

# Programmanalyse privater saarländischer Hörfunkprogramme 2020

Inhaltsanalyse der neun durch die LMS lizenzierten  
UKW-Sender

im Auftrag der

Landesmedienanstalt Saarland (LMS)



am 3. Mai 2021 vorgelegt von



Fischerhüttenstr. 81a | 14163 Berlin  
Tel.: 030-700103-0 | [info@house-of-research.de](mailto:info@house-of-research.de)  
[www.house-of-research.de](http://www.house-of-research.de)

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Hintergrund und Ziele der Analyse</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Methode</b> .....	<b>2</b>
2.1	Darstellung der Programmschwerpunkte der Sender laut Zulassungsbescheid.	2
2.1.1	bigFM Saarland .....	2
2.1.2	CityRadio Saarland .....	2
2.1.3	Classic Rock Radio .....	3
2.1.4	Radio Salü .....	3
2.1.5	Radio Saarschleifenland .....	3
2.2	Stichprobe .....	3
2.3	Codierung .....	5
<b>3</b>	<b>Ergebnisse</b> .....	<b>7</b>
3.1	Strukturanalyse .....	7
3.1.1	Programmelemente .....	7
3.1.2	Wortformen .....	9
3.2	Tiefenanalyse .....	12
3.2.1	Themen und Akteure .....	12
3.2.2	Anlässe und Aktualität der Berichterstattung .....	16
3.2.3	Geographischer Bezug .....	20
3.2.4	Kartographische Regionalanalyse .....	24
3.2.5	Präsentationsstil und Personalisierung .....	35
3.2.6	Relevanz und Komplexität .....	40
3.3	Intermediale Gegenüberstellung .....	44
3.4	Musikprogramm .....	50
3.5	Programmprofile der einzelnen Sender .....	55
3.5.1	bigFM Saarland .....	56
3.5.2	Classic Rock Radio .....	56
3.5.3	CityRadio Homburg .....	57

3.5.4	CityRadio Neunkirchen.....	57
3.5.5	CityRadio Saarbrücken.....	58
3.5.6	CityRadio Saarlouis .....	58
3.5.7	CityRadio St. Wendel.....	59
3.5.8	Radio Saarschleifenland.....	59
3.5.9	Radio Salü.....	60
3.6	Vergleich der Hörfunkprogramme.....	61
<b>4</b>	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>65</b>
<b>5</b>	<b>Quellen .....</b>	<b>68</b>
<b>6</b>	<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>69</b>
<b>7</b>	<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>71</b>
<b>8</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>72</b>
8.1	Themen der Wortbeiträge (detailliert).....	72
8.2	Themen der Nachrichtenbeiträge (detailliert) .....	73

## 1 Hintergrund und Ziele der Analyse

Innerhalb der vielfältigen Medienlandschaft in Deutschland ist und bleibt das Radio ein relevantes und konstant genutztes Medium. 93 Prozent aller Deutschen hören Radio und über 53 Millionen tägliche Radiohörende gibt es deutschlandweit, laut der *Media-Analyse* (ma) 2020 Audio I. Die Radionutzung ist und bleibt auf einem konstant hohen Niveau.

Die *Landesmedienanstalt Saarland* (im Folgenden LMS genannt) wirkt im Rahmen ihres gesetzlichen Auftrages darauf hin, dass in den Programmen der privaten Veranstalter die Meinungsvielfalt der Bürger:innen berücksichtigt wird. Unter diesem Aspekt veranlasst die *LMS* regelmäßig Programmanalysen der lizenzierten und über UKW im Saarland verbreiteten privaten Hörfunkprogramme (vgl. Vlašić 2018, House of Research 2016).

In der Analyse von 2020 werden neun private Hörfunkprogramme ausgewertet, zwei mehr als in den vorangegangenen Untersuchungen: *bigFM Saarland*, *Classic Rock Radio*, *Radio Salü*, *Radio Saarschleifenland* (RSL), *CityRadio Homburg*, *CityRadio Neunkirchen*, *CityRadio Saarbrücken*, sowie neu *CityRadio St. Wendel* und *CityRadio Saarlouis*. Die letzten fünf Sender gehören zu der *CityRadio Saarland GmbH*, sie weisen ein nahezu identisches Musikprogramm und teilweise überlappende Wortprogramme auf, was in der Analyse zum Tragen kommt. Zur externen Evaluierung wird die regionale Tageszeitung *Saarbrücker Zeitung*, inklusive aller Lokalausgaben sowie dem überregionalen Mantel, herangezogen. Programme, die ausschließlich im Internet verbreitet werden (Webradios), sind nicht Gegenstand der Betrachtung. Gleiches gilt für das primär über DAB+ mit bundesweiter Ausrichtung verbreitete Programm „Radio Schlagerparadies“ trotz seiner Zulassung durch die LMS.

Basis der vorliegenden Untersuchung sind Inhaltsanalysen, anhand derer die Strukturen der Wort- und Musikprogramme quantitativ erfasst und analysiert werden. Zusätzlich werden die publizistischen Leistungen der Wortbeiträge als auch die musikalische Ausrichtung der Sender genauer untersucht. Im Mittelpunkt der Programmanalyse stehen die Aufschlüsselung der Programmstruktur der untersuchten Sender sowie ihre inhaltliche Positionierung und auch Abgrenzung zueinander. Durch die Analyse soll eine Einordnung der Hörfunkprogramme in Bezug auf die Medienvielfalt im Saarland ermöglicht bzw. erleichtert werden. Ebenfalls sollen vergleichbare Ergebnisse zu vorherigen Programmanalysen gewährleistet werden.

In den nachfolgenden Kapiteln werdender konkrete Ablauf der Hörfunkanalyse dargestellt und die Ergebnisse der Untersuchung erläutert. Dies erfolgt sowohl für die einzelnen Sender

als auch im intermedialen Vergleich. Abschließend bieten eine Übersicht der einzelnen Programmprofile, ein graphischer Vergleich der Hörfunkprogramme sowie eine schriftliche Rekapitulation der Analyse eine zusammenfassende Darstellung der Untersuchungsbefunde.

## 2 Methode

### 2.1 Darstellung der Programmschwerpunkte der Sender laut Zulassungsbescheid

In den folgenden Programmprofilen werden die Programmschwerpunkte aus Sicht der Sender dargestellt, für die sie zugelassen sind. Diese Schwerpunkte sind bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen.

#### 2.1.1 bigFM Saarland

*bigFM Saarland* ist als Veranstalterin des landesweiten privaten 24-stündigen Hörfunkvollprogramms *bigFM Saarland* zugelassen. *bigFM Saarland* ist dabei Teil des *bigFM*-Netzwerks, ein gleichgestellter Teil der vorhandenen *bigFM*-Landesprogramme. Neben den regionalen Informationen erfolgt die Zulieferung des Programms über die Landesstudios in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen. Beispiele für regionale Elemente sind Sonder- und Eventsendungen zu besonderen Ereignissen in der Region, Produktionselemente, die Produktion und Sendung von Veranstaltungshinweisen mit Saarlandbezug und die eigenständige Produktion von Nachrichten-, Verkehrs- und Wetterinhalten durch die örtliche Redaktion im Saarland. Das generell jugendorientierte Konzept des Senders ist auf die Kernzielgruppe der 14- bis 35-Jährigen zugeschnitten.

#### 2.1.2 CityRadio Saarland

Die *Funkhaus Saar GmbH* ist als Veranstalterin der lokalen Hörfunkvollprogramme *CityRadio Saarbrücken*, *CityRadio Homburg*, *CityRadio Neunkirchen*, *CityRadio Saarlouis* und *CityRadio St. Wendel* zugelassen. Bei den fünf Lokalsendern wird ein einheitliches Musikrahmenprogramm gesendet. Das Mantelprogramm enthält neben einem einheitlichen Musikformat einheitliche Programmelemente aus den Bereichen Unterhaltung, saarlandweite und überregionale Informationen, aktuelles Weltgeschehen und bestimmten Hörerservices. Lokale und regionale, informierende Wortinhalte (Beiträge und Nachrichten) werden von den Lokalradioprogrammen produziert und geliefert.

### 2.1.3 Classic Rock Radio

Die *Radio Salü Euro-Radio Saar GmbH* ist als Veranstalterin des landesweiten privaten 24-stündigen Hörfunkvollprogramms *Classic Rock Radio* zugelassen. Den größten Teil des Programms machen Rocksongs aus den 1960er bis 1990er Jahren aus. Neben der Musik bietet der Sender Unterhaltung, Nachrichten und Serien. Der Nachmittag wird live moderiert, darüber hinaus sind vorproduzierte Inhalte und von *Radio Salü* übernommene Nachrichtenblöcke Teil des Programmschemas. Beispiele für tägliche saarländische redaktionelle und werbliche Inhalte im *Classic Radio Rock* Programm sind u. a. Event-Tipps und aktuelle Themen aus Wirtschaft, Politik und Kultur sowie das Album der Woche.

### 2.1.4 Radio Salü

Die *Radio Salü Euro-Radio Saar GmbH* ist als Veranstalterin des landesweiten privaten 24-stündigen Hörfunkvollprogramms *Radio Salü* zugelassen. *Radio Salü* setzt im Programm neben der Ausrichtung auf das Saarland auf einen erweiterten Informationsaspekt für die Großregion Saar-Lor-Lux. Beispiele für tägliche saarländische redaktionelle und werbliche Inhalte im *Radio Salü* Programm sind Nachrichten, Rechtstipps, Veranstaltungskalender, StarNews, Kino-Highlights, Sport-Ergebnisdienste und Musikwünsche. *Radio Salü* und *Classic Rock Radio* werden von einer zentralen Nachrichtenredaktion in den Studios von *Radio Salü* beliefert.

### 2.1.5 Radio Saarschleifenland

Die *Central FM Media GmbH* ist als Veranstalterin des lokalen privaten 24-stündigen Hörfunkspartenprogramm *Radio Saarschleifenland* zugelassen. *Radio Saarschleifenland* befasst sich inhaltlich mit dem Schwerpunkt Tourismus und Erlebnis im Saarland. Tägliche saarländische redaktionelle und werbliche Inhalte im *Radio Saarschleifenland* Programm sind u. a. lokale Wetternachrichten, Schlagzeilen, Blitzer- und Baustellenupdates, Apothekennotdienst, Erlebnis-, Wander-, Ausflug- und Veranstaltungstipps, Wochenmärkte, Börseninformationen, Müllkalender, Sport-News, Koch- und Gastronomietipps sowie Vorstellungen von Ferienregionen und deutschen Künstlern sowie deren Musik.

## 2.2 Stichprobe

Für die Programmanalyse wurden die neun zur Untersuchungszeit über UKW empfangbaren privaten Rundfunkprogramme des Saarlandes zur Hauptsendezeit über 14 Programmstunden zwischen 06:00 und 20:00 Uhr untersucht. Um aussagekräftige Informationen über das

Programm der Sender erhalten zu können, wurden sechs Tage aus unterschiedlichen Wochen zwischen Mitte August und Anfang September im Prinzip einer „künstlichen Woche“ für die Stichprobentage ausgewählt (vgl. Tabelle 1).

**Tabelle 1: Analyzierte Stichprobe im Überblick**

Datum	bigFM	Classic Rock Radio	CR Homburg	CR Neunkirchen	CR Saarbrücken	CR Saarlouis	CR St. Wendel	Radio Salü	RSL
<b>Mo., 17.08.</b>	14:00:00	13:57:46	14:00:00	14:00:00	14:00:27	13:59:49	14:00:00	14:01:00	14:00:00
<b>Fr., 21.08.</b>	14:00:00	13:57:46	14:00:00	14:00:00	14:00:27	13:59:49	14:00:00	14:01:00	14:00:00
<b>Mi., 26.08.</b>	14:00:00	13:57:34	14:00:00	14:00:00	13:58:21	13:58:29	14:00:00	14:01:00	14:00:00
<b>So., 30.08.</b>	14:00:00	14:00:00	14:00:00	14:00:00	14:00:27	13:58:49	14:00:00	14:02:00	14:00:00
<b>Do., 03.09.</b>	14:00:00	14:00:00	14:00:00	14:00:00	14:00:27	13:59:49	14:00:00	14:01:00	14:00:00
<b>Sa., 05.09.</b>	14:00:00	14:00:00	14:00:00	14:00:00	14:00:27	13:59:49	14:00:00	14:01:00	14:00:00
<b>Gesamt</b>	84:00:00	83:53:06	84:00:00	84:00:00	84:00:36	83:56:34	84:00:00	84:07:00	84:00:00

Insgesamt wurden ca. 756 Stunden Material in einer quantitativen Inhaltsanalyse codiert mehr als in den vorangegangenen Studien, da *CityRadio Saarlouis* und *CityRadio St. Wendel* in der diesjährigen Untersuchung neu hinzugekommen sind.

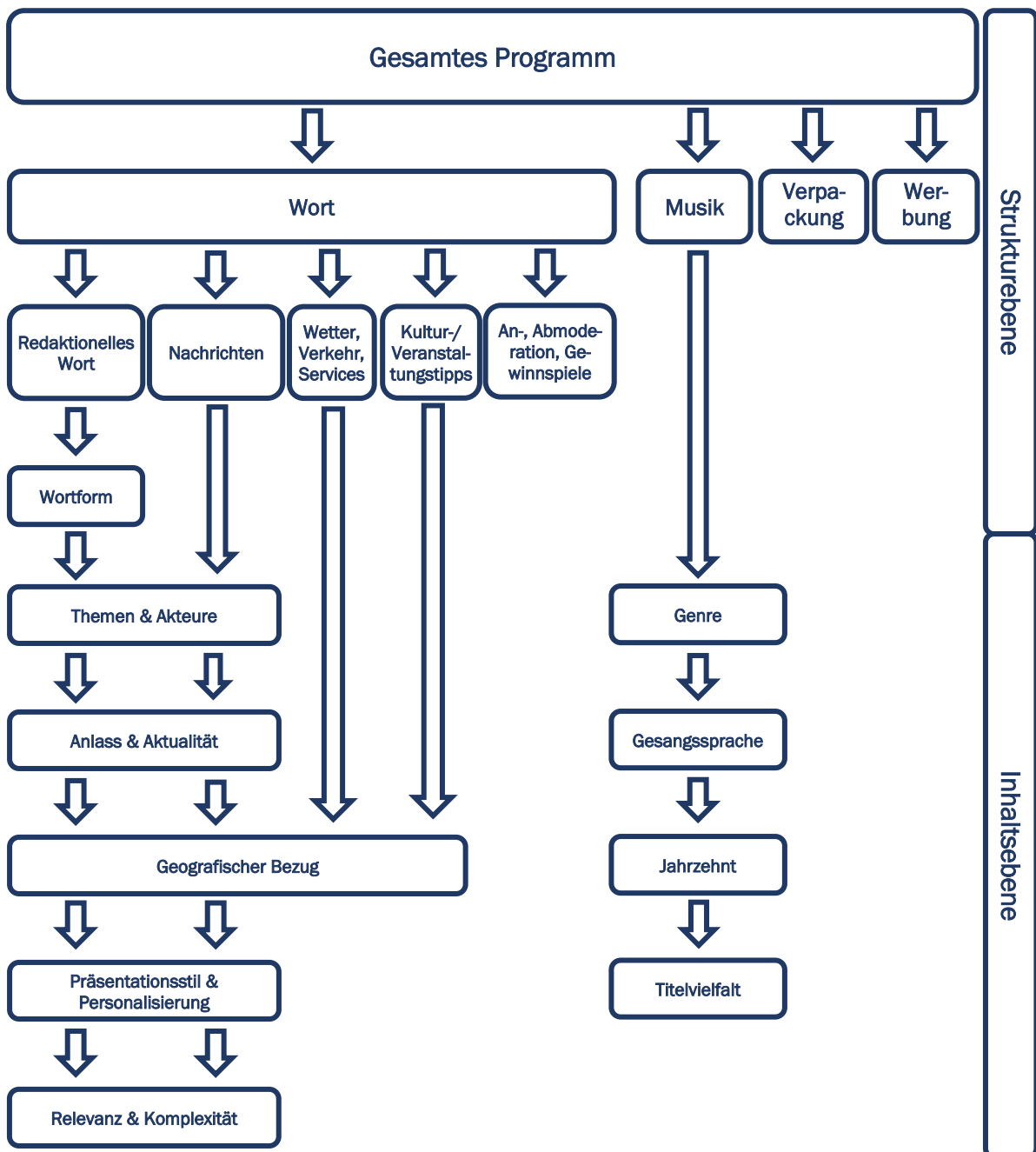
Für die Zeitungsanalyse wurden die kompletten Ausgaben der *Saarbrücker Zeitung*, bestehend aus einem Mantel und sieben Lokalteilen, an den sechs ausgewählten Untersuchungstagen ausgewertet. Jeder Lokalteil bezieht sich auf den Regionalverband Saarbrücken oder einen Landkreis, mit Ausnahme der Lokalteile Homburger Rundschau und St. Ingberter Zeitung, die sich beide auf einen Teil des Saarpfalz-Kreises beziehen. Da die *Saarbrücker Zeitung* keine Sonntagsausgabe veröffentlicht, wurde für den 30.08. die Zeitung des Folgetages, Montag der 31.08., herangezogen. Insgesamt wurden 1.371 Artikel mit 387.362 Wörtern untersucht.

Ursprünglich war eine Auswahl von Stichprobentagen innerhalb des Frühjahrs 2020 geplant (entsprechend der Untersuchungen 2016 und 2018), was jedoch mit dem Beginn der Ausbreitung des Corona-Virus und einer stark auf dieses Thema fokussierten medialen Berichterstattung einherging. Um eine thematisch bessere Vergleichbarkeit mit Vorgängerstudien gewährleisten zu können, wurden die Stichprobentage auf den späten Sommer 2020 verschoben.

## 2.3 Codierung

Zur Untersuchung der Programmprofile wurde eine quantitative Inhaltsanalyse der neun Ra-  
 diosender sowie des Mantels und der sieben Lokalteile der Tageszeitung (angepasst an das  
 Medium) auf mehreren Ebenen durchgeführt. Analyseeinheit waren jeweils die einzelnen Bei-  
 träge bzw. Artikel.

Abbildung 1: Ablaufdiagramm der Hörfunkanalyse





Analysiert wurden die neun Hörfunkprogramme jeweils auf der Struktur- und Inhaltsebene (siehe Abbildung 1). Auf der ersten Ebene wurde in einer Grobcodierung der gesamte Programmtag jeweils in Wort-, Musik-, Werbungs- oder Verpackungselemente sekundengenau erfasst. Die Wortelemente-Codierung umfasst redaktionelle Wortbeiträge, Nachrichten, Servicemeldungen (bspw. Wetter oder Blitzer) sowie Gewinnspiele, Veranstaltungstipps und An- bzw. Abmoderationen. In dem zweiten Schritt, der Feincodierung auf der Inhaltsebene, wurden die vorcodierten Wortprogramme (Wortbeiträge und Nachrichten) hinsichtlich ihrer publizistischen Leistungen, unter anderem anhand des Präsentationsstils, des vorwiegenden Themas, der Aktualität etc., analysiert. Gesprochene Beiträge ohne thematischen Inhalt, aber mit Regionalbezug wurden nur auf diesen hin codiert (Servicemeldungen und Kulturtipps).

Für die Musikanalyse wurde das Musikprogramm ebenfalls innerhalb der Stichprobenzeit (6:00 bis 20:00 Uhr) untersucht. Die Titellisten für *CityRadio Homburg* wurden stellvertretend für das gesamte Musikprogramm der *CityRadio Saarland GmbH* (Homburg, Neunkirchen, Saarlouis, Saarbrücken, St. Wendel) verwendet, da die Titelabspielungen der fünf Sender nahezu identisch sind.

Im Zuge der Zeitungsanalyse wurden alle relevanten und codierbaren Artikel des Zeitungsmantels und der Lokalteile der *Saarbrücker Zeitung* untersucht. Als nicht codierbar bzw. relevant wurden u. a. Grafiken, Leserbriefe, Gewinnzahlen, Todesanzeigen, Comics gewertet. So sollten nur inhaltlich auswertbare Beiträge in die Analyse mitaufgenommen werden.

Um eine homogene Codierung zu gewährleisten, wurde zu Beginn des Projekts mit den einzelnen Mitarbeitern eine Schulung durchgeführt. Anhand eines Code- und Ereignisbuchs, eines Codeplans mit rollierendem Codereinsatz sowie von Probecodierungen wurden Verzerrungen durch möglicherweise verbleibende individuelle Coderhandschriften weitestgehend verhindert und eine möglichst übereinstimmende Codierung sichergestellt. Das Codebuch basiert auf vorherigen Untersuchungen und wurde in Bezug auf die aktuelle Corona-Pandemie angepasst, um die daraus resultierenden Themen in die Analyse mitaufnehmen zu können. Für die Zeitungsanalyse wurde ein auf dem Hörfunk-Codebuch aufbauendes, jedoch spezifisch auf das Medium angepasstes Codebuch verwendet.

## 3 Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Inhaltsanalysen der neun privaten Sender im Saarland vorgestellt. Dabei wird zunächst die Strukturebene untersucht und werden die Wort-, Werbe-, Musik- und Verpackungsanteile ausgewiesen. Inhaltlich abgeschlossene und redaktionell aufwendigere Wortbeiträge sowie Nachrichten werden daraufhin einer detaillierten Tiefenanalyse auf der Inhaltsebene unterzogen. Anschließend werden die Inhaltsanalysen des Hörfunkprogramms mit denen der *Saarbrücker Tageszeitung* verglichen und die Musikanalyse dezidiert betrachtet.

### 3.1 Strukturanalyse

Die Programmstruktur der Hörfunkprogramme gibt Aufschluss über die grundlegende Ausrichtung des Senders. Die Strukturanalyse unterteilt das gesamte Tagesprogramm des Untersuchungszeitraums (6:00 bis 20:00 Uhr) in die Basisbestandteile Wort, Musik, Werbung und Verpackung. Zum Wortanteil gehören alle gesprochenen Wortbeiträge (inkl. An- und Abmoderationen), jedoch nicht Werbung oder Sponsoringhinweise, die ihre eigene, von redaktionellen Beiträgen akustisch getrennte bzw. angekündigte Kategorie bilden<sup>1</sup>. Unter Musik fallen alle (nahezu) vollständig gespielten Musiktitel außerhalb von Werbung oder Verpackungselementen, d. h., dass angespielte „Teaser“-Titel nicht hierzu gehören. Unter Verpackungselemente fallen „vorprogrammierte, einprägsame und gleichklingende Melodien oder Slogans, die den Sender oder bestimmte Programmformate des Senders ankündigen, abschließen oder überleiten“ (vgl. House of Research 2016, S. 9)<sup>2</sup>.

#### 3.1.1 Programmelemente

Erwartungsgemäß füllen die privaten saarländischen Rundfunksender ihr Programm zum größten Teil mit Musik, wie Abbildung 2 veranschaulicht. Durchschnittlich 75 Prozent des Programms besteht aus Musik, wobei *Radio Saarschleifenland* sowie *Classic Rock Radio* einen leicht höheren Anteil aufweisen als die restlichen Hörfunksender und *Radio Salü* mit knapp 72 Prozent den geringsten Anteil an Musik hat

---

<sup>1</sup> Rundfunkwerbung ist laut Medienvertrag (§ 2 Abs 2 Nr. 8 MStV) „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die im Rundfunk von einem öffentlich-rechtlichen oder einem privaten Veranstalter oder einer natürlichen Person entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern“

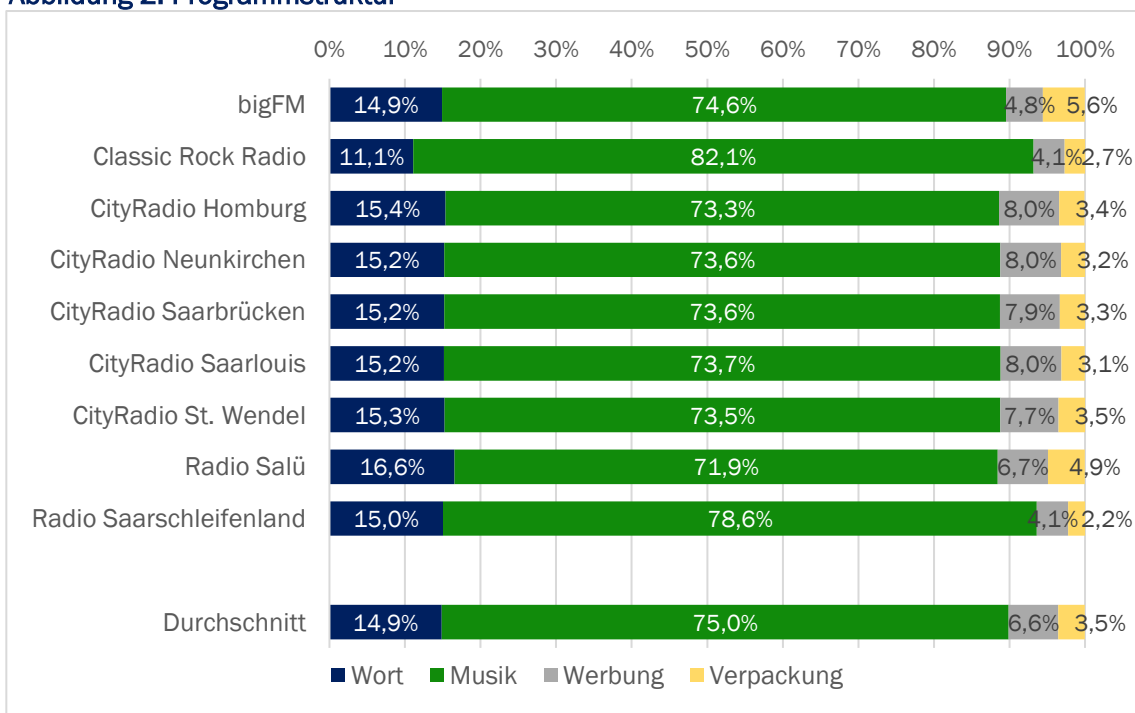
<sup>2</sup> Hierzu gehören Jingles, Claims, Audio-Logos, Opener, Sweeper, Trailer, Teaser, Trenner etc.

Der Wortanteil ist über die meisten Sender hinweg ebenfalls sehr ähnlich, wohingegen *Classic Rock Radio* mit 11,1 Prozent einen deutlich geringeren und *Radio Salü* mit 16,6 Prozent einen leicht höheren Anteil an Nachrichten und Wortbeiträgen aufweist als der Durchschnitt.

In Abbildung 2 zeigt sich ebenfalls, dass die *CityRadio-Group* einen annähernd doppelt so hohen Anteil an Werbung (mit ca. 8%) in ihrem Programm aufweist als die restlichen Sender. *Classic Rock Radio* und *Radio Saarschleifenland* haben mit knapp vier Prozent den geringsten Werbeanteil. Vergleicht man diese Werte mit den vorangegangenen Studien, ist der Werbeanteil bei allen Sendern außer *Radio Saarschleifenland* zurückgegangen (vgl. House of Research 2016, Vlašić 2018).

Der Verpackungsanteil liegt bei *bigFM* mit 5,6 Prozent als einzigem Sender höher als der Werbeanteil (4,8%), die *CityRadio-Sender* liegen mit ihrem Verpackungsanteilen circa im Durchschnitt. *Radio Saarschleifenland* und *Classic Rock Radio* haben wiederum einen geringeren Anteil an Verpackungselementen von unter drei Prozent.

**Abbildung 2: Programmstruktur**



Basis: gesamte Sendezeit aller Sender

Tabelle 2 veranschaulicht noch einmal die einzelnen Programmelemente der neun Radiosender im Detail. Hier wird besonders deutlich, dass die Sender der *CityRadio-Group* bis auf marginale Unterschiede von weniger als 0,5 Prozentpunkten eine weitestgehend gleiche Programmstruktur aufweisen. Ebenfalls wird klar, dass Gewinnspiele nur innerhalb der *CityRadio-Sender* eine Rolle spielen und auch dort nur minimal (ca. 1% der Sendezeit,

umgerechnet 8,4 Minuten pro Tag). Der Anteil an Kultur- und Veranstaltungstipps ist ebenfalls über alle Sender hinweg sehr niedrig, was jedoch höchstwahrscheinlich auf die Corona-Pandemie und die daraus resultierenden Schließungen bzw. Einschränkungen bezogen auf kulturelle Veranstaltungen und Einrichtungen zurückzuführen ist.

**Tabelle 2: Programmstruktur (detailliert)**

Art des Beitrags	bigFM	Classic Rock Radio	CR Hom-burg	CR Neun-kirchen	CR Saar-brücken	CR Saar-louis	CR St. Wendel	Radio Salü	RSL
Musik	76,4%	82,1%	73,3%	73,6%	73,6%	73,7%	73,5%	71,9%	78,6%
Werbung	4,8%	2,8%	7,3%	7,0%	7,2%	7,0%	7,1%	5,1%	3,8%
Sponsorenhinweis	0,0%	1,3%	0,7%	1,0%	0,8%	1,0%	0,6%	1,5%	0,4%
Sonderform	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Verpackung	5,6%	2,7%	3,4%	3,2%	3,3%	3,1%	3,5%	4,9%	2,2%
An- und Abmoderationen	2,6%	0,7%	1,8%	1,8%	1,8%	1,7%	1,5%	1,5%	0,8%
Wortbeitrag	7,7%	0,8%	4,2%	4,2%	4,3%	4,2%	4,6%	4,0%	6,8%
Service-meldungen	1,6%	2,8%	2,6%	2,6%	2,5%	2,6%	2,5%	3,2%	1,9%
Kultur-/Veranstaltungstipps	0,1%	0,3%	0,5%	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	0,5%
Lotterie, Gewinnspiel	0,0%	0,1%	0,7%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	0,1%	0,0%
Nachrichten-überblick	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Nachrichten	2,5%	6,5%	5,5%	5,4%	5,5%	5,5%	5,5%	7,6%	5,1%

Basis: gesamte Sendezeit jedes Senders

### 3.1.2 Wortformen

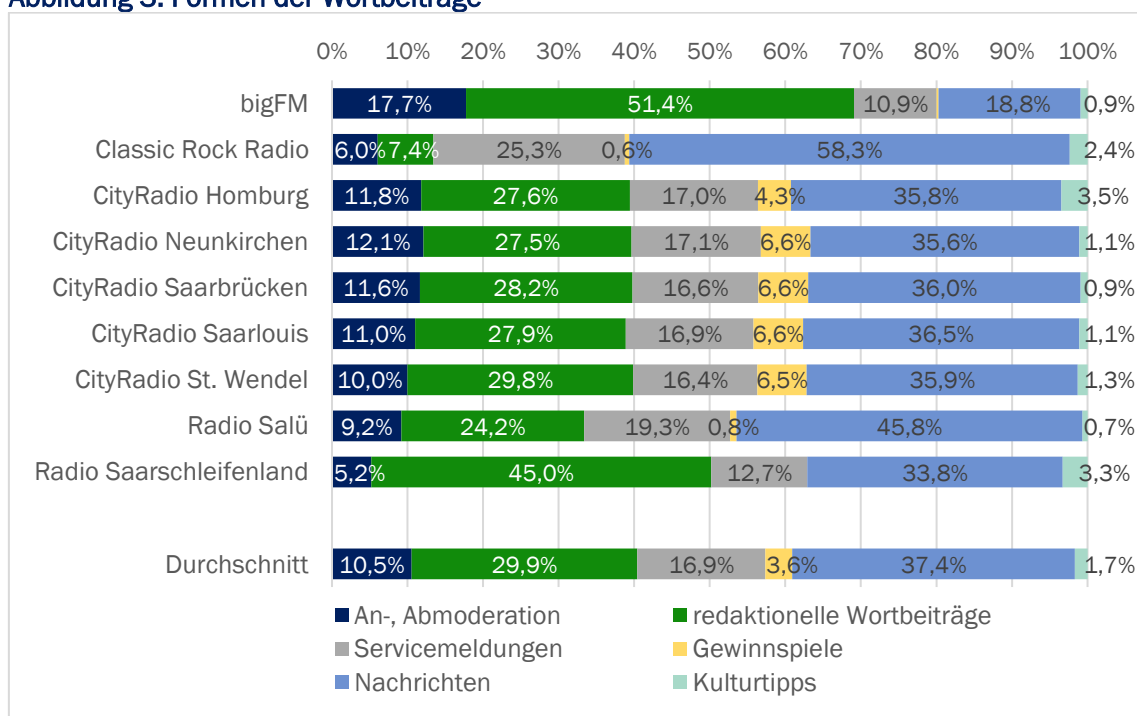
Sämtliche Wortbeiträge, zu denen alle gesprochenen Beiträge außer Werbung, Sponsoring und Verpackungselemente zählen und die durchschnittlich 15 Prozent der Sendezeit ausmachen (vgl. Abbildung 2), werden in diesem Abschnitt der Analyse nochmals genauer untersucht und verglichen. Als redaktionelle Wortbeiträge werden produzierte längere gesprochene, inhaltliche abgeschlossene Beiträge mit erkennbarem Thema gewertet. Kurzmoderationen, Ankündigungen von nächsten Programmelementen, Nennungen der Uhrzeit oder das Durchgeben von Wetter- oder Staumeldungen zählen nicht in diese Kategorie, da kein größerer redaktioneller Aufwand damit verbunden ist.

Obwohl Nachrichten dieses Kriterium erfüllen, bilden sie ihre eigene Kategorie, basierend auf einem grundsätzlich anderen Charakter, der an einer stark standardisierten, sachlichen Form sowie einer regelmäßigen Ausspielung erkennbar ist. *bigFM* weist als einziger Sender Nachrichtenüberblicke auf, die in die Kategorie der Nachrichten mitaufgenommen werden. Sonderformen, nicht sinnvoll codierbare Elemente, werden aufgrund des vernachlässigbar

kleinen Anteils über alle Radiosender hinweg (siehe Tabelle 2) in der weiteren Analyse nicht mit aufgenommen.

Abbildung 3 zeigt eine Aufteilung der einzelnen Wortformen an allen Wortelementen und verdeutlicht, wie sehr sich die Verteilung von Sender zu Sender unterscheidet. *Classic Rock Radio* füllt über die Hälfte des gesprochenen Programmes mit Nachrichten, nur sechs Prozent mit Kurzmoderationen und ein Viertel mit Servicemeldungen. *bigFM* sendet hingegen nur in knapp 20 Prozent des Wortanteils Nachrichten und weist auch den geringsten Anteil an Servicemeldungen, jedoch den höchsten Anteil an redaktionellen Wortbeiträgen sowie Kurzmoderationen auf. Im Gegensatz zu *Classic Rock Radio* zeigt sich *bigFM* hier eher als ein „Entertainment“-Sender, mit weniger rein informierendem Inhalt. Auch *Radio Saarschleifenland* legt einen deutlich größeren Fokus auf die inhaltlich ausgestalteten redaktionellen Wortbeiträge und weniger auf Kurzmoderationen (5,2%).

**Abbildung 3: Formen der Wortbeiträge**



Basis: gesamte Sendezeit aller Wortbeiträge

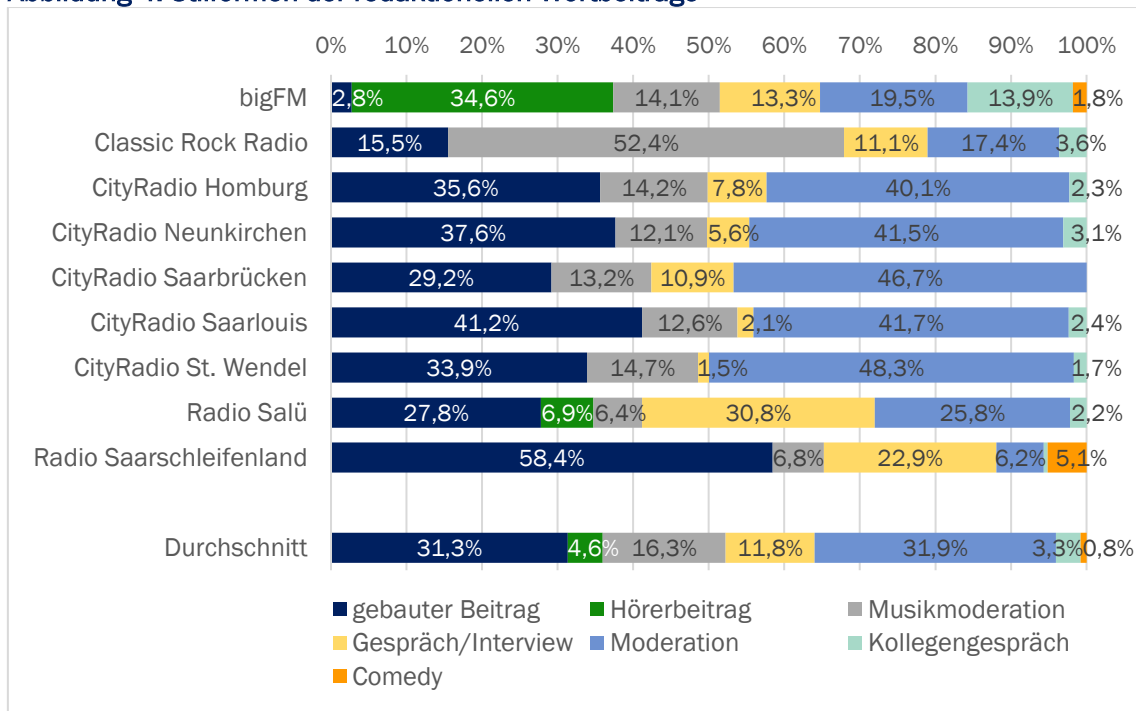
Redaktionelle Wortbeiträge sowie Nachrichten wurden einer weiterführenden inhaltlichen Tiefenanalyse unterzogen, welche in Kapitel 3.2 genau erläutert wird. Da es nicht nur unterschiedliche Wortelemente gibt, sondern auch in ihrer Form deutlich unterscheidbare redaktionelle Wortbeiträge, sollen diese vorab nochmals genauer analysiert werden. Für Nachrichtenbeiträge ist dies nicht relevant, da sie formal konsistent im gleichen Format gesendet werden.

Formen der redaktionellen Wortbeiträge sind Moderationen, Gespräche bzw. Interviews, Hörer:innenbeiträge und Call-Ins, Musikmoderationen, humoristische oder satirische Inhalte wie bspw. Anekdoten oder Witze, gebaute Beiträge und innengespräche. Moderationen sind formtechnisch einfach gehaltene Beiträge, in denen Einspieler wie O-Töne und Interviews eine untergeordnete Rolle spielen und Moderator:innen über ein bestimmtes Thema berichten. Bei Interviews/Gesprächen stehen Unterhaltungen mit zugeschalteten oder anwesenden Gästen im Fokus. Der gebaute Beitrag ist im Rahmen dieser Untersuchung die komplexeste journalistische Form, zu der Reportagen, Berichte und Mischformen in vielseitigen und ausführlicheren Beiträgen zählen.

Anhand von Abbildung 4 wird deutlich, wie sehr die strukturelle Aufteilung der Wortstilformen innerhalb der Sender variiert. *bigFM* zeigt die größte Vielfalt an Beitragsarten, mit einem sehr hohen Anteil an Hörer:innenbeiträge und einem unterdurchschnittlichen Anteil an gebauten Beiträgen von lediglich drei Prozent. Kolleg:innengespräche sind über alle Sender hinweg, außer für *bigFM* und *Radio Salü*, eine wenig verwendete Stilform der redaktionellen Wortbeiträge.

*Radio Saarschleifenland* wiederum hat den höchsten Anteil an gebauten Beiträgen, als einziger Sender einen nennenswerten Anteil an komödiantischen Beiträgen und einen unterdurchschnittlichen Anteil an Moderationen (6,2%). *Classic Rock Radio* fällt durch seinen hohen Anteil an Musikmoderationen auf und zeigt sich somit wiederum als Sender, der großen Wert auf musikalische Beiträge legt. *CityRadio Homburg*, *Neunkirchen*, *Saarbrücken*, *Saarlouis* und *St Wendel* verwenden für jeweils über die Hälfte ihrer Wortbeiträge die Moderationsform, senden zwischen 29 und 41 Prozent gebaute Beiträge und weisen keine Hörer:innenbeiträge bzw. Call-Ins auf. *Radio Salü* führt im Analysezeitraum die meisten Gespräche bzw. Interviews (31% der Sendezeit) und sendet den geringsten Anteil an Musikmoderationen.

**Abbildung 4: Stilformen der redaktionellen Wortbeiträge**



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

## 3.2 Tiefenanalyse

In den folgenden Kapiteln geht es nach der Grobcodierung um die Auswertung der Feincodierung auf Inhaltsebene. Anhand der im ersten Schritt durchgeführten Strukturanalyse wurde das Tagesprogramm der Sender jeweils in Musik, Wort-, Verpackungs- und Werbeelemente unterteilt. Die Wortelemente, vorrangig redaktionelle Wort- und Nachrichtenbeiträge, wurden dann in diesem zweiten Schritt auf unterschiedliche Aspekte hin analysiert (s. Abbildung 1: Ablaufdiagramm der Hörfunkanalyse), welche in diesem Kapitel genauer erläutert werden.

### 3.2.1 Themen und Akteure

Das erste untersuchte Merkmal der inhaltlichen Tiefenanalyse ist das Thema der verschiedenen Beiträge. Zusätzlich zu den Themen der vorherigen Untersuchungen wurden in die Codierung dieses Jahr aufgrund der Covid-19-Pandemie zusätzliche „Corona-Themen“ mit aufgenommen, um die thematische Aufteilung der Beiträge im Radio korrekt wiedergeben zu können.

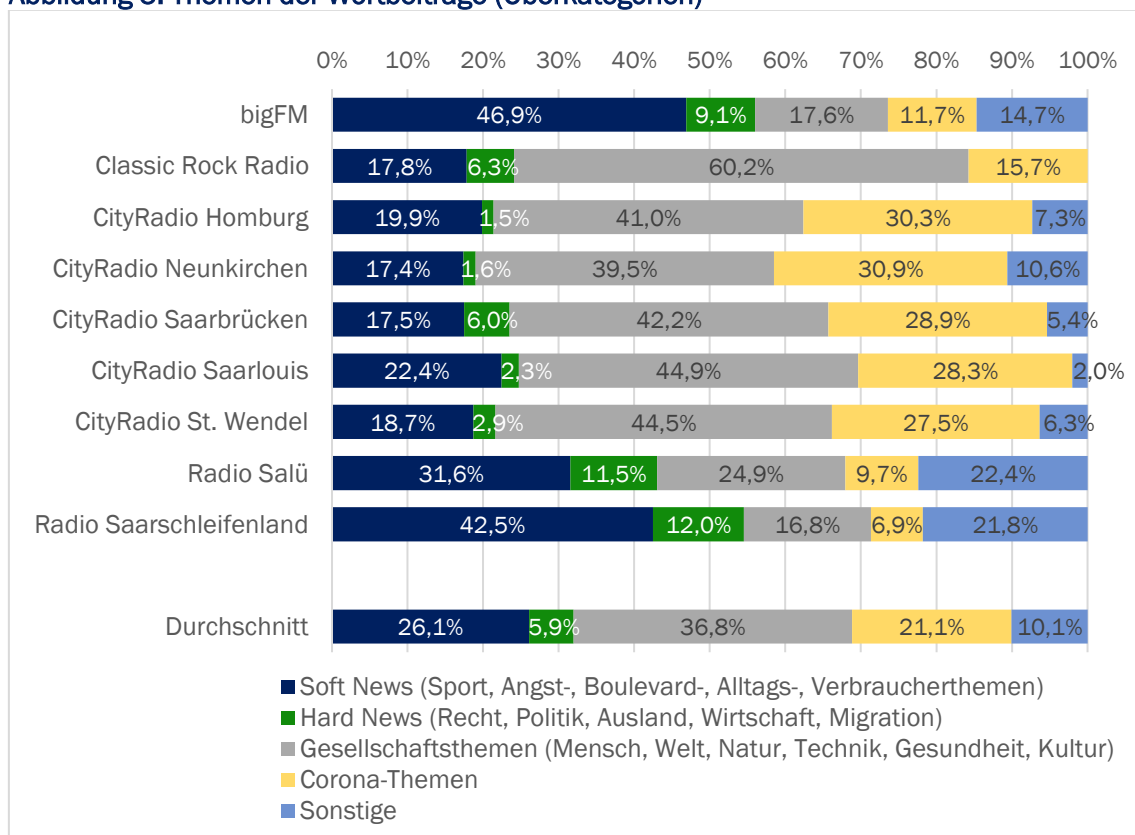
Abbildung 5 zeigt die Anteile der Beiträge mit entsprechenden thematischen Schwerpunkten an allen redaktionellen Wortbeiträgen des Programms auf Basis der Sendezeit. Da mit einer

Auswahl von über 20 Themen codiert wurde, sind die Themen zur besseren Lesbarkeit in Oberkategorien zusammengefasst dargestellt<sup>3</sup>.

Unter die Oberkategorie Soft News fallen Sport-, Angst-, Boulevard-, Alltags- und Verbraucherthemen. Hard News beinhalten die Themen Recht, Politik, Ausland sowie Wirtschafts-, Migrations- und Flüchtlingsthemen. Zu Gesellschaftsthemen zählen unter anderem die Auseinandersetzung mit sozialen Bewegungen, Kulturelles, Gesundheitsthemen, Bildung, Religion, Armut und ähnliches.

Im Durchschnitt befassen sich die redaktionellen Wortbeiträge der Hörfunksender am häufigsten mit gesellschaftlichen Themen und allgemein eher weniger mit Hard News. Es zeigt sich in Abbildung 5, dass sich vor allem *bigFM* und *Radio Saarschleifenland* in den Wortbeiträgen, mit jeweils über 40 Prozent, auf Soft News fokussieren. Corona-bezogene Themen werden am häufigsten von den Sendern der *CityRadio-Group* aufgegriffen, deutlich weniger mit jeweils nur sieben und zehn Prozent von *Radio Saarschleifenland* und *Radio Salü*.

**Abbildung 5: Themen der Wortbeiträge (Oberkategorien)**



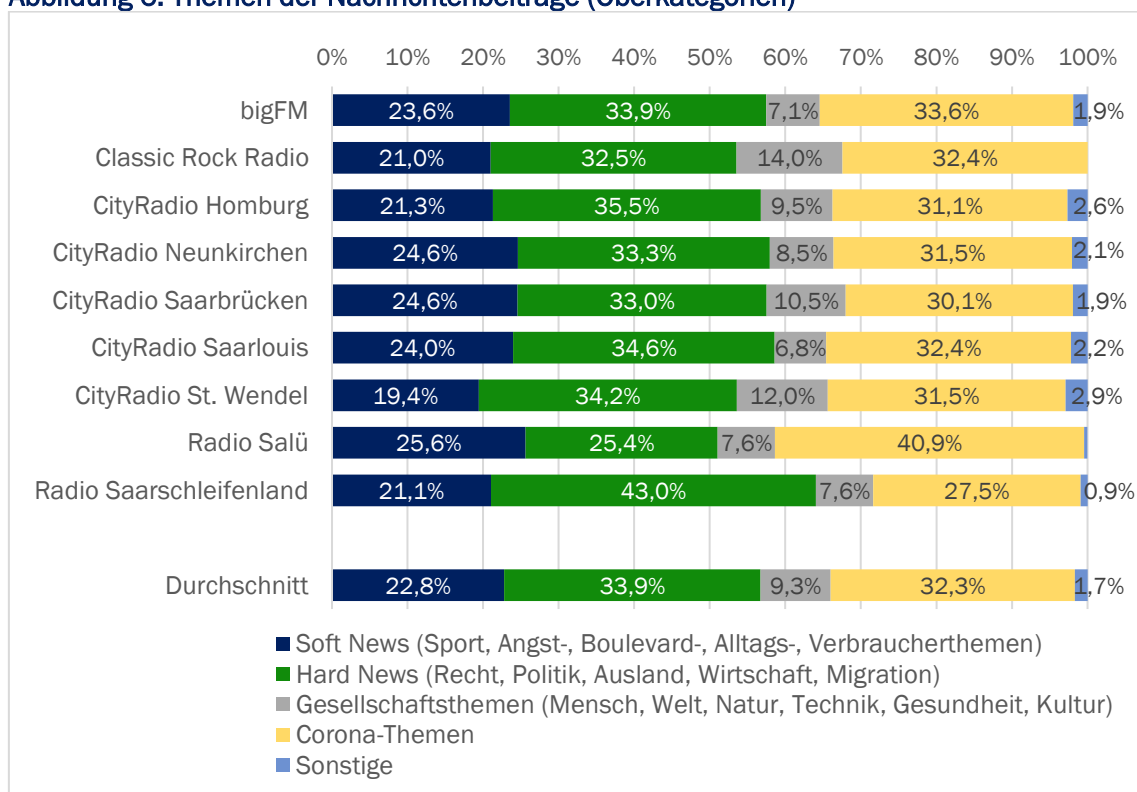
Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

<sup>3</sup> Die genauen thematischen Aufteilungen pro Radiosender sind im Anhang als Zusatztabelle zu finden.



Die Themen der Nachrichtenbeiträge (vgl. Abbildung 6) verteilen sich weitaus gleichmäßiger über alle Hörfunkprogramme hinweg. Der Schwerpunkt innerhalb der Nachrichten liegt eindeutig auf Hard News und Themen der aktuellen Corona-Lage. Die drei Sender, deren Sendegebiet das ganze Saarland umfasst (*bigFM*, *Classic Rock Radio* und *Radio Salü*), haben die jeweils höchsten Anteile an Berichterstattungen zu Corona-Themen, bei *Radio Salü* liegt dieser Wert sogar bei fast 41 Prozent der Nachrichtensendezeit. *Radio Saarschleifenland* hat wie bei den Wortbeiträgen auch hier den höchsten Anteil an Themen zu Politik und Wirtschaft (43%). Gesellschaftsthemen nehmen bei allen neun Sendern mit durchschnittlich einem Zehntel der Sendezeit innerhalb der Nachrichten einen eher kleinen Raum ein.

**Abbildung 6: Themen der Nachrichtenbeiträge (Oberkategorien)**



Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

Anhand von Tabelle 3 ist in Bezug auf die Akteure der Beiträge erkennbar, dass vor allem nicht spezifisch genannte Einzelpersonen am häufigsten als Hauptakteure in redaktionellen Wortbeiträgen auftreten. Bei *Classic Rock Radio* und *bigFM* machen Einzelpersonen sogar über zwei Drittel aus. Dies ist plausibel, wenn in Betracht gezogen wird, dass vor allem gesellschaftliche Themen und Soft News Schwerpunkte der Wortbeiträge bilden (vgl. Abbildung 5). Ungefähr jeder fünfte Beitrag innerhalb der Sendungen der *CityRadio-Group* weist als Ak-

teur einen unpolitischen Verband auf, in diesen Beiträgen geht es u. a. um Tierheime, ehrenamtliches Engagement oder Weiterbildungskurse; Themen, die ebenfalls unter Gesellschaft bzw. Soft News gezählt werden.

**Tabelle 3: Akteure in Wortbeiträgen**

Akteur	bigFM	Classic Rock Radio	CR Hom-burg	CR Neun-kirchen	CR Saar-brücken	CR Saarlouis	CR St. Wendel	Radio Salü	RSL
Bildungseinrichtungen	5,1%	2,9%	5,7%	5,0%	5,0%	6,9%	5,4%	3,8%	0,0%
Einzelpersonen	63,6%	76,5%	11,5%	11,9%	25,2%	27,7%	16,8%	34,0%	38,9%
internationale Organisationen	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Journalisten	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%
Justiz	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%
Wissenschaft	0,0%	2,9%	3,2%	1,9%	4,4%	3,1%	1,8%	6,3%	0,0%
kein spezifischer Akteur	17,3%	5,9%	38,2%	42,5%	21,4%	25,2%	31,7%	39,6%	45,0%
Kirchen, Religionsgemeinschaften	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%
Politik	8,0%	0,0%	10,2%	11,9%	15,1%	6,9%	11,4%	6,3%	6,0%
Sportverbände	2,2%	0,0%	5,1%	3,1%	3,1%	3,1%	3,0%	1,3%	5,4%
unpolitische Verbände	0,0%	2,9%	20,4%	16,9%	15,1%	21,4%	22,2%	1,3%	0,7%
Wirtschaft	0,6%	8,8%	5,7%	6,9%	9,4%	5,0%	7,2%	6,9%	1,3%

Basis: gesamte Anzahl aller Akteure innerhalb der redaktionellen Wortbeiträge

Tabelle 4 bildet die Akteure der Nachrichtenbeiträge ab. Hier zeigt sich, dass politische Personen den größten Anteil am Akteursspektrum ausmachen, mit knapp 40 Prozent aller Berichte über alle Sender hinweg. Dies kann wiederum mit dem Anteil an Hard News und Corona-Themen innerhalb der Nachrichten in Verbindung gebracht werden (vgl. Abbildung 6). Mit 20 bis 30 Prozent der Akteure liegen Einzelpersonen an zweiter Stelle. Danach kommen die Wirtschaft, die Justiz und Bildungseinrichtungen. Bildungseinrichtungen kommen vor allem aufgrund des Schulstarts im Saarland am ersten Stichprobentag (17.08.) und den damit einhergehenden Berichterstattungen vor. Die Häufigkeit der Justiz als Akteur steht in Bezug zu Angstthemen, vor allem Berichterstattungen zu Kriminalität und Verbrechen, und teilweise auch zu Beschlüssen im Hinblick auf Corona-Maßnahmen.

**Tabelle 4: Akteure in Nachrichtenbeiträgen**

Akteur	bigFM	Classic Rock Radio	CR Hom-burg	CR Neun-kirchen	CR Saar-brücken	CR Saar-louis	CR St. Wendel	Radio Salü	RSL
Bildungseinrichtungen	3,2%	4,4%	2,5%	1,4%	2,8%	3,4%	4,1%	2,2%	0,8%
Einzelpersonen	27,7%	28,7%	22,6%	22,3%	25,3%	25,6%	22,6%	24,0%	18,6%
internationale Organisationen	0,6%	1,9%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	1,3%
Journalisten	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Justiz	6,9%	1,5%	5,3%	4,2%	3,3%	3,4%	3,4%	3,7%	5,2%
Wissenschaft	3,2%	4,4%	4,8%	3,5%	3,7%	2,3%	3,4%	4,9%	1,9%
kein spezifischer Akteur	7,8%	8,0%	8,1%	8,3%	6,1%	8,5%	10,9%	13,4%	11,7%
Kirchen, Religionsgemeinschaften	0,0%	0,0%	0,7%	0,2%	0,3%	0,0%	0,2%	0,0%	0,6%
Politik	39,3%	38,8%	41,1%	39,9%	40,5%	40,4%	41,3%	38,8%	36,7%
Sportverbände	2,9%	2,4%	1,2%	3,3%	2,8%	2,1%	0,4%	3,9%	0,0%
unpolitische Verbände	3,8%	1,4%	0,5%	3,9%	4,5%	1,6%	1,8%	0,6%	7,7%
Wirtschaft	4,6%	8,0%	13,1%	13,0%	10,6%	12,9%	12,2%	8,0%	15,5%

Basis: gesamte Anzahl aller Akteure innerhalb der Nachrichtenbeiträge

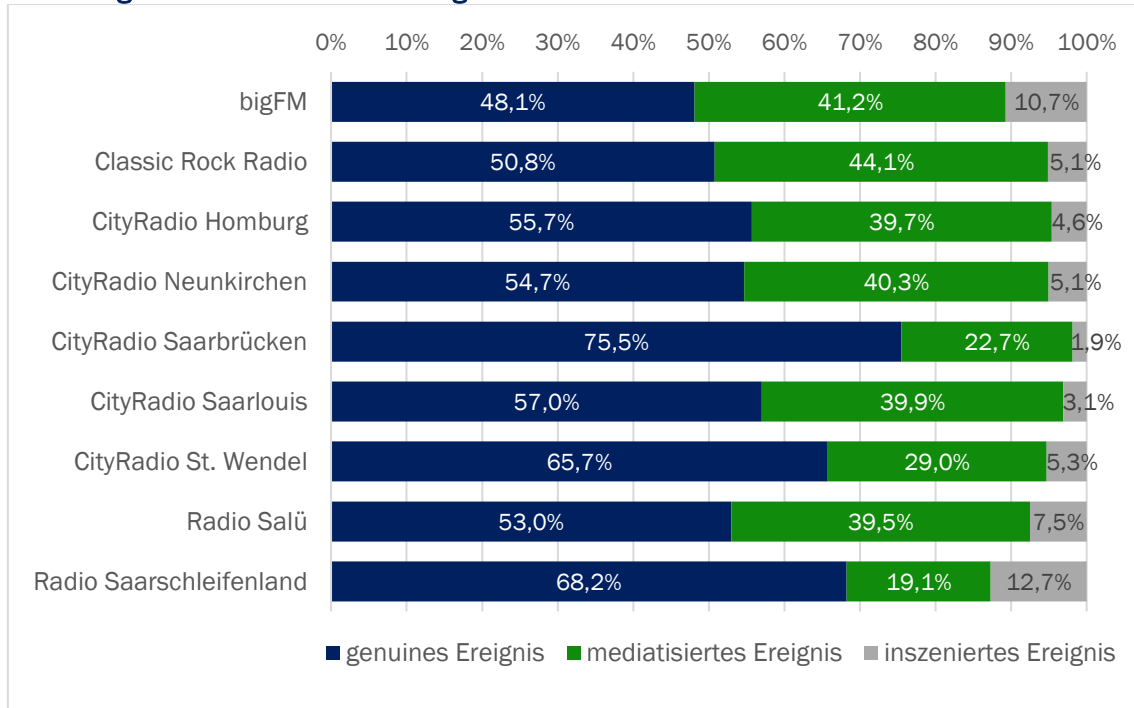
### 3.2.2 Anlässe und Aktualität der Berichterstattung

Es gibt unterschiedliche Anlässe, die den Berichterstattungen zugrunde liegen. Diese zeigen die Basis der Auswahl an Ereignissen und Sachverhalten für eine Berichterstattung. In der vorliegenden Studie wurden drei Stufen definiert (analog Vlašić 2018):

1. Genuin: Ereignisse, die in unveränderter Weise auch ohne die Anwesenheit von Medien stattfinden (bspw. Terroranschläge, Covid-19-Pandemie)
2. Mediatisiert: Ereignisse, die ohne Medienanwesenheit stattfinden, jedoch aufgrund dieser verändert werden (bspw. Sportveranstaltungen, mediale Aufrufe zu bestimmten Aktionen)
3. Inszeniert: Ereignisse, die nur oder aufgrund der Medien stattfinden (bspw. Pressekonzferenzen, Pressemitteilungen, Fernsehsendungen)

Die Berichtsansätze der Wortbeiträge sind zwischen genuinen und mediatisierten Ereignissen über die Sender hinweg ähnlich verteilt, wobei jedoch die genuinen die mediatisierten Ereignisse stets überwiegen (vgl. Abbildung 7). *CityRadio Saarbrücken* fällt mit dem höchsten Anteil von über 75 Prozent an genuinen Anlässen auf, *bigFM* mit knapp unter der Hälfte der Sendezeit mit dem geringsten. Inszenierte Ereignisse spielen vor allem bei *Radio Saarschleifenland* (12,7%), *bigFM* (10,7%) und *Radio Salü* (7,5%) eine Rolle.

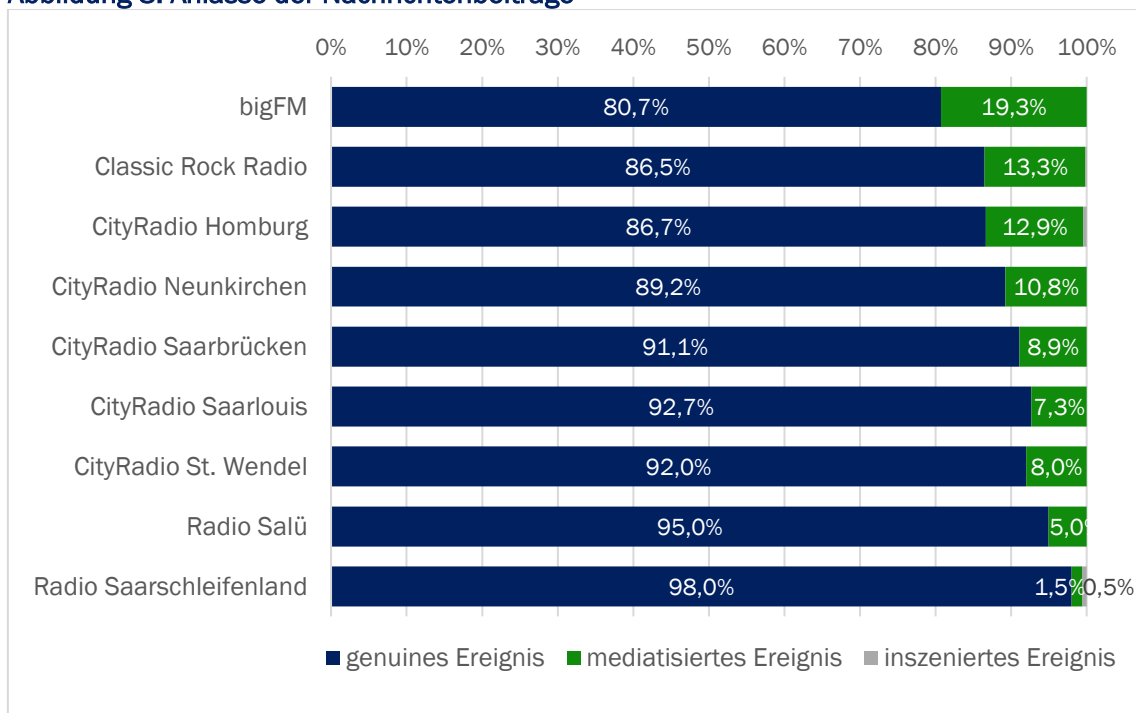
Abbildung 7: Anlässe der Wortbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Abbildung 8 zeigt, dass in den Nachrichtenbeiträgen fast durchweg genuine Ereignisse Anlass für die jeweiligen Nachrichtenbeiträge der Sender sind und inszenierte Ereignisse nur marginal, mit weniger als einem halben Prozent der Spieldauer, vorkommen. *bigFM* sendet mit knapp 20 Prozent einen circa doppelt so hohen Anteil an Berichten über mediatisierte Ereignisse als die *CityRadio-Sender* und fast viermal so hoch wie *Radio Salü*.

**Abbildung 8: Anlässe der Nachrichtenbeiträge**



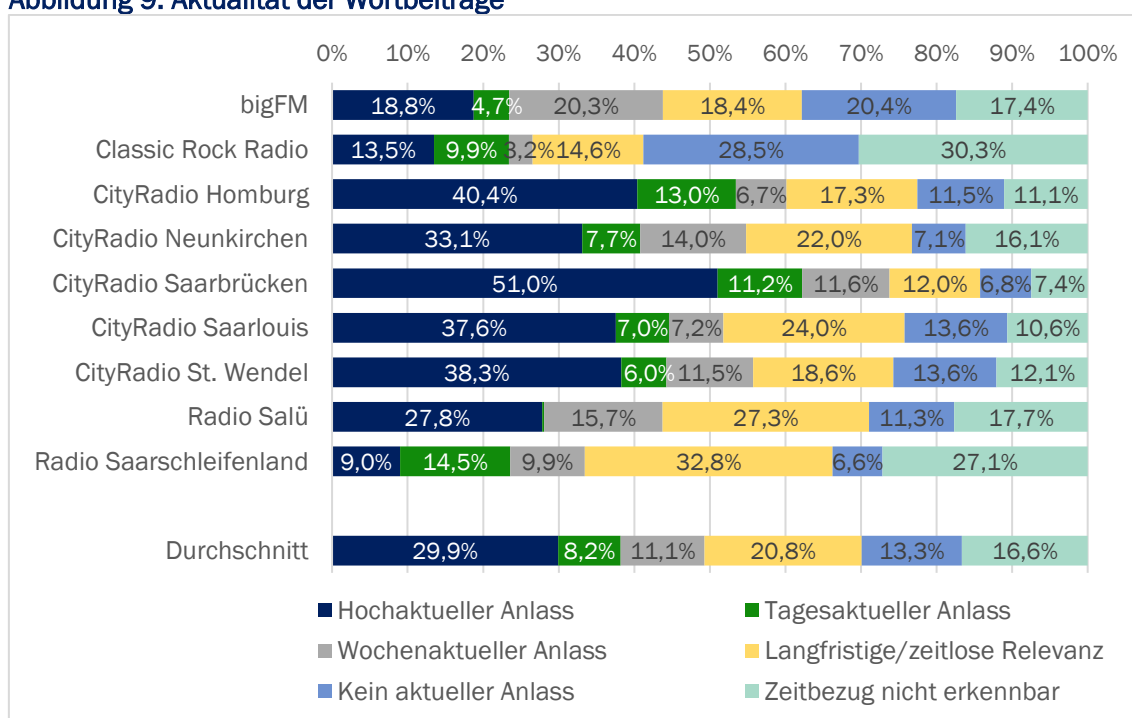
Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

Ein weiteres untersuchtes Merkmal der Tiefenanalyse ist die Aktualität der Wort- und Nachrichtenbeiträge. Bezieht sich ein Ereignis auf den Tag der Berichterstattung, so ist der Zeitbezug hochaktuell. Findet das Ereignis der Berichterstattung einen Tag davor oder danach statt, so handelt es sich um einen tagesaktuellen Bezug. Als wochenaktuell wurde ein Beitrag codiert, wenn das zugrundeliegende Ereignis innerhalb der Woche der Berichterstattung (vor oder nach dem tatsächlichen Tag des Programmpunktes) stattgefunden hat. Langfristig oder zeitlos aktuelle Beiträge können beispielsweise Inhalte zum Klimawandel oder der Digitalisierung enthalten. Es sind Beiträge, die nicht unbedingt ein punktuellere Vorkommnis zum Anlass nehmen, sondern gesellschaftlich oder medial relevantes oder solche Themen, die auf Initiative des Senders hin aufgegriffen werden. Ereignisse, die mehr als eine Woche von der Berichterstattung entfernt liegen, sei es in der Zukunft oder Vergangenheit, haben keinen aktuellen Anlass.

Vergleicht man die Aktualität innerhalb der Wortbeiträge der einzelnen Sender (Abbildung 9), wird deutlich, dass für die *CityRadio-Sender* über 50 Prozent der Sendezeit mit mindestens wochenaktuellen Beiträgen gefüllt ist. *Classic Rock Radio* und *Radio Saarschleifenland* hingegen senden in weniger als einem Drittel der Sendezeit wochenaktuelle Wortbeiträge. *Radio Saarschleifenland* befasst sich in knapp 33 Prozent der Beiträge mit langfristig bzw. zeitlos relevanten Themen. Das Programm von *Classic Rock Radio* ist mit über 28 Prozent ohne

aktuellen Anlass und mit 30 Prozent der Sendezeit ohne erkennbaren Zeitbezug folglich auch als am wenigsten aktuell von allen Sendern einzustufen. Dies ist jedoch größtenteils auf den hohen Anteil an Musikmoderationen bei *Classic Rock Radio* zurückzuführen (vgl. Abbildung 4), die meist überhaupt keinen oder aufgrund der älteren Musik einen nicht aktuellen Zeitbezug aufweisen.

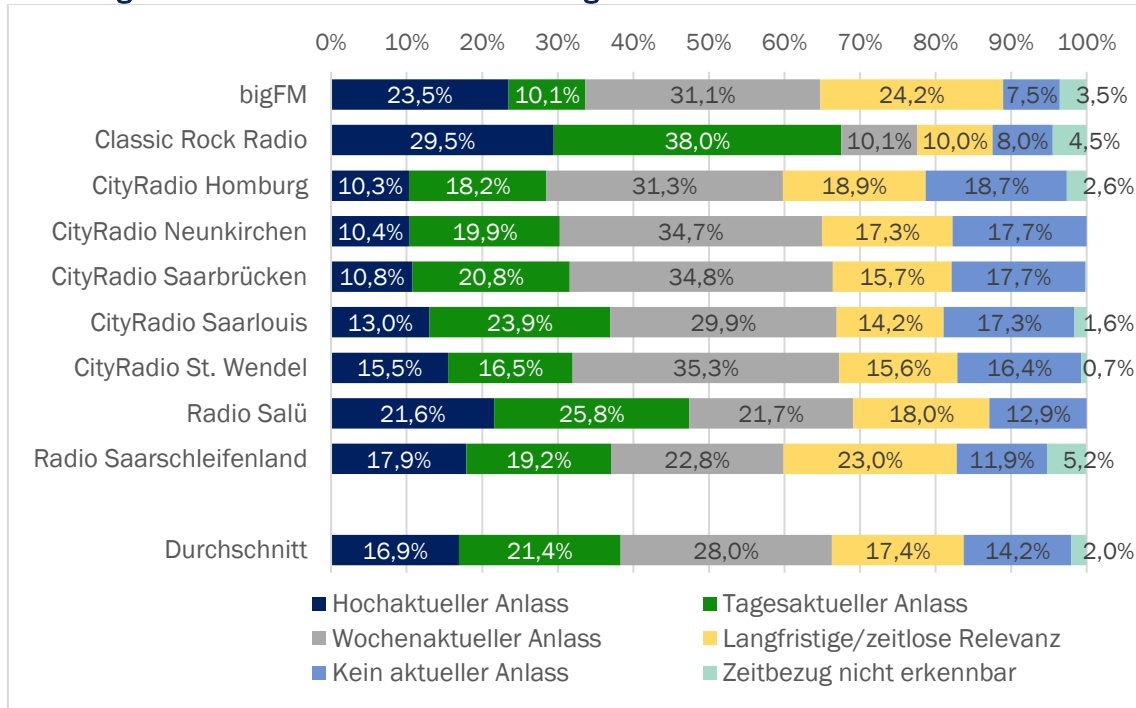
**Abbildung 9: Aktualität der Wortbeiträge**



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Die Aktualität der Nachrichtensendungen ist weitaus homogener gestaltet. Abbildung 10 verdeutlicht, dass zwei Drittel der Sendezeit aller Hörfunkprogramme mindestens wochenaktuelle Nachrichten senden. Vor allem *Classic Rock Radio* hat mit insgesamt 77,6 Prozent einen nennenswerten Anteil an sehr aktuellen Nachrichten (im Gegensatz zu den wenig aktuellen Wortbeiträgen des Senders). Nachrichtensendungen sind ebenfalls für alle neun Radiosender offenkundig zeitgebundener als bei den redaktionellen Wortbeiträgen, *Radio Saarschleifenland* weist mit einem sehr geringen Anteil von lediglich fünf Prozent den höchsten Wert für Nachrichtenbeiträge ohne erkennbaren Zeitbezug auf.

**Abbildung 10: Aktualität der Nachrichtenbeiträge**



Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

### 3.2.3 Geographischer Bezug

Redaktionelle Wortbeiträge, Nachrichten, Servicemeldungen und Kulturtipps beziehen sich meist auf geographische Gebiete, wodurch eine geographische Analyse dieser Wortelemente möglich ist. Es wird aufgezeigt, inwiefern ein Sender regional bzw. lokal ausgerichtet oder geographisch breiter bzw. allgemeiner aufgestellt ist und inwieweit die Hörenden mit lokalen Informationen versorgt werden.

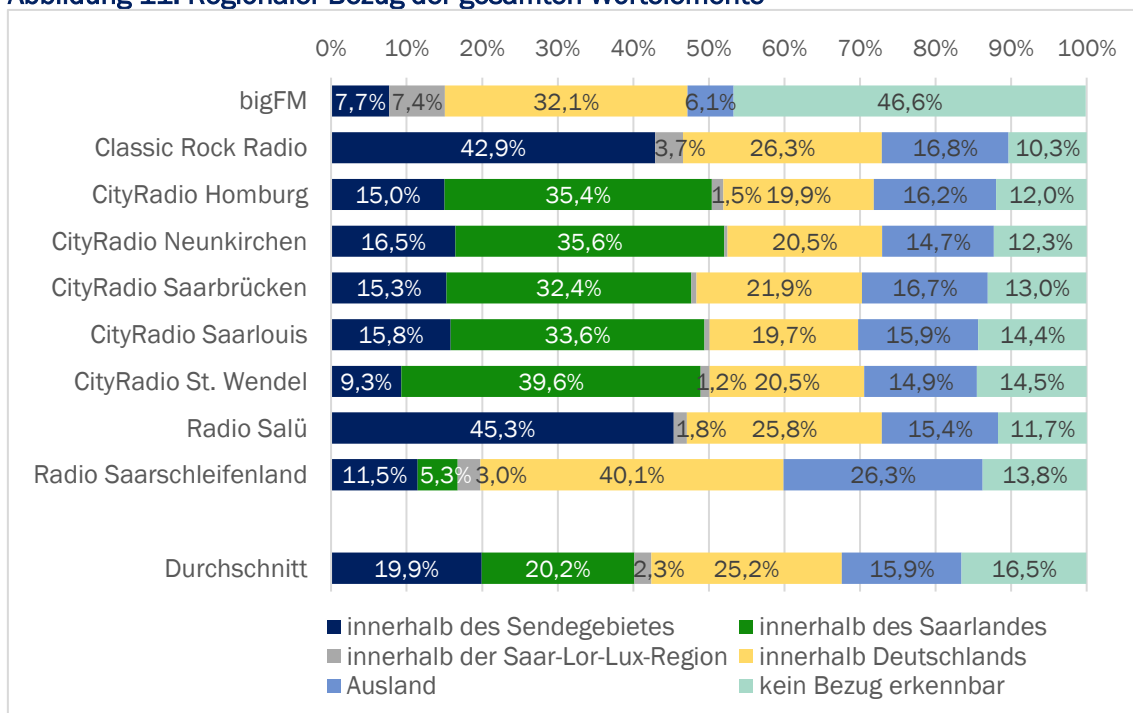
Im Zuge der Analyse werden zwei Aspekte der ortsbezogenen Berichterstattung untersucht. Erstens wird die geographische Ebene erfasst (Gemeinde, Kreis, Bundesland, Bund) und zweitens der Bezug des genannten Ortes zum jeweiligen Sendegebiet des untersuchten Senders.

Es ist wichtig anzumerken, dass die Sendegebiete von *bigFM*, *Classic Rock Radio* und *Radio Salü* keine spezifischen Landkreise (bzw. den Regionalverband Saarbrücken), sondern jeweils das komplette Saarland umfassen. Aus diesem Grund sind in den folgenden Grafiken keine geographischen Bezüge dieser drei Sender innerhalb des Saarlandes vermerkt.

In Abbildung 11 soll zuerst über alle Wortelemente hinweg eine Darstellung des regionalen Bezugs der einzelnen Sender veranschaulicht werden. *bigFM* und *Radio Saarschleifenland* fallen durch einen kleinen Anteil an regionalspezifischen Beiträgen und einen hohen Anteil

an Sendungen zu Städten innerhalb Deutschlands auf. *bigFM* füllt zusätzlich fast die Hälfte der Sendezeit aller Wortelemente mit Sendungen ohne erkennbaren geographischen Bezug, wohingegen *Radio Saarschleifenland* sich mit einem Viertel der Beitragszeit auf das Ausland fokussiert. Die *CityRadio-Sender*, *Classic Rock Radio* und *Radio Salü* füllen jeweils durchschnittlich 45 Prozent der Sendezeit mit Regionalbezügen innerhalb des Saarlandes.

**Abbildung 11: Regionaler Bezug der gesamten Wortelemente**



Basis: gesamte Sendezeit aller Wortelemente (Wortbeiträge, Nachrichten, Servicemeldungen und Veranstaltungstipps)

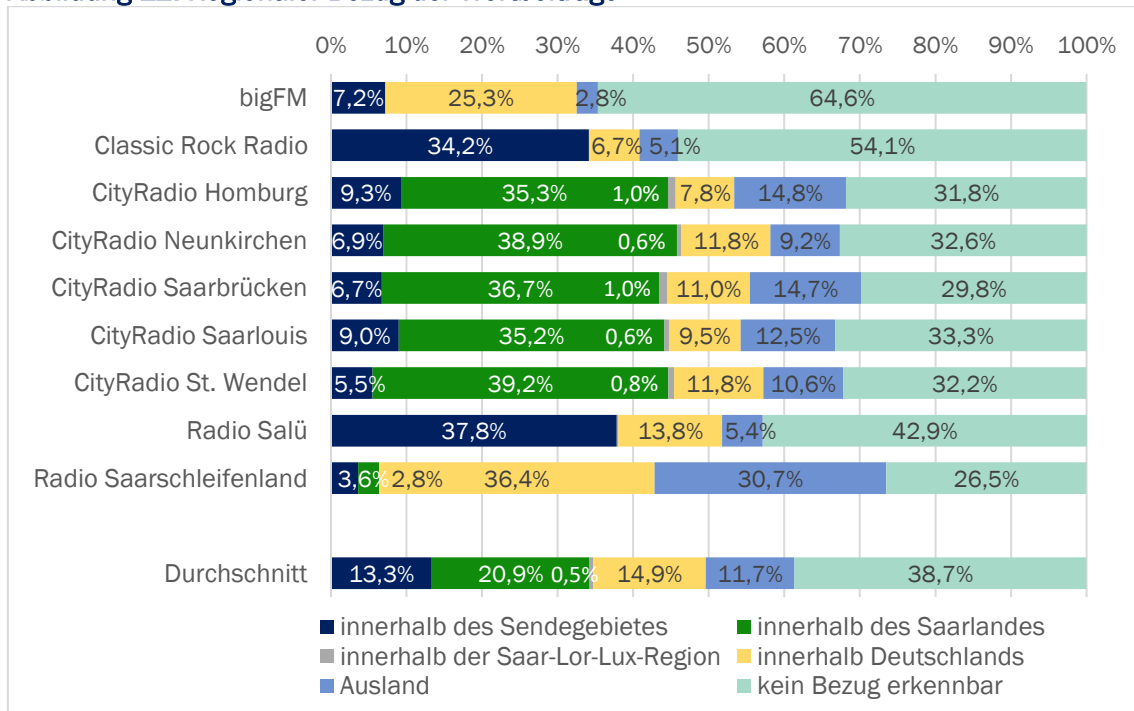
Bei den redaktionellen Wortbeiträgen ist der spezifische Regionalbezug über alle Sender hinweg niedriger ausgeprägt als für die gesamten Wortelemente (vgl. Abbildung 11). *bigFM* und *Radio Saarschleifenland* haben mit jeweils nur knapp sieben Prozent an Bezügen innerhalb des Saarlandes den niedrigsten Anteil an Lokalbezügen von allen (Abbildung 12). Während *Radio Saarschleifenland* einen auffallend hohen Anteil an Deutschland- und Auslandsbezügen aufweist (insgesamt circa zwei Drittel der Sendezeit der Wortbeiträge), ist für den Großteil des redaktionellen Wortprogrammes bei *bigFM* kein geographischer Bezug erkennbar (65%). Keinen erkennbaren Bezug haben beispielsweise Kolleg:innengespräch zu persönlichen Erlebnissen, Beiträge zu Popkultur oder Musikmoderationen, die allgemeiner über Bands und ihre Musik informieren.

*Classic Rock Radio* und *Radio Salü* sind ähnlich aufgebaut, in dem etwa ein Drittel ihrer Wortbeiträge einen spezifischen Bezug zu ihrem Sendegebiet haben (für beide das komplette Saarland). Die *CityRadio-Group* sendet mit knapp unter 50 Prozent ihrer Wortbeiträge einen



hohen Anteil an Programm mit Lokalbezug zu Orten und Gemeinden innerhalb des Saarlandes, circa jeder Dritte analysierte Wortbeitrag ist jeweils ohne erkennbaren Bezug.

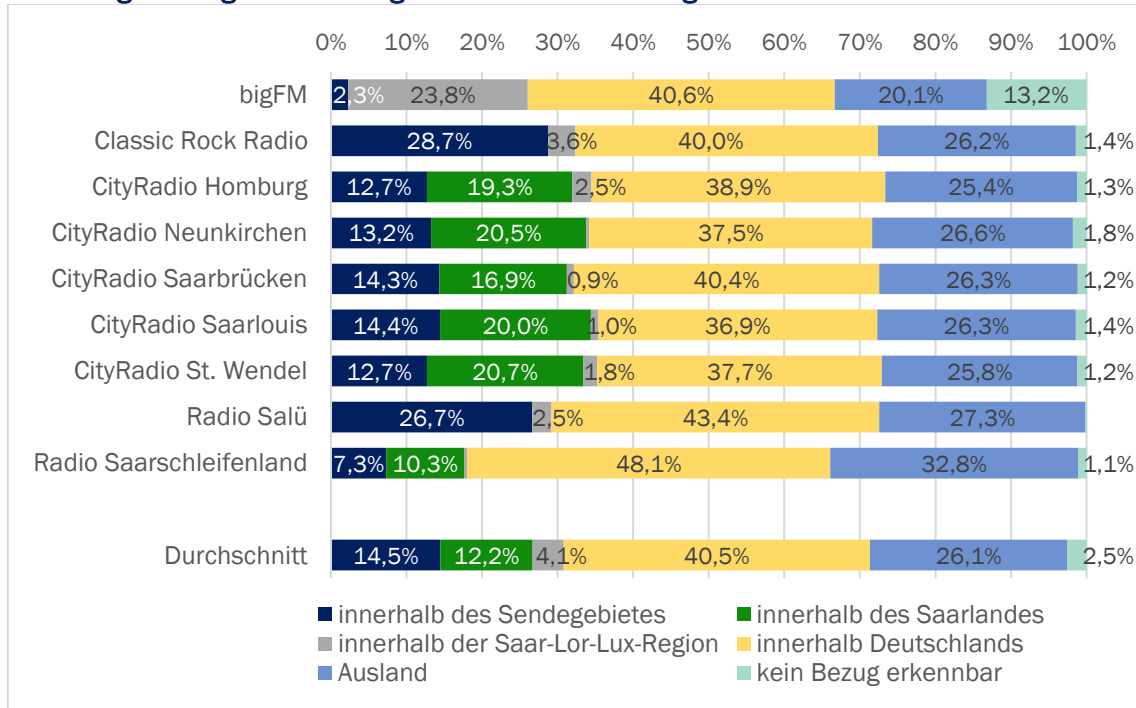
**Abbildung 12: Regionaler Bezug der Wortbeiträge**



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Untersucht man die regionalen Bezüge der Sender innerhalb der Nachrichtenprogramme (Abbildung 13), zeigt sich eine vergleichsweise homogene Struktur. Alle Sender, abgesehen von *bigFM*, haben einen größeren Anteil an Bezügen innerhalb ihres Sendegebietes als bei den redaktionellen Wortbeiträgen. Es wird demnach spezifischer mit Bezug auf das eigene Sendegebiet bzw. Bundesland hin informiert. Bei *bigFM* ist der lokale Anteil mit zwei Prozent noch kleiner, aber die Sendezeit von Bezügen zu der Saar-Lor-Lux-Region ist mit knapp 24 Prozent erheblich größer als bei den anderen Sendern. Dies stammt überwiegend von geographischen Bezügen zu angrenzenden Gebieten in Rheinland-Pfalz, die Teil dieser Region sind (s. Abbildung 19). Die Deutschlandbezüge liegen für alle Sender zwischen 37 und 48 Prozent und sind somit doppelt bis dreimal so hoch wie bei redaktionellen Wortbeiträgen. Die Anteile von nicht erkennbaren geographischen Bezügen sind für alle Sender, abermals abgesehen von *bigFM*, im Vergleich zu den Wortbeiträgen auf einen minimalen Anteil gesunken. *bigFM* sendet über ein Zehntel seiner Nachrichtenbeiträge ohne erkennbaren geographischen Bezug.

**Abbildung 13: Regionaler Bezug der Nachrichtenbeiträge**

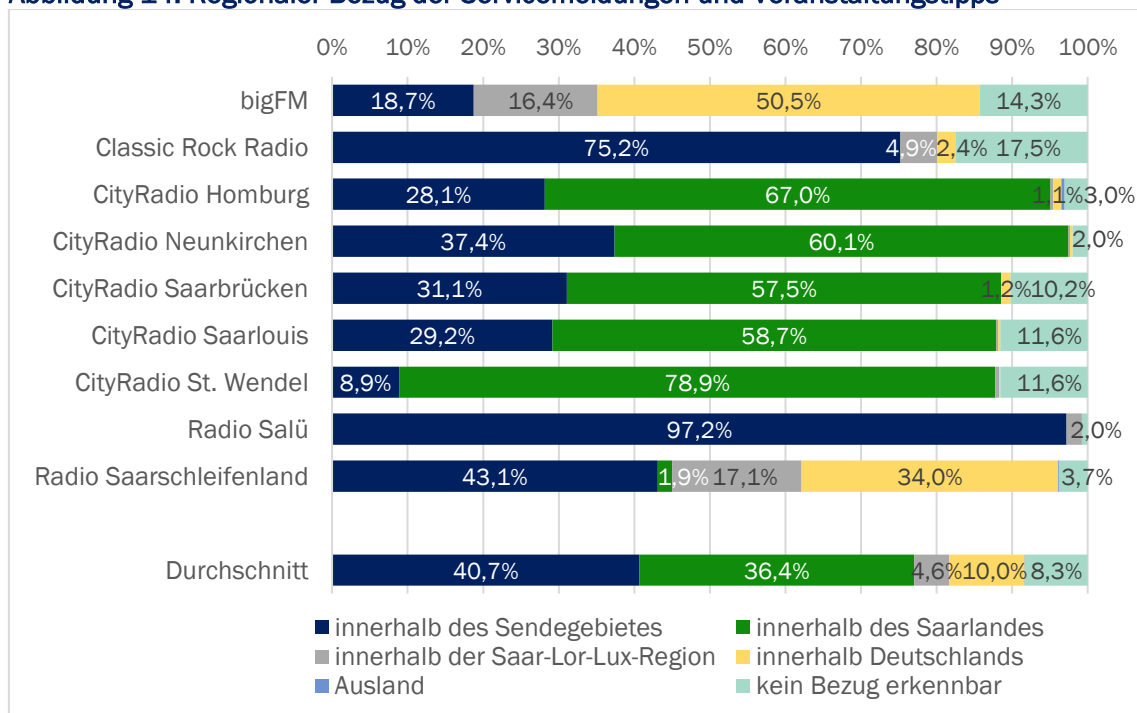


Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

In Bezug auf Servicemeldungen und Veranstaltungstipps wird anhand von Abbildung 14 deutlich, dass *CityRadio Homburg* und *Neunkirchen* als auch *Radio Salü* in über 90 Prozent der Sendezeit dieser Sendeelemente saarlandspezifisch berichten und sich somit stark an ihre lokalen Hörer:innen richten. Bei *City Radio Saarbrücken*, *Saarlouis* und *St. Wendel* sowie *Classic Rock Radio* ist bei 80 bis 90 Prozent des Programmes der Fokus auf das lokale Geschehen erkennbar. *bigFM* fällt wie bei den vorherigen Abbildungen durch einen geringen Anteil an spezifischen Lokalbezügen auf und setzt u. a. einen größeren Fokus auf Wetter- und Verkehrsmeldungen innerhalb Deutschlands (50,5%). *Radio Saarschleifenland* setzt ebenfalls mit circa einem Drittel der Sendezeit auf Servicemeldungen und Tipps mit deutschlandweitem Bezug.

Der verhältnismäßig hohe Anteil (zwischen 10,2 und 17,5 Prozent) an Beiträgen ohne erkennbaren geographischen Bezug bei *bigFM*, *Classic Rock Radio*, *CityRadio Saarbrücken*, *Saarlouis* und *St. Wendel* ist teilweise auf die unterschiedlichen Corona-Maßnahmen zurückzuführen, da viele Veranstaltungen online verlegt wurden und somit diese Events keinem geographischen Ort mehr zugeordnet werden konnten, als auch auf Wettermeldungen, die nicht explizit eine Region benennen.

**Abbildung 14: Regionaler Bezug der Servicemeldungen und Veranstaltungstipps**



Basis: gesamte Sendezeit aller Servicemeldungen, Kultur- und Veranstaltungstipps

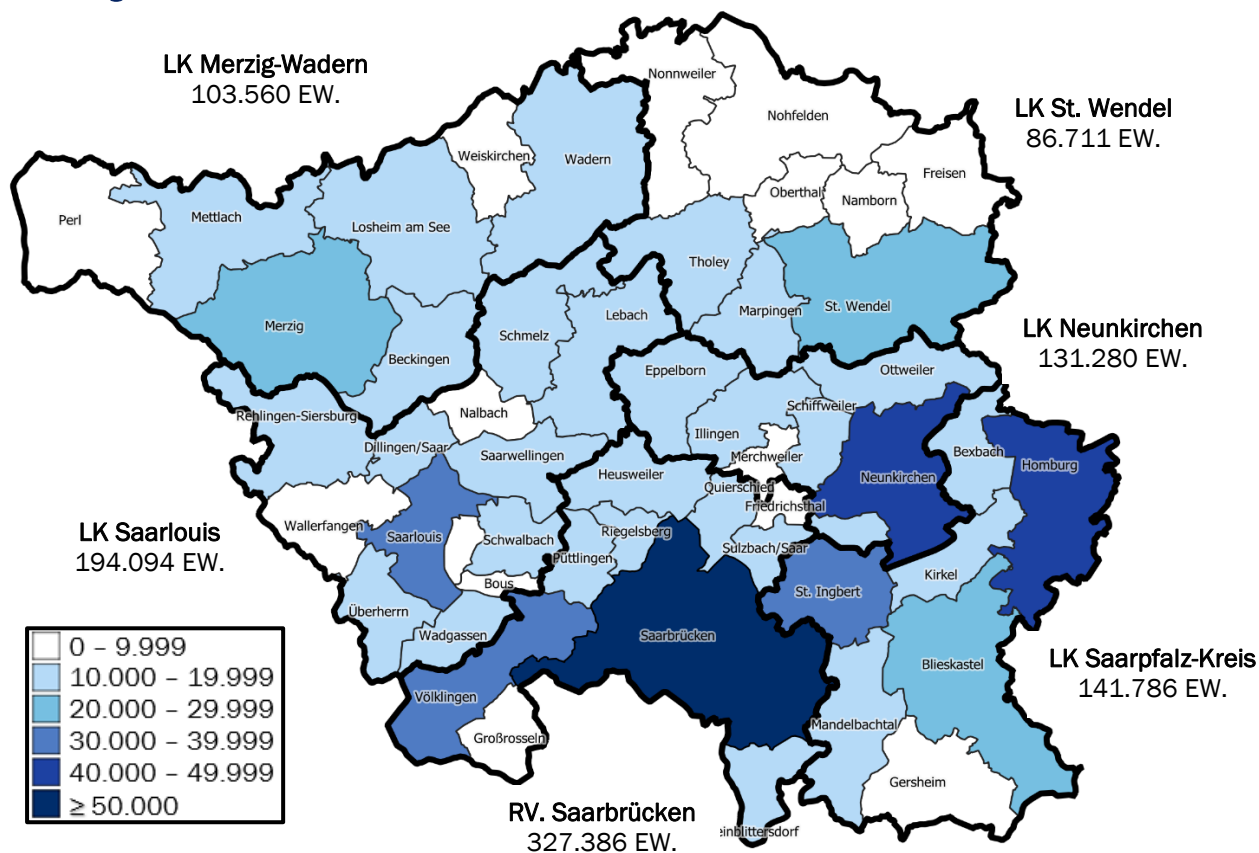
### 3.2.4 Kartographische Regionalanalyse

Eine kartographische Regionalanalyse soll die Ergebnisse aus Kapitel 3.2.3 nochmals vertiefen. Mithilfe von detaillierten Karten soll geprüft werden, mit welcher Intensität über welche spezifischen Gebiete berichtet wird. Hierbei werden Schwerpunkte auf das eigene Sendegebiet als auch auf die bevölkerungsreicheren Städte erwartet.

Insgesamt leben 984.851 Menschen in den sechs Landkreisen (LK) (bzw. Regionalverband Saarbrücken) des Saarlandes. Diese Kreise sind unterschiedlich stark bevölkert, von knapp 87.000 in St. Wendel bis fast 328.000 Einwohner:innen im Regionalverband Saarbrücken. Abbildung 15 zeigt die Bevölkerungsstärken in den saarländischen Kreisen und Gemeinden sowie die Bevölkerungszahlen der Landkreise<sup>4</sup>, deren Kenntnis wiederum wichtig zur Interpretation der geografischen Verteilung der Beitragsdichten ist.

<sup>4</sup> Quelle: Statistisches Amt Saarland. Gebietsstand 30.06.2020

**Abbildung 15: Einwohnerzahlen der Landkreise und Gemeinden im Saarland**



Redaktionelle Wortbeiträge, Nachrichten, Servicemeldungen und Veranstaltungstipps sind alles Wortformen, die eine Zuordnung zu geographischen Gebieten ermöglichen. Sofern die untersuchten Wortelemente tatsächlich einen geographischen Bezug aufweisen, bilden diese Beiträge die Basis der nachfolgenden Karten. Die Beiträge wurden jeweils einer Gemeinde, einem Landkreis sowie einem Bundesland zugeordnet. Durch die Verwendung der amtlichen deutschen Gemeindeklassifizierung konnten Beiträge über Gemeinden oder Kreise nicht nur für sich betrachtet, sondern auch ihrer übergeordneten Einheit zugerechnet werden (Gemeinde zu Landkreis und Landkreis zu Bundesland).

Im vorangegangenen Kapitel (3.2.3) wurden die Bezüge zu dem Sendegebiet, dem Saarland, der Saar-Lor-Lux-Region, Deutschland oder dem Ausland aufgezeigt, also wie viel Prozent der Zeit des Sendeprogrammes über diese jeweiligen Regionen berichtet wurde. Im Folgenden wird verbildlicht, in welchem Maße über welche spezifischen Gemeinden und Bundesländer berichtet wurde. Abbildung 16 und Abbildung 17 zeigen die namentlich genannten Gemeinden und Landkreise innerhalb des Saarlandes, auf denen der geographische Fokus der Sender in ihrer Berichterstattung liegt.

Abbildung 16 verdeutlicht, dass die *CityRadio-Sender* konsistent über ihre eigenen Kernsendegebiete, die Landeshauptstadt und die jeweiligen Kreisstädte der anderen Landkreise berichten. Saarbrücken kommt konstant auf mindestens 14 Prozent der Sendezeit, *Radio Saarbrücken* berichtet sogar mit mehr als 55 Prozent der Zeit über die Landeshauptstadt. Zusätzlich kommen ein paar wenige Gemeinden verstärkt vor, die weder sonderlich groß noch Kreisstädte sind: Die Gemeinde Beckingen im Landkreis Merzig-Wadern taucht aufgrund eines längeren Berichts zum dortigen Saargarten bei allen fünf Sendern in der Analyse auf. Bei *CityRadio Neunkirchen* wurde ein über zweieinhalb-minütiger Bericht zu einem Corona-Ausbruch bei dem SSV Überherrn im Landkreis Saarlouis gesendet, weshalb Überherrn leicht überproportional auftritt. In der Gesamtschau der Abbildung 16 zeigt sich jedoch, dass die *CityRadio-Sender* ihren Schwerpunkt auf ihrem jeweiligen Hauptsendegebiet sowie der Landeshauptstadt haben.

Abbildung 17 zeigt eine zusammengefasste Karte der Regionalbezüge aller neun Programme, drei Karten zu den Sendern mit dem Saarland als Sendegebiet und eine Karte für *Radio Saarschleifenland*, dessen Sendegebiet den Landkreis Merzig-Wandern und den nordöstlichen Teil des Landkreises Saarlouis umfasst.

*Classic Rock Radio* und *Radio Salü* berichten relativ gleichmäßig über das komplette Saarland, wobei Saarbrücken mit jeweils circa einem Viertel der Sendezeit auch hier am häufigsten vorkommt. *bigFM* berichtet vor allem über die Kreisstädte und die umliegenden Gebiete. Die Stadt Merzig erreicht bei *bigFM* aufgrund eines überproportional langen Hörerbeitrags mit einer in Merzig wohnenden Person, über 19 Prozent der Sendezeit aller geographisch-bezogenen Beiträge des Saarlandes.<sup>5</sup> *Radio Saarschleifenland* berichtet, was die Gemeinden im Saarland angeht, fast ausschließlich über das eigene Sendegebiet. Zusätzlich wird über die Landeshauptstadt, Dillingen und Saarlouis berichtet. Dillingen ist für die Sender in Abbildung 17 stärker hervorgehoben, da am 21.08. über die Einführung einer Produktionsanlage für CO<sub>2</sub>-freien Stahl in der Dillinger Hütte berichtet wurde.

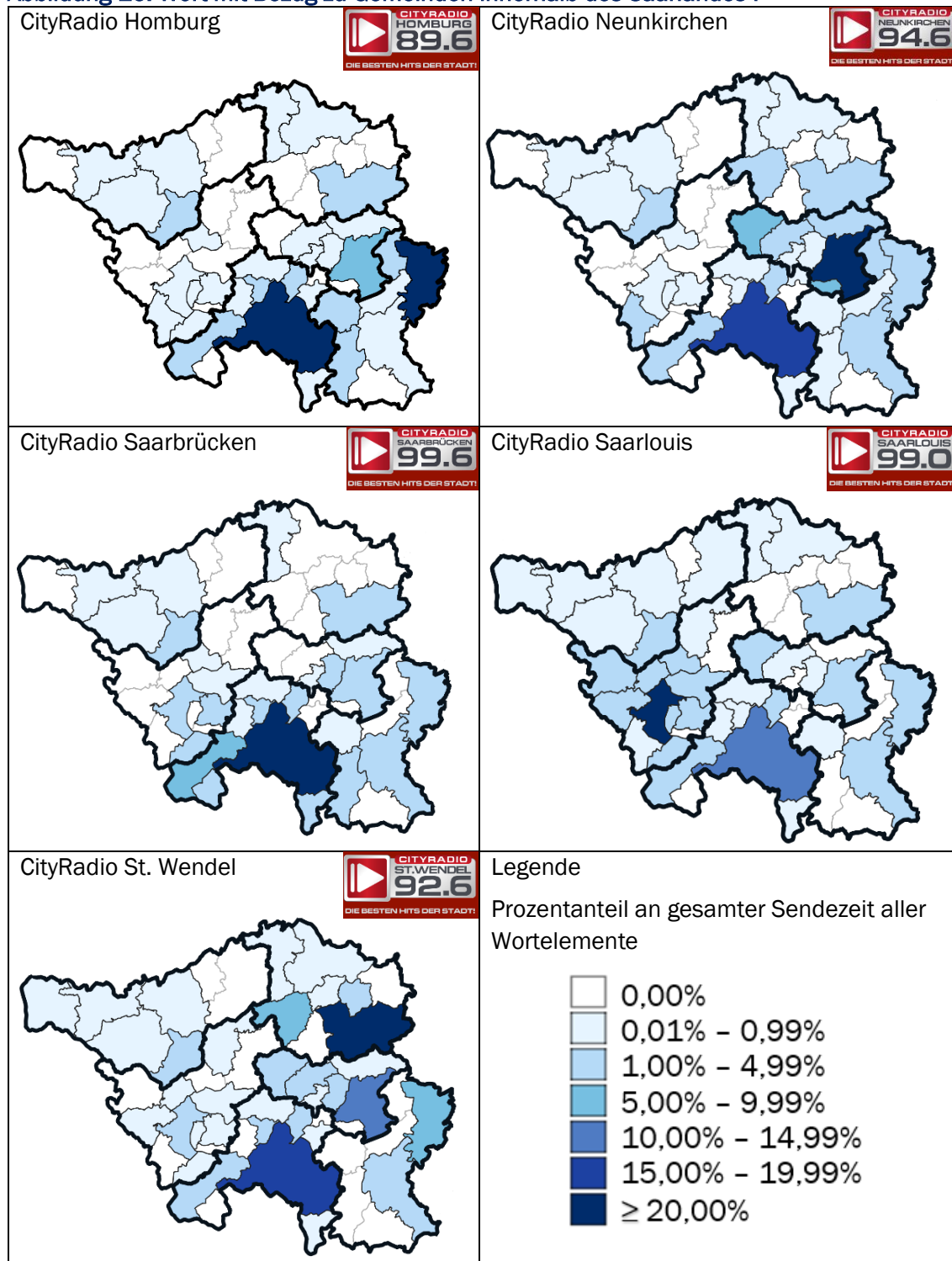
Über alle Sender hinweg zeigt sich, dass die Landeshauptstadt Saarbrücken und die Kreisstädte die höchsten Werte aufweisen. Die Gemeinde Marpingen im Landkreis St. Wendel ist der einzige Ort, über den innerhalb der untersuchten Stichprobentage nicht berichtet wurde.

---

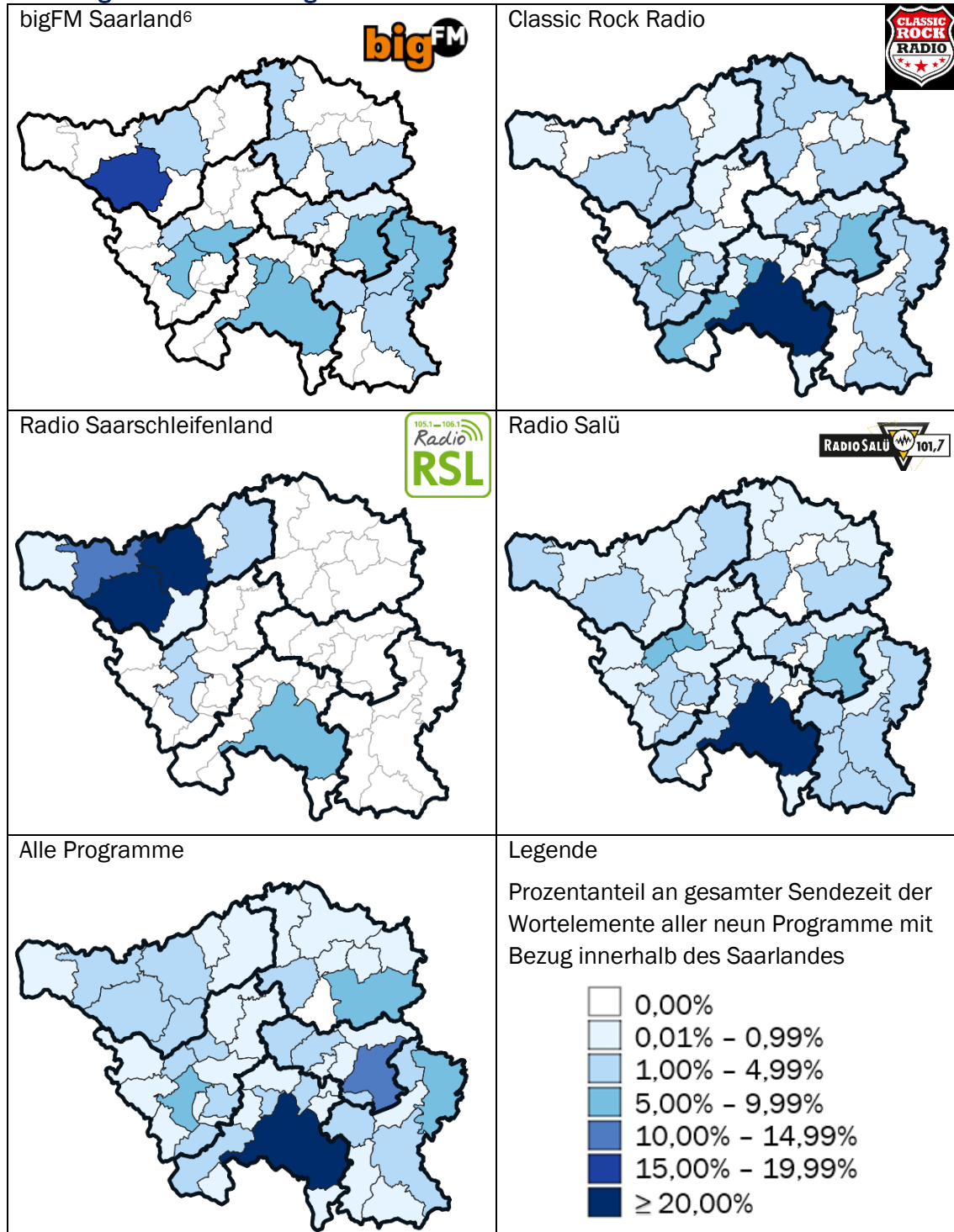
<sup>5</sup> Länge des Wortbeitrags: 2:13 Min. (Gesamtlänge Saarland-bezogene Beiträge für bigFM: 14:24 Min.)

Handlung: Hörergespräch über die Sängerin *Tones and I* mit anschließender Einladung zu einem Zoom-Meeting mit der Sängerin

Abbildung 16: Wort mit Bezug zu Gemeinden innerhalb des Saarlandes I



**Abbildung 17: Wort mit Bezug zu Gemeinden innerhalb des Saarlandes II**



<sup>6</sup> Ein überproportional langer Hörerbeitrag mit einer in Merzig wohnenden Person führt hier zu der unerwartet dunklen Einfärbung des Gebietes.

Abbildung 18 bis 20 bilden die geografischen Bezüge der Wortelemente inner- und außerhalb des Saarlandes in Deutschland ab. Die Städte und Regionen, über die im deutschlandweiten Kontext am häufigsten berichtet wird, sind vor allem die Bundeshauptstadt Berlin sowie die dem Saarland naheliegendsten Bundesländer (Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg) und ihre Großstädte. Alle Sender berichteten ebenfalls auffallend häufig über Leipzig, was an der Teilnahme von RB Leipzig am Halbfinale der Champions-League am 18. August und Ausschreitungen im Leipziger Stadtteil Connewitz Anfang September liegt. Auch Solingen nahe Düsseldorf in Nordrhein-Westfalen bekam aufgrund eines dortigen Familienverbrechens überproportional viel Sendezeit.

*bigFM* berichtet am häufigsten über Geschehen außerhalb des eigenen Sendegebiets, insbesondere aus den Bundesländern ihrer anderen Senderstandorte Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg. *Radio Saarschleifenland* berichtete mit 13 Prozent der Sendezeit etwas häufiger über Bremen, da mehrmals innerhalb des Formats „Radio-reise“ Beiträge über die Stadt gesendet wurden.



Abbildung 18: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland I

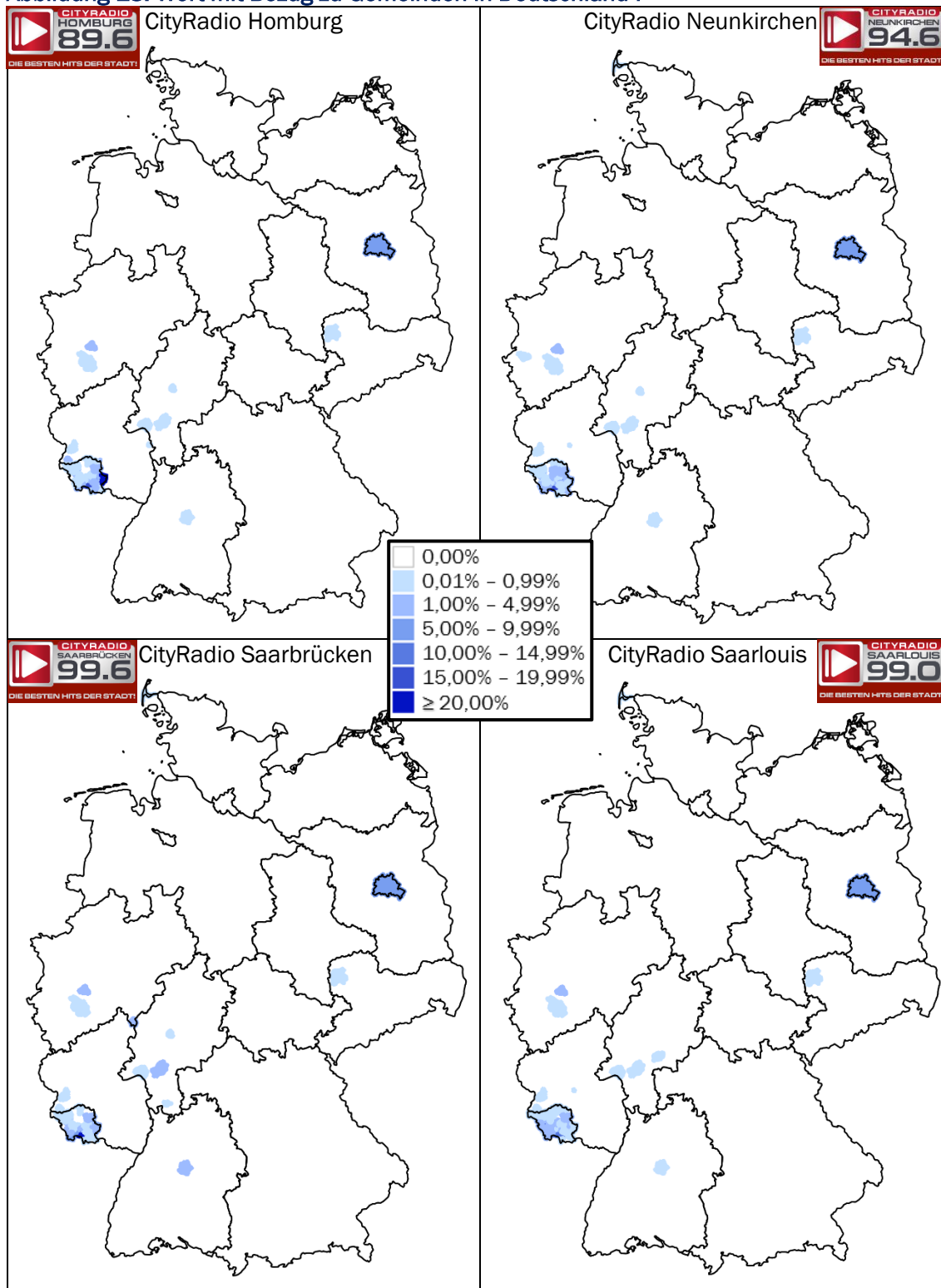


Abbildung 19: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland II

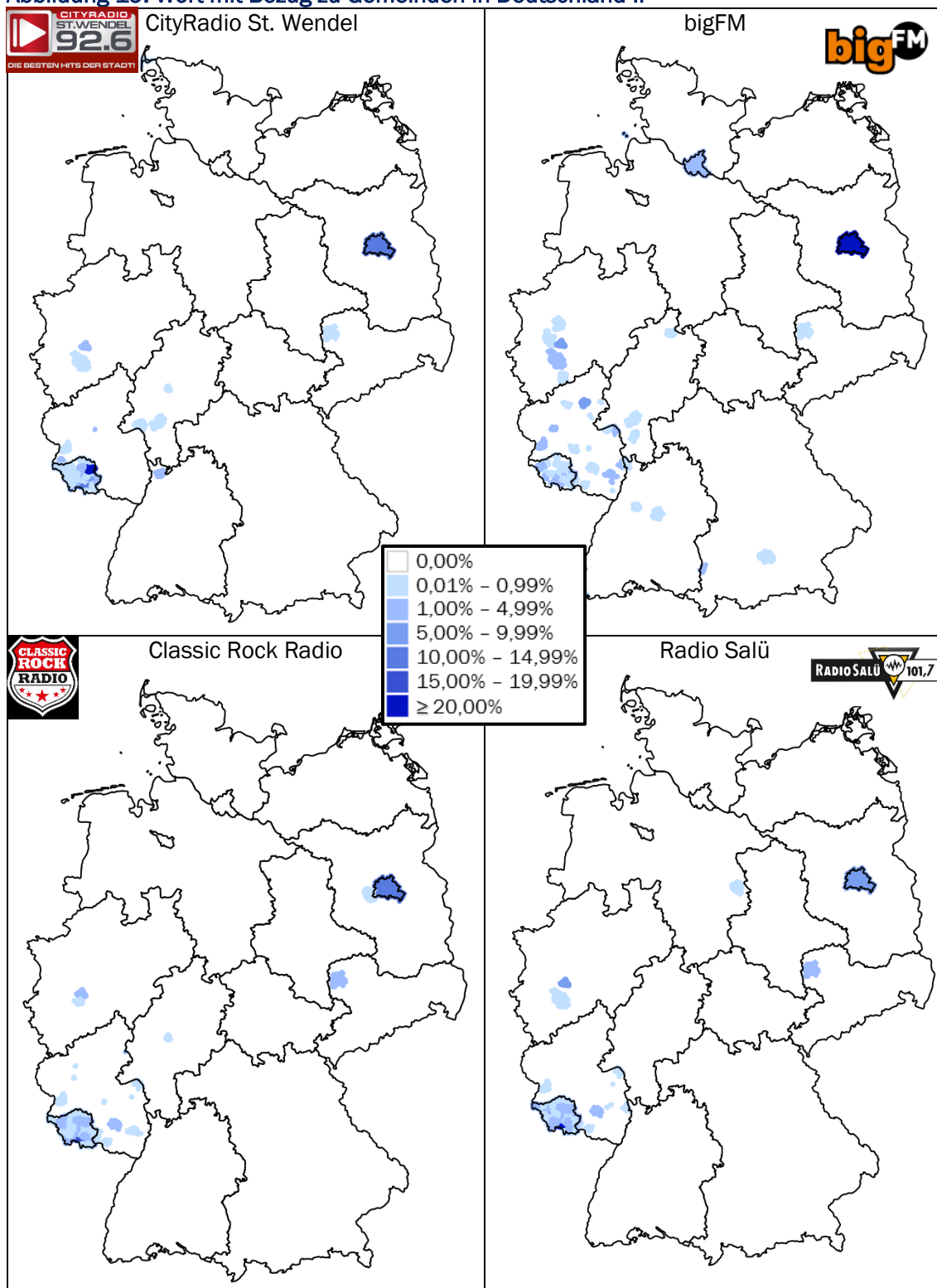
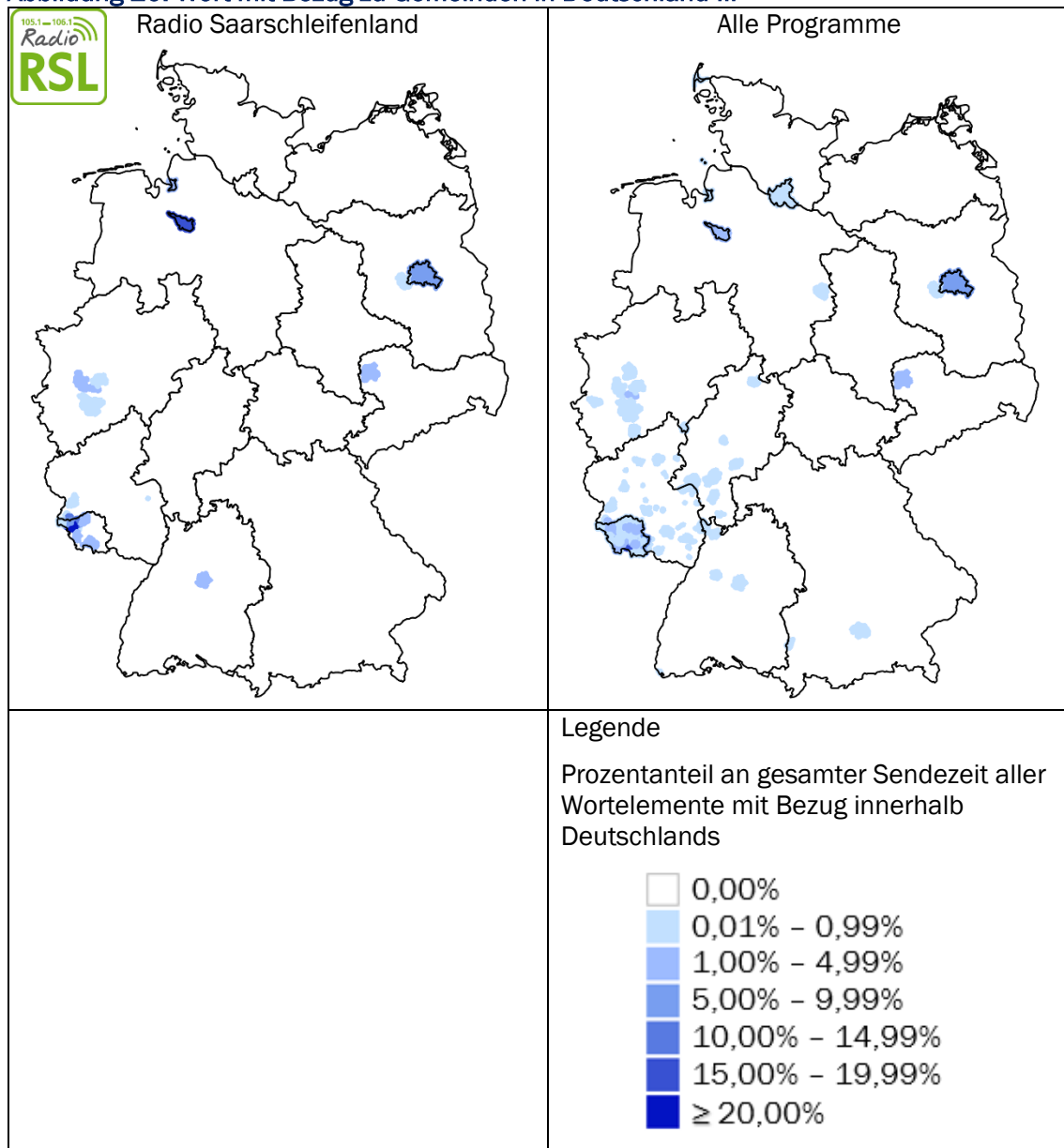


Abbildung 20: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland III



Die Abbildung 21 bis 23 verdeutlichen nochmals das in den vorherigen Deutschlandkarten sichtbare Ergebnis auf Bundeslandebene: vor allem das Saarland, angrenzende Länder und die Bundeshauptstadt Berlin stehen im Fokus der Berichterstattung. *bigFM* berichtet von allen Sendern am häufigsten über Ereignisse in anderen Bundesländern. Über die nördlichen Bundesländer wird demgegenüber wenig bis gar nicht berichtet.

Abbildung 21: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern I

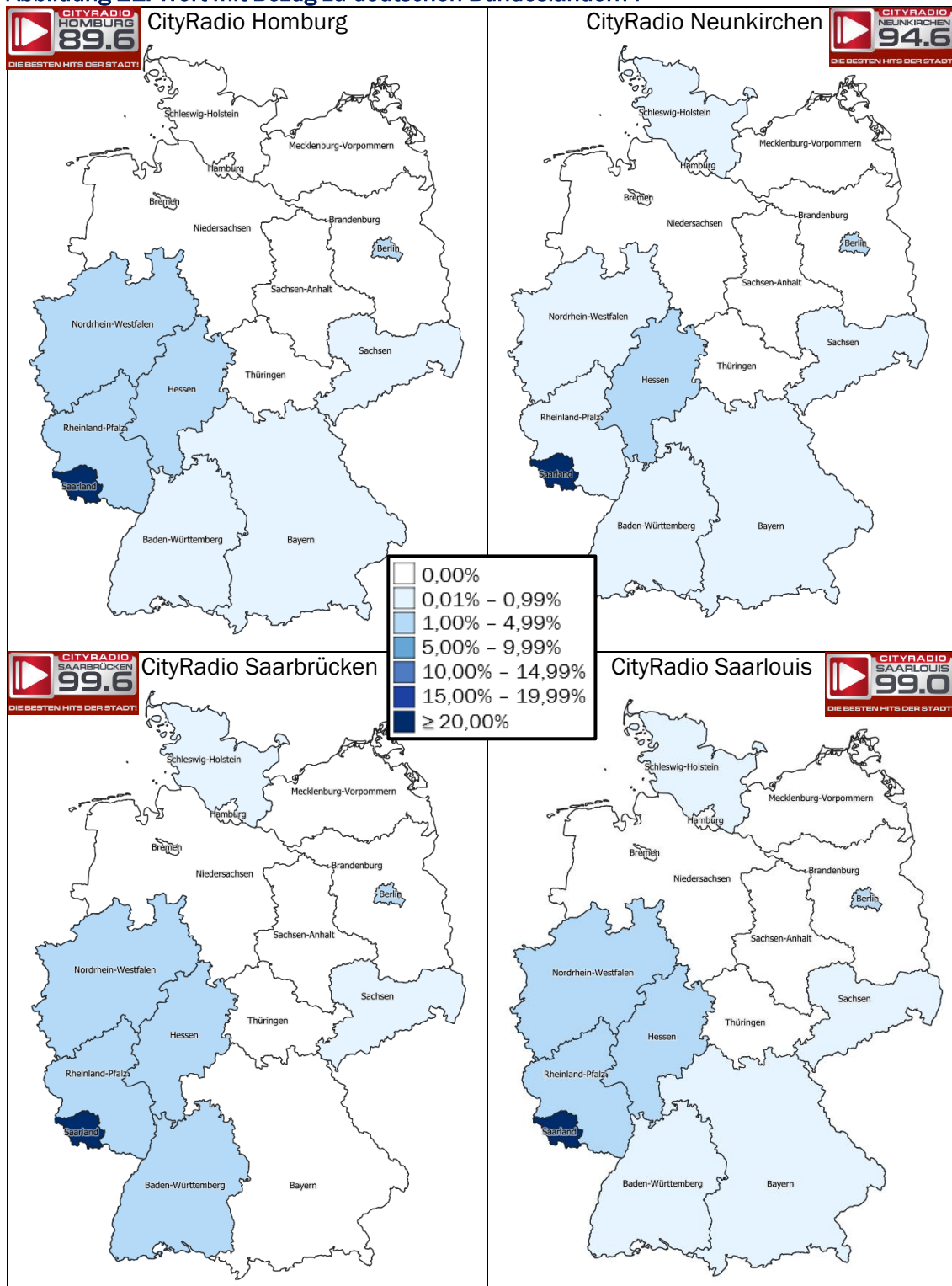


Abbildung 22: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern II

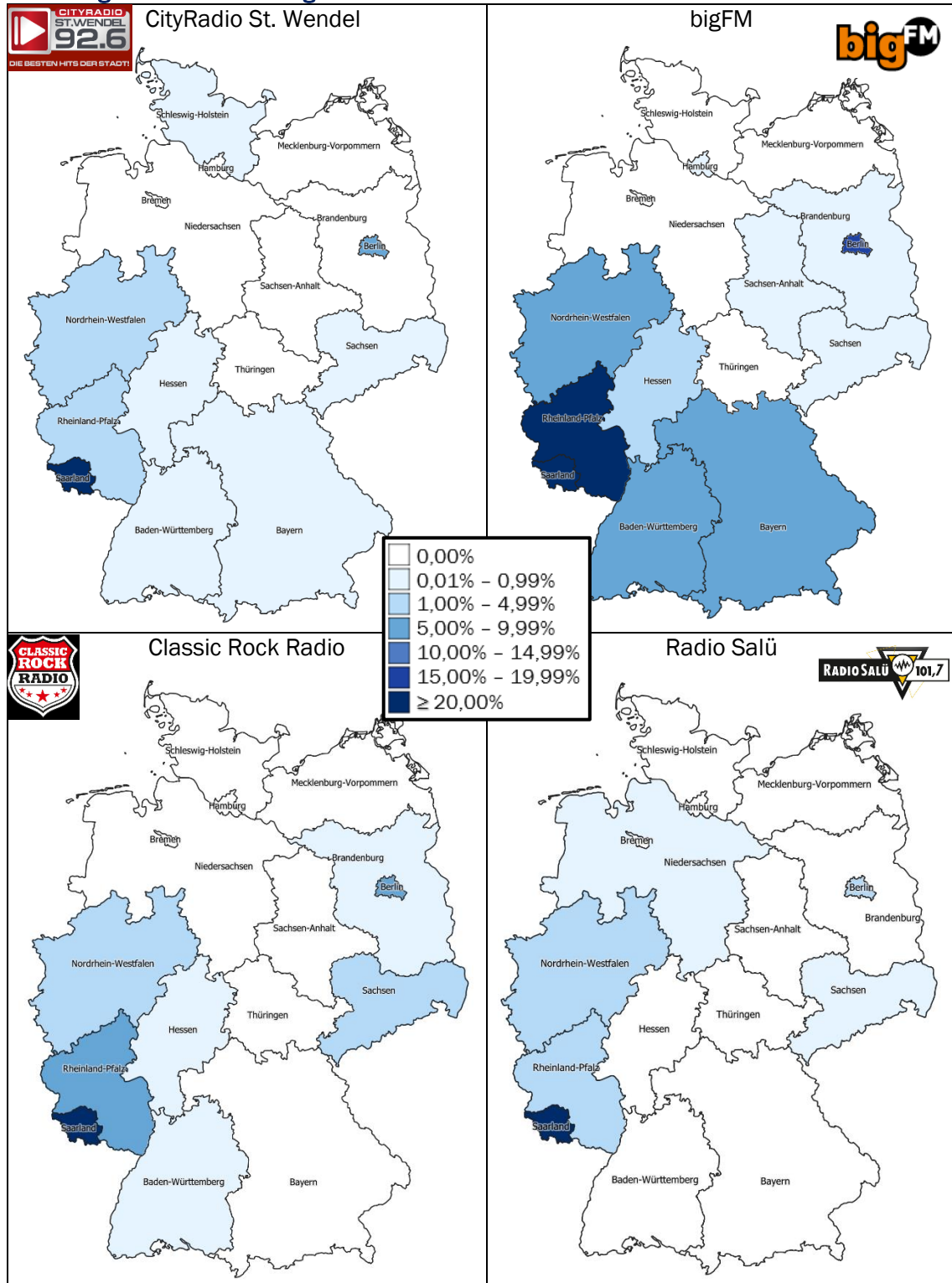
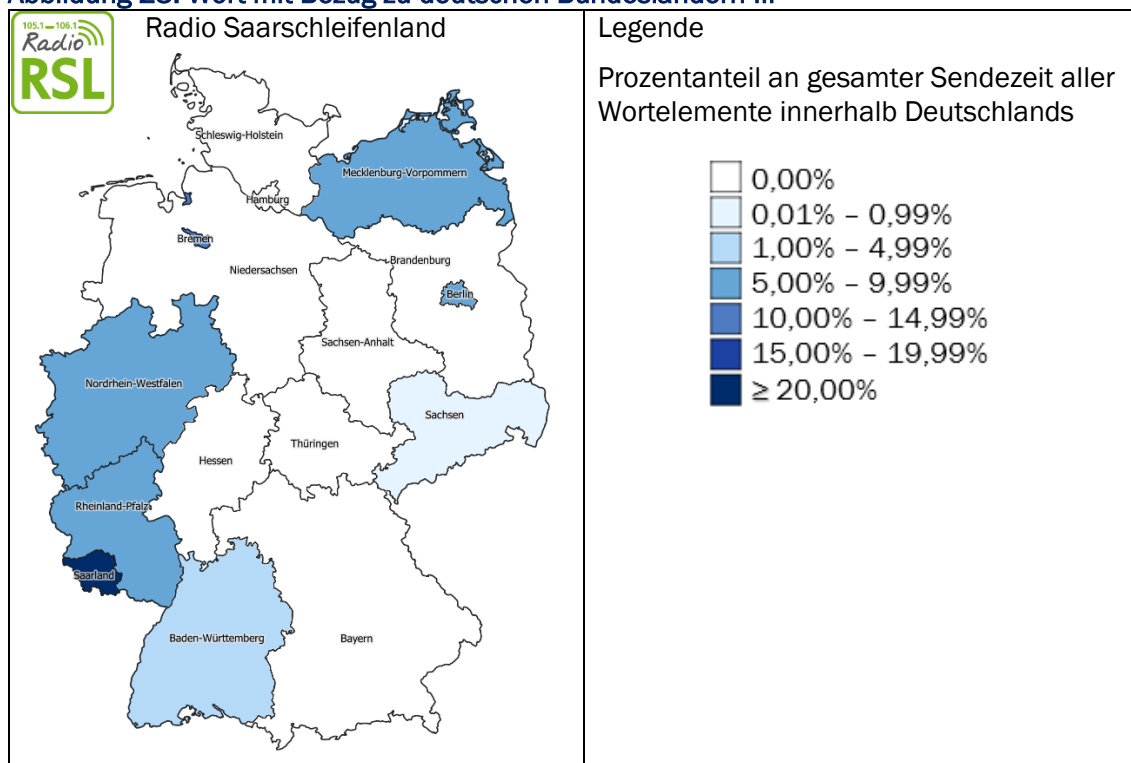


Abbildung 23: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern III



### 3.2.5 Präsentationsstil und Personalisierung

Die journalistische Aufbereitung der Hörfunkprogramme wurde anhand von unterschiedlichen Dimensionen innerhalb der Tiefenanalyse untersucht. Dazu gehören Präsentationsstil, Personalisierungsgrad, Komplexität und Relevanz der Beiträge.

In diesem Unterkapitel geht es um die ersten zwei der vier Aspekte, die eine objektive Beschreibung der journalistischen Qualität ermöglichen sollen. Der Präsentationsstil wird in acht unterschiedliche Kategorien von sachlich neutral bis satirisch unterteilt:

1. Sachlich informierend/neutral: rein objektiver, informierender Beitrag ohne Wertung und ohne Unterhaltungscharakter
2. Analytisch kritisch/abwägend: ausgewogener und sachlicher Beitrag mit kritischer Neigung
3. Unterhaltsam informierend: unterhaltender Stil oder Unterhaltungselemente, welche die Informationsvermittlung fördern (bspw. Infotainment, narrative Berichterstattung)
4. Unterhaltend: Unterhaltung an sich steht im Vordergrund, Informationen werden nicht oder eher nebensächlich vermittelt (bspw. Spiele für Hörer:innen)

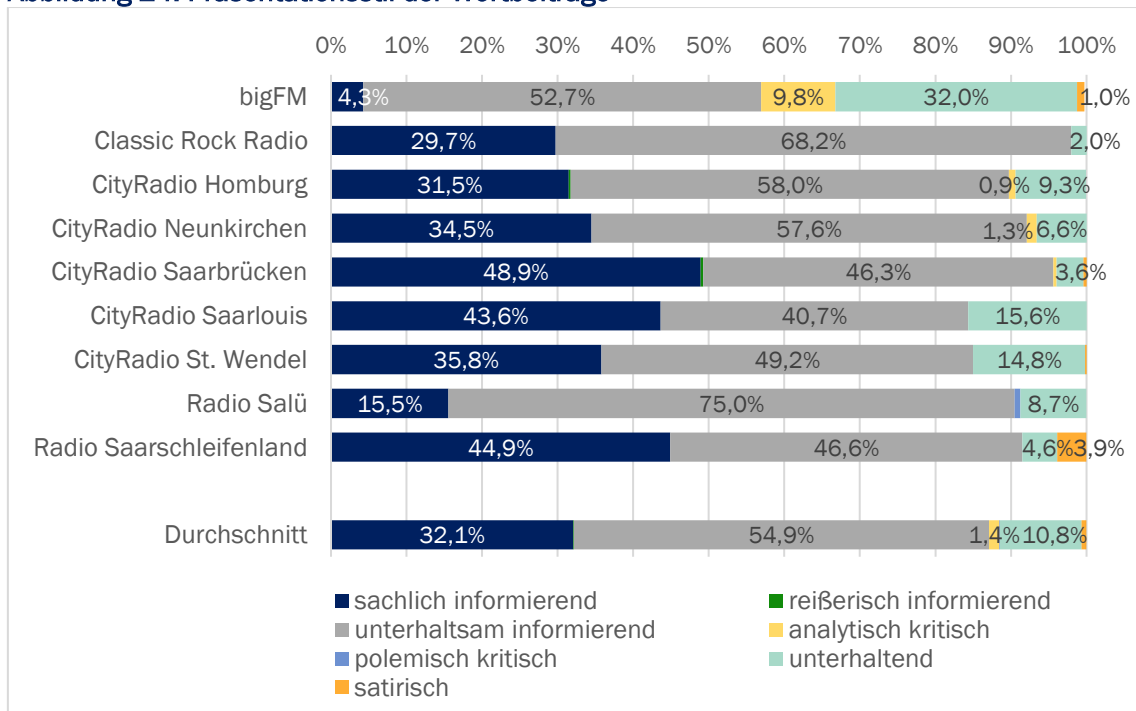
5. Satirisch/parodistisch: humoristischer kritischer Beitrag, meist mit politischer oder gesellschaftlicher Dimension (bspw. Satire, Kabarett)
6. Zustimmend/affirmativ: einseitig zustimmender Beitrag, Probleme oder negative Aspekte des Sachverhaltes bleiben außen vor
7. Polemisch kritisch: einseitig ablehnende, undistanzierte Haltung des Beitrages
8. Reißerisch informierend: skandalisierende oder überhöhte Darstellung des Sachverhaltes

Abbildung 24 gibt Aufschluss über die prozentualen Zeitanteile der redaktionellen Wortbeiträge mit entsprechendem Präsentationstil pro Sender an der Gesamtzeit aller redaktionellen Wortbeiträge.

Für alle saarländischen Hörfunkprogramme liegt der stilistische Fokus auf sachlichen und unterhaltsam informierenden Wortbeiträgen, wobei der Hauptanteil auf den informativ unterhaltenden Elementen liegt (vgl. Abbildung 24). *Radio Salü* und *Classic Rock Radio* haben die meisten Beiträge mit einer unterhaltsam informierenden Ausrichtung. *bigFM* dagegen füllt als einziger Sender einen großen Anteil (hier ein Drittel) seiner Sendezeit innerhalb der Wortbeiträge in einem rein unterhaltenden Stil. *Radio Saarschleifenland* sendet ausgewogen sachlich und unterhaltsam informierende Beiträge und hat zusätzlich einen Anteil von knapp vier Prozent an satirischen Inhalten.

Alle Sender verzichten weitgehend oder gänzlich auf polemische, reißerische oder affirmative Berichterstattung. Auffallend sind die geringen Anteile an analytisch kritischen Wortbeiträgen, mit knapp 10 Prozent findet sich lediglich bei *bigFM* ein nennenswerter und überraschend hoher Anteil.

**Abbildung 24: Präsentationsstil der Wortbeiträge**

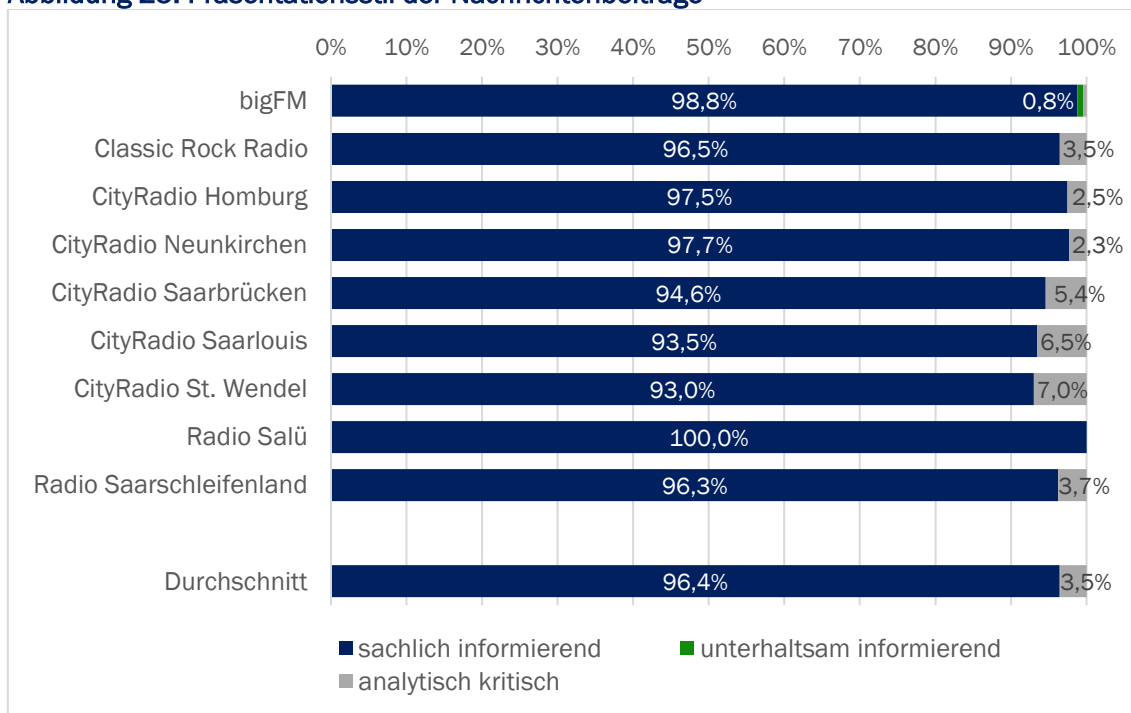


Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Nachrichten sind im Vergleich zu redaktionellen Wortbeiträgen nahezu ausschließlich im sachlich informierenden/neutralen Stil gehalten (vgl. Abbildung 25). *CityRadio St. Wendel* hat mit sieben Prozent den höchsten Anteil an analytischen Nachrichtenbeiträgen und *bigFM* weist als einziger Sender einen Anteil von knapp unter einem Prozent an unterhaltsam informierenden Nachrichten auf.



**Abbildung 25: Präsentationsstil der Nachrichtenbeiträge**

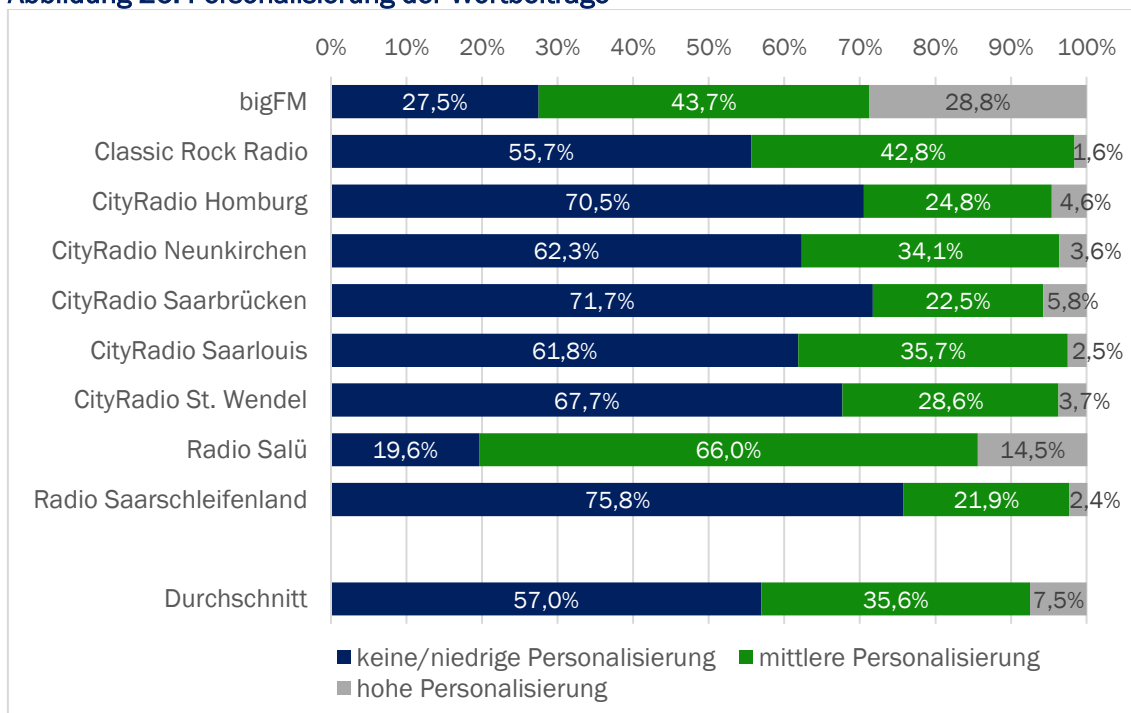


Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

Zusätzlich zu dem Präsentationsstil, gibt der Personalisierungsgrad Aufschluss über die journalistische Aufbereitung des Beitrages. Die Personalisierung wird jeweils in drei Kategorien unterteilt und bezieht sich in Wortbeiträgen auf das Einfließenlassen von persönlichen Meinungen, Geschichten usw. innerhalb des Erzählten. In Bezug auf die Nachrichten bedeutet eine niedrige Personalisierung, dass eine weitgehend sachliche Beschreibung von Tatsachen ohne besonderen Fokus auf die Handelnden stattgefunden hat. Eine mittlere Personalisierung beschreibt eine gleichmäßige Thematisierung von Sachverhalten und Personen und ein hoher Anteil an Personalisierung bedeutet, dass das Berichtete das Erleben bzw. Schicksal der Menschen in den Mittelpunkt stellt.

Abbildung 26 verdeutlicht, dass vor allem *bigFM* und *Radio Salü* häufiger ihre redaktionellen Wortbeiträge stärker personalisieren und persönliche Meinungen der Moderator:innen einfließen lassen, wohingegen vor allem *Radio Saarschleifenland*, mit drei Viertel der Wortbeiträge, sowie *CityRadio Homburg* und *CityRadio Saarbrücken* in circa 70 Prozent der Sendezeit stilistisch ohne bzw. mit niedriger Personalisierung arbeiten.

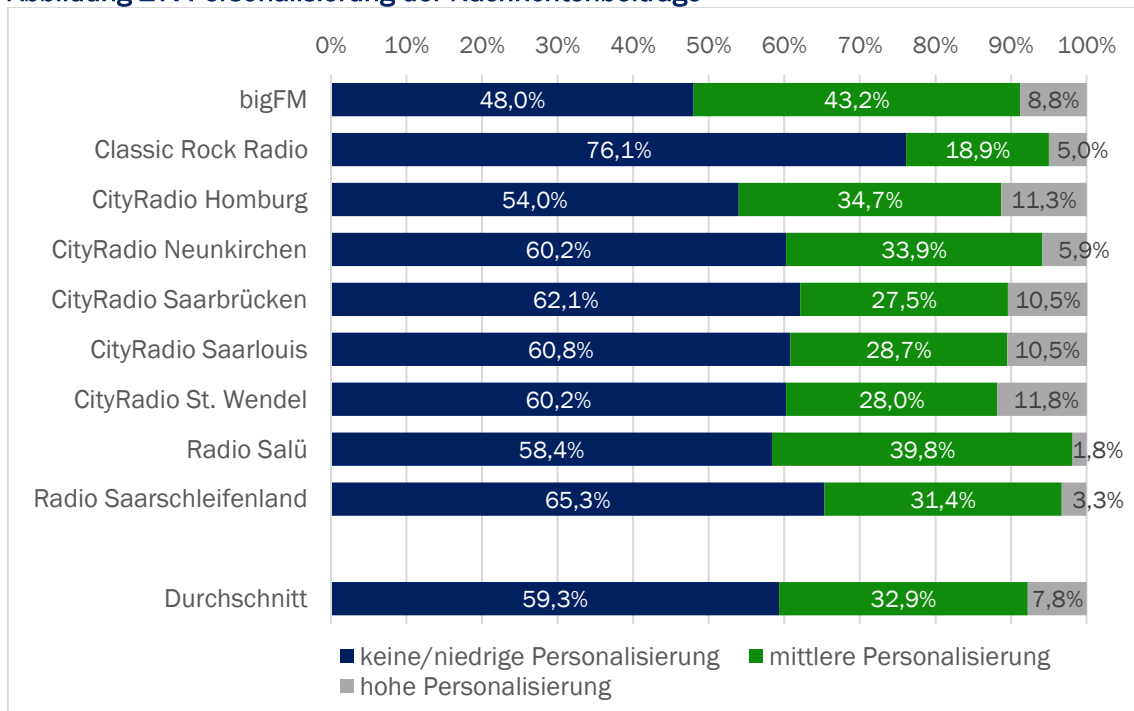
**Abbildung 26: Personalisierung der Wortbeiträge**



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Innerhalb der Nachrichtenbeiträge zeigt sich ein noch homogeneres Bild (Abbildung 27). Generell ist etwa die Hälfte der Nachrichtensendungen überwiegend auf Sachverhalte statt auf Erlebnisse der Akteure fokussiert und circa ein Drittel der Berichterstattungen streben eine gleichrangige Thematisierung (mittlere Personalisierung) an. *Classic Rock Radio* sticht mit einem Anteil von über 76 Prozent an Nachrichtensendezeit ohne Personalisierung heraus. Eine hohe Personalisierung, der Fokus auf das Erleben und Schicksale von Akteuren, findet über alle untersuchten Hörfunkprogramme hinweg wenig statt, immerhin aber in einem Zehntel der Sendezeit der *CityRadio-Group* (mit Ausnahme von *CityRadio Neunkirchen*).

**Abbildung 27: Personalisierung der Nachrichtenbeiträge**



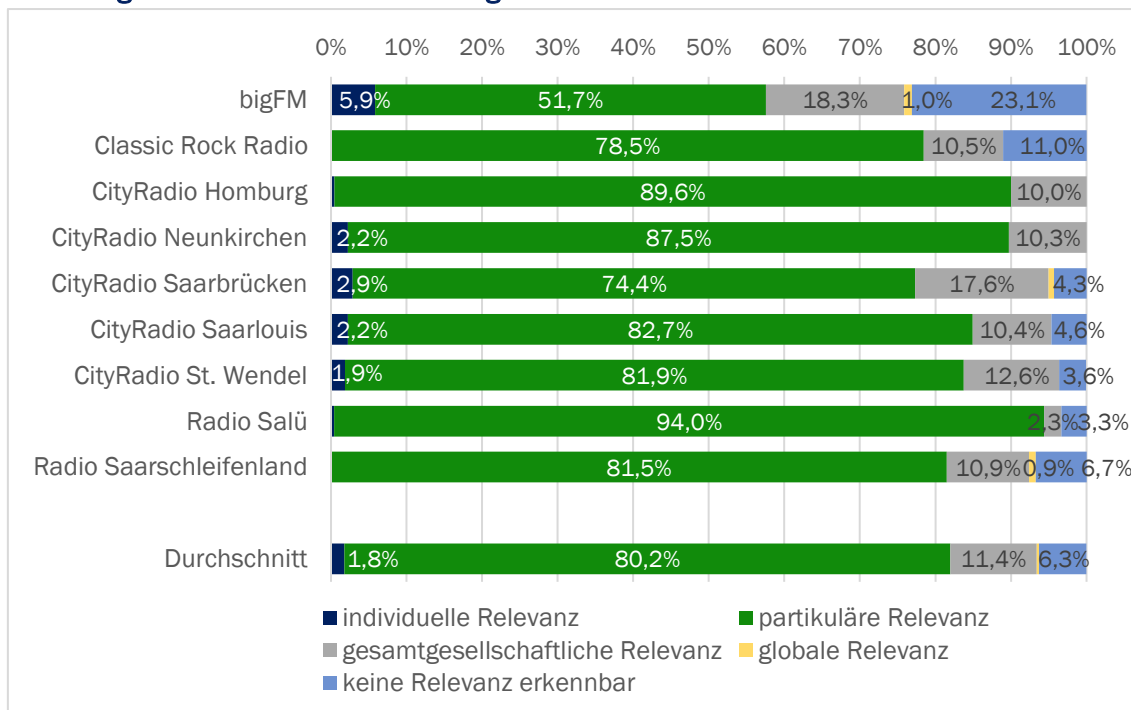
Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

### 3.2.6 Relevanz und Komplexität

Die zwei letzten untersuchten Dimensionen der journalistischen Aufbereitung sind die Relevanz und Komplexität der Beiträge. Mit der Relevanz wurde codiert, für welche Personengruppen die Ereignisse des Beitrags von Bedeutung sind. Der Klimawandel oder weltweite Corona-Fallzahlen wären beispielsweise Ereignisse von globaler Relevanz, da alle Menschen gleichermaßen betroffen sind. Gesamtgesellschaftliche Relevanz hat ein Beitrag, der die ganze deutsche Bevölkerung betrifft. Ist eine bestimmte gesellschaftliche Gruppe betroffen, beispielsweise die Bevölkerung St. Wendels oder Fußballfans, dann wurde der Beitrag als partikulär relevant codiert. Beiträge, die nur eine Einzelperson betreffen (individuelle Relevanz) sind zum Beispiel Verkehrsunfälle, die keine Auswirkung auf den Straßenverkehr haben oder ein Hörer:innenbeitrag, der nur die angerufene Person betrifft.

Anhand von Abbildung 28 wird deutlich, dass in den allermeisten Fällen redaktionelle Wortbeiträge von partikulärer Relevanz (durchschnittlich 80%) sind. *Radio Salü* hat mit 94 Prozent einen noch höheren Anteil an Beiträgen, die nur für spezifische gesellschaftliche Gruppen relevant sind. *Classic Rock Radio* und *bigFM* haben mit 11 und 23 Prozent überdurchschnittlich hohe Anteile an Sendezeit, die keine erkennbare Relevanz aufweisen. *bigFM* sendet ebenfalls einen höheren Anteil Beiträge von gesamtgesellschaftlicher (18,3%) und individueller (5,9%) Relevanz.

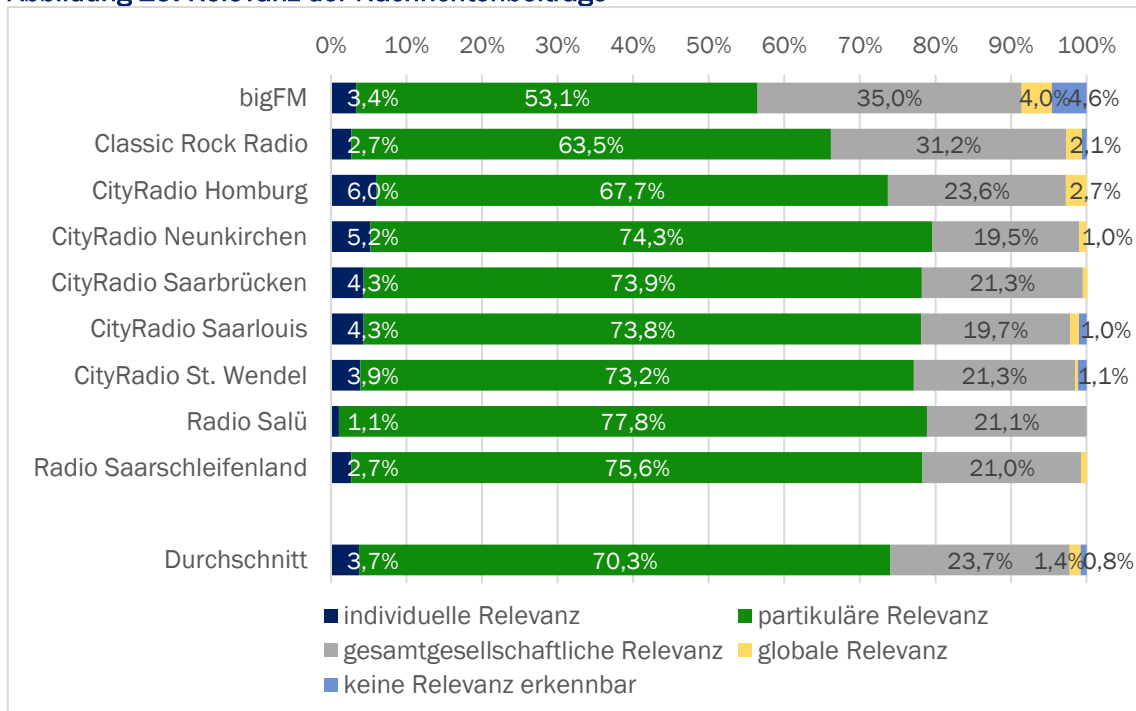
Abbildung 28: Relevanz der Wortbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Die Nachrichtenbeiträge der analysierten Stichprobe erweisen sich hinsichtlich der untersuchten Relevanz (Abbildung 29) als verhältnismäßig homogen. Ein geringer Anteil der Nachrichten ist von individueller Relevanz, zwischen 53 und 78 Prozent der Nachrichten sind für bestimmte Zielgruppen relevant und zwischen 20 und 35 Prozent sind für die gesamte deutsche Gesellschaft von Bedeutung. Auch hier hat *bigFM* einen stärkeren Fokus auf Nachrichtenbeiträge, die entweder für die gesamte Gesellschaft oder global relevant sind als die anderen Hörfunkprogramme. Nachrichten weisen generell einen höheren Anteil an Beiträgen mit erkennbarer Relevanz auf als redaktionelle Wortbeiträge, mitunter da unterhaltende Beiträge nicht immer eine erkennbare Zielgruppe aufweisen.

**Abbildung 29: Relevanz der Nachrichtenbeiträge**



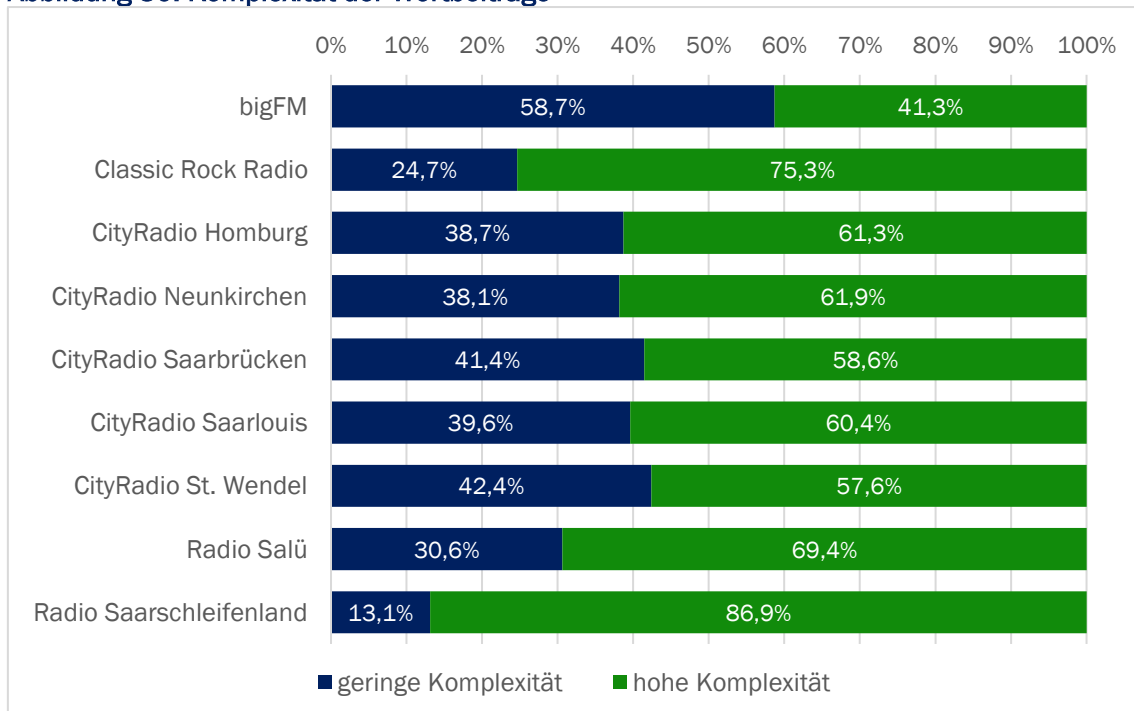
Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

Abschließend wurde im Zuge der Beurteilung der journalistischen Aufbereitung die Komplexität der Berichterstattung gemessen. Hohe Komplexität beschreibt einen Beitrag, in dem Hintergründe aufgezeigt, Strukturen erläutert, Prognosen, Einschätzungen oder Randinformationen gegeben werden. Beschränkt sich die Berichterstattung auf die knappe Schilderung eines Ereignisses, handelt es sich um ein Wortelement mit geringer Komplexität.

Abbildung 30 gibt Aufschluss über die Anteile der Beiträge mit jeweiliger Komplexität für die redaktionellen Wortbeiträge, Abbildung 31 für die Nachrichtenbeiträge.

Die einzelnen Sender unterscheiden sich innerhalb der redaktionellen Wortbeiträge bezüglich ihrer informativen Tiefe deutlich (Abbildung 30). *bigFM*, als jugendlicher und eher unterhaltender Sender, hat den geringsten Anteil an Beiträgen mit hoher Komplexität und füllt über die Hälfte seiner Sendezeit mit Beiträgen geringerer informativer Aufbereitung. Hohe Komplexität zeigen vor allem die Sender *Radio Saarschleifenland* mit fast 87 Prozent sowie *Classic Rock Radio* (75%) und *Radio Salü* (69%).

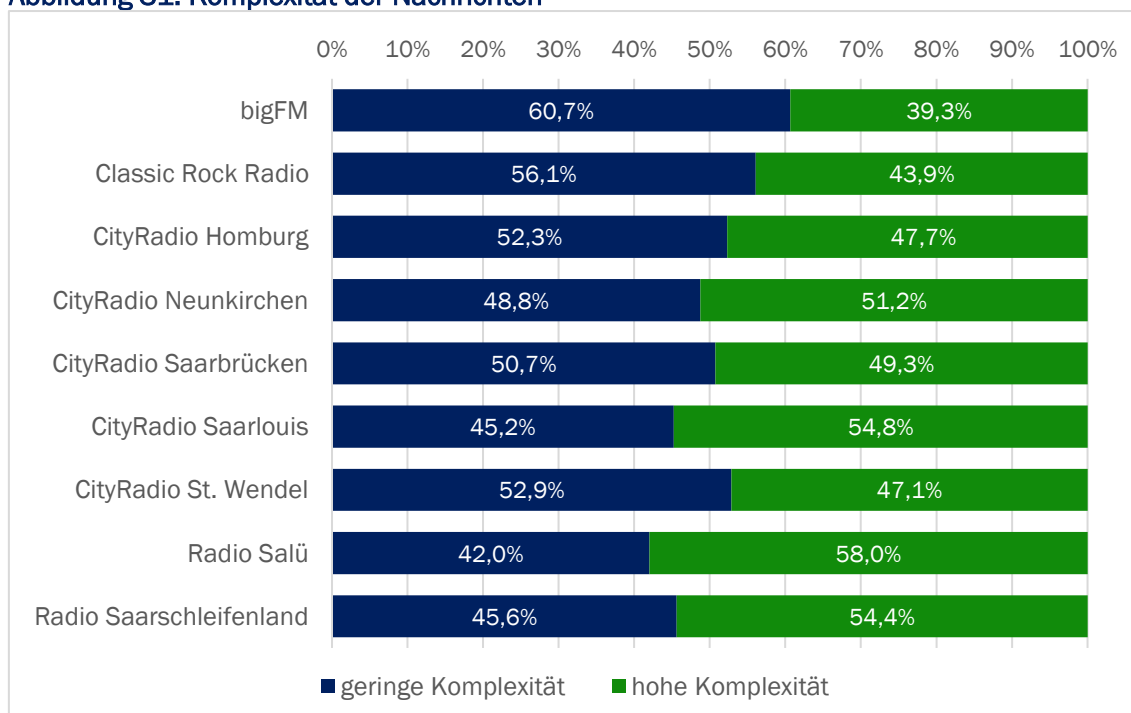
**Abbildung 30: Komplexität der Wortbeiträge**



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Hinsichtlich der Nachrichtenbeiträge (Abbildung 31) sieht die Verteilung einheitlicher aus, spiegelt jedoch zum Teil die Befunde der Wortbeiträge wider. *bigFM* sendet den geringsten Anteil an Nachrichten mit hoher Komplexität, *Radio Salü* und *Radio Saarschleifenland* erneut die höchsten. *CityRadio Saarlouis* hebt sich bei den Nachrichtenbeiträgen leicht von den anderen *CityRadio-Sendern* ab und sendet in etwas mehr als der Hälfte der Sendezeit (54,8%) Nachrichtenberichte mit hoher Komplexität.

**Abbildung 31: Komplexität der Nachrichten**



Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

### 3.3 Intermediale Gegenüberstellung

Eine intermediale Gegenüberstellung dient dazu, die Rolle des saarländischen Hörfunks als lokales bzw. regionales Informations- und Unterhaltungsmedium und dessen Beitrag zur Medienvielfalt anhand von Vergleichen mit einem lokalen Printmedium noch besser verstehen zu können. Dazu wurden die Programme der neun Radiosender den Inhalten der *Saarbrücker Zeitung*, als auflagenstarker und regionaler Tageszeitung, gegenübergestellt.

Bei dieser zwischenmedialen Gegenüberstellung ist zu beachten, dass sich die Mediengattungen Zeitung und Hörfunk in ihren Übermittlungsformen und -inhalten stark unterscheiden. So kann das geschriebene Wort in der Zeitung zu einer beliebigen Zeit durch jeden gelesen werden, das gesprochene Wort im Radio muss hingegen wiederholt werden, um verschiedene Hörer:innengruppen zu erreichen. Aus diesen Gründen ist ein direkter Vergleich zwar schwierig, dennoch kann er Auskunft über die relative Gewichtung von Inhalten innerhalb des Mediums geben. Weiterhin unterscheiden sich die beiden Medien in ihren Verbreitungsgebieten. Drei der neun Sender beziehen sich auf das komplette Saarland (*bigFM*, *Classic Rock Radio* und *Radio Salü*), die restlichen sechs Sender versorgen nur einzelne Regionen und Kreise des Saarlandes. Die *Saarbrücker Zeitung* erscheint im ganzen Saarland mit einem gleichbleibenden, überregionalen Mantel und einem wechselnden Lokalteil, der auf die

spezifische Auslieferungsregion zugeschnitten ist und einen hohen Anteil an lokaler Berichterstattung enthält.

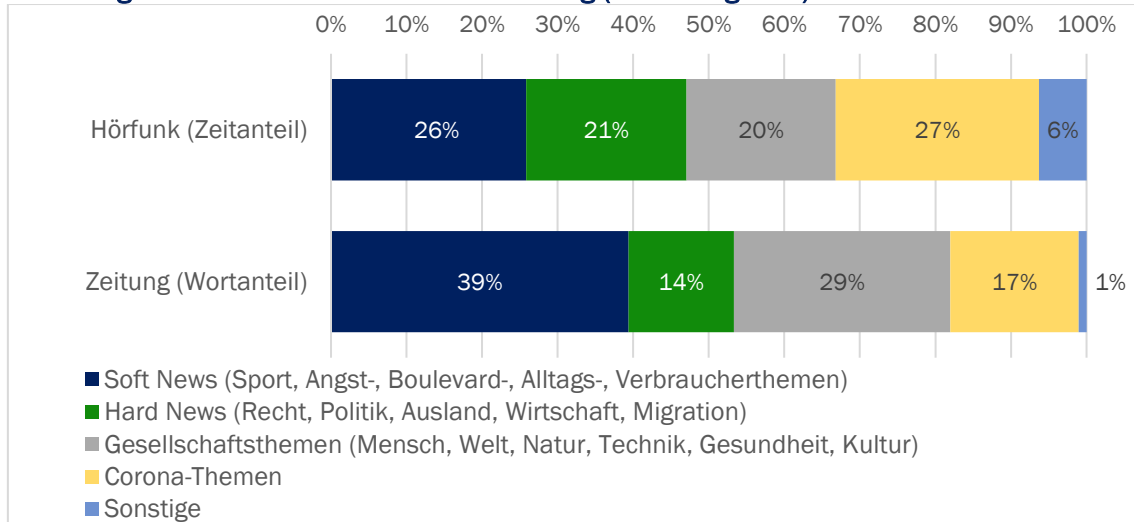
Die Datengrundlage dieser Gegenüberstellung ist die in den vorherigen Kapiteln vorgestellte quantitative Inhaltsanalyse der Hörfunkprogramme und eine ebenfalls quantitative Inhaltsanalyse der *Saarbrücker Zeitung*. Für die vergleichende Betrachtung werden die redaktionellen Wortbeiträge und die Nachrichtenbeiträge aller Sender zusammen und nicht mehr separat ausgewiesen. Für die Zeitungsanalyse wurden für alle sechs Stichprobentage jeweils der Mantel und die zugehörigen sieben Lokalteile untersucht. Analyseeinheiten sind sämtliche redaktionelle Artikel, denen ein ähnlicher Stellenwert wie den Beiträgen des Hörfunks beigemessen werden kann. Nicht erfasst wurden Werbeanzeigen, Inserate, Wetterkarten, Todesanzeigen, Kreuzworträtsel etc. Insgesamt wurden 1.371 Artikel mit einer Gesamtanzahl von 387.362 Wörtern untersucht. Die Anteile für die Zeitung werden, um die Artikellänge zu berücksichtigen, auf Basis dieser Wortzahlen ausgewiesen, die Hörfunkanteile auf Basis der Sendedauer.

Die folgenden Abbildungen zeigen die Anteile der Beiträge bzw. Artikel mit der jeweiligen Merkmalsausprägung für den gesamten privaten saarländischen Hörfunk und alle untersuchten Ausgaben und Teile der *Saarbrücker Zeitung*.

Abbildung 32 zeigt die Ergebnisse der kategorisierten, zusammengefassten Themenanalyse, in Abbildung 33 wird die genaue Themenaufteilung beleuchtet. Während bei den Radiosendern als Unterhaltungsmedien die Soft News gut ein Viertel der Wortbeiträge ausmachen (26%), bestehen die Beiträge der Zeitung sogar zu 39 Prozent aus solchen Themen. Auf der anderen Seite widmet sich das Radio vermehrt Hard News Themen (u. a. Recht, Politik, Wirtschaft) und sendet mit nahezu einem Drittel der Sendezeit ebenfalls 10 Prozentpunkte mehr zu Corona-Themen, wodurch die wichtige Rolle des Radios als Informationsmedium aufgezeigt wird. Die *Saarbrücker Zeitung* widmet sich beim Blick auf die genaue Themenaufteilung demgegenüber vermehrt dem Sport, Verbrauchertemen und Themen aus dem Bereich „Mensch, Welt, Natur, Technik und Gesundheit“ (Abbildung 33).

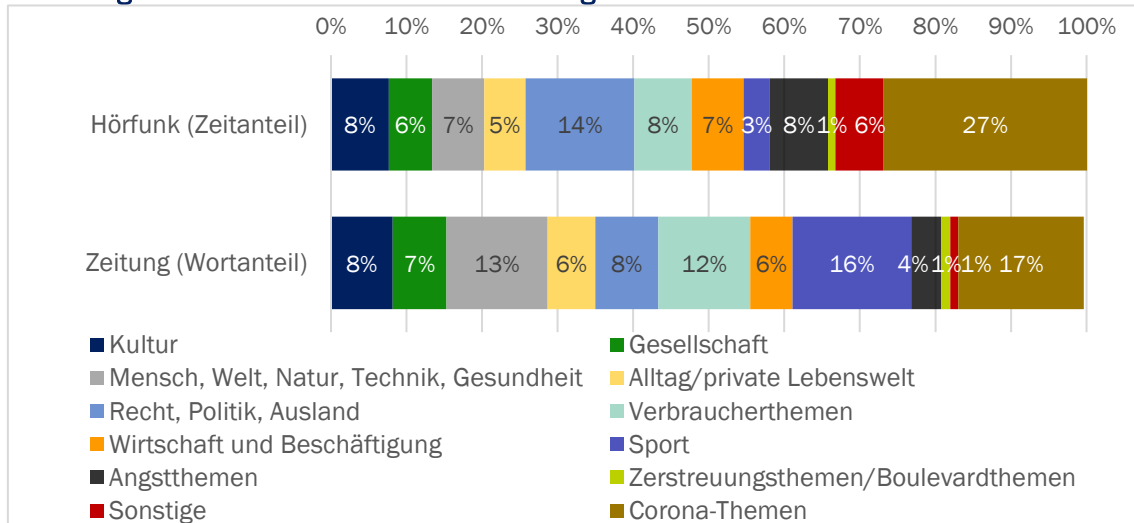


**Abbildung 32: Themen bei Hörfunk und Zeitung (Oberkategorien)**



Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der neun Sender (75,5 Programmstunden)  
Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (387.362)

**Abbildung 33: Themen bei Hörfunk und Zeitung**

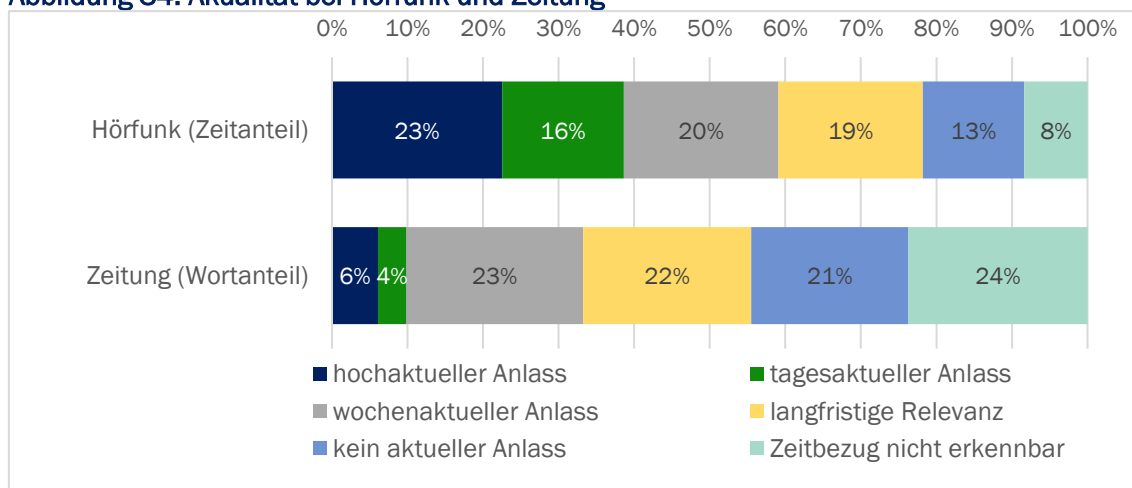


Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der neun Sender (75,5 Programmstunden)  
Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (387.362)

Hinsichtlich der Aktualität der Berichterstattung fällt dem Radio eine wichtige Aufgabe in der Region zu. Weitaus mehr hoch- und tagesaktuelle Anlässe (d. h. Meldungen mit Bezugnahme auf den Tag der Berichterstattung sowie solche mit Bezügen zu dem vorherigen oder kommenden Tag) sind im Hörfunk Berichtsgrundlage als bei der Zeitung (s. Abbildung 34). Der Unterschied ist mit 39 zu 10 Prozent beachtlich. Aufgrund des Formats der Zeitung wird eher über Ereignisse, die in der Woche der Berichterstattung, aber mehr als einen Tag zurückliegen, berichtet (23%). Dennoch gibt es auch bei der Zeitung einen Anteil von sechs Prozent

an Artikeln, die sich mit hochaktuellen Themen befassen. Das sind u. a. Veranstaltungshinweise oder Meldungen zu aktuell in Kraft tretenden (insbesondere gesundheitspolitisch motivierten) Maßnahmen.

**Abbildung 34: Aktualität bei Hörfunk und Zeitung**

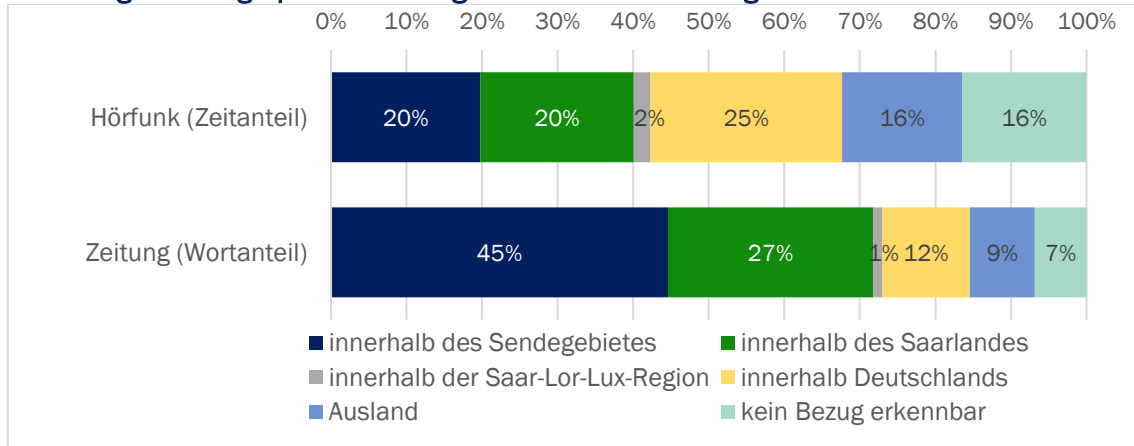


Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der neun Sender (75,5 Programmstunden)

Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (387.362)

Die Versorgung mit lokalen Informationen gewährleistet die *Saarbrücker Zeitung* mit einem Anteil von über zwei Drittel in einem hohen Maß (Abbildung 35). Der Hörfunk sendet 20 Prozent der Sendezeit über die Sendegebiete und weitere 20 Prozent über das Saarland. Ein Viertel aller Beiträge beziehen sich auf Orte innerhalb Deutschlands. Dieser hohe Anteil könnte möglicherweise an Berichten zu der Covid-19 Pandemie liegen, da diese Beiträge zu 50 Prozent einen deutschlandweiten Bezug aufweisen. Der Auslandsanteil ist ebenfalls bei den privaten Radiosendern knapp sieben Prozentpunkte höher als bei der Zeitung. Im Vergleich ist das Radio demnach überregionaler ausgerichtet als die Zeitung.

**Abbildung 35: Geographischer Bezug in Hörfunk und Zeitung**

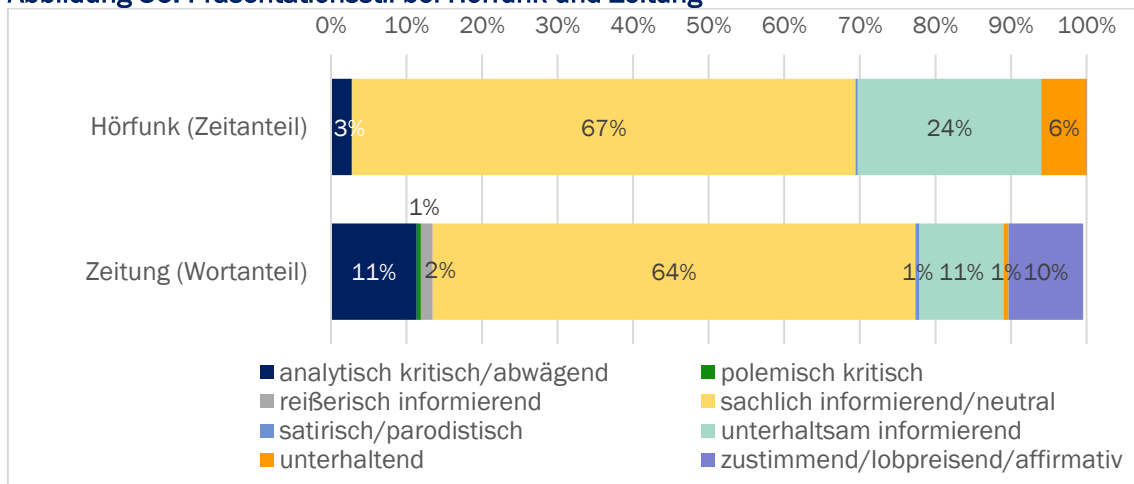


Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort-, Nachrichtenbeiträge, Servicemeldungen, Kultur- und Veranstaltungstipps der neun Sender (96 Programmstunden)

Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (387.362)

Auffallend in Bezug auf den Präsentationsstil ist, dass jeweils Hörfunk und Zeitung beide knapp zwei Drittel der Sendezeit bzw. Artikelmenge in einem sachlich informierenden Stil halten. Dahingegen liegt der Anteil der unterhaltend und unterhaltsam informierenden Beiträge bei den Radiosendern bei 30 Prozent, bei der *Saarbrücker Zeitung* liegt dieser bei nur knapp einem Zehntel aller Artikel. Die Zeitung weist einen acht Prozentpunkte höheren Anteil an analytisch kritischen Beiträgen auf und ebenfalls einen größeren Anteil an affirmativen bzw. zustimmenden Beiträgen (Abbildung 36).

**Abbildung 36: Präsentationsstil bei Hörfunk und Zeitung**



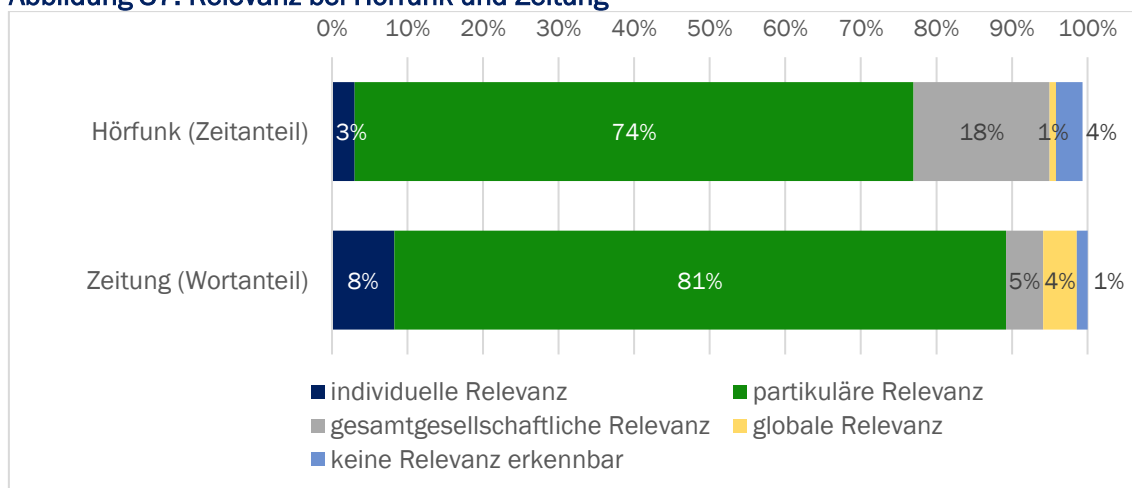
Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der neun Sender (75,5 Programmstunden)

Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (387.362)

Der intermediale Vergleich zeigt in Hinblick auf die Dimension Relevanz der veröffentlichten Beiträge eine ähnliche Verteilung für Print und Radio (Abbildung 37). Mit einem Anteil von 18

Prozent stellt der Hörfunk etwas über drei Mal so viel Raum für Ereignisse von gesamtgesellschaftlicher Relevanz, hat aber einen drei Prozentpunkte geringeren Anteil an global relevanten Beiträgen als die Zeitung (4%).

**Abbildung 37: Relevanz bei Hörfunk und Zeitung**

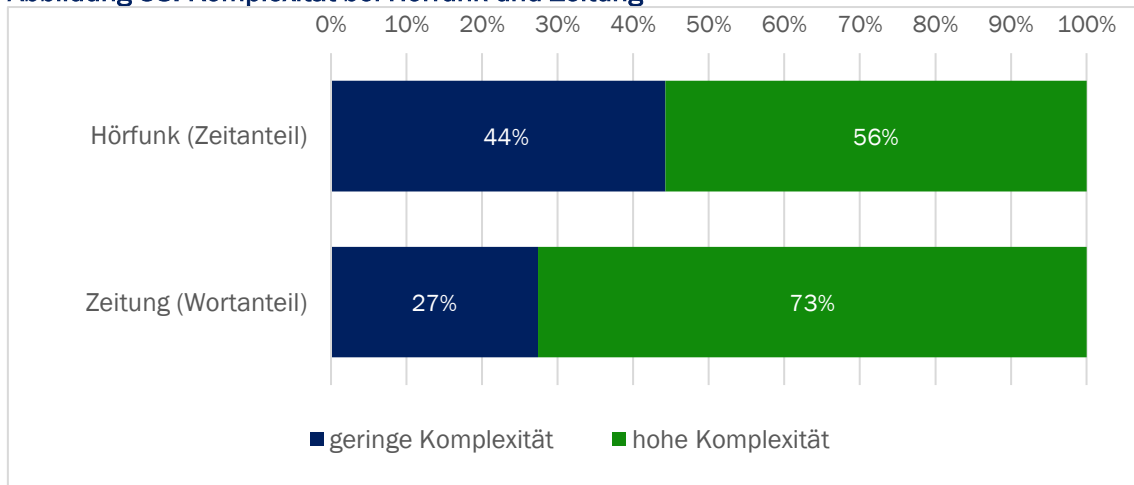


Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der neun Sender (75,5 Programmstunden)

Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (387.362)

Bezüglich der Komplexität (Abbildung 38) bietet die *Saarbrücker Zeitung* als informierendes Printmedium einen größeren Anteil an Beiträgen mit hoher Komplexität (73%), wohingegen der Hörfunk etwas über die Hälfte der Sendezeit mit tiefgründigen Wortbeiträgen füllt. Dies liegt mitunter daran, dass in saarländischen Hörfunkprogrammen oftmals die Nachrichtenbeiträge eine hohe Komplexität aufweisen, von der Dauer jedoch maximal 30 Sekunden lang sind, wohingegen die tiefgründigen Artikel der Zeitung eine ganze Seite einnehmen und somit auf einen hohen Wortanteil kommen können.

Abbildung 38: Komplexität bei Hörfunk und Zeitung



Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der neun Sender (75,5 Programmstunden)

Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (387.362)

### 3.4 Musikprogramm

Die Musikanalyse gibt Aufschluss über die musikalische Ausrichtung und Vielfalt der neun privaten Hörfunkprogramme im Saarland. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden die an den Stichprobentagen von 6:00 bis 20:00 Uhr gespielten Titel in Bezug auf Genre, Gesangssprache, Erscheinungsjahr und Titelvielfalt analysiert. Aufgrund der nahezu identischen Titellisten der *CityRadio-Sender* (maximal ein bis zwei Abweichungen), wurde *CityRadio Homburg* stellvertretend für die Musikprogramme von *CityRadio Neunkirchen*, *CityRadio Saarbrücken*, *CityRadio Saarlouis* und *CityRadio St. Wendel* analysiert.

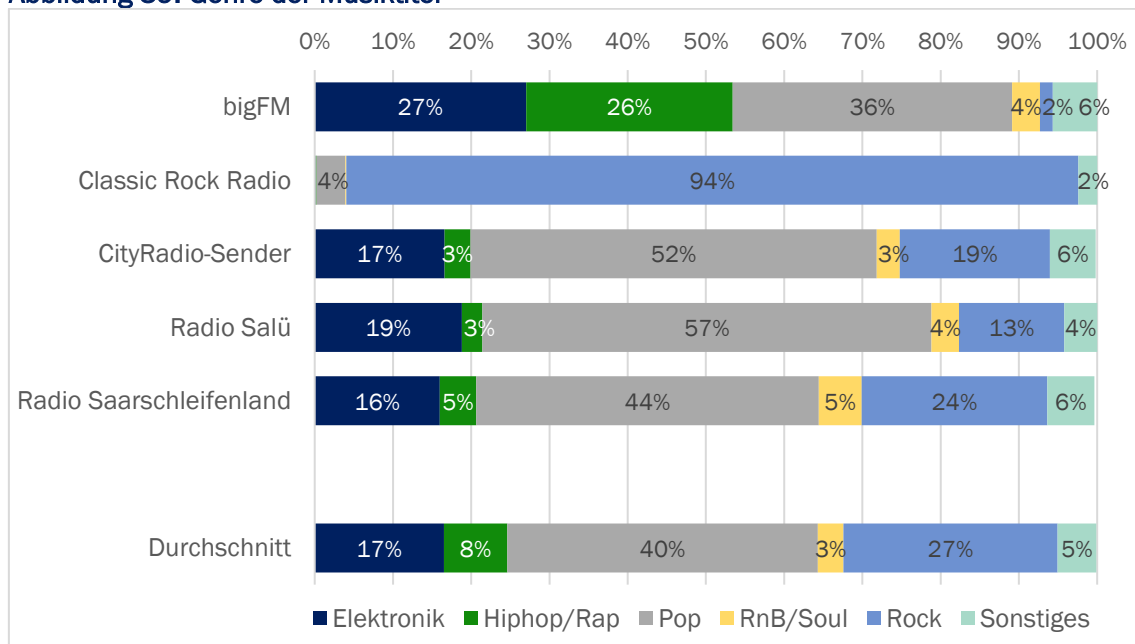
Abbildung 39 zeigt die Anteile der Titel des jeweiligen Genres in Prozent aller in der Stichprobenzeit gespielten Titel des Senders. Dabei fließen Lieder gewichtet nach der Anzahl ihrer Abspielungen, unabhängig von der eigentlichen Länge des Liedes, in die Berechnung ein, d. h. mehrmals gespielte Musikstücke führen zu einem erhöhten Anteil in dem jeweiligen Genre. Die Kategorie „Sonstiges“ beinhaltet alle nicht aufgelisteten Stilrichtungen u. a. Jazz, Country, Raggae und auch Schlagermusik.

Die *CityRadio-Sender*, *Radio Saarschleifenland* und *Radio Salü* ähneln sich in ihrer Struktur am ehesten: Pop ist das mit Abstand am meisten gespielte Genre, mit Anteilen zwischen 44 und 57 Prozent. Knapp jeder fünfte abgespielte Titel bei *Radio Salü* ist Elektromusik, bei der *CityRadio-Group* und *Radio Saarschleifenland* ist es knapp jeder sechste. Die bereits gruppierten Genres Hiphop/Rap und RnB/Soul sind Musikrichtungen eher abseits des Mainstreams und entsprechen lediglich zwischen drei und fünf Prozent des Musikprogramms dieser drei Sender.

Die eindeutigste Abweichung zu dieser Struktur zeigt *Classic Rock Radio*. Hier wird deutlich, dass, analog der namentlichen Positionierung des Senders, 94 Prozent der Musiktitel aus dem Genre Rock stammen. Nur vier Prozent der Titel zählen zur Popmusik und zwei Prozent fallen unter die Kategorie Sonstige.

*bigFM* ist der Sender mit der ausgewogensten und vielfältigsten Verteilung der Stilrichtungen innerhalb der untersuchten Hörfunkprogramme. Auch hier wird der größte Teil der Sendezeit mit Popmusik gefüllt, die Genres Elektronik und Hiphop bzw. Rapmusik sind jedoch mit jedem vierten gespielten Titel gut vertreten. Vor allem Hiphop/Rap liegt mit 26 Prozent deutlich über dem Durchschnitt (8%). Mit Elektro und Hiphop/Rap ist *bigFM* musikalisch deutlich an seine relativ junge Zielgruppe ausgerichtet.

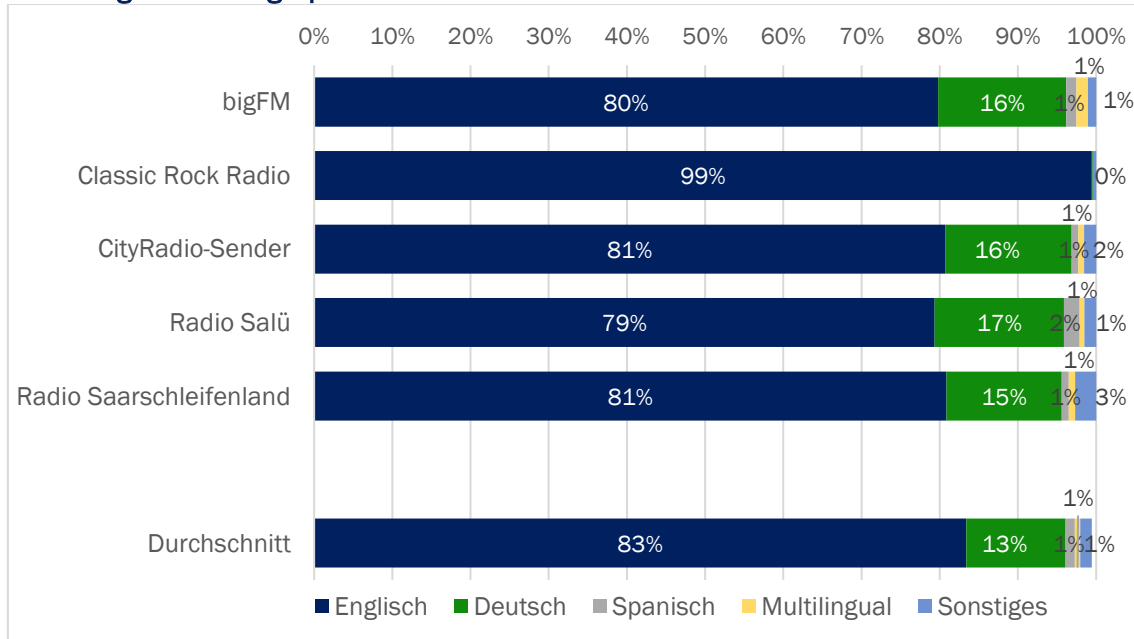
**Abbildung 39: Genre der Musiktitel**



Basis: Gesamtzahl aller Musiktitelausspielungen

Abbildung 40 verdeutlicht, dass, mit Ausnahme von *Classic Rock Radio*, alle Sender eine nahezu identische sprachliche Aufteilung der Musikstücke aufweisen. Englisch ist wie erwartet über alle Sender hinweg die Hauptgesangssprache. Es zeigt sich jedoch, dass konstant circa jedes sechste Lied deutschsprachig ist. *Classic Rock Radio* hebt sich insofern ab, als dass das komplette Programm mit englischer Musik gefüllt wird (weitere Sprachen kommen vor, liegen in der Gesamtmenge jedoch unter 0,5 Prozent und werden aufgrund der Rundung nicht in der Grafik angezeigt). *Radio Saarschleifenland* zeigt mit drei Prozent der Titel in sonstigen Sprachen eine kleine Variation in der sprachlichen Aufteilung verglichen mit den anderen Sendern.

Abbildung 40: Gesangssprache der Musiktitel



Basis: Gesamtzahl aller Musiktitelausspielungen

Untersucht man das Musikprogramm hinsichtlich der Aktualität der gespielten Titel, zeigt sich eine deutlich heterogene Ausrichtung der Sender (siehe Abbildung 41). Kriterium für die Zuordnung zu einem Jahrzehnt ist das Erscheinungsjahr der Single zum Titel und, falls das nicht vorhanden ist, des Albums. Als hochaktuell werden nur solche Titel beschrieben, die aus den Jahren 2019 und 2020 stammen.

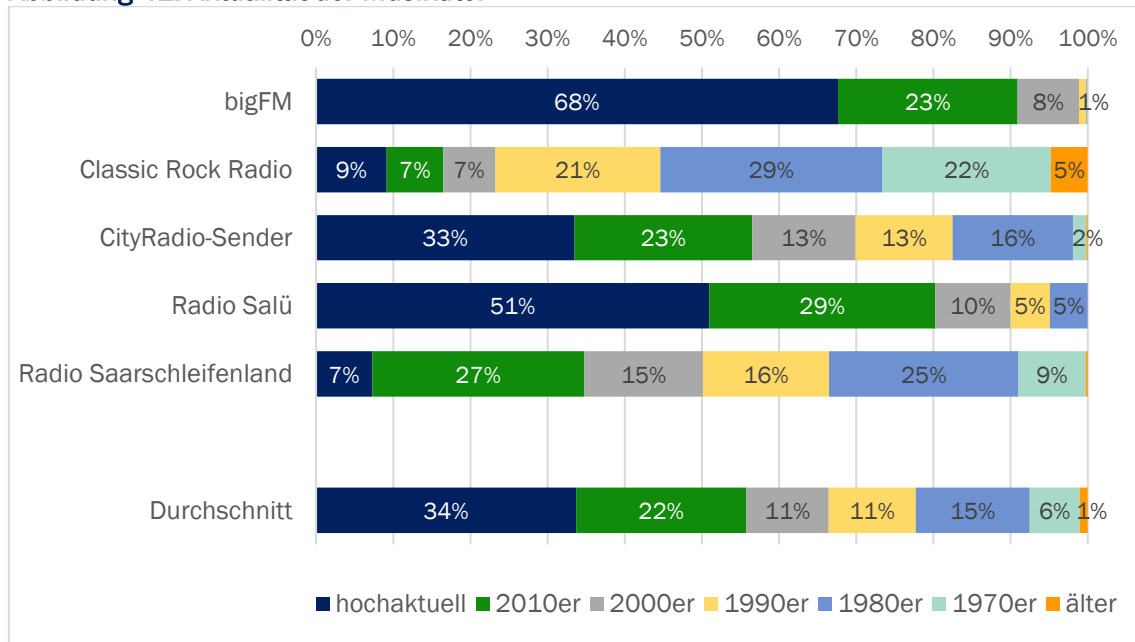
Mit über 90 Prozent an Titeln, die 2010 oder später erschienen sind und so gut wie keinem Musikstück mit Erscheinungsjahr vor 2000, ist das Musikprogramm von *bigFM* am aktuellsten. An zweiter Stelle liegt *Radio Salü*, dessen Programm zu 80 Prozent aus Titeln der letzten zehn Jahre besteht. Diese Sender spielen sehr zeitgemäße Musik, da über 50 Prozent aller Titel allein aus den letzten beiden Jahren stammen, Musik von vor den 1990ern wird wenig bzw. keine Sendezeit gewidmet. Beide Sender adressieren damit ein jüngeres Publikum.

*Classic Rock Radio* spielt mit jeweils zwischen 21 und 29 Prozent überwiegend Musik aus den siebziger, achtziger und neunziger Jahren, welche die Hochjahre der Rockmusik sind. Es ist auch der einzige Sender, der einen nennenswerten Anteil an Musik von der Zeit vor dem Jahr 1970 spielt.

*Radio Saarschleifenland* spielt am wenigsten hochaktuelle Musik, hat jedoch knapp den höchsten addierten Anteil an Musik aus den 2000er bis 2010er Jahren sowie einen überdurchschnittlich hohen Anteil an Musik aus den achtziger Jahren. Die *CityRadio-Sender* liegen mit ihrem musikalischen Programm hinsichtlich der Entstehungszeit der Titel und somit

der Aktualität des Senders ziemlich genau im Durchschnitt des privaten saarländischen Hörfunkprogrammes.

**Abbildung 41: Aktualität der Musiktitel**



Basis: Gesamtzahl aller Musiktitelaußspielungen

Zur Messung der musikalischen Vielfalt zählen nicht nur Genre, Gesangssprache und Erscheinungsjahr der Titel, sondern auch die Anzahl und Wiederholungen der gespielten Musiktitel können Aufschluss über die Programmstruktur und Vielfalt geben.

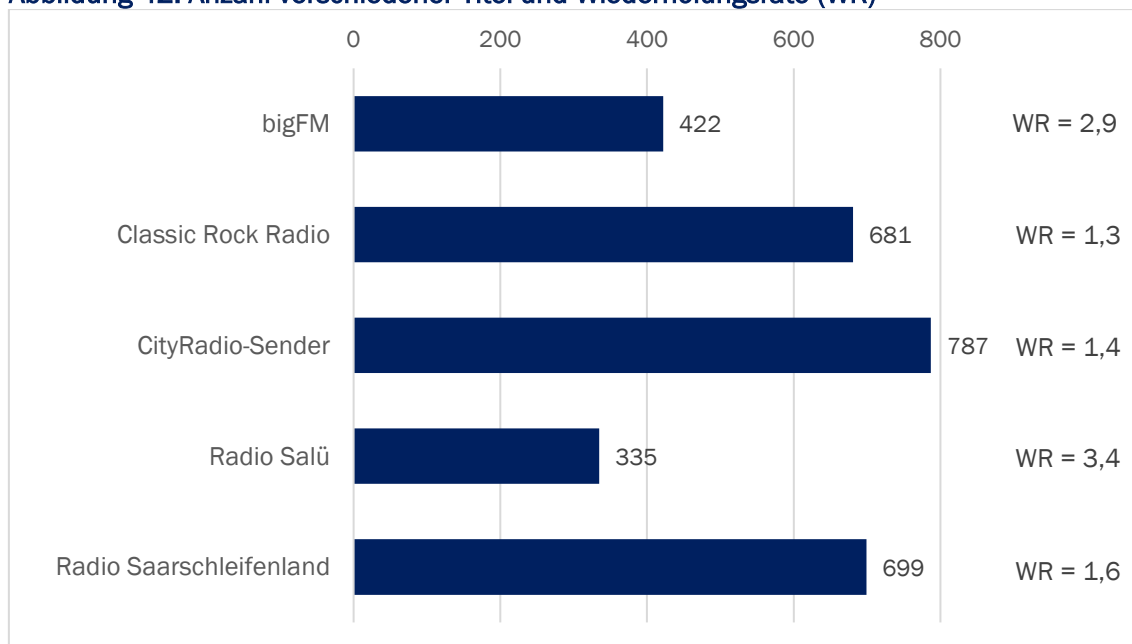
Interne musikalische Vielfalt wird an den unterschiedlichen gespielten Titeln gemessen. Dies ist relevant, da bestimmte Sender einzelne Titel weitaus häufiger als andere abspielen. So spielte *bigFM* beispielsweise den aktuellen Elektro-Hit „Love To Go“ von Lost Frequencies, Zonderling & Kelvin Jones 25 Mal innerhalb des Untersuchungszeitraumes ab, im Schnitt also 4,2 Mal pro Tag (6-20 Uhr). *Classic Rock Radio* hat auf der anderen Seite eine maximale Titelausspielung von vier, *Radio Saarschleifenland* von fünf sich wiederholenden Titeln in der gesamten untersuchten Woche. Aus diesem Grund wird als Indikator für die interne musikalische Vielfalt des Musikprogrammes die Anzahl distinkter Titel herangezogen. Das bedeutet, dass jeder Titel, unabhängig der Häufigkeit des Vorkommens, nur einmal gezählt wird.

In Abbildung 42 ist zu sehen, dass die *CityRadio-Group* mit 787 unterschiedlichen Liedern die absolut gesehen größte Auswahl an distinkten Musiktiteln hat, *Radio Salü* mit 335 die geringste Anzahl. Die *CityRadio-Sender*, *Classic Rock Radio* sowie *Radio Saarschleifenland* weisen eine hohe Titelvielfalt auf, jeder Musiktitel wird im Durchschnitt um die 1,5-mal gesendet. *Radio Salü* und *bigFM* weisen eine geringere Titelvielfalt und demnach eine hohe



Wiederholungsrate auf, sie spielen ihre Lieder innerhalb der Stichprobenzeit im Mittel drei bis 3,5-mal täglich. Somit wiederholen sich die Musiktitel bei den Sendern *Radio Salü* und *bigFM* deutlich öfter als bei den anderen Sendern.

**Abbildung 42: Anzahl verschiedener Titel und Wiederholungsrate (WR)**



Basis: Gesamtzahl aller Musiktitel

*Lesehilfe:* bigFM spielte im Untersuchungszeitraum 422 verschiedene Musiktitel, die durchschnittlich 2,9 Mal wiederholt wurden.

Neben der internen strukturellen Vielfalt eines Senders lässt sich auch die externe Vielfalt bezogen auf Überschneidungen innerhalb des Programmes mit den anderen acht bzw. vier Sendern (nach Zusammenlegung der *CityRadio-Group*) analysieren. Den größten Beitrag zur musikalischen Vielfalt liefert hier *Classic Rock Radio*, mit Überschneidungen zu den anderen Sendern jeweils im einstelligen Prozentbereich (siehe Abbildung 44). Aus der Matrix in Abbildung 43 geht die Anzahl der Titel hervor, die zwei Sender gemeinsam haben. Auf der dunkelgrau unterlegten Hauptdiagonalen lässt sich die jeweilige distinkte Gesamtanzahl eines Senders ablesen. Hier zeigt sich noch deutlicher, dass *Classic Rock Radio* wenig gemeinsame Titel mit den anderen Sendern hat, unter anderem null Überschneidungen mit *bigFM* und nur sieben gemeinsam gespielte Titel mit *Radio Salü*.

Es lassen sich generell eher geringe Überschneidungswerte in den Tabellen wiederfinden, da die Titellisten der Sender der *CityRadio-Group* bereits zu einem zusammengefasst wurden. Die höchste Überschneidungsrate lässt sich zwischen den Adult-Contemporary-Programmen der *CityRadio-Group* und *Radio Salü* finden, 27 Prozent der Lieder von *Radio Salü* finden sich auch in dem Programm von den *CityRadio-Sendern* wieder (s. Abbildung 44).

**Abbildung 43: Absolute Titelüberschneidungen**

	bigFM	Classic Rock Radio	CityRadio-Sender	Radio Salü	Radio Saarschleifenland
bigFM	422	0	65	70	36
Classic Rock Radio	0	681	24	7	24
CityRadio-Sender	65	24	787	89	139
Radio Salü	70	7	89	335	81
Radio Saarschleifenland	36	24	139	81	699

Basis: Gesamtzahl aller Musiktitel

*Lesehilfe:* Radio Salü spielte im Stichprobenzeitraum 335 unterschiedliche Musiktitel. 89 davon wurden auch bei den CityRadio-Sendern gespielt. Die obere und untere Dreiecksmatrix (entlang der Gesamtanzahl) sind spiegelbildlich gleich.

**Abbildung 44: Prozentuierte Titelüberschneidungen**

	bigFM	Classic Rock Radio	CityRadio-Sender	Radio Salü	Radio Saarschleifenland
bigFM	100%	0%	8%	21%	5%
Classic Rock Radio	0%	100%	3%	2%	3%
CityRadio-Sender	15%	4%	100%	27%	20%
Radio Salü	17%	1%	11%	100%	12%
Radio Saarschleifenland	9%	4%	18%	24%	100%
Basis:	422	681	787	335	699

Basis: Gesamtzahl aller Musiktitel – Überschneidungen in Prozent auf Basis der Spalten

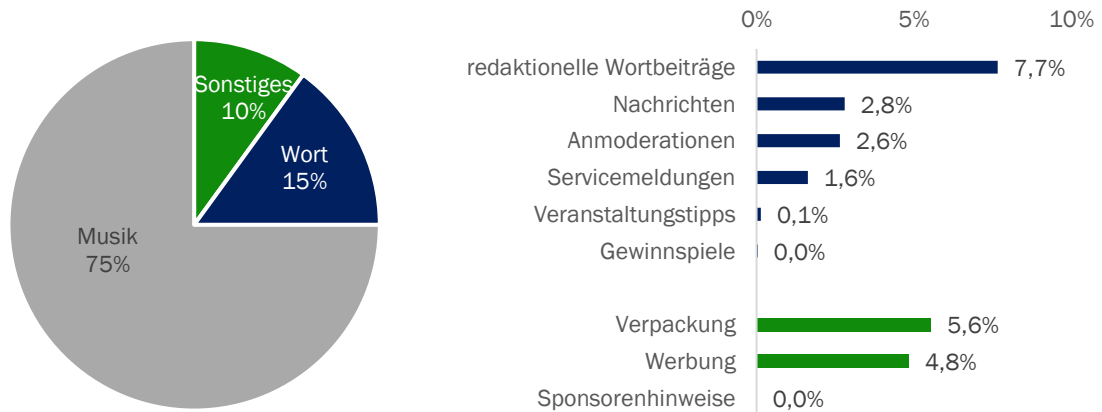
*Lesehilfe:* von den 335 Titeln bei Radio Salü, wurden 27% auch bei den CityRadio-Sendern gespielt. Andersherum sind es aufgrund der größeren Playlist nur 11% der Titel der CityRadio-Sender, die auch bei Radio Salü zu hören waren.

### 3.5 Programmprofile der einzelnen Sender

In diesem Kapitel werden jeweils zu den einzelnen Radiosendern im Saarland übersichtliche Programmprofile dargestellt, dessen Basis jeweils die gesamte Sendedauer der sechs Stichprobentage ist.

### 3.5.1 bigFM Saarland

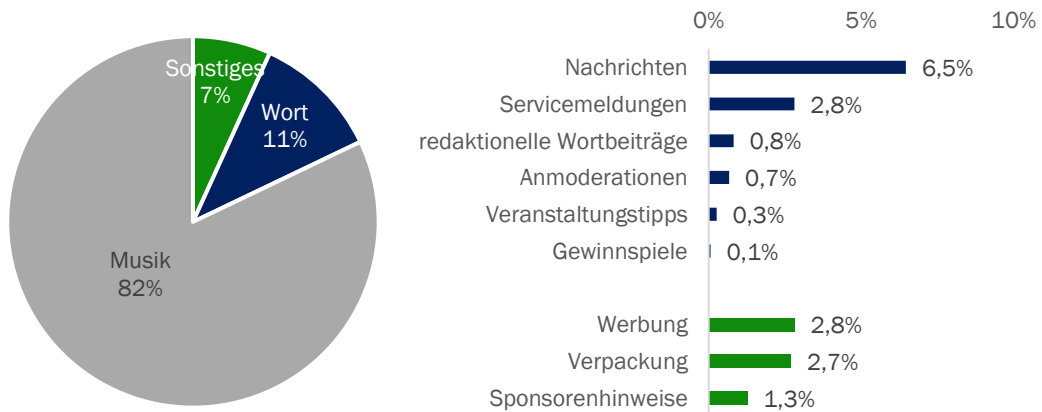
Abbildung 45: Programmprofil bigFM



Basis: gesamte Sendezeit von bigFM

### 3.5.2 Classic Rock Radio

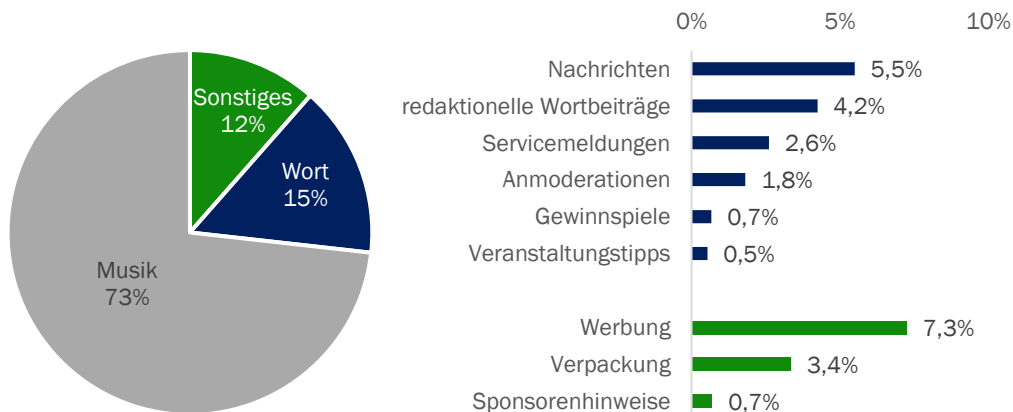
Abbildung 46: Programmprofil Classic Rock Radio



Basis: gesamte Sendezeit von Classic Rock Radio

### 3.5.3 CityRadio Homburg

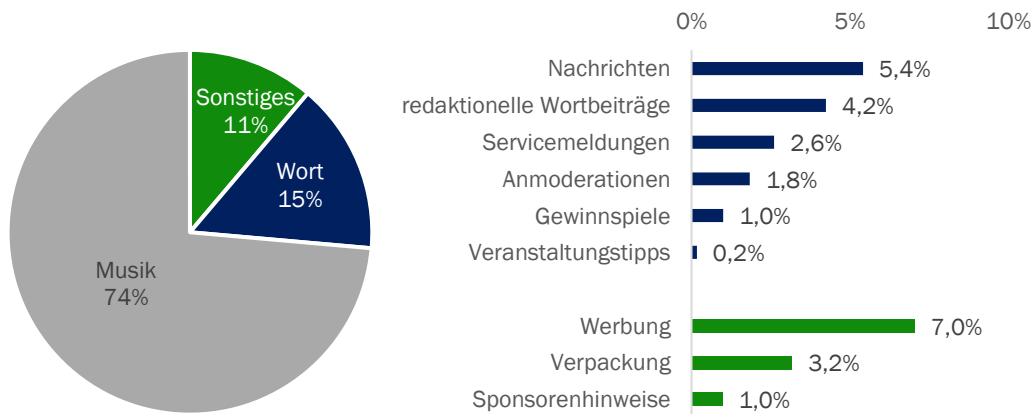
Abbildung 47: Programmprofil CityRadio Homburg



Basis: gesamte Sendezeit von CityRadio Homburg

### 3.5.4 CityRadio Neunkirchen

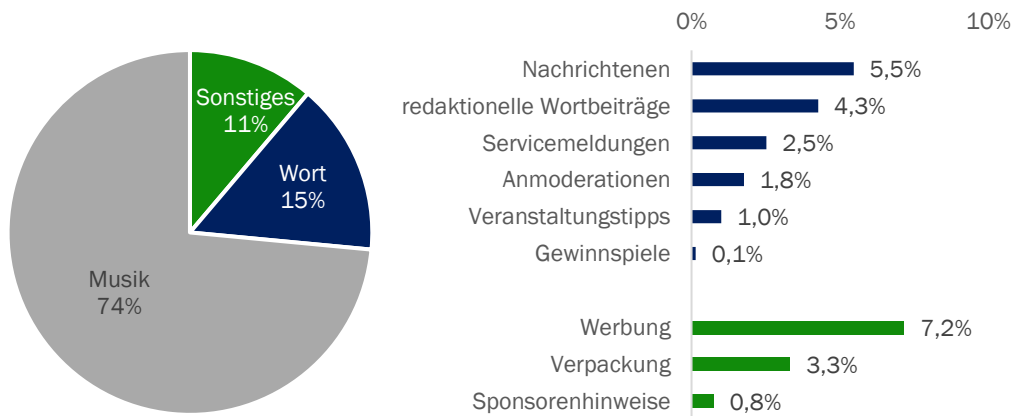
Abbildung 48: Programmprofil CityRadio Neunkirchen



Basis: gesamte Sendezeit von CityRadio Neunkirchen

### 3.5.5 CityRadio Saarbrücken

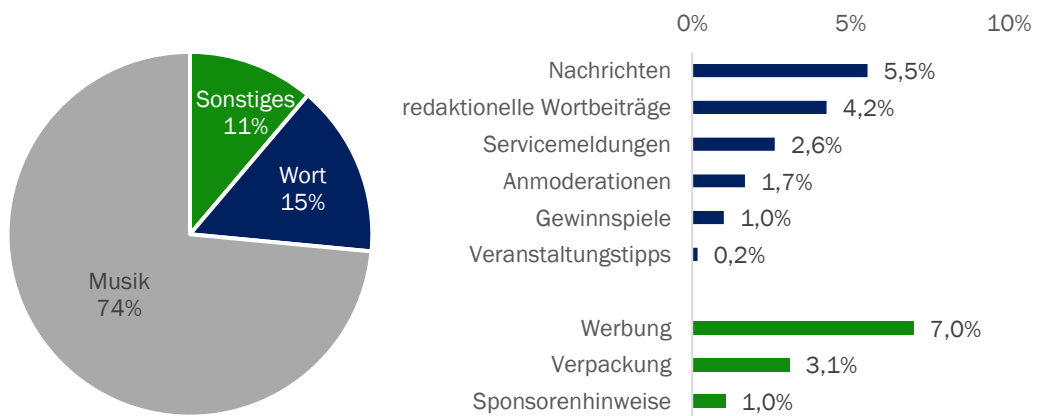
Abbildung 49: Programmprofil CityRadio Saarbrücken



Basis: gesamte Sendezeit von CityRadio Saarbrücken

### 3.5.6 CityRadio Saarlouis

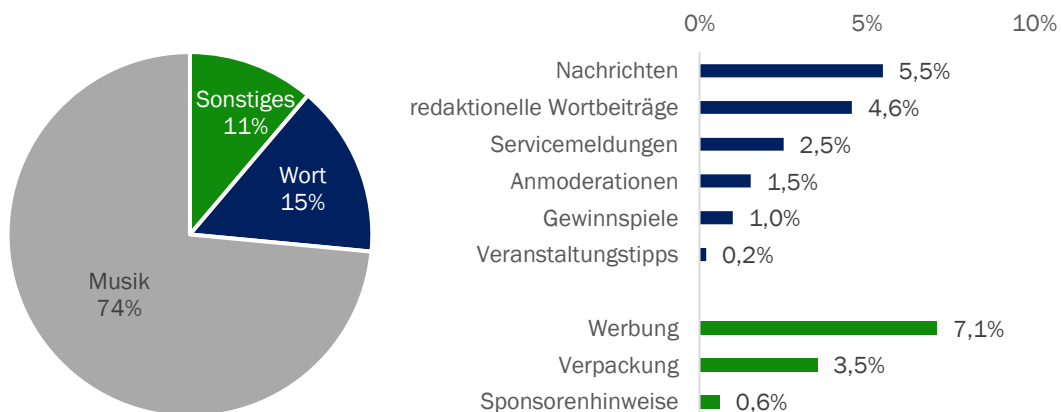
Abbildung 50: Programmprofil CityRadio Saarlouis



Basis: gesamte Sendezeit von CityRadio Saarlouis

### 3.5.7 CityRadio St. Wendel

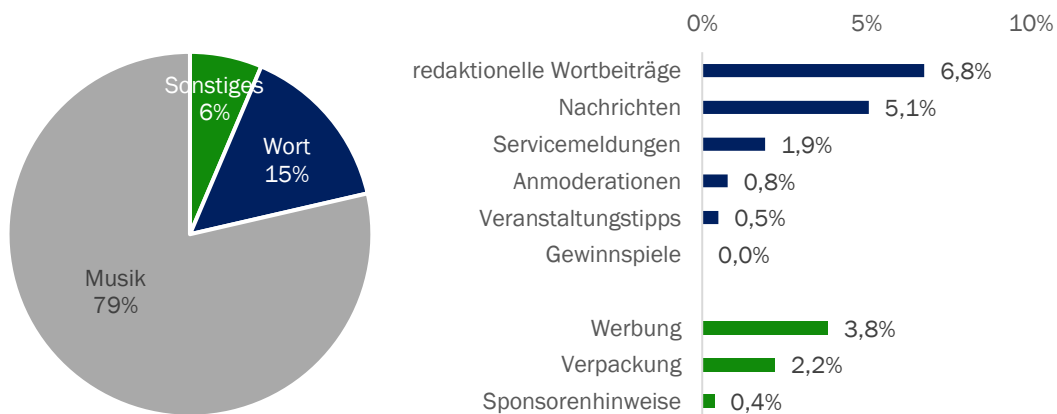
**Abbildung 51: Programmprofil CityRadio St. Wendel**



Basis: gesamte Sendezeit von CityRadio St. Wendel

### 3.5.8 Radio Saarschleifenland

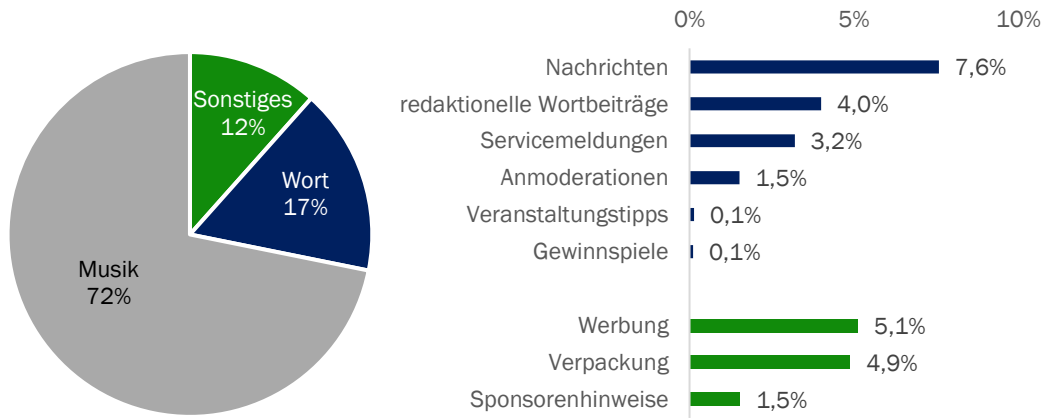
**Abbildung 52: Programmprofil Radio Saarschleifenland**



Basis: gesamte Sendezeit von Radio Saarschleifenland

### 3.5.9 Radio Salü

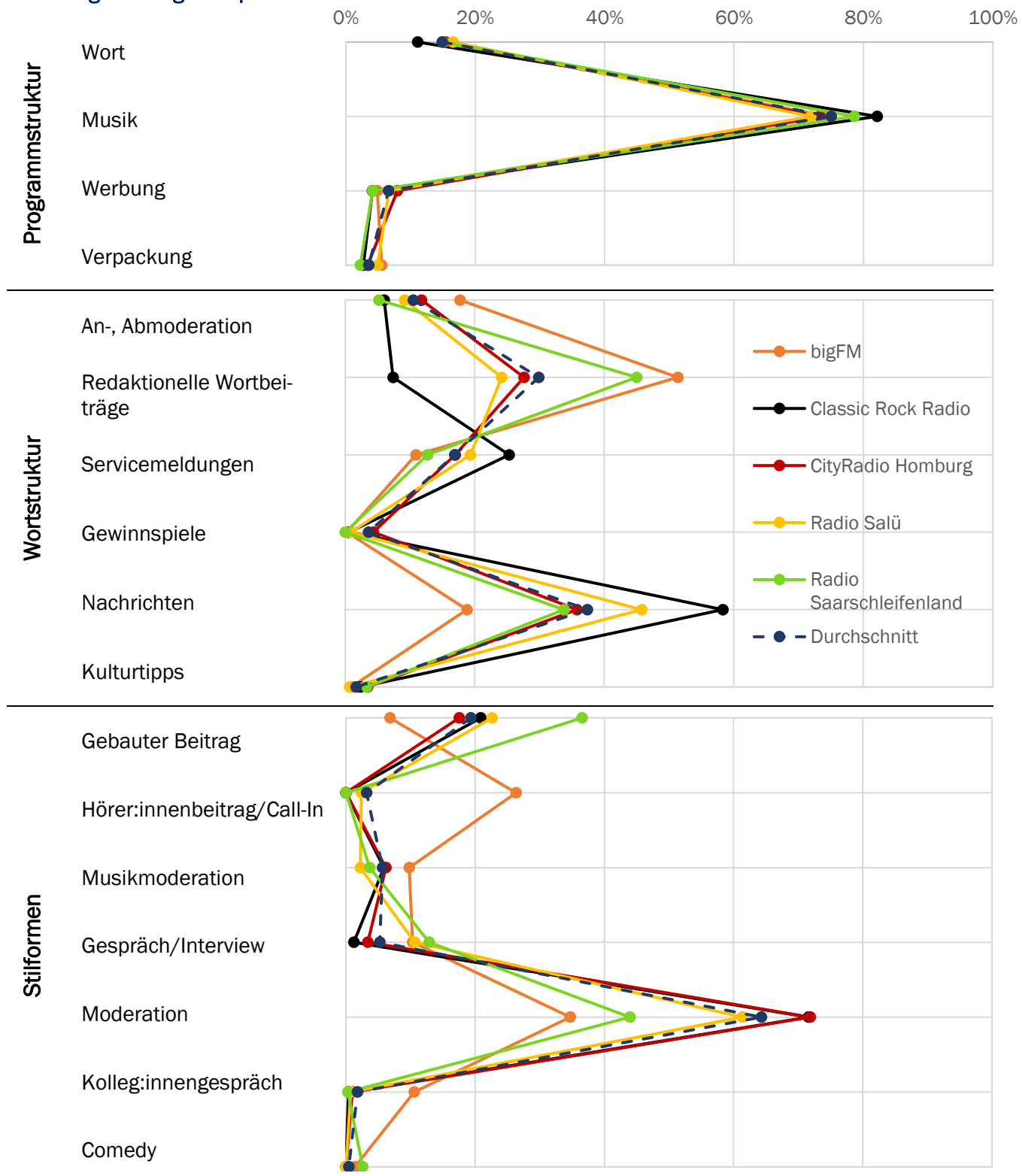
Abbildung 53: Programmprofil Radio Salü



Basis: gesamte Sendezeit von Radio Salü

### 3.6 Vergleich der Hörfunkprogramme

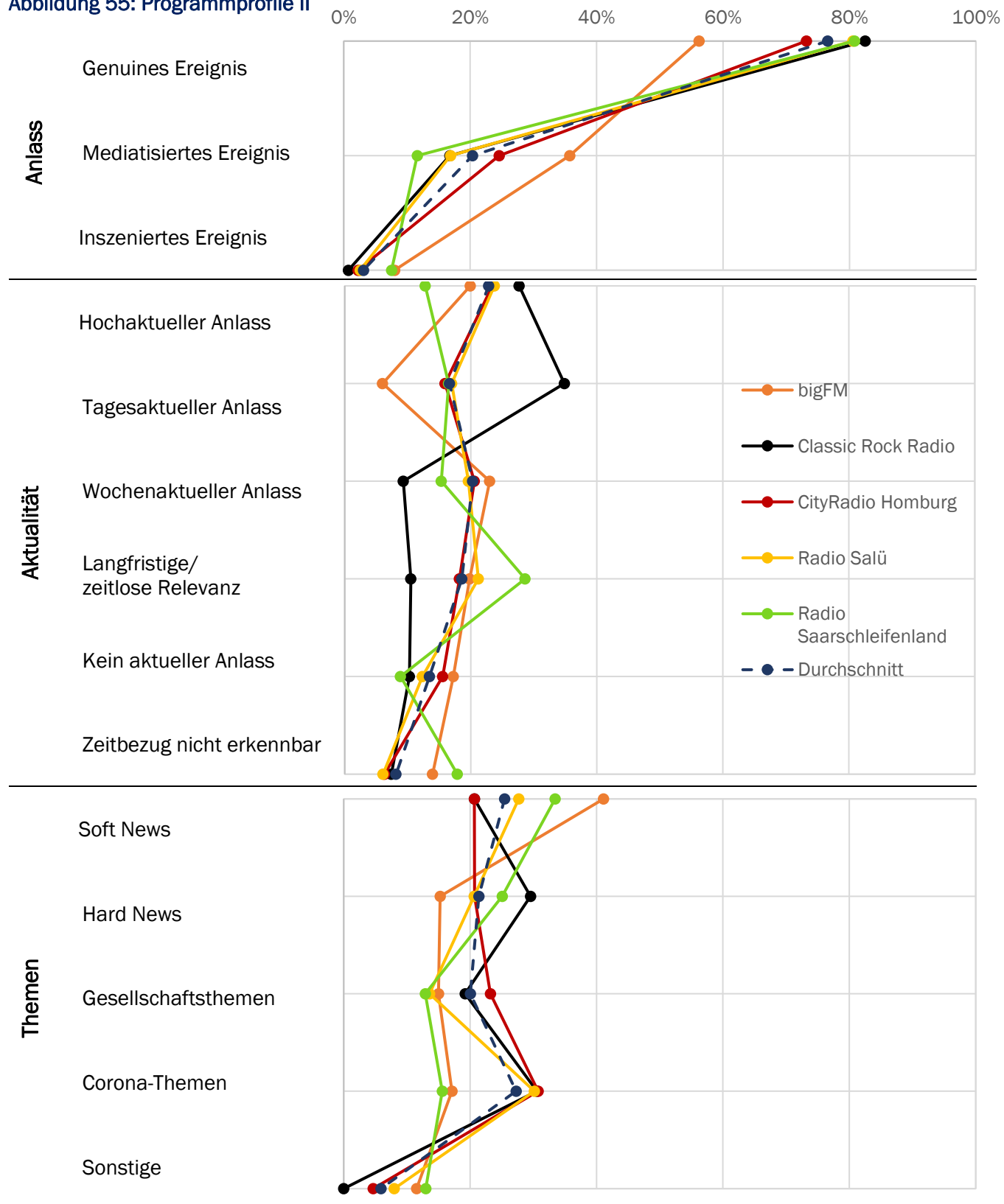
Abbildung 54: Programmprofile I



Basis: gesamte Sendezeit aller Sender in der jeweiligen Oberkategorie

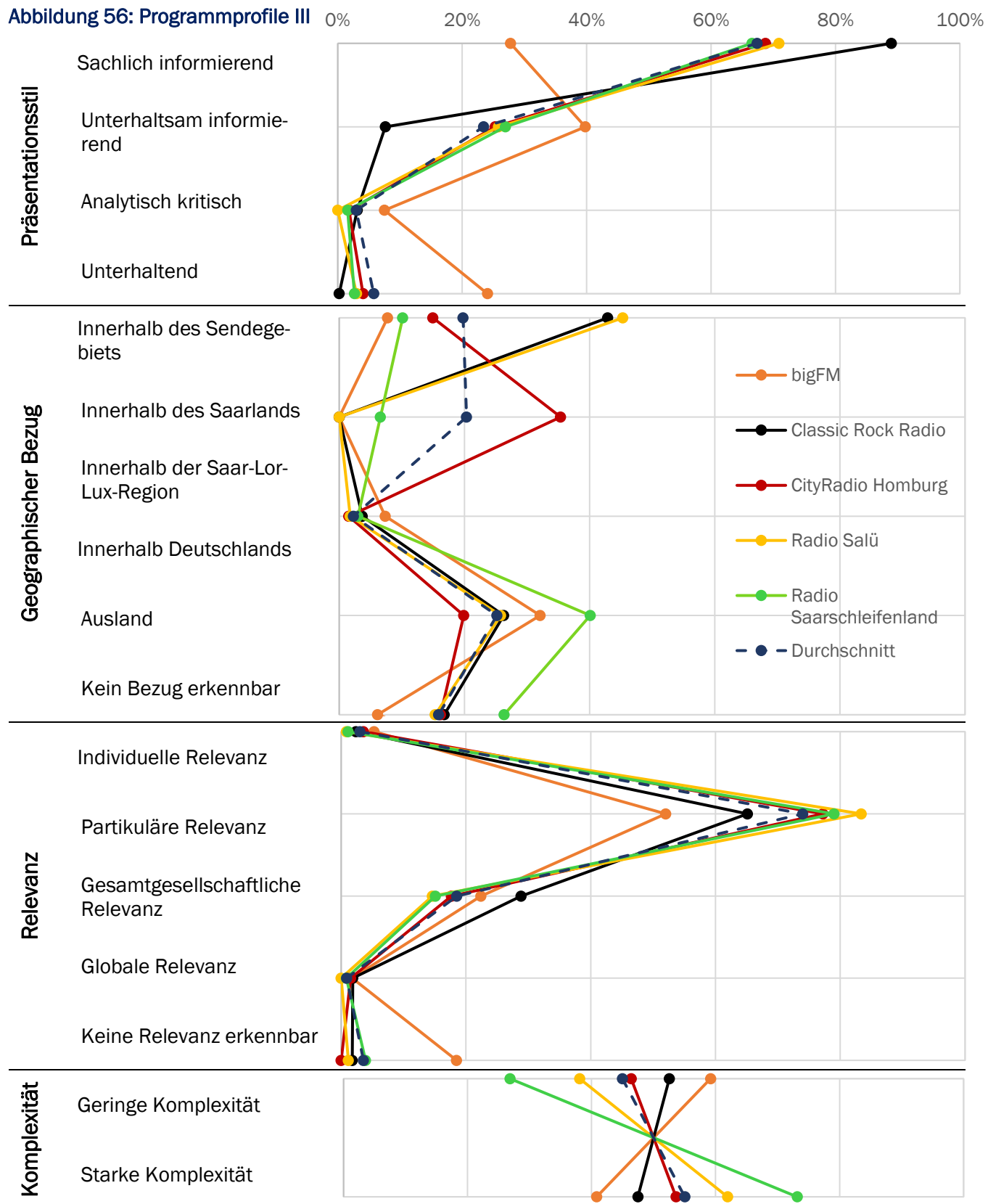


Abbildung 55: Programmprofile II



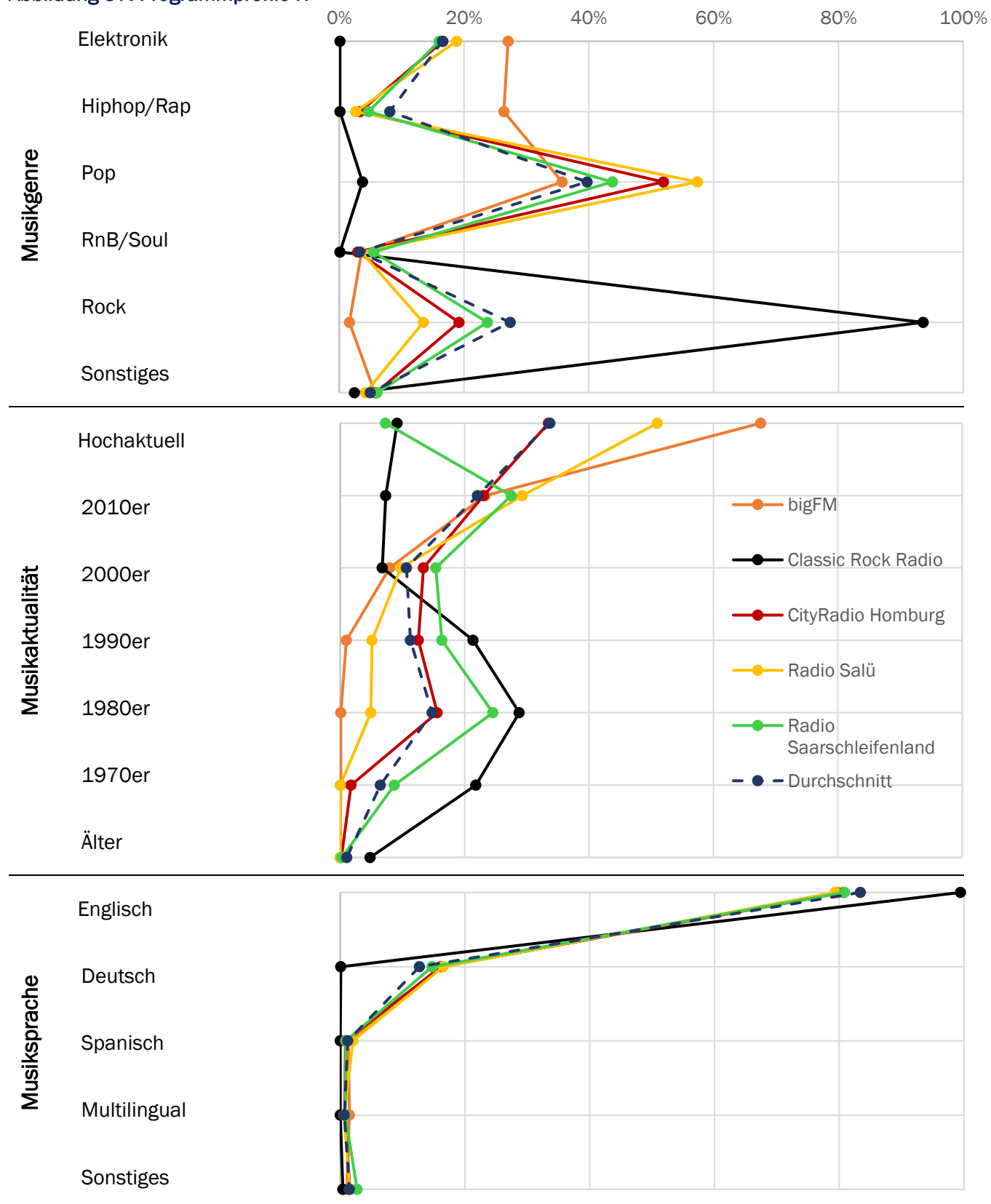
Basis: gesamte Sendezeit aller Sender in der jeweiligen Oberkategorie

Abbildung 56: Programmprofile III



Basis: gesamte Sendezeit aller Sender in der jeweiligen Oberkategorie

Abbildung 57: Programmprofile IV



Basis: gesamte Sendezeit aller Sender in der jeweiligen Oberkategorie

## 4 Zusammenfassung

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist eine Auswertung der neun privaten, über UKW empfangbaren Hörfunkprogramme im Saarland auf struktureller und inhaltlicher Ebene, um ihre journalistische Aufbereitung, musikalische Ausrichtung und Vielfalt sowie Positionierung auf dem Hörfunkmarkt darzulegen.

Auf Basis empirischer quantitativer Inhaltsanalysen wurden die Sender *bigFM Saarland*, *Classic Rock Radio*, *CityRadio Homburg*, *CityRadio Neunkirchen*, *CityRadio Saarbrücken*, *CityRadio Saarlouis*, *CityRadio St. Wendel*, *Radio Salü* und *Radio Saarschleifenland* ausgewertet. Als Stichprobe wurde das Programm einer „künstlichen Woche“, also der sechs Wochentage Montag bis Samstag aus unterschiedlichen Kalenderwochen Ende August bis Anfang September jeweils in der Zeit zwischen 6:00 und 20:00 Uhr für jeden der neun Sender untersucht.

Die wesentlichen Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Der **Wortanteil** der Sender beträgt ohne Werbung durchschnittlich knapp 15 Prozent und rangiert zwischen gut elf Prozent bei *Classic Rock Radio* und knapp 17 Prozent bei *Radio Salü*. Reziprok dazu ist der **Musikanteil** von *Classic Rock Radio* mit 82 Prozent am höchsten und bei *Radio Salü* mit 72 Prozent am geringsten. Der höchste Anteil an **Werbung** findet sich bei den Sendern der *CityRadio-Group*.
- Innerhalb der **Nachrichtenbeiträge** sind erwartungsgemäß und relativ gleichmäßig über alle Sender verteilt Hard News (politische und wirtschaftliche Themen) mit 39 Prozent der häufigste Inhalt, knapp vor Corona-bezogenen Berichten (37%). Die am häufigsten vorkommenden Akteure sind Personen aus der Politik (39%), die zweitgrößte Gruppe bilden Einzelpersonen mit 24 Prozent. Nachrichtensendungen sind im Durchschnitt mit knapp 40 Prozent hoch- oder tagesaktuell, *Classic Rock Radio* sendet mit einem Anteil über 68 Prozent die aktuellsten Nachrichten der analysierten Hörfunkprogramme.
- Bei den **redaktionellen Wortbeiträgen** sind von den Stilformen her der gebaute Beitrag mit 31 Prozent und die einfache Moderation mit 32 Prozent durchschnittlich die häufigsten Wortformen. Die unterschiedlichen Orientierungen der Hörfunkprogramme kommen jedoch beim genaueren Hinsehen zum Vorschein: Bei *Radio Saar-*

*schleifenland* finden sich über 58 Prozent gebaute Beiträge, bei *bigFM* auf der anderen Seite nur drei Prozent und dafür 35 Prozent Hörer:innenbeiträge, ein Drittel mehr als der Durchschnitt der Sender. *Radio Salü* fokussiert sich am häufigsten, in einem Drittel der Sendezeit, auf Gespräche und Interviews. *Classic Rock Radio* hat mit 52 Prozent den höchsten Anteil an Musikmoderationen.

- Wenn Wortelemente einen **Regionalbezug** erkennen lassen, dann beziehen sie sich in 40 Prozent auf das Saarland, auf die Saar-Lor-Lux-Region (2%), das übrige Deutschland (25%) oder das Ausland (16%). Hier polarisieren die Sender jedoch stark: Während sich *bigFM* mit 8 Prozent und *Radio Saarschleifenland* mit 17 Prozent im unteren Feld befinden, nehmen die Inhalte über das Saarland bei *Classic Rock Radio* (43%), *Radio Salü* (45%) und der *CityRadio-Group* (Ø 50%) deutlich mehr Platz ein.
- Wird der geographische Bezug auf das jeweilige **Sendegebiet** fokussiert, dann unterscheiden sich die landesweiten Programme erwartungsgemäß stark von den Regionalen. So kommen *Classic Rock Radio* (43%) und *Radio Salü* (45%) auf deutlich größere Wortanteile als die Regionalsender der *CityRadio-Group* (Ø 14%) oder *Radio Saarschleifenland* (12%). Eine Ausnahme bildet das landesweite *bigFM*, bei dem sich nur acht Prozent des Worts auf das saarländische Sendegebiet bezieht.
- **Musikalisch** konzentrieren sich alle Sender auf englischsprachige Titel mit Anteilen zwischen 79 Prozent bei *Radio Salü* und 99 Prozent bei *Classic Rock Radio*. Dabei konzentrieren sich *bigFM* (68%) und *Radio Salü* (51%) auf hochaktuelle Titel, die *CityRadio-Group* auf Titel ab 2010 und neuer (57%), *Radio Saarschleifenland* auf die Ären zwischen den 1980ern und 2000ern (56%) und *Classic Rock Radio* auf die Musik aus den 80ern, 70ern und früher (55%). Die engste Musikrotation hat *Radio Salü*, das im Untersuchungszeitraum nur 335 verschiedene Titel spielte und diese durchschnittlich 3,4 mal wiederholte, die vielfältigste Playlist haben die *CityRadio-Sender* mit 787 unterschiedlichen Titeln, die durchschnittlich nur 1,4 mal wiederholt wurden. In der Überschneidungsanalyse zeigt sich, dass die Titel von *Classic Rock Radio* in keinem anderen Programm zu hören waren, die höchste Überschneidung in absoluten Titelzahlen gab es zwischen *Radio Salü* und *Radio Saarschleifenland*, die auf 139 „gemeinsame Titel“ kamen, die auf beiden Programmen zu hören waren.

- Im **intermedialen Vergleich** mit der *Saarbrücker Zeitung* zeigt der private Hörfunk im Saarland einen deutlich geringeren Anteil an Soft News (26 zu 39%) mehr Hard News (21 zu 14%), weniger Gesellschaftsthemen (20 zu 29%) und mehr Raum bei der Corona-Berichterstattung (27 zu 17%). Zu den Einschränkungen bei Intermediavergleichen siehe Kapitel 3.3 auf Seite 44.
- Die Ergebnisse müssen vor dem Hintergrund der Covid-19-Pandemie gesehen werden, die die Mediennutzung im Jahr 2020 z. B. durch veränderte Tagesabläufe der Bevölkerung aufgrund von Kurzarbeit, der Arbeit im Homeoffice, nur eingeschränkt nutzbaren Freizeitaktivitäten etc. beeinflusst hat.

## 5 Quellen

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma) (2020): ma 2020 Audio I. [Presetabellen zur Berichterstattung](#). [abgerufen am 02.11.2020].

House of Research (2016): Programmanalyse privater saarländischer Hörfunkprogramme 2016. Quantitative Inhaltsanalyse der sieben privaten Radiosender im Saarland. Saarbrücken: LMS.

Statistisches Amt Saarland (2020): Fläche und Bevölkerung - Stand: 30.06.2020.

Vlašić, A. (2018): Programmanalyse privater saarländischer Hörfunkprogramme 2018. Saarbrücken: LMS.

## 6 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ablaufdiagramm der Hörfunkanalyse .....	5
Abbildung 2: Programmstruktur .....	8
Abbildung 3: Formen der Wortbeiträge.....	10
Abbildung 4: Stilformen der redaktionellen Wortbeiträge .....	12
Abbildung 5: Themen der Wortbeiträge (Oberkategorien).....	13
Abbildung 6: Themen der Nachrichtenbeiträge (Oberkategorien) .....	14
Abbildung 7: Anlässe der Wortbeiträge .....	17
Abbildung 8: Anlässe der Nachrichtenbeiträge.....	18
Abbildung 9: Aktualität der Wortbeiträge .....	19
Abbildung 10: Aktualität der Nachrichtenbeiträge.....	20
Abbildung 11: Regionaler Bezug der gesamten Wortelemente .....	21
Abbildung 12: Regionaler Bezug der Wortbeiträge.....	22
Abbildung 13: Regionaler Bezug der Nachrichtenbeiträge .....	23
Abbildung 14: Regionaler Bezug der Servicemeldungen und Veranstaltungstipps .....	24
Abbildung 15: Einwohnerzahlen der Landkreise und Gemeinden im Saarland .....	25
Abbildung 16: Wort mit Bezug zu Gemeinden innerhalb des Saarlandes I.....	27
Abbildung 17: Wort mit Bezug zu Gemeinden innerhalb des Saarlandes II.....	28
Abbildung 18: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland I .....	30
Abbildung 19: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland II .....	31
Abbildung 20: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland III .....	32



Abbildung 21: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern I.....	33
Abbildung 22: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern II.....	34
Abbildung 23: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern III.....	35
Abbildung 24: Präsentationsstil der Wortbeiträge .....	37
Abbildung 25: Präsentationsstil der Nachrichtenbeiträge .....	38
Abbildung 26: Personalisierung der Wortbeiträge .....	39
Abbildung 27: Personalisierung der Nachrichtenbeiträge.....	40
Abbildung 28: Relevanz der Wortbeiträge .....	41
Abbildung 29: Relevanz der Nachrichtenbeiträge .....	42
Abbildung 30: Komplexität der Wortbeiträge .....	43
Abbildung 31: Komplexität der Nachrichten .....	44
Abbildung 32: Themen bei Hörfunk und Zeitung (Oberkategorien).....	46
Abbildung 33: Themen bei Hörfunk und Zeitung .....	46
Abbildung 34: Aktualität bei Hörfunk und Zeitung.....	47
Abbildung 35: Geographischer Bezug in Hörfunk und Zeitung.....	48
Abbildung 36: Präsentationsstil bei Hörfunk und Zeitung.....	48
Abbildung 37: Relevanz bei Hörfunk und Zeitung .....	49
Abbildung 38: Komplexität bei Hörfunk und Zeitung.....	50
Abbildung 39: Genre der Musiktitel .....	51
Abbildung 40: Gesangssprache der Musiktitel .....	52
Abbildung 41: Aktualität der Musiktitel .....	53

Abbildung 42: Anzahl verschiedener Titel und Wiederholungsrate (WR) .....	54
Abbildung 43: Absolute Titelüberschneidungen .....	55
Abbildung 44: Prozentuierte Titelüberschneidungen .....	55
Abbildung 45: Programmprofil bigFM .....	56
Abbildung 46: Programmprofil Classic Rock Radio .....	56
Abbildung 47: Programmprofil CityRadio Homburg .....	57
Abbildung 48: Programmprofil CityRadio Neunkirchen .....	57
Abbildung 49: Programmprofil CityRadio Saarbrücken .....	58
Abbildung 50: Programmprofil CityRadio Saarlouis .....	58
Abbildung 51: Programmprofil CityRadio St. Wendel .....	59
Abbildung 52: Programmprofil Radio Saarschleifenland .....	59
Abbildung 53: Programmprofil Radio Salü .....	60
Abbildung 54: Programmprofile I .....	61
Abbildung 55: Programmprofile II .....	62
Abbildung 56: Programmprofile III .....	63
Abbildung 57: Programmprofile IV .....	64

## 7 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Analyierte Stichprobe im Überblick .....	4
Tabelle 2: Programmstruktur (detailliert) .....	9
Tabelle 3: Akteure in Wortbeiträgen .....	15
Tabelle 4: Akteure in Nachrichtenbeiträgen .....	16

## 8 Anhang

### 8.1 Themen der Wortbeiträge (detailliert)

Thema	bigFM	Classic Rock Radio	CR Hom-burg	CR Neun-kirchen	CR Saar-brücken	CR Saar-louis	CR St. Wendel	Radio Salü	RSL
Kultur	15,1%	58,8%	18,8%	15,6%	19,5%	16,2%	19,0%	10,0%	14,2%
Gesellschaft	0,0%	0,0%	5,7%	10,3%	10,1%	8,4%	11,8%	2,4%	0,0%
Mensch, Welt, Natur, Gesundheit	2,5%	1,4%	16,5%	13,6%	12,7%	20,3%	13,7%	12,5%	2,6%
Alltag/private Lebenswelt	17,5%	3,4%	6,2%	2,7%	6,2%	11,9%	2,4%	11,9%	18,9%
Recht, Politik, Ausland	1,1%	0,0%	0,0%	0,7%	3,0%	2,3%	2,6%	0,9%	8,0%
Verbraucherthemen	18,7%	3,8%	7,0%	9,7%	7,9%	7,0%	12,0%	15,4%	13,0%
Wirtschaft und Beschäftigung	78,0%	6,3%	1,5%	1,0%	3,0%	0,0%	0,4%	10,6%	4,1%
Sport	2,9%	0,0%	4,3%	2,6%	1,2%	1,0%	2,1%	0,7%	7,0%
Migrations-, Ausländerpolitik oder Flüchtlingsthemen	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Angstthemen	0,0%	10,6%	0,9%	0,8%	0,8%	0,8%	0,7%	0,7%	0,0%
Zerstreuungsthemen /Boulevardthemen	7,8%	0,0%	1,4%	1,6%	1,4%	1,7%	1,5%	2,8%	3,6%
Sonstige	14,7%	0,0%	7,3%	10,6%	5,4%	2,0%	6,3%	22,4%	21,8%
Corona: Kultur	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Corona: Gesellschaft	0,3%	12,1%	15,5%	16,1%	11,5%	12,2%	15,7%	6,5%	4,6%
Corona: Mensch, Natur, Umwelt, Technik	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Corona: private Lebenswelt	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Corona: Recht, Politik, Ausland	1,8%	0,0%	3,2%	2,1%	3,5%	0,0%	2,5%	1,0%	0,0%
Corona: Verbraucherthemen	5,8%	3,6%	1,7%	2,6%	5,4%	7,1%	2,6%	0,0%	0,0%
Corona: Wirtschaft	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,5%	0,4%	0,0%	1,3%
Corona: Sport	0,0%	0,0%	2,6%	2,4%	2,4%	3,8%	2,4%	0,9%	1,0%
Corona: Gesundheit	0,6%	0,0%	6,9%	7,4%	6,1%	4,7%	3,9%	1,2%	0,0%

## 8.2 Themen der Nachrichtenbeiträge (detailliert)

Thema	bigFM	Classic Rock Radio	CR Hom-burg	CR Neun-kirchen	CR Saar-brücken	CR Saar-louis	CR St. Wendel	Radio Salü	RSL
Kultur	0,6%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Gesellschaft	3,9%	10,4%	4,9%	5,4%	7,1%	3,5%	6,6%	4,4%	5,0%
Mensch, Welt, Natur, Gesundheit	2,5%	3,5%	4,6%	3,0%	3,4%	3,3%	5,4%	3,2%	2,3%
Alltag/private Lebenswelt	0,9%	2,0%	0,0%	1,7%	0,4%	1,7%	0,7%	0,2%	1,2%
Recht, Politik, Ausland	28,9%	21,6%	25,5%	25,3%	25,9%	24,4%	26,1%	17,6%	25,9%
Verbraucherthemen	2,3%	1,4%	4,0%	6,9%	4,7%	5,6%	4,0%	2,8%	8,3%
Wirtschaft und Beschäftigung	4,2%	10,7%	10,0%	7,5%	7,0%	10,2%	7,6%	7,5%	16,3%
Sport	6,2%	4,9%	3,7%	4,7%	4,1%	2,8%	2,1%	5,0%	0,8%
Migrations-, Ausländerpolitik oder Flüchtlingsthemen	0,9%	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%	0,3%	0,8%
Angstthemen	12,5%	12,7%	13,5%	11,2%	15,3%	13,9%	12,7%	17,6%	10,8%
Zerstreuungsthemen /Boulevardthemen	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Sonstige	1,9%	0,0%	2,6%	2,1%	1,9%	2,2%	2,9%	0,4%	0,9%
Corona: Kultur	2,3%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Corona: Gesellschaft	9,5%	12,5%	6,6%	8,2%	7,7%	7,4%	8,0%	12,9%	6,0%
Corona: Mensch, Natur, Umwelt, Technik	0,0%	1,8%	0,6%	0,7%	0,6%	0,5%	0,6%	0,0%	0,6%
Corona: private Lebenswelt	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Corona: Recht, Politik, Ausland	5,1%	2,7%	12,2%	11,0%	11,6%	12,6%	11,6%	6,7%	6,6%
Corona: Verbraucherthemen	7,7%	4,6%	1,6%	3,6%	1,7%	1,5%	2,1%	2,8%	3,8%
Corona: Wirtschaft	2,6%	4,8%	3,5%	4,2%	4,9%	4,6%	5,0%	7,5%	6,3%
Corona: Sport	1,2%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	1,2%	2,4%	0,0%
Corona: Gesundheit	4,3%	5,7%	6,7%	2,9%	3,6%	5,0%	3,0%	8,6%	4,2%