontale Sendeuhren von bigFM und DASDING 2014.	161
Abbildung 13. Sendeuhren von antenne bayern und BAYERN 3 2008.	162
Abbildung 14. Sendeuhren von antenne bayern und BAYERN 3 2014.	163
Abbildung 15. Horizontale Sendeuhren von antenne bayern und BAYERN 3 2008 .	164

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 16. Horizontale Sendeuhren von antenne bayern und BAYERN 3 2014.	165
Abbildung 17. Sendeuhren von Radio Arabella und BAYERN 1 2008.	166
Abbildung 18. Sendeuhren von Radio Arabella und BAYERN 1 2014.	166
Abbildung 19. Horizontale Sendeuhren von Radio Arabella und BAYERN 1 2008 .	168
Abbildung 20. Horizontale Sendeuhren von Radio Arabella und BAYERN 1 2014.	169
Abbildung 21. Anzahl der Verpackungs- und Promotionelemente pro Sender und Woche.	181
Abbildung 22. Anzahl der Sendernennungen pro Sender und Woche.	186
Abbildung 23. Anzahl journalistischer Genres der CHR-Formate	189
Abbildung 24. Anzahl journalistischer Genres der AC-Formate .	191
Abbildung 25. Anzahl journalistischer Genres der Oldie-Formate.	193
Abbildung 26. Laufzeit journalistischer Inhalte.	197
Abbildung 27. Anzahl und Beitragsinhalte der CHR-Formate 2008 und 2014.	199
Abbildung 28. Anzahl und Beitragsinhalte der AC-Formate 2008 und 2014.	201
Abbildung 29. Anzahl und Beitragsinhalte der Oldie-Formate 2008 und 2014.	202
Abbildung 30. Nachrichtenlaufzeiten pro Sender und Woche.	206
Abbildung 31. Laufzeit der Moderation.	210

Abbildung 32. Anzahl und Moderationsinhalte der CHR-Formate 2008 und 2014.	212
Abbildung 33. Anzahl und Moderationsinhalte der AC-Formate 2008 und 2014.	214
Abbildung 34. Anzahl und Moderationsinhalte der Oldie-Formate 2008 und 2014.	215
Abbildung 35. Gesamtzahl Titel von Montag bis Sonntag zwischen 6 Uhr und 24 Uhr.	224
Abbildung 36. Einzeltitel von Montag bis Sonntag zwischen 6 Uhr und 24 Uhr.	228
Abbildung 37. Identische Titel von Montag bis Sonntag zwischen 6 Uhr und 24 Uhr.	229
Abbildung 38. Anzahl gespielter Titel nach Genres der CHR-Sender 2008 und 2014.	231
Abbildung 39. Anzahl gespielter Titel nach Genres der AC-Sender 2008 und 2014.	232
Abbildung 40. Anzahl gespielter Titel nach Genres der Oldie-Sender 2008 und 2014.	234
Abbildung 41. Laufzeit Musik pro Sender und Untersuchungszeitraum.	239
Abbildung 42. Entwicklung der Anzahl der Top10-Hits der CHR-Formate.	241
Abbildung 43. Entwicklung der Anzahl der Top10-Hits der AC-Formate.	242
Abbildung 44. Entwicklung der Anzahl der Top10-Hits der Oldie-Formate.	243
Abbildung 45. Entwicklung der Anzahl der Top10-Hits zwischen 2008 und 2014.	244

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 46. Musikflussmittelwerte nach Sender und Jahr (0 = monoton, 3 = abwechslungsreich.	249
Abbildung 47. Geschwindigkeitsentwicklung (BPM) nach Sender und Jahr.	254
Abbildung 48. Verteilung der Basiselemente in Prozent CHR- Formate.	263
Abbildung 49. Verteilung der Basiselemente in Prozent AC- Formate.	264
Abbildung 50. Verteilung der Basiselemente in Prozent Oldie- Formate.	265
Abbildung 51. Schematisches Design eines Mixed-Method- Vertiefungsdesigns.	267
Abbildung 52. Ablauf einer inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse.	273

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Übersicht über die Viertelstundenreichweiten in den USA 2018.	57
Tabelle 2	Entwicklung der gängigsten Privatradiofomate in Deutschland. Ergebnisse in Prozent.	60
Tabelle 3	Gegenüberstellung der zu vergleichenden Formatsender.	115
Tabelle 4	Vereinfachte, fiktive Darstellung des Sendeuhrenvergleichs in Minuten.	126
Tabelle 5	Beispiel für Auswertungskriterien und Vergleich Nachrichtenpräsentation.	127
Tabelle 6	Analysebeispiel der News- und Servicepräsentatoren.	128
Tabelle 7	Anzahl gestrippter und singulärer Sendungen zwischen CHR-Sender.	147
Tabelle 8	Horizontale Programmstrukturen: Stripping versus singuläre Sendestunden pro Woche CHR-Sender.	148
Tabelle 9	Relative Entropien gestrippter und singulärer Sendungen CHR-Sender.	148
Tabelle 10	Anzahl gestrippter und singulärer Sendungen AC-Sender.	149
Tabelle 11	Horizontale Programmstrukturen: Stripping versus singuläre Sendestunden pro Woche AC-Sender .	150
Tabelle 12	Relative Entropien gestrippter und singulärer Sendungen AC-Sender.	150

Tabellenverzeichnis

Tabelle 13	Anzahl gestrippter und singulärer Sendungen AC-Sender.	151
Tabelle 14	Horizontale Programmstrukturen: Stripping versus singuläre Sendestunden pro Woche Oldie-Sender.	151
Tabelle 15	Relative Entropien gestrippter und singulärer Sendungen Oldie-Sender.	151
Tabelle 16	Vertikale Sendungsanzahl pro Woche CHR-Sender.	153
Tabelle 17	Prozentuale vertikale Übereinstimmung CHR-Sender.	153
Tabelle 18	Relative Entropien des Audience Flows CHR-Sender.	153
Tabelle 19	Vertikale Sendungsanzahl pro Woche AC-Sender.	154
Tabelle 20	Prozentuale Übereinstimmung AC-Sender.	154
Tabelle 21	Relative Entropien des Audience Flows AC-Sender.	154
Tabelle 22	Vertikale Sendungsanzahl pro Woche AC-Sender.	155
Tabelle 23	Prozentuale vertikale Übereinstimmung AC-Sender.	156
Tabelle 24	Relative Entropien des Audience Flows AC-Sender.	156
Tabelle 25	Sendungselemente der Morning Shows wochentags CHR-Sender.	159
Tabelle 26	Sendungselemente der Morning Shows wochentags AC-Sender.	163
Tabelle 27	Sendungselemente der Morning Shows wochentags Oldie-Sender.	168
Tabelle 28	Nachrichtenpräsentation CHR-Sender.	170
Tabelle 29	Nachrichtenpräsentation AC-Sender.	171

Tabelle 30	Nachrichtenpräsentation Oldie-Sender.	172
Tabelle 31	Präsentatoren CHR-Sender.	174
Tabelle 32	Präsentatoren AC-Sender.	175
Tabelle 33	Präsentatoren Oldie-Sender.	176
Tabelle 34	Verpackungs- und Promotionelemente CHR-Sender.	178
Tabelle 35	Verpackungs- und Promotionelemente AC-Sender.	179
Tabelle 36	Verpackungs- und Promotionelemente Oldie-Sender.	180
Tabelle 37	Sendernennungen CHR-Sender.	182
Tabelle 38	Sendernennungen AC-Sender.	183
Tabelle 39	Sendernennungen Oldie-Sender.	184
Tabelle 40.	Gesamtlaufzeit journalistischer Inhalte CHR- Formate.	194
Tabelle 41	Gesamtlaufzeit journalistischer Inhalte AC-Formate.	195
Tabelle 42	Gesamtlaufzeit journalistischer Inhalte Oldie- Formate.	196
Tabelle 43	Nachrichtenlaufzeiten CHR-Formate.	203
Tabelle 44	Nachrichtenlaufzeiten AC-Formate.	204
Tabelle 45	Nachrichtenlaufzeiten Oldie-Formate.	205
Tabelle 46	Bereinigte Moderationslaufzeiten CHR-Formate.	207
Tabelle 47	Bereinigte Moderationslaufzeiten AC-Formate.	208
Tabelle 48	Bereinigte Moderationslaufzeiten Oldie-Formate.	209
Tabelle 49	Gesamtzahl gespielter wöchentlicher CHR-Titel .	220

Tabellenverzeichnis

Tabelle 50	Gesamtzahl gespielter wöchentlicher AC-Titel .	221
Tabelle 51	Gesamtzahl gespielter wöchentlicher Oldie-Titel.	222
Tabelle 52	Zahl Einzel- und identischer Titel CHR-Formate von Montag bis Sonntag.	225
Tabelle 53	Zahl Einzel- und identischer Titel AC-Formate von Montag bis Sonntag.	226
Tabelle 54	Zahl Einzel- und identischer Titel Oldie-Formate von Montag bis Sonntag.	227
Tabelle 55	Musiklaufzeiten CHR-Formate.	236
Tabelle 56	Musiklaufzeiten AC-Formate.	237
Tabelle 57	Musiklaufzeiten der Oldie-Formate.	238
Tabelle 58	Geschwindigkeiten CHR-Formate.	250
Tabelle 59	Geschwindigkeiten AC-Formate.	251
Tabelle 60	Geschwindigkeiten Oldie-Formate.	252
Tabelle 61	Übersicht über Annahme oder Zurückweisung der Subhypothesen.	261