

Programmanalyse privater saarländischer Hörfunkprogramme 2023

Inhaltsanalyse der durch die LMS lizenzierten
UKW-Sender

im Auftrag der

Landesmedienanstalt Saarland (LMS)



Berlin/Saarbrücken, 30. Oktober 2023

vorgelegt von House of Research GmbH
Fischerhüttenstr. 81a | 14163 Berlin
www.house-of-research.de

Inhalt

1	Hintergrund und Ziele der Analyse	1
2	Methode	3
2.1	Darstellung der untersuchten Veranstalter	3
2.1.1	bigFM Saarland	3
2.1.2	CityRadio Saarland	3
2.1.3	Classic Rock Radio	4
2.1.4	Radio Saarschleifenland	4
2.1.5	Radio Salü	4
2.2	Stichprobe	4
2.3	Codierung	5
3	Ergebnisse	8
3.1	Strukturanalyse	8
3.1.1	Programmelemente	8
3.1.2	Wortformen	10
3.2	Tiefenanalyse	13
3.2.1	Themen und Akteure	13
3.2.2	Anlässe und Aktualität der Berichterstattung	18
3.2.3	Geografischer Bezug	22
3.2.4	Kartographische Regionalanalyse	26
3.2.5	Präsentationsstil und Personalisierung	37
3.2.6	Relevanz und Komplexität	42
3.3	Intermediale Gegenüberstellung	46
3.4	Musikprogramm	52
3.5	Programmprofile der einzelnen Sender	58
3.5.1	bigFM Saarland	58
3.5.2	Classic Rock Radio	58
3.5.3	CityRadio Homburg	59
3.5.4	CityRadio Neunkirchen	59
3.5.5	CityRadio Saarlouis	60
3.5.6	CityRadio St. Wendel	60
3.5.7	Radio Saarschleifenland	61
3.5.8	Radio Salü	61
3.6	Vergleich der Hörfunkprogramme	62
4	Zusammenfassung	66
5	Quellen	69
6	Abbildungsverzeichnis	70
7	Tabellenverzeichnis	72
8	Anhang	73
8.1	Themen der Wortbeiträge (detailliert)	73
8.2	Themen der Nachrichtenbeiträge (detailliert)	74

1 Hintergrund und Ziele der Analyse

Ungeachtet der großen Popularität des Internets, Social Media und zahlreichen Streaming-Diensten erfreut sich das Radio in Deutschland auch weiterhin einer großen Beliebtheit. Im Jahr 2022 hörten laut *ARD/ZDF-Massenkommunikation Trend* 82 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren mindestens einmal in der Woche Radio (vgl. Mai, von Oehsen 2022, S. 440). Das Medium besitzt für die öffentliche Informations- und Meinungsbildung somit nach wie vor eine hohe Relevanz.

Im Saarland ist die *Landesmedienanstalt Saarland* (LMS) damit beauftragt, Hörfunkprogramme zuzulassen und zu beaufsichtigen. Nach dem *Saarländischen Mediengesetz* (SMG) ist sie dabei u. a. dazu verpflichtet sicherzustellen, dass „die Vielfalt der Meinungen der Bürgerinnen und Bürger berücksichtigt wird“ (LMS 2015, S. 46). Dementsprechend werden in regelmäßigen Abständen Programmanalysen und Evaluationen in Auftrag gegeben, so auch die vorliegende Inhaltsanalyse.

Diese beschäftigt sich mit acht privaten Hörfunkprogrammen, die von der LMS lizenziert wurden: *bigFM Saarland*, *Classic Rock Radio*, *CityRadio Homburg*, *CityRadio Neunkirchen*, *CityRadio Saarlouis*, *CityRadio St. Wendel* und *Radio Saarschleifenland*. Das in der Analyse 2020 noch untersuchte Programm von *CityRadio Saarbrücken* (vgl. House of Research, 2020, S. 2) konnte aufgrund technischer Probleme bei der Programmaufzeichnung in diesem Jahr nicht berücksichtigt werden. Wie in den vorangegangenen Analysen erfolgte auch 2023 ein externer Abgleich mit der regionalen Tageszeitung *Saarbrücker Zeitung*, die sowohl in der überregionalen als auch in den sieben Regionalausgaben vorliegt. Programme, die ausschließlich als Webradio oder vorwiegend über den Radiostandard DAB+ verbreitet werden, wurden in die Analyse nicht einbezogen.

Erhoben wurden die vorliegenden Daten mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse – dabei wurde im ersten Schritt die grundlegende Programmstruktur der Sender untersucht, in einem zweiten Schritt erfolgte dann ein umfassender Blick auf die musikalische und inhaltliche Ausrichtung der Sender. Damit ist zum einen die Einordnung innerhalb des Medienangebots im Saarland, zum anderen aber auch ein Vergleich zu den bisherigen Programmanalysen möglich.

In diesem Bericht werden die Herangehensweise sowie die Ergebnisse der Hörfunkprogrammanalyse 2023 ausführlich dargelegt. Im nächsten Kapitel wird dabei zunächst die Me-

thodik beschrieben, bevor in dem darauffolgenden Kapitel ein detaillierter Blick auf die Senderprofile sowie ein intermedialer Vergleich mit der *Saarbrücker Zeitung* erfolgt. Mit einer kurzen Zusammenfassung der Ergebnisse endet der Bericht schließlich.

2 Methode

2.1 Darstellung der untersuchten Veranstalter

In dem folgenden Kapitel sollen die untersuchten Veranstalter in Kürze hinsichtlich ihres Programmschwerpunktes sowie ihrer Zielgruppe dargestellt werden, um eine bessere Interpretation der Ergebnisse zu ermöglichen.

2.1.1 bigFM Saarland

Die *Skyline Medien Saarland GmbH* ist als Veranstalterin des landesweiten jugendorientierten, regionalisierten privaten 24-stündigen Hörfunkvollprogramms *bigFM Saarland* zugelassen. *bigFM Saarland* ist Teil der *bigFM*-Senderfamilie, mit weiteren bigFM-Angeboten in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen. Das Mantelprogramm wird in Ludwigshafen produziert. Für die Produktion bzw. Zulieferung regionaler Programmelemente aus dem Saarland ist die von der LMS zugelassene Veranstalterin des Gesamtprogramms *bigFM Saarland* zuständig. Beispiele für regionale Elemente sind Sonder- und Eventsendungen zu besonderen Ereignissen in der Region, die Produktion und Sendung von Veranstaltungshinweisen mit Saarlandbezug und die eigenständige Produktion von Nachrichten-, Verkehrs- und Wetterinhalten. Das Produktions- und Sendestudio von *bigFM Saarland* hat seinen Sitz in Saarbücken. Das generell jugendorientierte Konzept des Senders ist auf die Kernzielgruppe der 14- bis 35-Jährigen zugeschnitten.

2.1.2 CityRadio Saarland

Die *The Radio Group GmbH* ist als Veranstalterin der lokalen Hörfunkvollprogramme *CityRadio Saarbrücken*, *CityRadio Homburg*, *CityRadio Neunkirchen*, *CityRadio Saarlouis* und *CityRadio St. Wendel* zugelassen. Die fünf Lokalfunkangebote bestehen jeweils aus einem einheitlichen Mantelprogramm. Dieses enthält neben einem einheitlichen Musikformat einheitliche Programmelemente aus den Bereichen Unterhaltung, saarlandweite und überregionale Informationen, aktuelles Weltgeschehen und Hörerservices. Lokale und regionale, informierende Wortinhalte (Beiträge und Nachrichten) werden von dem jeweiligen Lokalradioprogramm vor Ort produziert und in das Mantelprogramm integriert über die entsprechende UKW-Frequenz der jeweiligen Stadt als Gesamtprogramm ausgestrahlt.

2.1.3 Classic Rock Radio

Die *Radio Salü Euro-Radio Saar GmbH* ist auch Veranstalterin des landesweiten privaten 24-stündigen Hörfunkvollprogramms *Classic Rock Radio*. Den größten Teil des Programms machen Rocksongs aus den 1960er bis 1990er Jahren aus. Der Nachmittag wird live moderiert, darüber hinaus sind vorproduzierte Inhalte, Unterhaltung, Serien und von einer zentralen Nachrichtenredaktion in den Studios der Veranstalterin für die beiden Programme produzierte Nachrichtenblöcke Teil des Programms. 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 Saarschleifenland

Die *Central FM Media GmbH* ist als Veranstalterin des lokalen privaten 24-stündigen Hörfunkspartenprogramms *Radio Saarschleifenland* zugelassen. *Radio Saarschleifenland* befasst sich inhaltlich mit dem Schwerpunkt Tourismus und Erlebnis im Saarland. Redaktionelle Inhalte aus dem Saarland, insbesondere aus Region „Saarschleifenland“ sind bei diesem Programm u. a. lokale Wetternachrichten, Schlagzeilen, Blitzer- und Baustellenupdates, Apothekennotdienst, Erlebnis-, Wander-, Ausflug- und Veranstaltungstipps, Müllkalender, Sport-News, und Wochenmärkte. Ausgestrahlt werden auch Börseninformationen, Koch- und Gastronomietipps sowie Vorstellungen von Ferienregionen und deutschen Künstlern sowie deren Musik.

2.1.5 Radio Salü

Die *Radio Salü Euro-Radio Saar GmbH* ist als Veranstalterin des landesweiten privaten 24-stündigen Hörfunkvollprogramms *Radio Salü* zugelassen. *Radio Salü* setzt neben der Ausrichtung auf das Saarland auf Informationen aus der Großregion Saar-Lor-Lux. Beispiele für tägliche saarländische redaktionelle und werbliche Inhalte im *Radio Salü* Programm sind Nachrichten und Informationen aus den Bereichen Politik, Gesellschaft, Kultur und Sport, u.a. auch Rechtstipps, Veranstaltungskalender, StarNews, Kino-Highlights, Sport-Ergebnisdienste und Musikwünsche.

2.2 Stichprobe

Grundlage für die Untersuchung stellt eine „künstliche Woche“ aus sechs Tagen im Mai 2023 dar (s. Tabelle 1). Pro Sender und Stichprobentag wurden die 14 Programmstunden zwischen 06:00 und 20:00 Uhr untersucht.

Tabelle 1: Analyzierte Stichprobe im Überblick

Datum	bigFM Saarland	Classic Rock Radio	CR Homburg	CR Neunkirchen	CR Saarlouis	CR St. Wendel	Radio Salü	Radio Saar-schleifen-land
Fr., 05.05.	14:00:19	14:00:26	13:59:52	13:59:48	13:59:49	13:59:52	14:00:35	14:00:25
Mo., 08.05.	14:00:15	14:00:46	13:59:31	14:00:36	13:59:31	13:59:31	14:00:38	14:00:37
So., 14.05.	14:00:47	14:00:24	14:00:03	13:59:58	14:00:03	13:59:59	14:00:37	14:00:30
Mi., 17.05.	13:59:54	14:00:27	13:59:52	13:59:51	13:59:51	13:59:32	14:00:35	14:00:30
Di., 23.05.	14:00:17	14:00:19	14:00:40	13:59:51	14:00:32	14:00:41	14:00:36	14:00:22
Sa., 27.05.	14:00:21	14:00:24	14:00:05	13:59:57	14:00:09	14:00:05	14:00:35	14:00:16
Gesamt	84:01:53	84:02:46	84:00:03	84:00:01	83:59:58	83:59:40	84:03:36	84:02:40

Damit liegen insgesamt ca. 672 Stunden Audiomaterial vor, das in einer quantitativen Inhaltsanalyse untersucht wurde. Wie bereits erwähnt konnte das Programm von *CityRadio Saarbrücken* nicht analysiert werden, da vom Sender aus technischen Gründen keine Sendemitschnitte geliefert werden konnten.

Angelehnt an die Radioprogrammanalyse wurden auch die Ausgaben der *Saarbrücker Zeitung* untersucht. Hierbei wurde jeweils der überregionale Mantel sowie die insgesamt sieben Lokalteile für die Regionen Homburg, Merzig-Wadern, Neunkirchen, Saarlouis, St. Ingbert und St. Wendel sowie dem Regionalverband Saarbrücken untersucht. Eine Doppelausgabe wurde regulär am Sonntag, den 14. Mai sowie aufgrund des Feiertags am 18. Mai (Christi Himmelfahrt) veröffentlicht. Der Ausgabe vom 05. Mai lag ein 14-seitiger Sonderteil anlässlich des Tages der offenen Tür am Uni-Campus Saarbrücken bei, der nicht in die Analyse einbezogen wurde. Insgesamt wurden 2.919 Artikel mit 1.370.364 Wörtern untersucht.

2.3 Codierung

Die Programmprofile der acht Radiosender wurden quantitativ auf inhaltlicher und struktureller Ebene analysiert. Zur Analyse wurden auch die sieben Lokalteile der Tageszeitung (angepasst an das Medium) verwendet. Bei beiden Medien entspricht eine Analyseeinheit einem Beitrag bzw. Artikel.

Abbildung 1: Ablaufdiagramm der Hörfunkanalyse

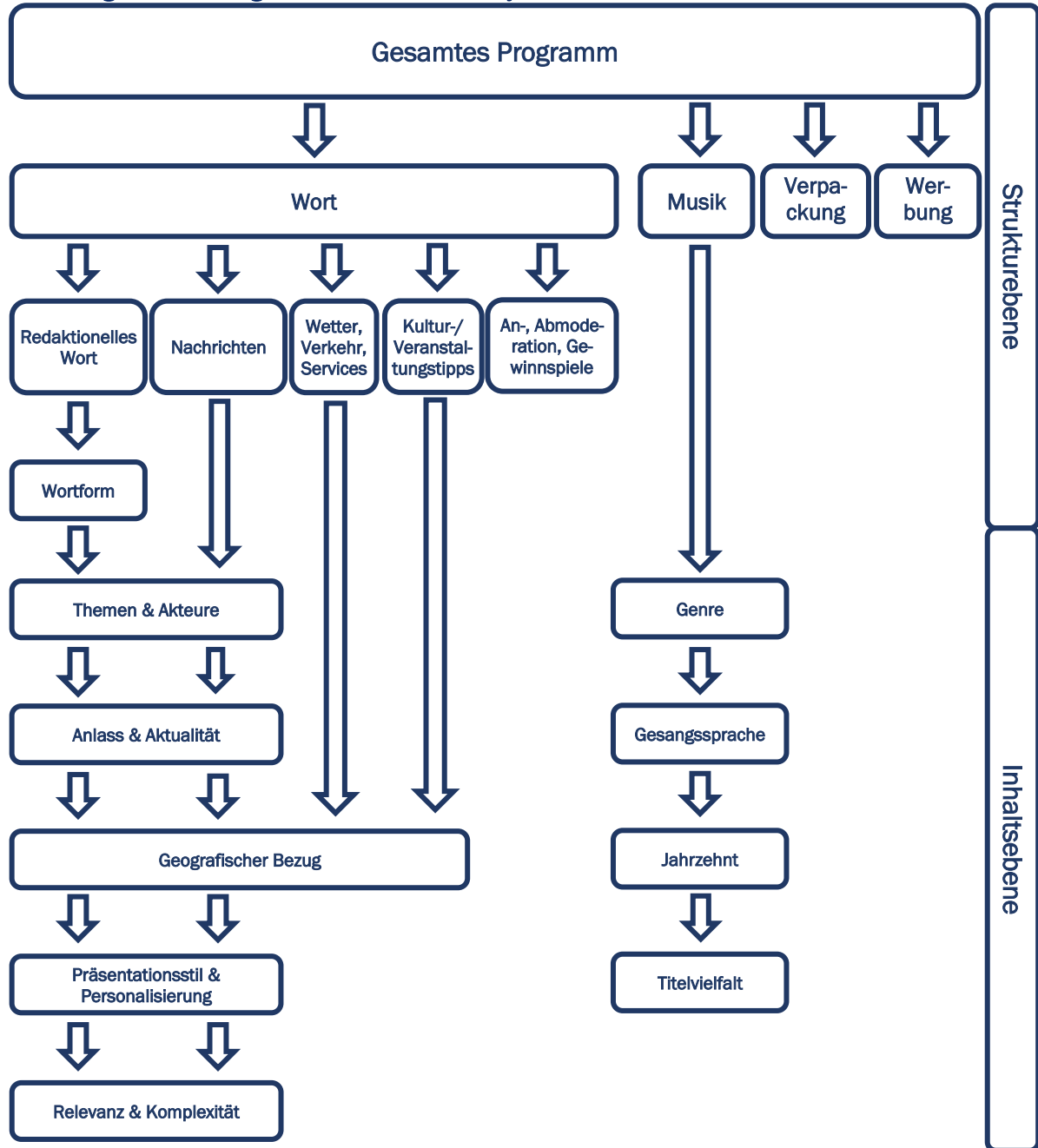


Abbildung 1 verdeutlicht den Ablauf der Analyse. Im ersten Schritt erfolgte eine Strukturanalyse, dabei wurden alle 48 Sendemitschnitte einer Grobcodierung unterzogen, indem alle Sendeelemente sekundengenau erfasst und getrennt wurden. Unterteilt wurden diese Elemente in Wort-, Musik-, Verpackungs-, und Werbebeiträge. Unter Wortelementen werden redaktionelle Wortbeiträge (bspw. Kollegengespräche oder Reportagen), Nachrichten, Service-meldungen (Wetter-, Verkehrs-, und Blitzermeldungen oder Hinweise zu Apothekennotdiens-ten), Gewinnspiele, Veranstaltungstipps sowie An- und Abmoderationen verstanden. In der

Inhaltsanalyse wurden die Servicemeldungen und Veranstaltungstipps nur auf ihren regionalen Bezug codiert, die redaktionellen Wortbeiträge und Nachrichten wurden zusätzlich hinsichtlich der Thematik, Aktualität und Präsentation untersucht.

Für die Musikanalyse wurden alle gespielten Titel im Stichprobenzeitraum von 06:00 bis 20:00 Uhr herangezogen, aufgrund des nahezu identischen Musikprogramms innerhalb der *CityRadio*-Sender wurde die Playlist von *CityRadio Homburg* stellvertretend für die anderen drei Sender verwendet.

Für die Zeitungsanalyse wurden alle redaktionellen Wortbeiträge wie Nachrichtenartikel, Glossen und Kolumnen oder Veranstaltungshinweise analysiert. Nicht berücksichtigt wurden in diesem Schritt unter anderem Grafiken, Leserbriefe, Gewinnzahlen, Todesanzeigen und Comics.

Für eine homogene Codierung, die auch eine Vergleichbarkeit mit den vorangegangenen Untersuchungen erlaubt, wurde das zuvor genutzte Codebuch nahezu vollständig übernommen. Einzig der thematische Schwerpunkt wurde verändert: wurde 2020 noch ein besonderer Fokus auf die Covid 19-Pandemie gelegt, rückte in der diesjährigen Programmanalyse der russische Angriffskrieg auf die Ukraine in den Mittelpunkt. Das Codebuch für die Zeitungsanalyse basiert auf dem der Hörfunkprogrammanalyse und wurde dem Medium entsprechend angepasst.

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.

3 Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Untersuchung vorgestellt und interpretiert. Dabei erfolgt zunächst ein Blick auf die Strukturanalyse der acht untersuchten Radiosender, anschließend wird die vertiefende Inhaltsanalyse dargestellt. In den letzten Schritten wird dann auf den intermedialen Vergleich mit der *Saarbrücker Zeitung*, die Musikanalyse sowie die einzelnen Senderprofile eingegangen.

3.1 Strukturanalyse

Aus der folgenden Strukturanalyse lassen sich zunächst die grundlegenden Ausrichtungen der untersuchten Radiosender ablesen. Unterteilt wurde das Programm in der Hauptsendezeit von 06:00 Uhr bis 20:00 Uhr in Wortbeiträge, Musiktitel, Werbung und Verpackungselemente. Die Wortbeiträge umfassen dabei alle Nachrichten und redaktionellen Inhalte exklusive der ausgestrahlten Werbeblöcke und Sponsorenhinweise, diese wurden nach der aktuellen Fassung des Medienstaatsvertrags (2023) definiert¹. Unter Musik fällt jeder vollständig gespielte Musiktitel, als Verpackungselemente gelten „einprägsame und immer gleichklingende Melodien oder Slogans, die den Sender oder bestimmte Programmformate des Senders ankündigen, abschließen oder überleiten“ (House of Research 2016, S. 9), hierunter fallen Jingles, in denen der Name des Senders genannt wird, akustische Werbetrenner, Claims, Audio-Logos, Opener, Sweeper, Trailer, Teaser, Trenner und anderes mehr.

3.1.1 Programmelemente

Wie bereits in der vorangegangenen Datenerhebung zeigt sich auch dieses Mal, dass die Senderprogramme den Großteil ihres Programms mit Musik bestreiten. Durchschnittlich 78,6 Prozent entfallen auf Musiktitel, gegenüber der Analyse 2020 hat sich der Anteil um 3,6 Prozentpunkte erhöht (s. Abbildung 2). *Radio Saarschleifenland* und die *CityRadio*-Sender liegen mit ihrem Musikanteil dabei leicht über dem Durchschnitt, wie 2020 hat *Radio SALÜ* mit 70,4 Prozent den geringsten Musikanteil im Programm (vgl. House of Research 2020, S. 8).

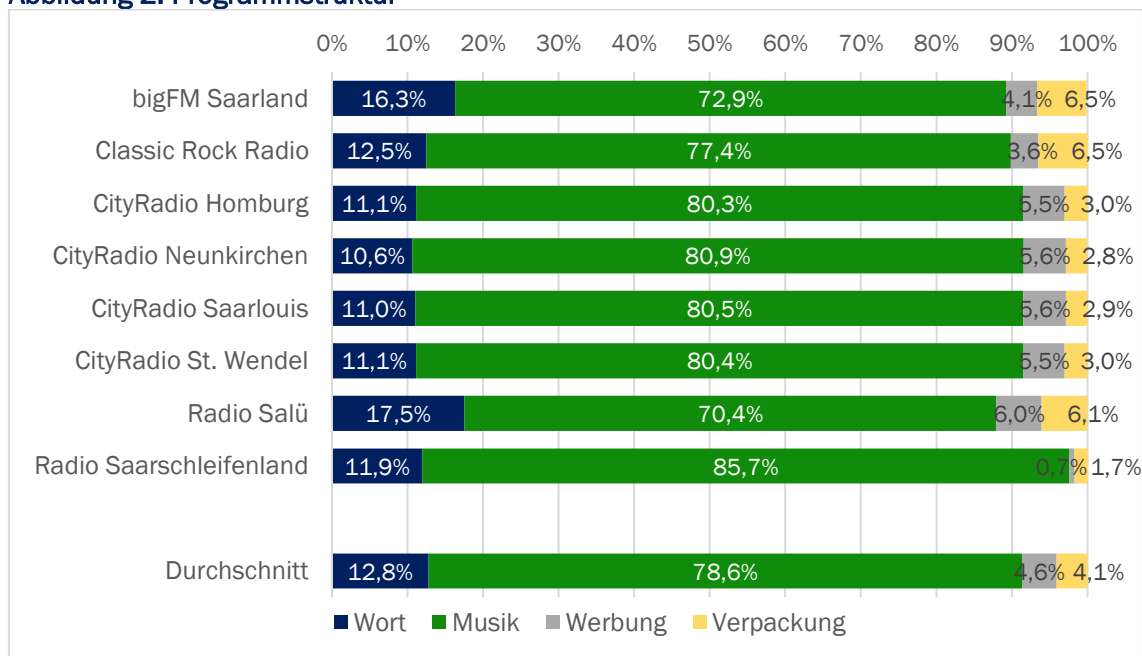
¹ Bei Rundfunkwerbung handelt es sich laut § 2 Abs. 2 Satz 8 Medienstaatsvertrag um „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die im Rundfunk von einem öffentlich-rechtlichen oder einem privaten Veranstalter oder einer natürlichen Person entweder gegen Entgelt 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“

Der Wortanteil der Sender liegt auf einem vergleichbaren Niveau – *bigFM Saarland* und *Radio SALÜ* befinden sich hierbei allerdings deutlich über dem Durchschnitt.

Im Vergleich zur vorherigen Studie ist der Anteil von Werbung in allen Programmen gesunken, und zwar um durchschnittlich 2 Prozentpunkte (vgl. ebd.). *Radio SALÜ* hat hierbei mit 6,0 Prozent den höchsten, *Radio Saarschleifenland* mit 0,7 Prozent den geringsten Werbeanteil.

Etwas ambivalenter verhält sich die Entwicklung der Verpackungselemente. Im Durchschnitt sind diese etwas gestiegen, besonders *Classic Rock Radio* hat hier ein Wachstum von fast vier Prozentpunkten, während die der anderen Sender etwas weniger stark angestiegen ist.

Abbildung 2: Programmstruktur



Basis: gesamte Sendezeit jedes Senders

Tabelle 2 zeigt die einzelnen Sendeelemente der Radiosender detailliert auf. Im Vergleich zur Analyse 2020 lassen sich dabei folgende Aussagen treffen: erneut zeigt sich, dass die *City-Radio*-Sender eine nahezu identische Programmstruktur mit geringen Abweichungen aufweisen. Das schon 2020 ausschließlich von *bigFM Saarland* genutzte Element des Nachrichtenüberblicks ist in diesem Jahr ersatzlos entfallen und wurde von keinem der untersuchten Sender genutzt. Erhöht hat sich hingegen der Anteil an Gewinnspielen, während *bigFM Saarland* im letzten Analysezeitraum kein einziges Gewinnspiel durchführte, wurden diesmal 2,7 Prozent der Programmfläche damit gefüllt, auch *Radio Salü* verzeichnet in dieser Kategorie einen deutlichen Zuwachs um 1,4 Prozentpunkte gegenüber dem Jahr 2020 (0,1 zu 1,5 %). Ebenso angestiegen ist der Anteil von Freizeit- und Veranstaltungstipps; die geringen Werte wurden 2020 auf die Einschränkungen und Vorsichtsmaßnahmen im Rahmen der Covid 19-

Pandemie zurückgeführt, da sämtliche Beschränkungen im Erhebungszeitraum aufgehoben waren, kann diese Annahme als bestätigt betrachtet werden (vgl. House of Research, 2020, S. 9).

Tabelle 2: Programmstruktur (detailliert)

Art des Beitrags	bigFM Saarland	Classic Rock Radio	CR Homburg	CR Neunkirchen	CR Saarlouis	CR St. Wendel	Radio Salü	RSL
Musik	72,9%	77,4%	80,3%	80,9%	80,5%	80,4%	70,4%	85,7%
Werbung	4,0%	2,8%	4,5%	4,6%	4,6%	4,5%	4,8%	0,5%
Sponsorenhinweis	0,1%	0,8%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,2%	0,2%
Sonderform	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Verpackung	6,5%	6,5%	3,0%	2,8%	2,9%	3,0%	6,1%	1,7%
An- und Abmoderationen	3,2%	0,4%	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	1,7%	0,7%
Wortbeitrag	5,1%	1,8%	2,1%	1,6%	2,0%	2,1%	3,3%	4,9%
Servicemeldungen	1,5%	3,2%	2,1%	2,1%	2,1%	2,1%	4,1%	1,2%
Kultur-/Veranstaltungstipps	1,5%	0,9%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,5%	1,7%
Lotterie, Gewinnspiel	2,7%	0,4%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	1,5%	0,0%
Nachrichtenüberblick	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Nachrichten	3,4%	5,8%	5,2%	5,1%	5,2%	5,2%	6,4%	3,4%

Basis: gesamte Sendezeit jedes Senders

3.1.2 Wortformen

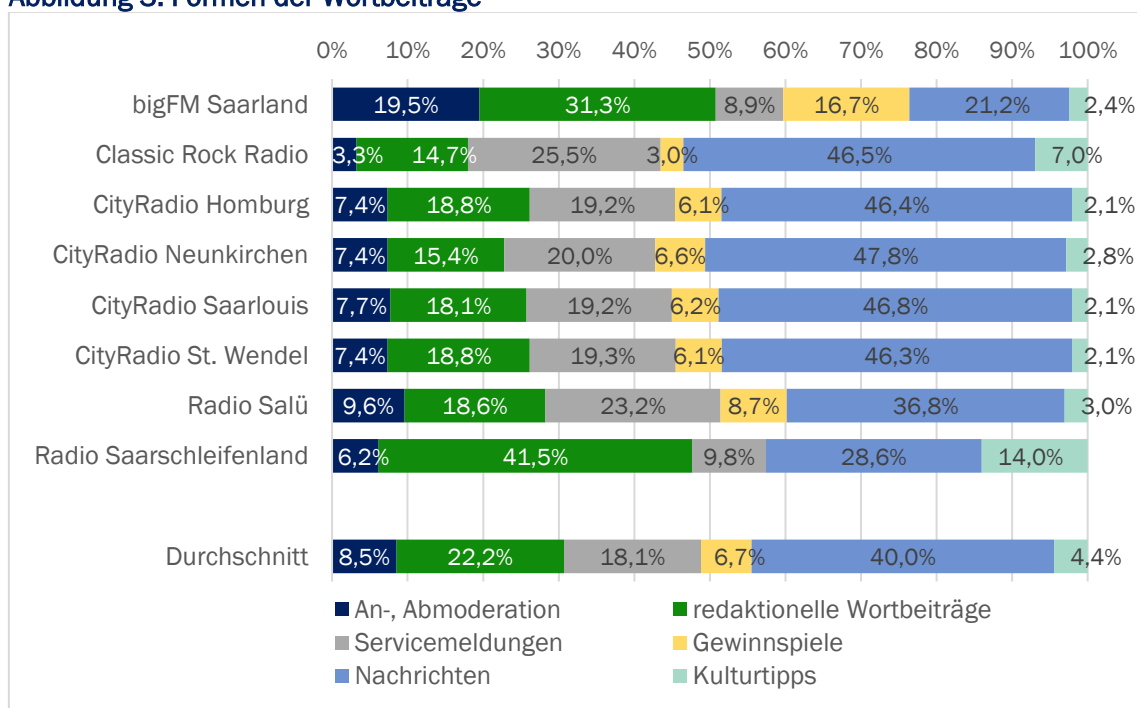
In diesem Analyseschritt werden die Wortbeiträge näher betrachtet, die durchschnittlich 12,8 Prozent der Sendezeit einnehmen (s. Abbildung 2). Werbespots, Sponsorenhinweise und Verpackungselemente werden hierbei nicht gezählt. Als redaktionelle Wortbeiträge gelten alle gesprochenen Beiträge mit einem klaren inhaltlichen Bezug, die in sich geschlossen sind. Kurzmoderationen, die etwa einen Musiktitel ankündigen oder die aktuelle Uhrzeit nennen sowie Wetter-, Verkehrs-, und Blitzermeldungen werden aufgrund des geringen redaktionellen Aufwands hier nicht berücksichtigt und separat erfasst. Kurzmoderationen werden der Kategorie „An- und Abmoderationen“ zugeordnet, während Wetter-, Verkehrs- und Blitzermeldungen in der Kategorie „Servicemeldungen“ erfasst werden.

Nachrichtenbeiträge bilden durch ihren standardisierten Stil und informativen Charakter eine eigene Kategorie und werden im Verlauf dieser Analyse gesondert betrachtet. Sonderformen – dem Codebuch nach nicht sinnvoll zuordbare Beiträge - wurden nur bei *bigFM Saarland* identifiziert und wegen des geringen Anteils im weiteren Verlauf ebenfalls nicht weiter berücksichtigt. Hierzu zählen Best-of-Zusammenfassungen der Morning Show sowie kurze, oft

mit Fakten angereicherte, Erzählungen, die ohne vorherige Ankündigung in das Programm eingestreut wurden.²

In Abbildung 3 wird die Verteilung der einzelnen Kategorien über die Sender dargestellt. Die *CityRadio*-Sender füllen ihr gesprochenes Programm fast zur Hälfte mit Nachrichten, während diese bei *bigFM Saarland* weniger als ein Viertel der Sendezeit ausmachen. *bigFM Saarland* sendet die wenigsten Servicemeldungen, platziert dafür aber deutlich mehr jugendafine Gewinnspiele (10 Prozentpunkte über dem Durchschnittswert) für Konzertkarten und anderes mehr, sowie kurze An- und Abmoderationen im Programm. *Radio Saarschleifenland* weist sowohl bei den redaktionellen Wortbeiträgen als auch bei den Kultur- und Veranstaltungstipps die prozentual häufigste Verwendung auf. Nachrichten und Servicemeldungen nehmen in diesem Programm einen geringeren Raum als im Durchschnitt ein.

Abbildung 3: Formen der Wortbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller Wortbeiträge

Die redaktionellen Wortbeiträge werden in Kapitel 3.2 tiefergehend analysiert, da diese im Gegensatz zu den Nachrichten nicht standardisiert sind und sowohl inhaltlich als auch in ihrer Form eine deutlich größere Varianz besitzen.

Formen der redaktionellen Wortbeiträge sind Moderationen, Gespräche bzw. Interviews, Hörerbeiträge und Call-Ins, Musikmoderationen, humoristische oder satirische Inhalte wie bspw.

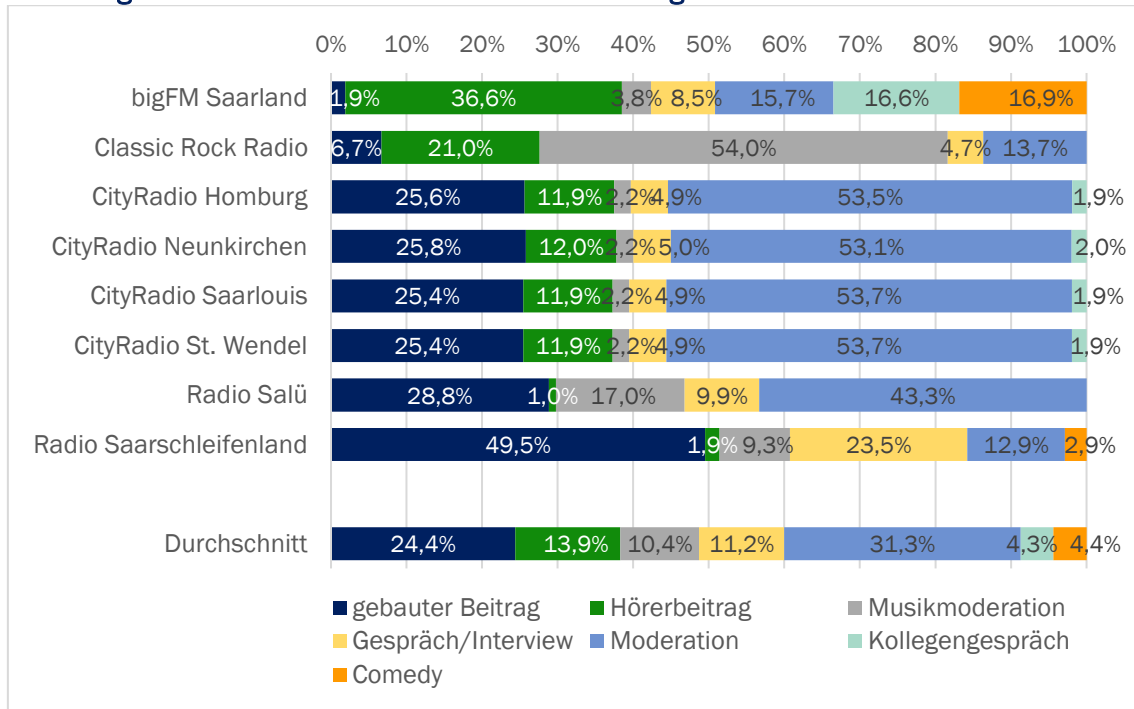
² Hierbei handelt es sich um humorvoll präsentierte Fakten oder themenübergreifende Wortbeiträge, die maximal eine Minute lang sind und keinen konkreten Anlass haben.

Anekdoten oder Witze, gebaute Beiträge und Kollegengespräche. Als Moderationen werden Elemente verstanden, in denen von den jeweiligen Moderatoren über ein bestimmtes Thema gesprochen wird, ohne dabei sehr in die Tiefe zu gehen, auf Einspieler von O-Tönen oder Interviews wird in der Regel verzichtet.

Interviews und Gespräche finden mit zugeschalteten oder vor Ort anwesenden Gästen statt und können sowohl live ausgestrahlt als auch aufgezeichnet sein. In Hörerbeiträgen werden Hörer des Senders zugeschaltet, beispielsweise um sich zu einem vorgegebenen Thema zu äußern oder einen Gruß auszurichten, Comedy bezieht alle Formate ein, die vorwiegend humoristisch geprägt sind, was sich vor allem in ironischen bis satirischen Rhetoriken äußert. Die Musikmoderation beschreibt Wortbeiträge, in denen die Bedeutung eines Songs/Albums oder Informationen über bestimmte Interpreten erläutert werden. Der gebaute Beitrag ist als eine Mischform zu verstehen, in denen ausführlich über ein Thema berichtet wird, das neben dem jeweiligen Moderationsbeitrag auch durch Gespräche oder Einspieler angereichert werden kann.

Abbildung 4 verdeutlicht, dass die genutzten Stilformen unter den Sendern teilweise sehr stark voneinander abweichen. Wie in der vorherigen Analyse zeigt sich erneut, dass *bigFM Saarland* die meisten Hörerbeiträge einstreut, was auch dadurch gefördert wird, dass im Programm immer wieder zur Interaktion per Anruf ins Studio oder über die Social Media-Kanäle des Senders aufgefordert wird. Weiterhin weist *bigFM Saarland* den höchsten Comedy-Anteil auf (16,9 %), der sich mit dem Comedy-Format „What the Fabi“ sowie einer Vielzahl von humoristischen Kollegengespräche begründen lässt. *bigFM Saarland* fällt weiterhin durch eine inkludierende Moderationsform auf, die den Anschein erweckt, einem privat-freundschaftlichen Gespräch zuzuhören. Durch die so geschaffene Bindung wie auch ein durchgehendes Duzen der Hörer und Hörerinnen kommt ebenfalls zum Ausdruck, dass der Sender auf ein jüngeres Publikum ausgerichtet ist. *Classic Rock Radio* bindet seine Hörer und Hörerinnen dagegen über eingespielte Audioelemente in das Programm ein, in denen diese erzählen, warum sie den Sender hören, außerdem nutzt der Sender sehr viele Musikmoderationen (54 %), in denen auf zahlreiche Songs und Interpreten der Rock-Geschichte eingegangen wird. Die *CityRadio*-Sender nutzen zu etwa einem Viertel jeweils die Stilform des gebauten Beitrags, über die Hälfte wird zudem für einfache Moderationen verwendet. *Radio Salü* setzt vorwiegend auf Moderationen, gebaute Beiträge und hat nach *Classic Rock Radio* die meisten Musikmoderationen. Die mit Abstand meisten gebauten Beiträge und Interviews/Gespräche werden im Analysezeitraum bei *Radio Saarschleifenland* ausgestrahlt, im Gegenzug werden hier die wenigsten Moderationen gesendet.

Abbildung 4: Stilformen der redaktionellen Wortbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

3.2 Tiefenanalyse

Nach der Grobcodierung auf der Strukturebene erfolgte eine Feincodierung, die alle relevanten Beiträge tiefergehend auf der Inhaltsebene untersucht. Dabei werden sowohl die redaktionellen Wortbeiträge als auch alle Nachrichten einbezogen, außerdem erfolgt die Berücksichtigung der Wetter- und Verkehrsmeldungen hinsichtlich ihrer Regionalität. Der detaillierte Ablauf der Analyse kann in Abbildung 1 (Seite 6) nachvollzogen werden, die Ergebnisse werden im Folgenden näher erläutert.

3.2.1 Themen und Akteure

Im ersten Schritt der Tiefenanalyse werden die Themen der jeweiligen Beiträge erfasst. In der Programmanalyse 2020 wurden im Rahmen der Covid 19-Pandemie die „Corona-Themen“ in das Codebuch übernommen, in dieser Analyse sind diese aufgrund der Aufhebung aller Beschränkungen sowie des Corona-Gesundheitsnotstandes durch die WHO nicht mehr inkludiert. Da die Pandemie in dem untersuchten Stichprobenzeitraum lediglich als Aufhänger für aktuelle Probleme verwendet wurde, besteht hier somit keine Notwendigkeit für eine gesonderte Codierung. Stattdessen wurde der im Februar 2022 begonnene Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine in das Codebuch integriert und berücksichtigt sowohl Meldungen

über den Kriegsverlauf und Entwicklungen in der Russischen Föderation als auch die (in)direkten Auswirkungen wie Waffenlieferungen an die Ukraine oder internationale Sanktionen gegen den russischen Staat und seine Akteure.

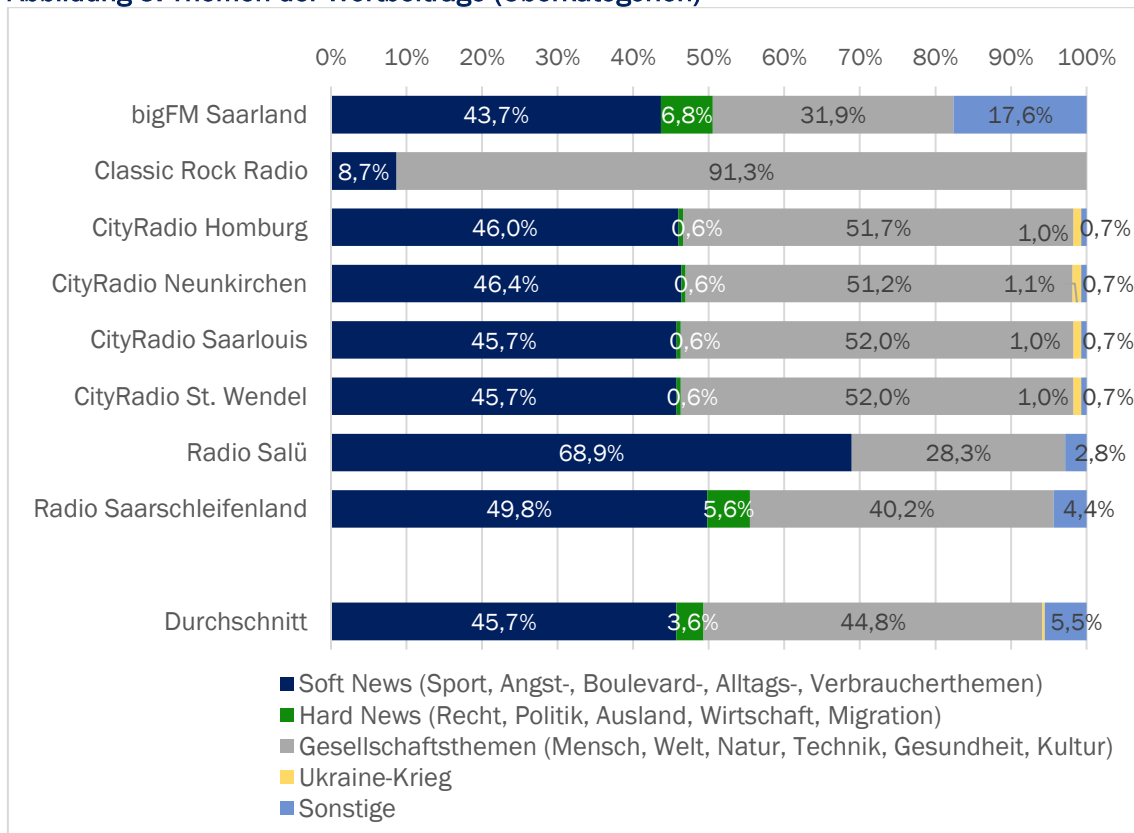
Dargestellt werden in Abbildung 5 zunächst die in Oberkategorien zusammengefassten Themen und deren Anteile an der Sendezeit aller redaktionellen Beiträge des jeweiligen Programms.³

Unter die Oberkategorie Soft News fallen Sport-, Angst-, Boulevard-, Alltags- und Verbrauchertemen. 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.

Es zeigt sich, dass die Wortbeiträge auf allen Sendern von Soft News und Gesellschaftsthemen dominiert werden. Lediglich bei *bigFM Saarland* ergibt sich ein höherer Anteil an sonstigen Themen, dies resultiert aus der Tatsache, dass innerhalb der häufigen Comedy-Segmente eine Vielzahl von Themen aus Politik, Boulevard und Gesellschaft behandelt wird, die eine eindeutige thematische Zuordnung nicht ermöglichen. Bei *Classic Rock Radio* spiegeln sich die häufigen Musikmoderationen in einem weit überdurchschnittlichen Anteil (91 %) von Gesellschaftsthemen, in denen Kultur inkludiert ist, wider. Weiterhin zeigt sich, dass der Ukraine-Krieg zumindest im Rahmen der redaktionellen Wortbeiträge nahezu keine Rolle spielt, lediglich die *CityRadio*-Sender thematisieren ihn in geringen Umfang. Wie gezeigt werden wird, gilt dies selbstverständlich nicht für die Nachrichten.

³ Die vollständige, thematische Aufteilung aller Programme ist im Anhang nachzuvollziehen.

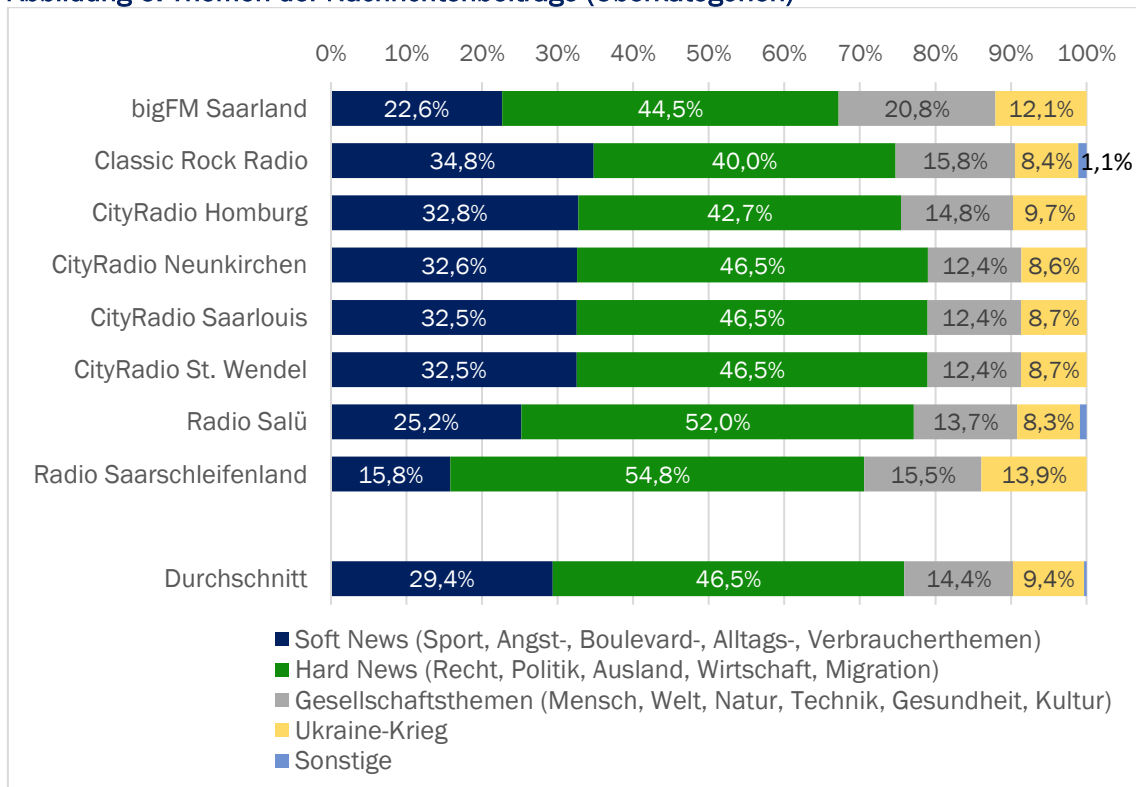
Abbildung 5: Themen der Wortbeiträge (Oberkategorien)



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Weitaus mehr Beachtung erhält der Ukraine-Krieg hingegen in den Nachrichtenbeiträgen (s. Abbildung 6), in denen dieser im Durchschnitt zu 9,4 Prozent thematisiert wird. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass in den Stichprobenzeitraum zwei Ereignisse fielen, über die umfangreich berichtet wurde: der Staatsbesuch des ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj in Berlin (14.05.) mit anschließender Verleihung des Karlspreis in Aachen sowie die Verständigung von Großbritannien, den Niederlanden, Belgien und Dänemark über die Lieferung von F-16-Kampffjets an die Ukraine (17.05.). Mehrheitlich berichten alle Sender aber über Hard News, die durchschnittlich 46,5 Prozent der Sendezeit innerhalb der Nachrichten einnehmen. Als beispielhafte Ereignisse im Erhebungszeitraum können hier die sogenannte „Trauzeugenaffäre“ um Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck und den Staatssekretär Patrick Graichen, die Präsidentschafts- und Parlamentswahl in der Türkei (14.05.) und der Flüchtlingsgipfel der Bundesregierung (10.05.) genannt werden. Über Soft News berichten die acht Sender im Durchschnitt zu 29,4 Prozent, Gesellschaftsthemen werden mit durchschnittlich 14,4 Prozent deutlich seltener thematisiert.

Abbildung 6: Themen der Nachrichtenbeiträge (Oberkategorien)



Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

Tabelle 3 zeigt, dass die **redaktionellen Wortbeiträge** mehrheitlich entweder von Einzelpersonen berichten oder keinen spezifischen Akteur in den Mittelpunkt stellen. Bei *Classic Rock Radio* machen Einzelpersonen unter anderem aufgrund der häufigen Musikmoderationen mit der Fokussierung auf Interpreten und Interpretinnen 82,6 Prozent aus. Wie in der Analyse 2020 zeigt sich, dass die *CityRadio*-Sender häufig über gesellschaftliches Engagement oder Tierheime berichten, was in vergleichsweise hohen Anteilen der Thematisierung von unpolitischen Verbänden resultiert (vgl. House of Research 2020, S. 15).

Tabelle 3: Akteure in Wortbeiträgen

Akteur	bigFM Saarland	Classic Rock Radio	CR Homburg	CR Neunkirchen	CR Saarlouis	CR St. Wendel	Radio Salü	RSL
Bildungseinrichtungen	3,6%	0,0%	6,4%	6,5%	6,3%	6,3%	0,0%	0,0%
Einzelpersonen	47,7%	82,6%	29,2%	27,4%	30,2%	30,2%	61,9%	47,4%
internationale Organisationen	0,0%	0,0%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%	0,0%	0,0%
Journalisten	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Justiz	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%
Wissenschaft	1,0%	0,0%	3,2%	3,2%	3,2%	3,2%	8,8%	1,0%
kein spezifischer Akteur	32,1%	16,5%	28,2%	30,6%	27,0%	27,0%	20,0%	40,2%
Kirchen, Religionsgemeinschaften	2,6%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Politik	3,1%	0,0%	3,2%	3,2%	3,2%	3,2%	2,5%	3,1%
Sportverbände	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	4,1%
unpolitische Verbände	0,0%	0,0%	26,6%	25,8%	27,0%	27,0%	0,0%	0,0%
Wirtschaft	6,2%	0,0%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%	5,6%	4,1%

Basis: gesamte Anzahl aller Akteure innerhalb der redaktionellen Wortbeiträge

Über die Akteure in den Nachrichtenbeiträgen gibt Tabelle 4 Aufschluss. Wie bereits anhand der Beispiele für die Hard News genannt wurde, fielen in den Zeitraum der Stichprobe mehrere politisch relevante Ereignisse, dies schlägt sich darin nieder, dass die Thematisierung von politischen Themen auf allen Sendern den höchsten Anteil der Sendezeit von Nachrichtenbeiträgen einnimmt. Nach den unspezifischen Akteuren rückten vor allem die Wirtschaft und die Justiz in den Fokus der Berichterstattung. Die Gründe hierfür sind unter anderem die Tarifverhandlungen im Rahmen des ankündigten Bahnstreiks der EVG am 14.05. und der Prozess in Koblenz gegen fünf mutmaßliche Terroristen, die die Entführung von Bundesgesundheitsminister Karl Lauterbach geplant haben sollen. Die ausführliche Berichterstattung über den letzten Bundesligaspieltag am 27.05. sowie die Eishockey-WM in Finnland (23.05) der Radiosender *Radio Salü* und *Classic Rock Radio* erklären hierbei den hohen prozentualen Anteil der Sportverbände.

Tabelle 4: Akteure in Nachrichtenbeiträgen

Akteur	bigFM Saarland	Classic Rock Radio	CR Homburg	CR Neunkirchen	CR Saarlouis	CR St. Wendel	Radio Salü	RSL
Bildungseinrichtungen	2,8%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%	0,0%
Einzelpersonen	10,9%	8,7%	18,3%	18,3%	18,3%	18,3%	7,7%	5,5%
internationale Organisationen	2,5%	1,3%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,6%	0,0%
Journalisten	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%
Justiz	7,3%	11,2%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	9,1%	6,0%
Wissenschaft	5,6%	4,6%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	0,5%	0,6%
kein spezifischer Akteur	12,9%	12,9%	24,1%	24,1%	24,1%	24,1%	16,0%	22,1%
Kirchen, Religionsgemeinschaften	1,4%	0,0%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%	0,5%	1,1%
Politik	35,3%	32,1%	30,1%	30,1%	30,1%	30,1%	28,0%	43,7%
Sportverbände	2,0%	11,7%	3,7%	3,7%	3,7%	3,7%	13,4%	5,7%
unpolitische Verbände	2,2%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	1,1%
Wirtschaft	17,1%	15,6%	11,1%	11,1%	11,1%	11,1%	20,5%	14,1%

Basis: gesamte Anzahl aller Akteure innerhalb der Nachrichtenbeiträge

3.2.2 Anlässe und Aktualität der Berichterstattung

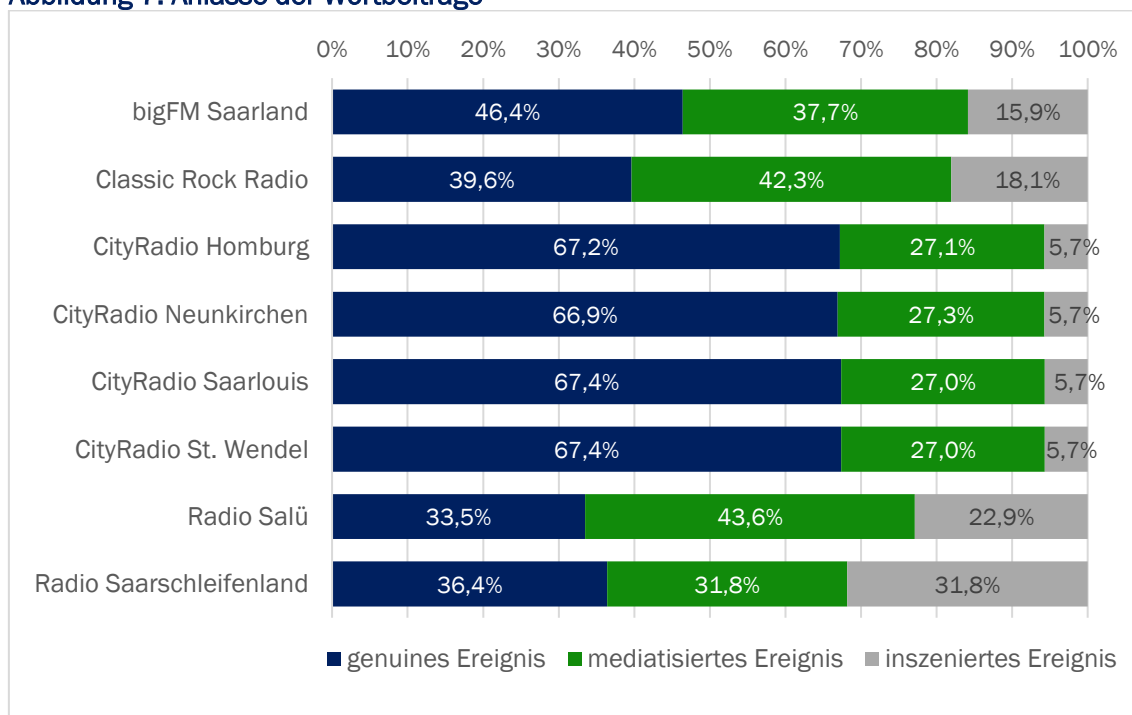
Die Berichterstattungen unterliegen verschiedenen Anlässen, die die Basis der Auswahl an Ereignissen und Sachverhalten aufzeigen. In der vorliegenden Studie wurden drei Stufen definiert (analog House of Research 2020):

1. Genuin: Ereignisse, die in unveränderter Weise auch ohne die Anwesenheit von Medien stattfinden (bspw. Terroranschläge, Umweltkatastrophen)
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. Pressekonferenzen, Pressemitteilungen, Fernsehsendungen)

Die Berichtsanlässe der Wortbeiträge weisen bezüglich der genuinen und mediatisierten Ereignisse über die Sender hinweg teils große Unterschiede auf. Auffällig ist hier vor allem die Fokussierung der *CityRadio*-Sender auf genuine Ereignisse (s. Abbildung 7). Dies ist hauptsächlich auf die Rubrik „Helfende Hände“ zurückzuführen, in der den Hörern und Hörerinnen das besondere gesellschaftliche Engagement verschiedener Akteure erläutert wird. Darüber hinaus werden in weiteren Beiträgen die Hörer und Hörerinnen zur Teilnahme und Unterstützung verschiedener ehrenamtlicher Vereine aufgerufen (bspw. die Kinderhilfe e.V. Saar). Der hohe Anteil an inszenierten Ereignissen von *Radio Saarschleifenland* (31,8 %) erklärt sich

anhand der Rubrik „Radioreise“, in der der Moderator die Hörerschaft auf eine fiktive Reise durch Hamburg mitgenommen hat.

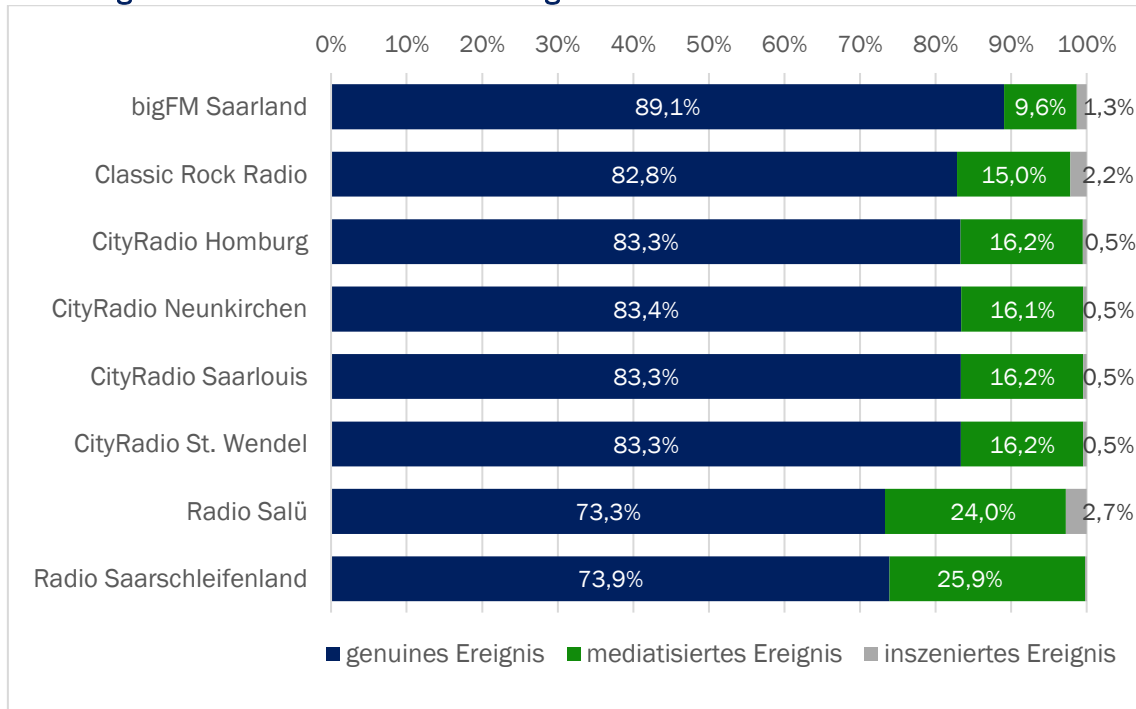
Abbildung 7: Anlässe der Wortbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Im Gegensatz zu den redaktionellen Wortbeiträgen illustriert Abbildung 8 eine weitgehend kohärente und primär auf genuinen Ereignissen basierende Berichterstattung. *Radio Salü* und *Radio Saarschleifenland* weisen hierbei mit jeweils 24,0 Prozent und 25,9 Prozent die höchsten Anteile an mediatisierten Ereignissen auf, während inszenierte Ereignisse insgesamt nur eine marginale Rolle spielen und am häufigsten von *Radio Salü* mit 2,7 % thematisiert wurden.

Abbildung 8: Anlässe der Nachrichtenbeiträge

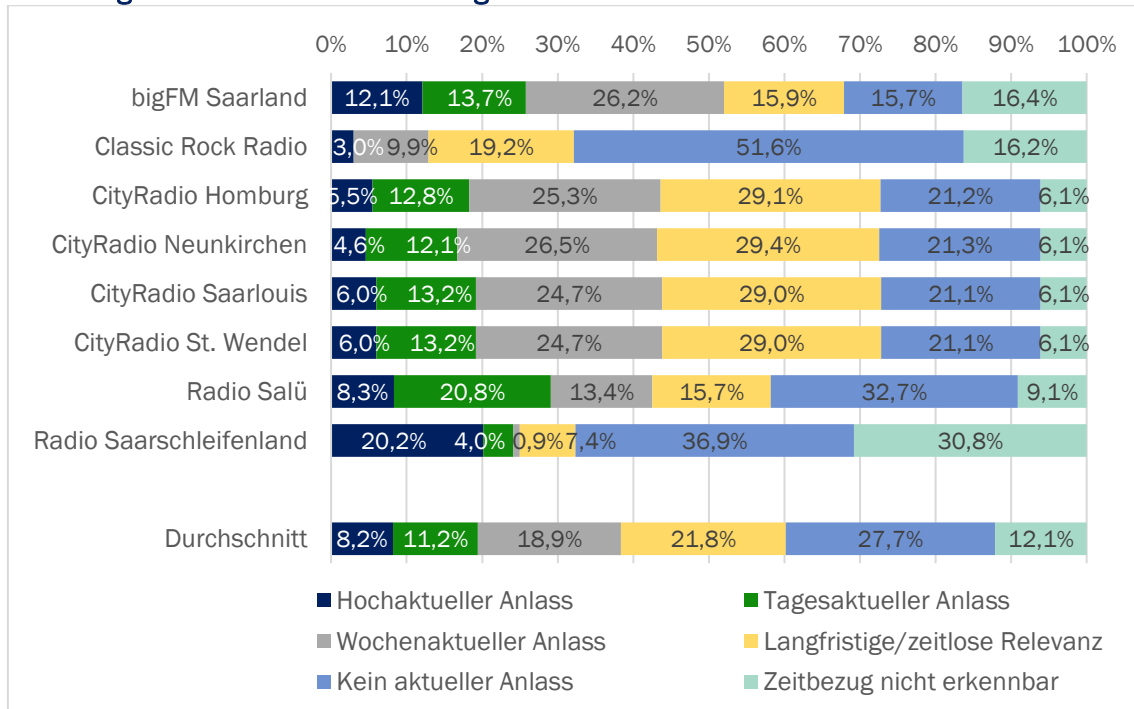


Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

Die Aktualität der Wort- und Nachrichtenbeiträge stellt ein weiteres untersuchtes Merkmal der Tiefenanalyse dar. Hochaktualität definiert hierbei ein Ereignis, das am Tag der Berichterstattung stattfindet. Tagesaktuell bedeutet in diesem Zusammenhang, dass sich das Ereignis am vorherigen oder nachfolgenden Tag abspielt/abgespielt hat. Als wochenaktuell wurde ein Beitrag codiert, wenn das zugrundeliegende Ereignis innerhalb der Woche der Berichterstattung (vor oder nach dem tatsächlichen Tag des Programmpunktes) stattfindet/stattgefunden hat. Langfristige/zeitlose Ereignisse zeichnen sich durch ihre stetige Relevanz aus. Beispielhaft stehen hierfür der Klimawandel sowie die langanhaltende Inflation in Deutschland. Ereignisse, die mehrere Wochen von dem Tag der Berichterstattung abweichen, haben keinen aktuellen Anlass.

Abbildung 9 vergleicht nun die Aktualität der Wortbeiträge zwischen den Radiosendern. Auffällig ist hierbei der hohe Anteil an Beiträgen des Programms *Classic Rock Radio*, die keinen aktuellen Anlass aufweisen. Dies lässt sich durch den hohen Anteil an Musikmoderationen erklären, die überwiegend Interpreten und Album-Erscheinungsdaten thematisieren, die im 20. Jahrhundert stattgefunden haben. Weiterhin erklärt die bereits angesprochene „Radio-reise“ auf *Radio Saarschleifenland* den hohen prozentualen Anteil (30,8%) an Beiträgen, die keinen zeitlichen Bezug zu erkennen geben.

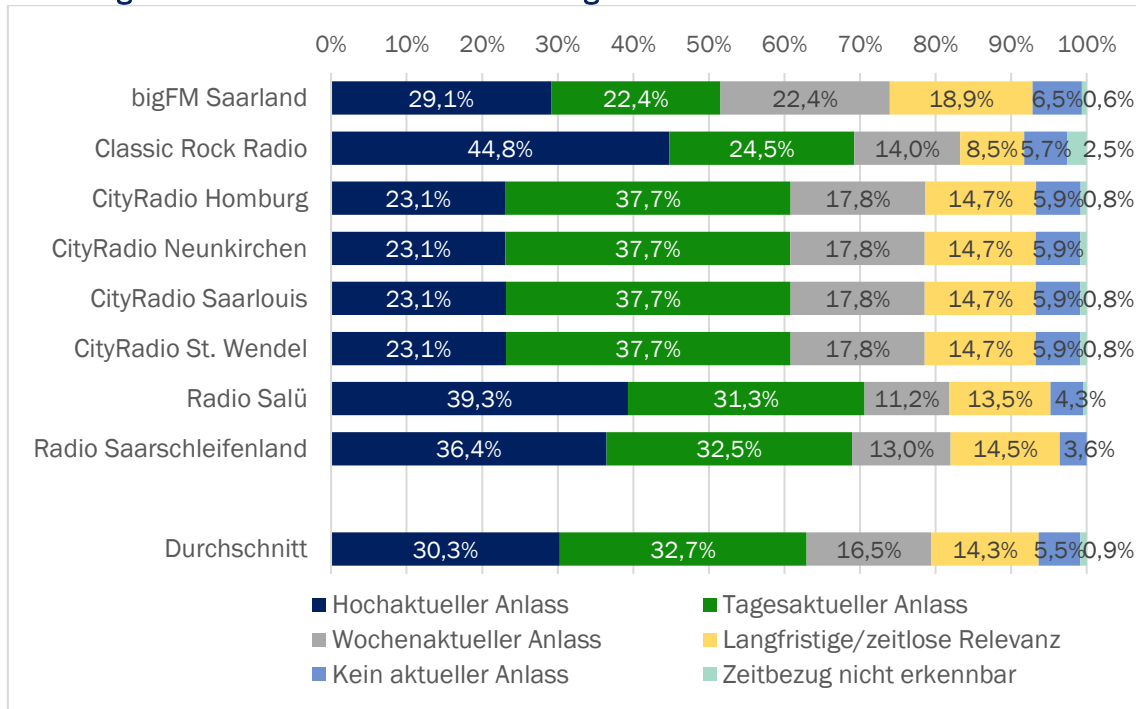
Abbildung 9: Aktualität der Wortbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Bezüglich der Aktualität der Nachrichtenbeiträge ergibt sich eine deutlich homogenere Berichterstattung. Schwerpunkte stellen hier vor allem hochaktuelle und tagesaktuelle Anlässe, mit durchschnittlich 31,0 Prozent und 31,9 Prozent, dar (s. Abbildung 10). An der Spitze steht hierbei *Radio Salü* mit 70,6 Prozent an Beiträgen mit mindestens tagesaktuellen Anlässen. Der Anteil an Beiträgen mit nicht erkennbaren Zeitbezügen, findet sich mit 2,5 Prozent am häufigsten bei *Classic Rock Radio* wieder, wenn auch in vernachlässigbarer Größenordnung.

Abbildung 10: Aktualität der Nachrichtenbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

3.2.3 Geografischer Bezug

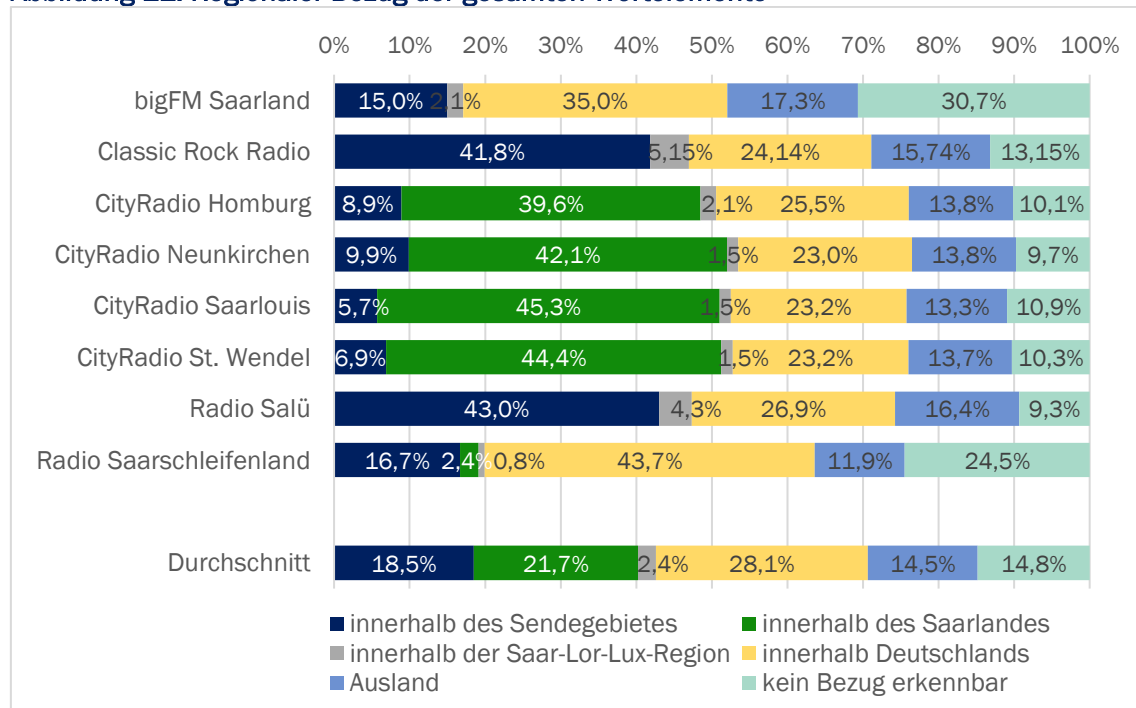
Redaktionelle Wortbeiträge, Nachrichten, Servicemeldungen und Kulturtipps beziehen sich in der Regel auf geografische Gebiete, wodurch eine geografische Einordnung dieser Elemente möglich ist. Diese Analyse offenbart, inwieweit ein Sender regional ausgerichtet ist oder sich geografisch breiter aufstellt, und inwiefern die Hörer und Hörerinnen mit lokalen Informationen versorgt werden.

Im Rahmen dieser Untersuchung werden zwei Aspekte der ortsbezogenen Berichterstattung beleuchtet. Zum einen wird die geografische Ebene erfasst, die von der Gemeinde über den Kreis, das Bundesland bis hin zur nationalen und internationalen Ebene reicht. Zum anderen wird der Bezug des genannten Orts zum jeweiligen Sendegebiet des untersuchten Senders analysiert.

Es sei darauf hingewiesen, dass die Sendegebiete von *bigFM Saarland*, *Classic Rock Radio* und *Radio Salü* nicht auf einzelne Landkreise (einschließlich des Regionalverbandes Saarbrücken) begrenzt sind, sondern das gesamte Saarland abdecken. Daher werden in den folgenden Grafiken keine geografischen Bezüge dieser drei Sender innerhalb des Saarlandes vermerkt, da das gesamte Saarland im Sendegebiet enthalten ist.

Abbildung 11 bietet einen Überblick über die geografische Reichweite der Berichterstattung aller Wortbeiträge der verschiedenen Sender. *bigFM Saarland* und *Radio Saarschleifenland* fallen hier vor allem aufgrund der hohen gesamtdeutschen Berichterstattung auf. Konträr dazu fokussieren sich *Classic Rock Radio*, die *CityRadio*-Sender sowie *Radio Salü* auf Ereignisse innerhalb des Saarlandes, die bei diesen Programmen jeweils knapp die Hälfte des Wortes ausmachen. Weiterhin fällt *bigFM Saarland* mit knapp einem Drittel an Beiträgen auf, die keinen geografischen Bezug haben.

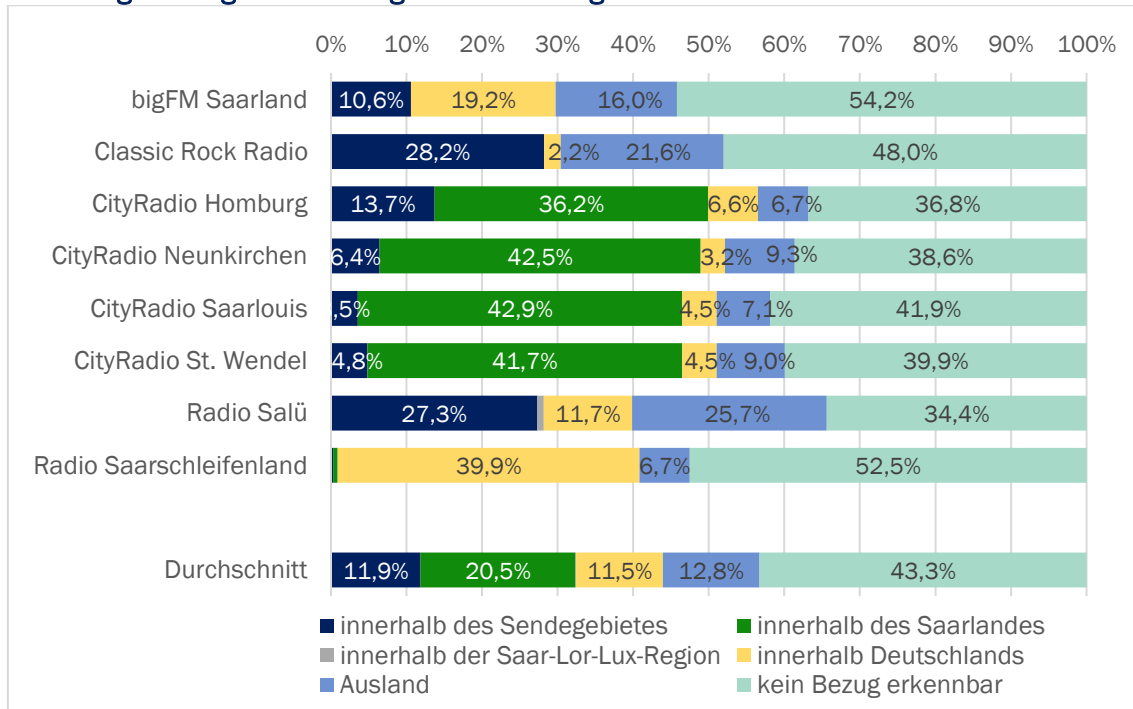
Abbildung 11: Regionaler Bezug der gesamten Wortelemente



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

Bezüglich der **redaktionellen Wortbeiträge** fällt der hohe Anteil an Beiträgen auf, die keinen direkten Bezug erkennen lassen (Abbildung 12). Diese nehmen – abgesehen von den *CityRadio*-Sendern - den höchsten Anteil der Sender ein. Besonders stechen hier *bigFM Saarland* mit 54,2 Prozent und *Radio Saarschleifenland* mit 52,5 Prozent hervor. Keinen erkennbaren Bezug haben beispielsweise Kollegengespräche zu persönlichen Erlebnissen, Beiträge zu Popkultur oder Musikmoderationen, die allgemeiner über Bands und ihre Musik informieren. Des Weiteren zeichnen sich die *CityRadio*-Sender durch einen hohen Bezug der Beiträge auf das Saarland aus, der insbesondere auf die Rubrik „Helfende Hände“ zurückzuführen ist.

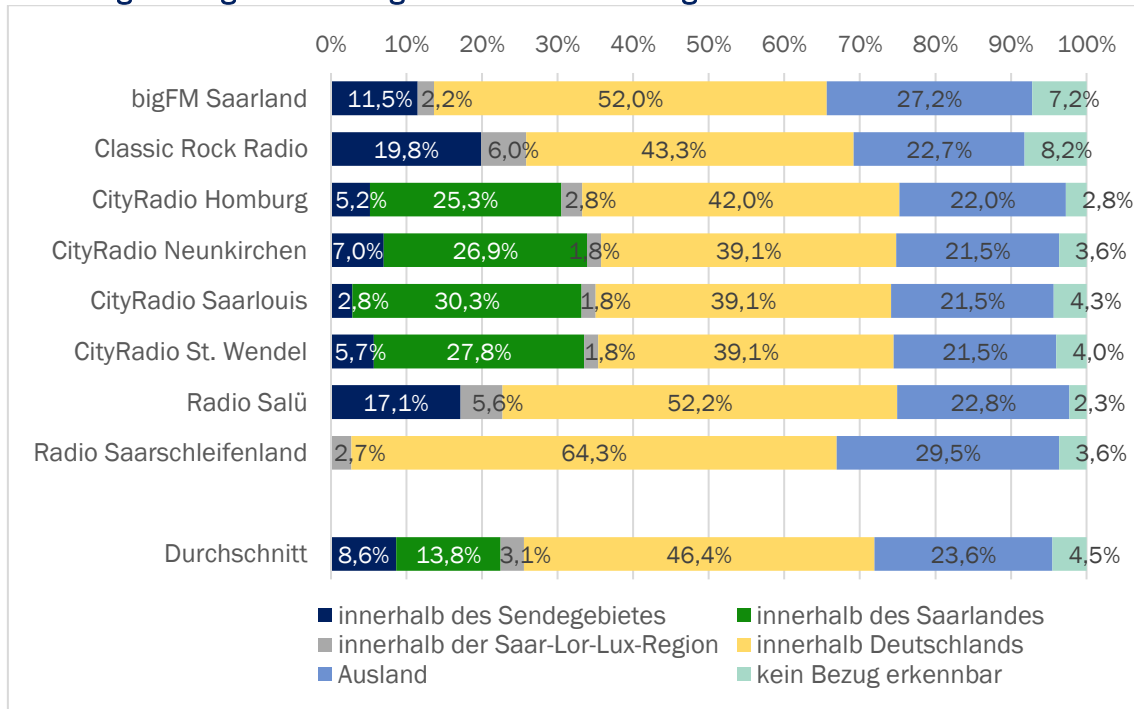
Abbildung 12: Regionaler Bezug der Wortbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Abbildung 13 illustriert nun die geografischen Bezüge der Nachrichtenbeiträge. Es ist gegenüber den Wortbeiträgen mit durchschnittlich 46,4 Prozent eine klare Verschiebung zu Bezugnahmen auf Ereignisse innerhalb Deutschlands zu erkennen. *Radio Saarschleifenland* zeichnet sich hierbei mit 64,3 Prozent durch einen besonders hohen Anteil an Beiträgen aus, die sich auf deutschlandweite Ereignisse beziehen. Im Vergleich zu den redaktionellen Wortbeiträgen fällt weiterhin die Diskrepanz von internationalen Bezügen auf. So wird in den Nachrichten mit durchschnittlich 23,6 Prozent über internationale Ereignisse berichtet, 10,8 Prozentpunkte mehr als in den redaktionellen Wortbeiträgen. Der hohe Anteil an innersaarländischen Nachrichten der *CityRadio*-Sender ist hauptsächlich auf Angstthemen (Kriminalitätsdelikte und Verkehrsunfälle) zurückzuführen.

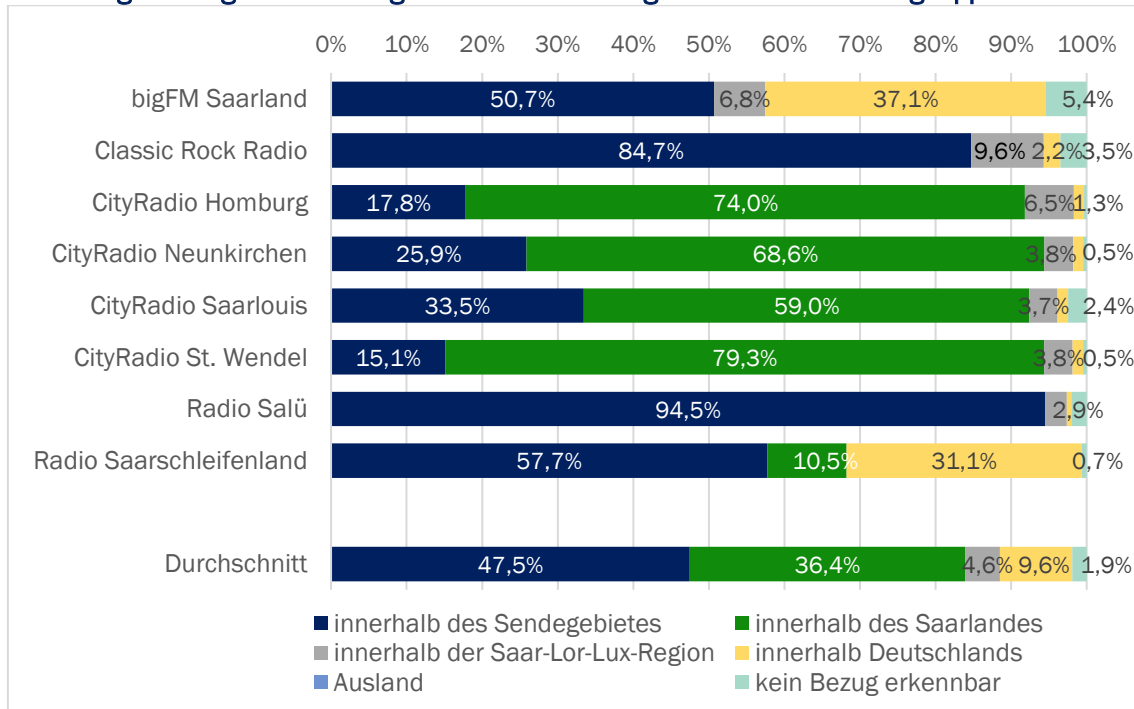
Abbildung 13: Regionaler Bezug der Nachrichtenbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

Bezüglich der Servicemeldungen und Veranstaltungstipps lässt sich gegenüber den Wort- und Nachrichtenbeiträgen ein verstärkter Fokus auf das Saarland und seiner angrenzenden Regionen feststellen (s. Abbildung 14). *bigFM Saarland* und *Radio Saarschleifenland* verfolgen indes einen teilweise abweichenden Ansatz. So wird bei den Wettermeldungen von *Radio Saarschleifenland* auf eine gesamtdeutsche Berichterstattung gesetzt, wodurch die 31,1 Prozent der Meldungen erklärt werden, die als „Innerhalb Deutschlands“ codiert wurden, während *bigFM Saarland* Blitzermeldungen für den gesamtdeutschen Raum und insbesondere für Berlin ausgibt. *Classic Rock Radio* fällt demgegenüber durch Veranstaltungstipps auf, die in Luxemburg stattfinden und somit der Saar-Lor-Lux-Region zugeschrieben werden. Die *CityRadio*-Sender sowie *Radio Salü* verfolgen mit über 90 Prozent eine klar Saarland-geprägte Berichterstattung.

Abbildung 14: Regionaler Bezug der Servicemeldungen und Veranstaltungstipps



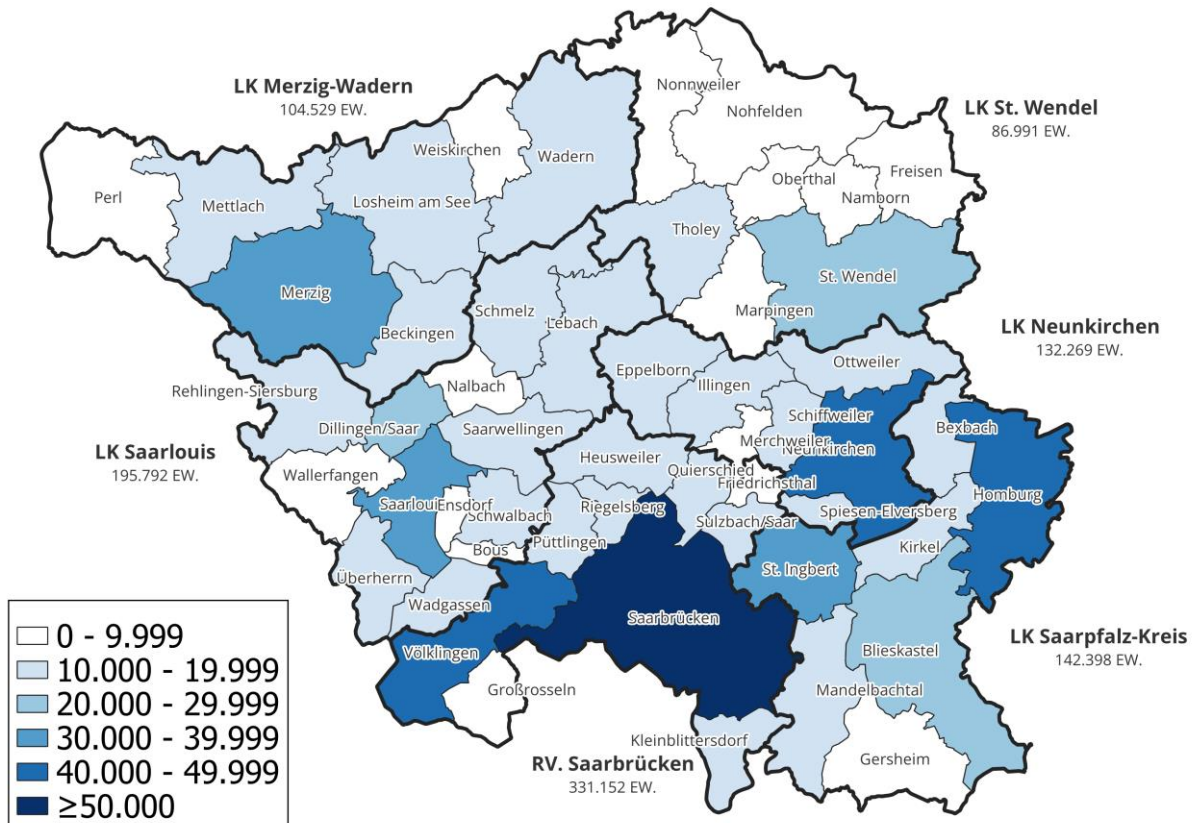
Basis: gesamte Sendezeit aller Servicemeldungen, Kultur- und Veranstaltungstipps

3.2.4 Kartographische Regionalanalyse

Eine kartographische Regionalanalyse soll eine vertiefte Untersuchung der Ergebnisse aus Kapitel 3.2.3 ermöglichen. Sie wird durch die Verwendung von präzisen Karten durchgeführt, um festzustellen, in welchem Ausmaß und über welche spezifischen Regionen berichtet wird. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf das Sendegebiet selbst sowie auf die bevölkerungsreichen Städte vermutet.

Im Saarland leben insgesamt 992.666 Einwohner und Einwohnerinnen (Statistisches Landesamt Saarland, 2023), die auf fünf Landkreise (LK) und einem Regionalverband (RV) aufgeteilt sind. Die Einwohnerzahl variiert indes stark: Von 86.991 Einwohnern im LK St. Wendel bis zu 331.152 Einwohnern im RV Saarbrücken. Die Bevölkerungsverteilung und die absoluten Bevölkerungszahlen der saarländischen Kreise können genutzt werden, um die geografische Verteilung der Beitragsdichte zu interpretieren (s. Abbildung 15).

Abbildung 15: Einwohnerzahlen der Landkreise und Gemeinden im Saarland



Redaktionelle Wortbeiträge, Nachrichten, Servicemeldungen und Veranstaltungstipps stellen diverse Formen von Beiträgen dar, die die Möglichkeit bieten, eine geografische Zuordnung zu ermöglichen. Sofern die analysierten Beitragselemente tatsächlich eine geografische Relevanz aufweisen, fungieren sie als Grundlage für die nachfolgenden kartographischen Darstellungen. Diese Beiträge wurden jeweils einer Gemeinde, einem Landkreis sowie einem Bundesland zugeordnet. Dies erfolgte durch die Anwendung der amtlichen, deutschen Gemeindeklassifizierung, wodurch die Beiträge, die Gemeinden oder Landkreise betreffen, nicht nur eigenständig betrachtet, sondern auch ihren übergeordneten Einheiten zugeordnet werden (Gemeinde zu Landkreis und Landkreis zu Bundesland).

Im vorherigen Abschnitt (Kapitel 3.2.3) wurden die Anteile der Berichterstattung über das Sendegebiet, das Saarland, die Saar-Lor-Lux-Region, Deutschland und das Ausland analysiert. Es wurde ermittelt, wie viel Prozent der Sendezeit auf die jeweiligen Regionen entfielen. Im Folgenden wird die Berichterstattung über bestimmte Gemeinden und Bundesländer veranschaulicht. Abbildung 16 und Abbildung 17 zeigen die spezifischen Gemeinden und Landkreise im Saarland, auf die die Sender ihren geografischen Fokus in ihrer Berichterstattung gelegt haben.

Abbildung 16 verdeutlicht die durchgehende Berichterstattung der *CityRadio*-Sender über ihr eigenes Kernsendegebiet sowie die Landeshauptstadt. Saarbrücken erzielt hierbei mindestens 19 Prozent der Sendezeit je Sender. Darüber hinaus treten einige kleinere Gemeinden, die weder besonders groß noch Kreisstädte sind, verstärkt auf: Die Gemeinde Nonnweiler kam aufgrund einer ausführlichen Berichterstattung über eine Automaten Sprengung am 17.05. vermehrt vor. Gleichzeitig sorgte, ebenfalls am 17.05., ein Autounfall in Eppelborn zu einem erhöhten Nachrichtenaufkommen. Die vermehrte Thematisierung von Kleinblittersdorf wird hingegen durch die Rettung einer Enten-Familie am 08.05. erklärt, über welche als positive Meldung des Tages jeweils am Ende der Nachrichten berichtet wurde. Die Gemeinde Völklingen fällt wiederum durch ein vermehrtes Aufkommen von Verkehrsmeldungen auf – unter anderem bedingt aufgrund einer Person, welche am 23.05. Gegenstände auf die Fahrbahn geschmissen hat.

Abbildung 17 präsentiert abschließend eine zusammenfassende Kartenübersicht, die die durchschnittlichen regionalen Bezüge aller acht Programme aufzeigt. Zusätzlich sind drei Karten dargestellt, die sich auf die Sender beziehen, deren Sendegebiet das gesamte Saarland umfassen, sowie eine weitere Karte für *Radio Saarschleifenland*, welches den Landkreis Merzig-Wadern und den nordöstlichen Teil des Landkreises Saarlouis als sein Sendegebiet abdeckt.

Radio Salū und *Classic Rock Radio* weisen eine relativ homogene und flächendeckende Berichterstattung auf. Saarbrücken nimmt hierbei mit über 30 Prozent der Beiträge bei beiden Sendern den höchsten Stellenwert ein. *bigFM Saarland* verfolgt indes eine weniger flächendeckende Berichterstattung, welche sich auf größere Regionen beschränkt. Auch hier wird am häufigsten über Saarbrücken berichtet. *Radio Saarschleifenland* fokussiert sich in der Berichterstattung bezüglich der Gemeinden im Saarland nahezu ausschließlich auf das eigene Sendegebiet. Auffällig ist hierbei die besonderes geringe Berichterstattung über Saarbrücken, die mit gerade einmal 1,9 Prozent im starken Kontrast zu den übrigen Sendern steht.

In der zusammengeführten Karte, die die durchschnittlichen regionalen Bezüge aller acht Programme angibt, zeigt sich, dass über alle Radiosender hinweg überwiegend über die sechs Kreisstädte berichtet wurde. Saarbrücken nimmt hierbei mit 25 Prozent den größten Anteil ein. Es zeigt sich auch, dass über die Gemeinden Gersheim, Beckingen, Nohfelden und Namborn im untersuchten Stichprobenzeitraum nicht berichtet wurde. Mit Ausnahme von Beckingen, diese wurde lediglich in einem einzigen fünf Sekunden langen Beitrag auf *bigFM Saarland* erwähnt, handelt es sich dabei um kleinere Regionen mit niedrigen Einwohnerzahlen.

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

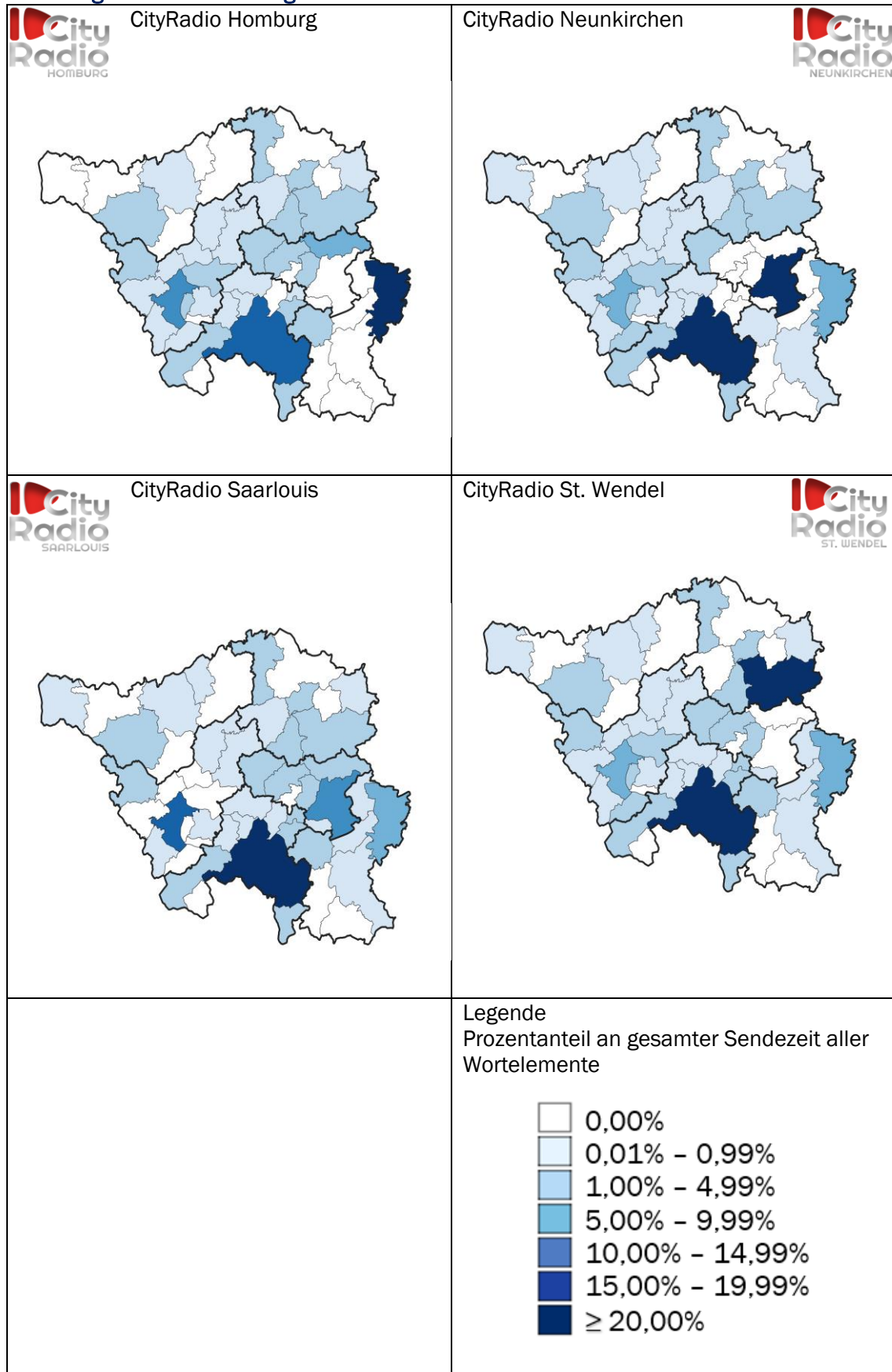


Abbildung 17: Wort mit Bezug zu Gemeinden innerhalb des Saarlandes II

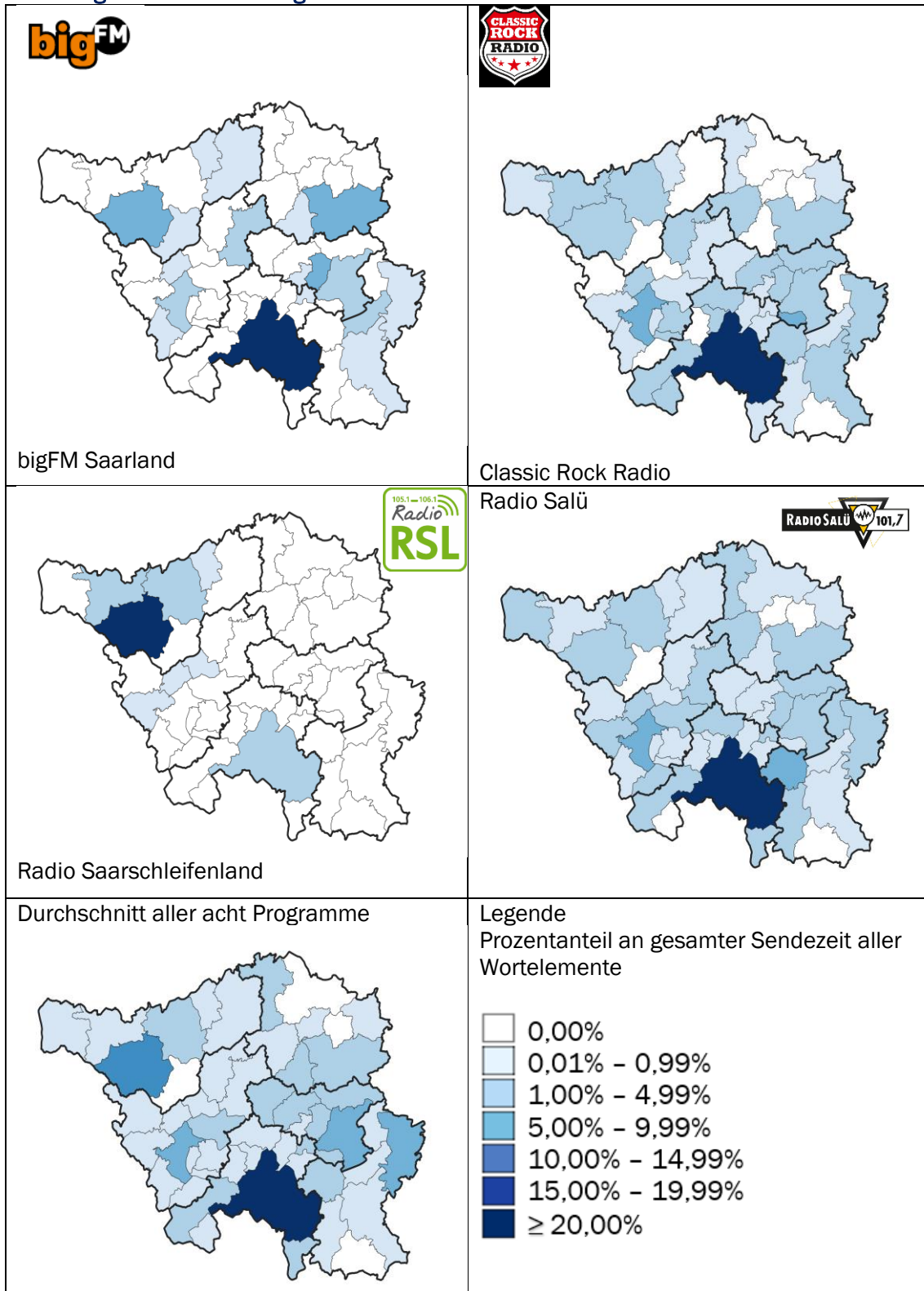


Abbildung 18 bis Abbildung 20 visualisieren die geografischen Verhältnisse der Wortelemente sowohl innerhalb als auch außerhalb des Saarlandes in Deutschland. In Bezug auf die Berichterstattung im nationalen Kontext fallen insbesondere die Bundeshauptstadt Berlin sowie das Nachbarbundesland Rheinland-Pfalz auf. In der erweiterten Region wird vor allem Bezug auf die Großstädte in den an Rheinland-Pfalz angrenzenden Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg genommen. Das relativ hohe Aufkommen des Bundeslandes Bremen begründet sich durch die „Bürgerschaftswahl“ am 14.05., die als hochaktuelles politisches Ereignis an jenem Tag besondere Aufmerksamkeit bekommen hat. Aufgrund des letzten Bundeligaspieltages am 27.05. wurde senderübergreifend auffällig häufig über die Städte München und Dortmund berichtet, da sich der Titelkampf unter den beiden Stadtvereinen an jenem Ausstrahlungstag entschieden hat und somit wiederum ein hochaktuelles sportliches Event dargestellt hat. Der hohe Anteil an Berichterstattungen über Berlin begründet sich mit der Tatsache, dass Berlin der Parlaments- und Regierungssitz der Bundesrepublik ist.

Radio Saarschleifenland fällt durch eine auffällig hohe Berichterstattung über den Stadtstaat Hamburg auf. Dies ist auf die Rubrik „Radioreise“ zurückzuführen, in der am 14.05. die Hörschaft auf eine Reise in jene Stadt mitgenommen wurde. Weiterhin führt die gesamtdeutsche Wettermeldung des Senders zu einer, über alle Sendetage wiederkehrende, Berichterstattung, die die Stadtstaaten wie Hamburg in der Bundeslandbetrachtung besonders hervorheben.

Abbildung 18: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland I

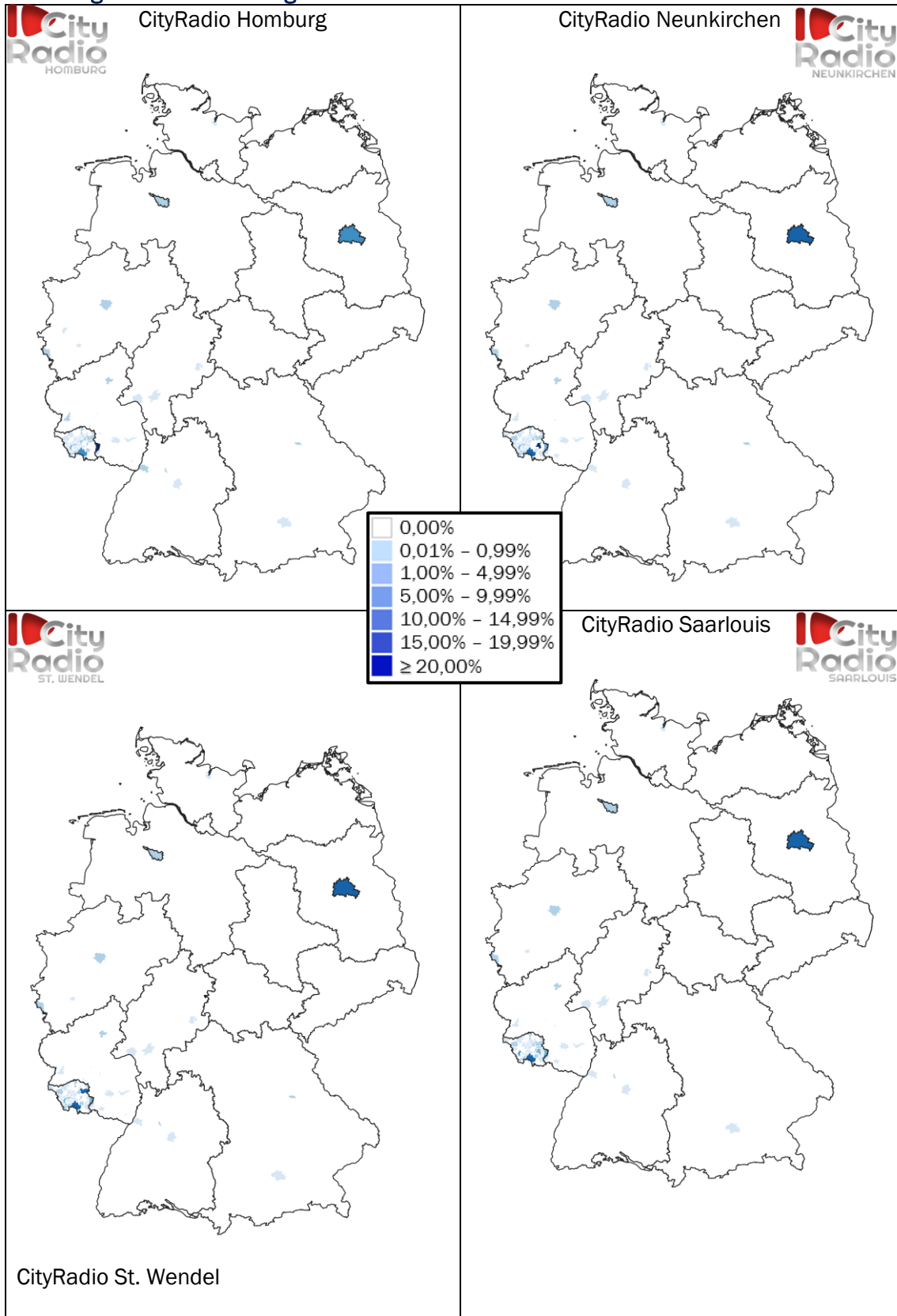


Abbildung 19: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland II

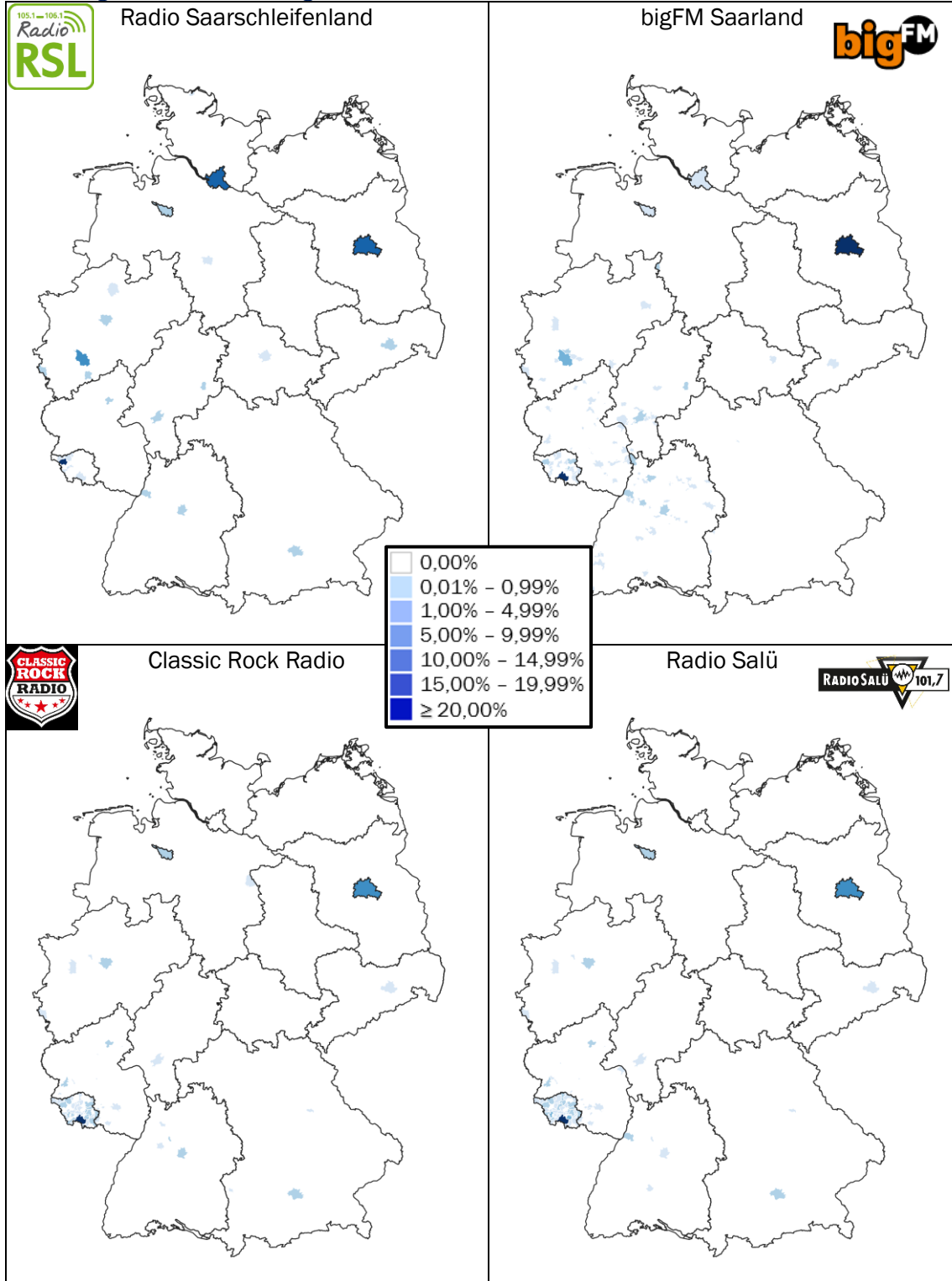


Abbildung 20: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland III, Durchschnitt aller Sender

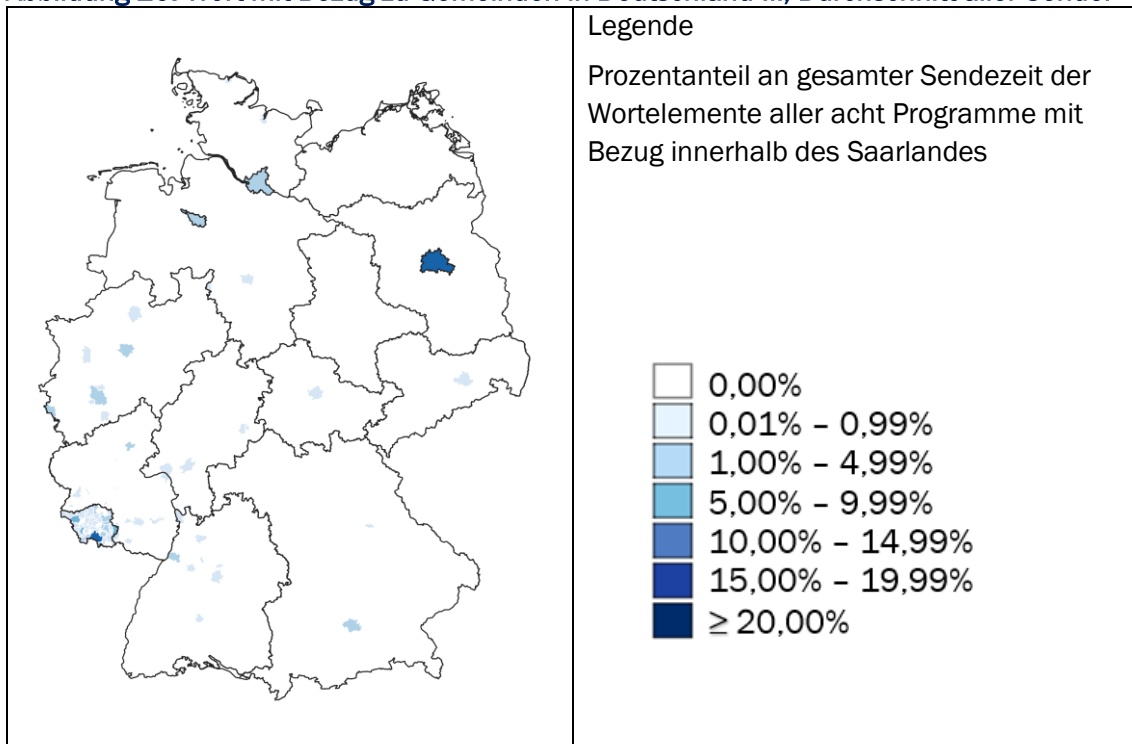


Abbildung 21 bis Abbildung 23 vertiefen die bereits in den vorherigen Deutschlandkarten ersichtlichen Ergebnisse auf der Ebene der Bundesländer, wobei insbesondere das Saarland, angrenzende Regionen und die Bundeshauptstadt Berlin im Fokus der medialen Berichterstattung stehen. Auffallend ist hierbei die ausbleibende Berichterstattung über Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern über alle Radiosender hinweg. *bigFM Saarland* weist eine außerordentlich hohe Berichterstattung über Baden-Württemberg auf, wo *bigFM Saarland* ebenfalls über Frequenzen verfügt. Die *CityRadio*-Sender haben alle ein ähnliches Verteilungsbild. Hauptsächlich wird über den Südwesten von Deutschland berichtet. In Norddeutschland wird abgesehen von der, durch die Bürgerschaftswahl in Bremen bedingte Berichterstattung, nur auf Schleswig-Holstein Bezug genommen. Dies ist auf eine Äußerung des Kieler Oberbürgermeisters im Vorlauf des Flüchtlingsgipfels von Bund und Ländern zurückzuführen.

Abbildung 21: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern I

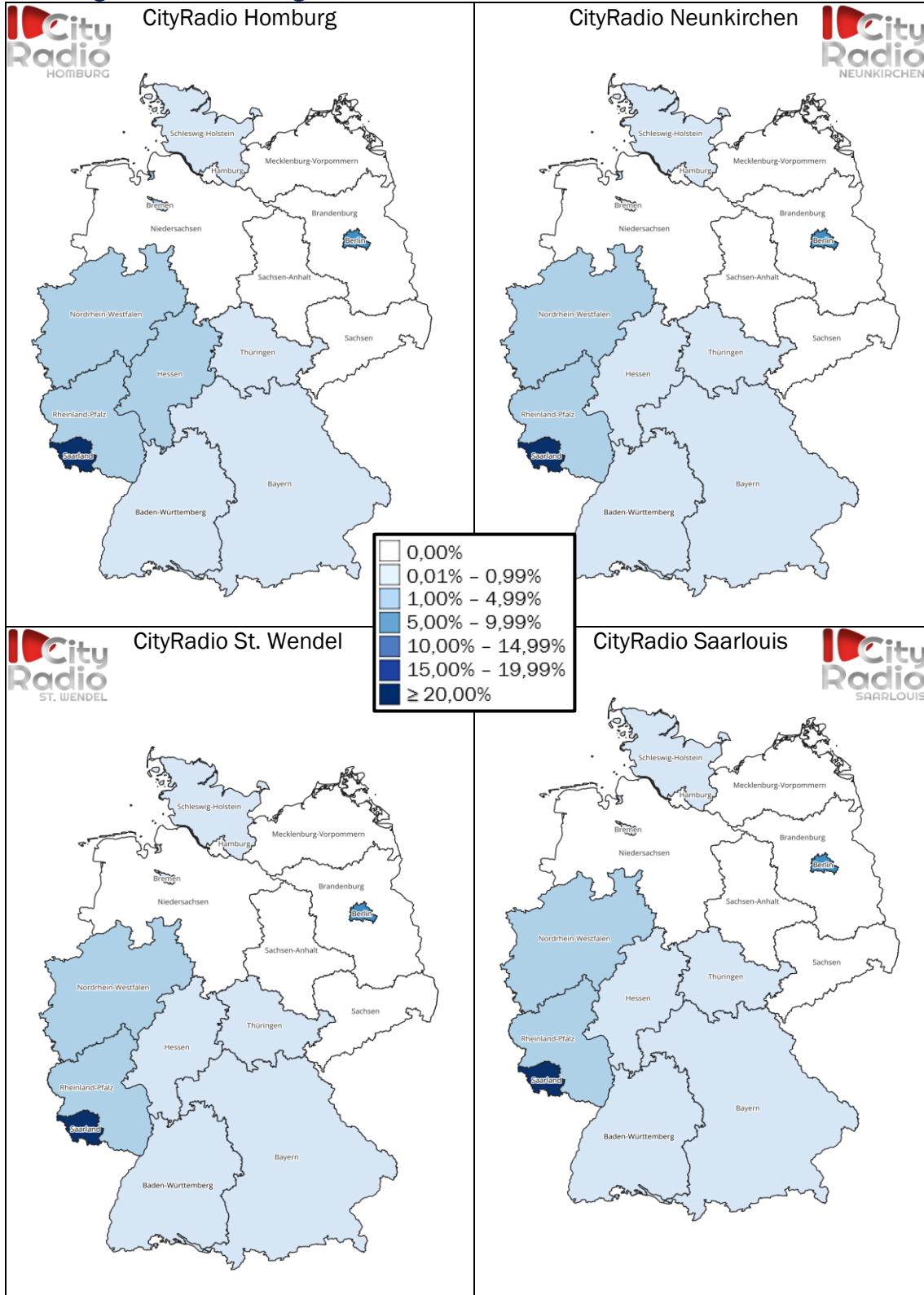


Abbildung 22: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern II

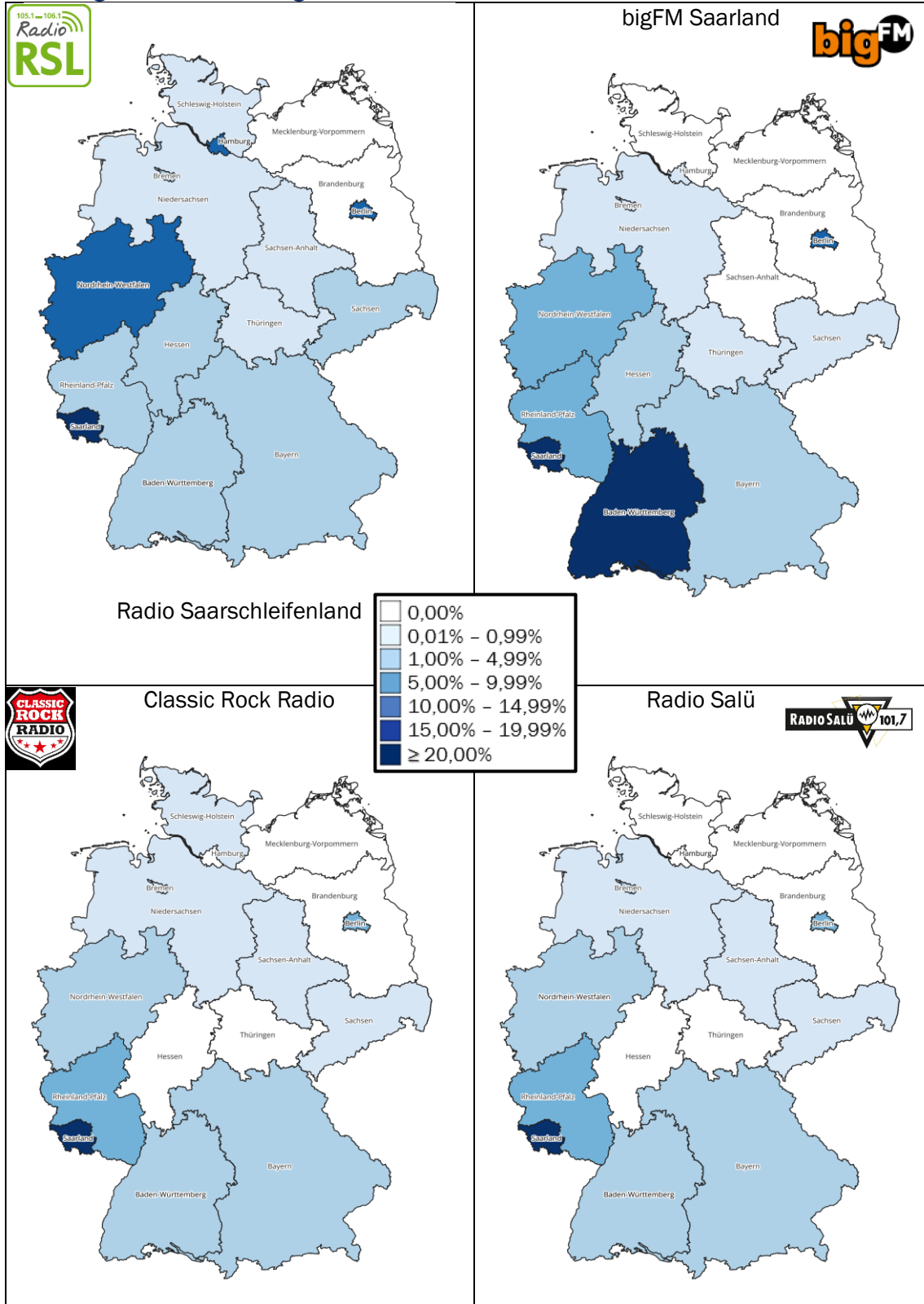
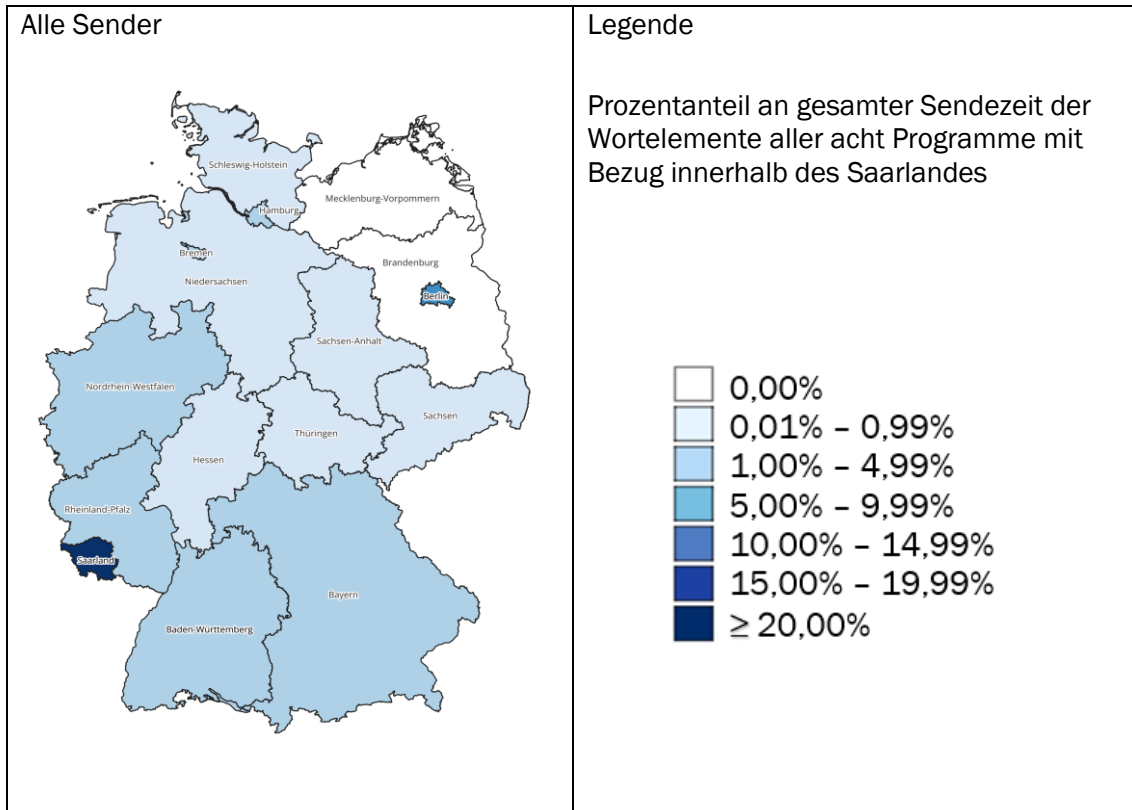


Abbildung 23: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern III, Durchschnitt aller Sender



3.2.5 Präsentationsstil und Personalisierung

Im Rahmen der tiefgehenden Analyse wurden die journalistischen Merkmale der Hörfunkprogramme anhand verschiedener Kriterien untersucht, darunter der Präsentationsstil, der Grad der Personalisierung, die Komplexität und die Relevanz der Inhalte. In diesem Abschnitt werden die ersten beiden dieser vier Aspekte behandelt, die dazu dienen sollen, eine objektive Beschreibung der journalistischen Qualität zu ermöglichen. Der Präsentationsstil wird in insgesamt acht Kategorien eingeteilt, die von sachlich-neutral bis satirisch reichen:

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, die 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 und Hörerinnen)
5. Satirisch/parodistisch: humoristischer kritischer Beitrag, meist mit politischer oder gesellschaftlicher Dimension (bspw. Satire, Kabarett)

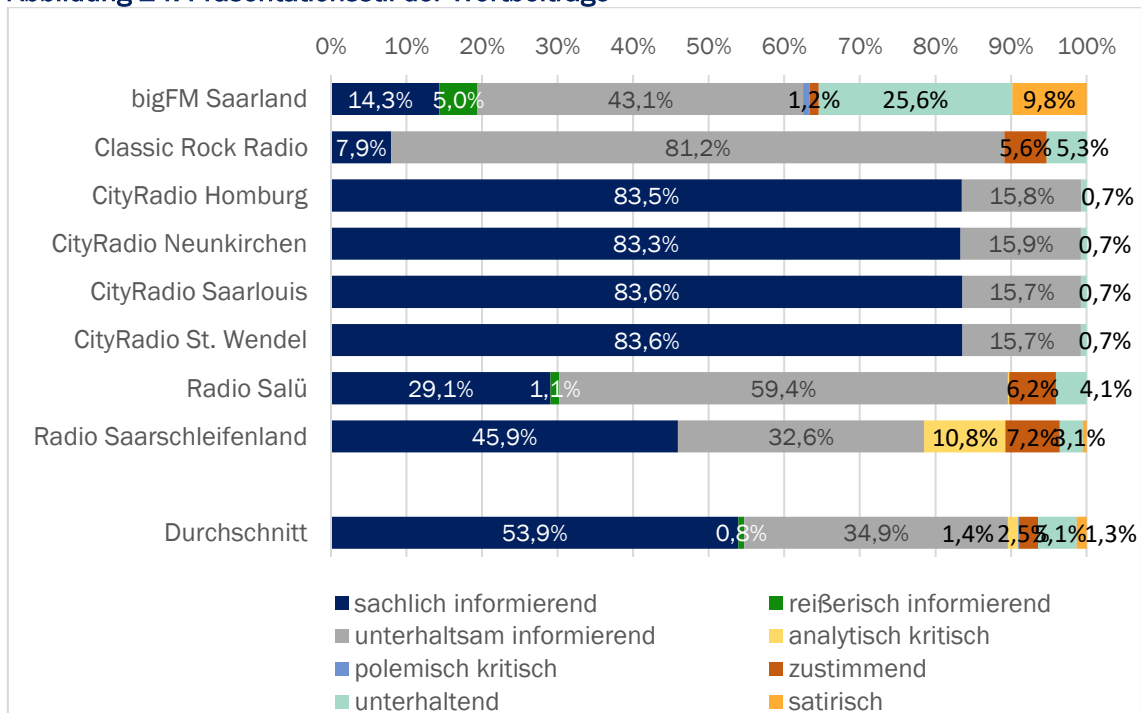
6. Zustimmend/affirmativ: einseitig zustimmender Beitrag, Probleme oder negative Aspekte des Sachverhaltes bleiben unerwähnt
7. Polemisch kritisch: einseitig ablehnende, nicht distanzierte Haltung des Beitrags
8. Reißerisch informierend: skandalisierende oder überhöhte Darstellung des Sachverhaltes

Abbildung 24 enthält eine Darstellung der prozentualen Zeitanteile redaktioneller Wortbeiträge, die entsprechenden Präsentationsstilen zugeordnet sind, in Bezug auf die Gesamtdauer aller redaktionellen Wortbeiträge pro Sender.

Der stilistische Fokus aller saarländischen Hörfunkprogramme liegt auf sachlichen und unterhaltsam informierenden Elementen (s. Abbildung 24). *bigFM Saarland* zeichnet sich mit 25,6 Prozent zusätzlich durch einen besonders hohen Anteil an unterhaltenden Elementen aus, der vor allem auf humoristische Kollegengespräche zurückzuführen ist. Darüber hinaus fällt der hohe Anteil an satirischen Beiträgen auf (9,8 %), der sich durch die Rubrik „What the Fabi“ begründet. Weiterhin erklärt die bereits genannte Rubrik „Helfende Hände“ den hohen sachlich informierenden Anteil der Wortbeiträge innerhalb der *CityRadio*-Sender. *Classic Rock Radio* weist mit 81,2 Prozent einen überproportional starken Anteil an unterhaltsam informierenden Wortbeiträgen auf. Dies lässt sich durch den Fokus auf Musikmoderationen erklären, die oft lustige Anekdoten früherer Rockstars behandeln. Eben jene anekdotenreichen Musikmoderationen finden sich auch bei *Radio Salü* wieder. Gepaart mit weiteren humoristischen Beiträgen erklärt sich auch hier der Anteil der unterhaltsam informierenden Beiträge in Höhe von 59,4 Prozent. *Radio Saarschleifenland* fällt durch den ausgewogensten Mix aus sachlich und unterhaltsam informierenden Beiträgen auf. Die unterhaltsamen Elemente stammen hierbei von der Rubrik „Radioreise“, während die sachlichen Beiträge auf Musikmoderationen und Interviews beruhen.

Die überwiegende Mehrheit der Rundfunksender vermeidet weitgehend oder gänzlich eine polemische, reißerische oder affirmative Berichterstattung. Besonders bemerkenswert ist die geringe Anzahl an Wortbeiträgen mit analytisch kritischem Charakter, wobei *Radio Saarschleifenland* mit einem Anteil von 10,8 Prozent einen auffallend hohen Wert aufweist.

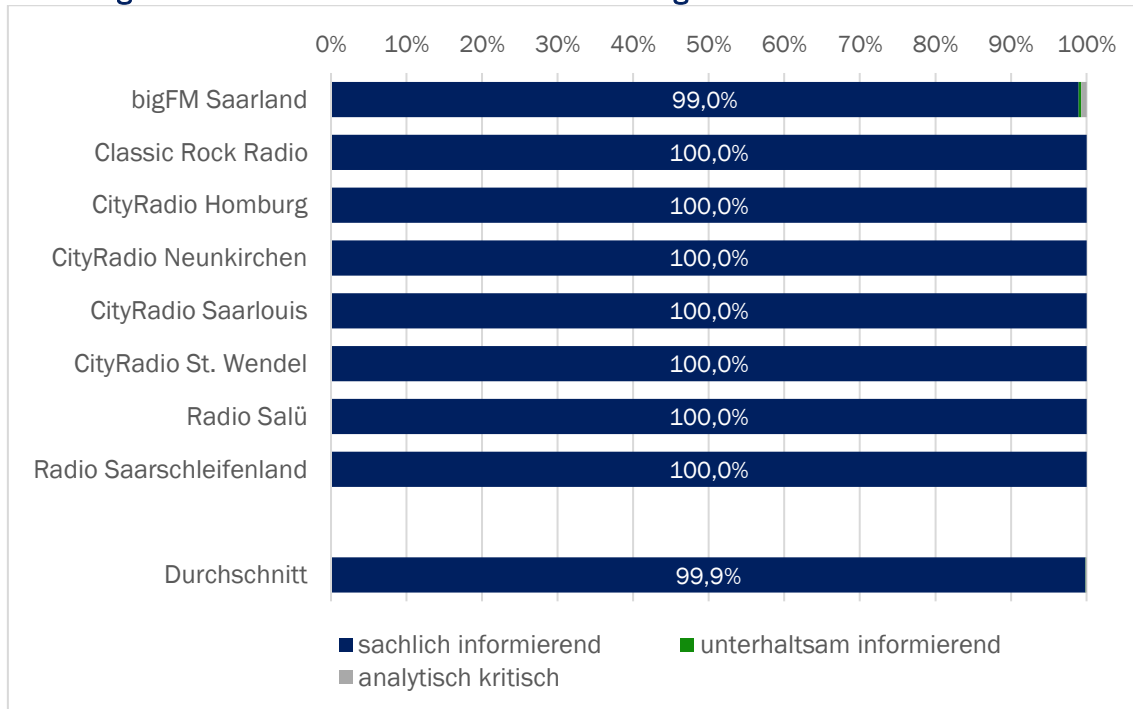
Abbildung 24: Präsentationsstil der Wortbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Nachrichten sind im Vergleich zu redaktionellen Wortbeiträgen nahezu vollständig im sachlich informierendem/neutralen Stil gehalten (s. Abbildung 25). Lediglich bei *bigFM Saarland* finden sich auch unterhaltsam informierende und analytisch kritische Wortbeiträge, die jedoch zusammen lediglich einen Prozentpunkt ausmachen.

Abbildung 25: Präsentationsstil der Nachrichtenbeiträge

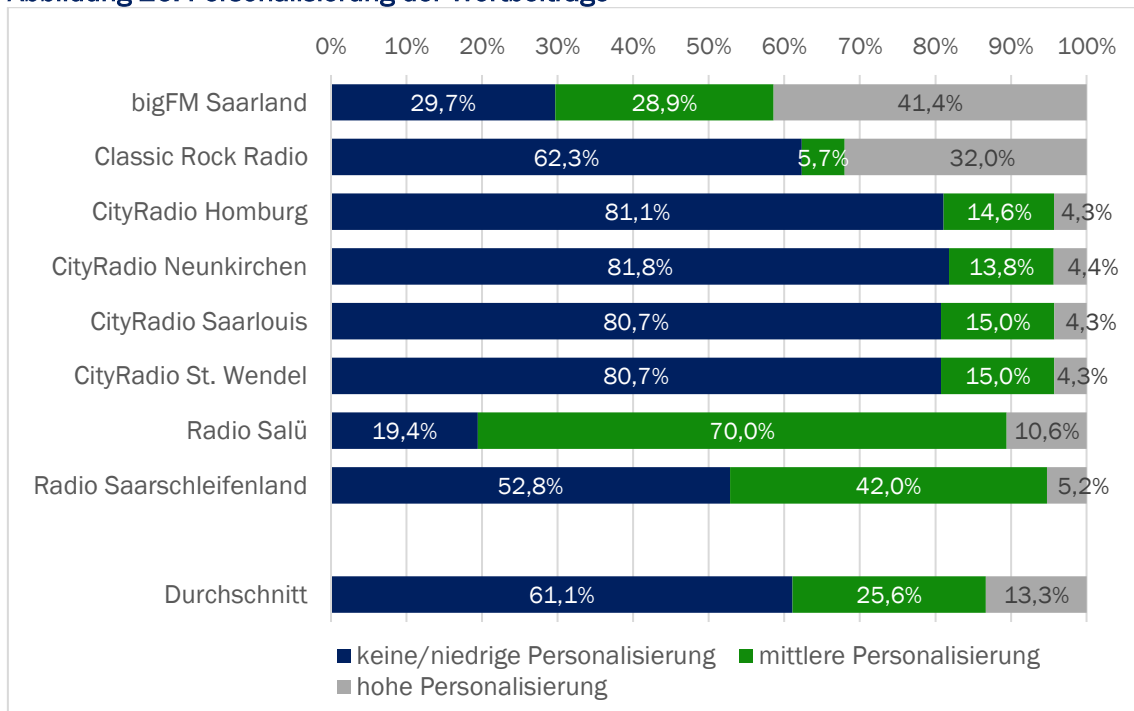


Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

Zusätzlich zu dem Präsentationsstil, gibt der Personalisierungsgrad Aufschluss über die journalistische Aufbereitung des Beitrags. 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 illustriert, dass vor allem *bigFM Saarland* und *Radio Salü* persönliche Meinungen in die Wortbeiträge einfließen lassen. Demgegenüber zeigen die *CityRadio*-Sender ein konträres Bild mit einem überwiegenden Anteil an Beiträgen, die eine niedrige Personalisierung vorweisen.

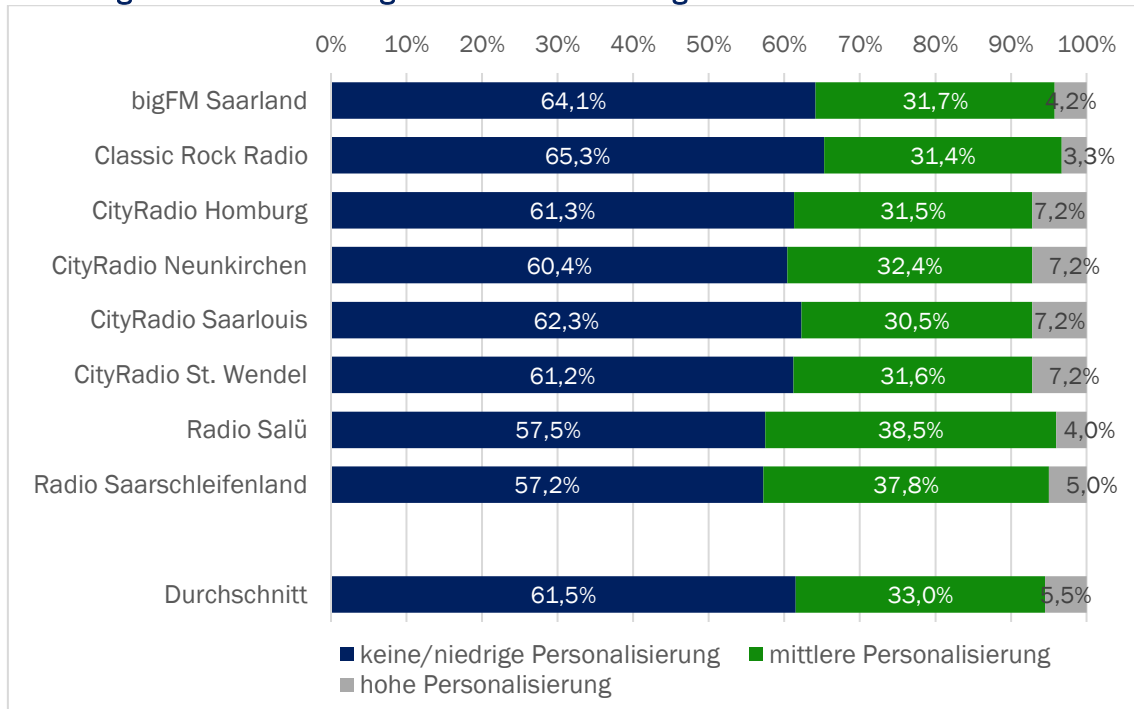
Abbildung 26: Personalisierung der Wortbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Die Nachrichtenbeiträge weisen hingegen ein einheitlicheres Bild bezüglich der Personalisierung auf (Abbildung 27). Im Allgemeinen wird der Fokus mit durchschnittlich 61,9 Prozent der Beiträge auf Sachverhalte statt auf Erlebnisse der Akteure gelenkt, während rund ein Drittel der Nachrichten eine gleichmäßige Thematisierung verfolgen (32,6 %). Die *CityRadio*-Sender weisen den höchsten Anteil an Beiträgen auf, die eine hohe Personalisierung mit dem Fokus auf das Erleben und Schicksale von Akteuren verfolgen.

Abbildung 27: Personalisierung der Nachrichtenbeiträge



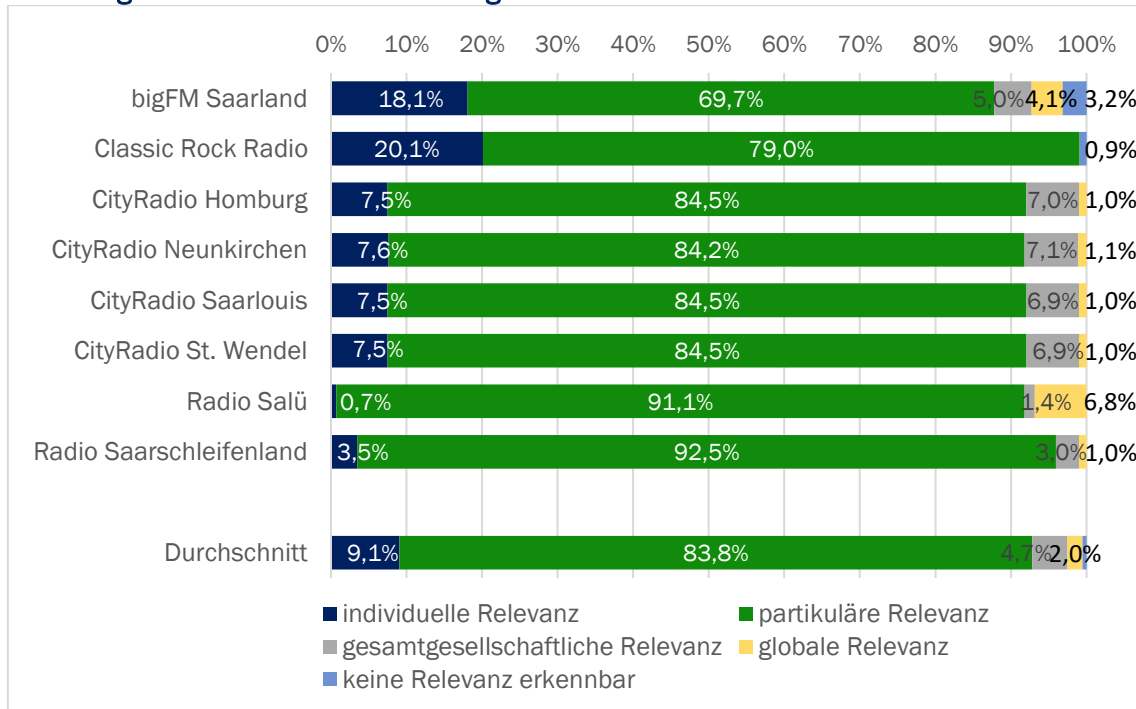
Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

3.2.6 Relevanz und Komplexität

Die beiden letzten analysierten Aspekte der journalistischen Aufbereitung beziehen sich auf die Relevanz und Komplexität der Beiträge. Unter dem Gesichtspunkt der Relevanz wurde erfasst, für welche Personengruppen die dargestellten Ereignisse in einem Beitrag von Bedeutung sind. Beispielsweise werden der Klimawandel oder der Ukraine-Krieg als global relevant betrachtet, da die Auswirkungen auf alle Menschen einen Einfluss haben. Ein Beitrag wird als gesamtgesellschaftlich relevant eingestuft, wenn er die gesamte deutsche Bevölkerung anspricht. Wenn sich ein Beitrag auf eine spezifische soziale Gruppe bezieht, wie beispielsweise die Bevölkerung von St. Wendel oder Fußballfans, wird er als partikulär relevant betrachtet. Beiträge, die lediglich eine Einzelperson betreffen (individuelle Relevanz), können Verkehrsunfälle ohne Auswirkungen auf den Straßenverkehr oder Hörerbeiträge sein, die nur die angerufene Person betreffen.

Abbildung 28 verdeutlicht, dass die **redaktionellen Wortbeiträge** mit durchschnittlich 84,3 Prozent überwiegend von partikulärer Relevanz sind. Die rund 18 Prozent Beitragszeit mit individueller Relevanz bei *bigFM Saarland*, beziehen sich hauptsächlich auf den Muttertag am 14.05., an dem via Call-ins viele individuelle Hörer-Glückwünsche gesendet wurden. In des zeichnet sich *Classic Rock Radio* durch einen besonders hohen Anteil an Hörerbeiträgen aus, in denen die Anrufer erläutern, weswegen sie den Sender hören.

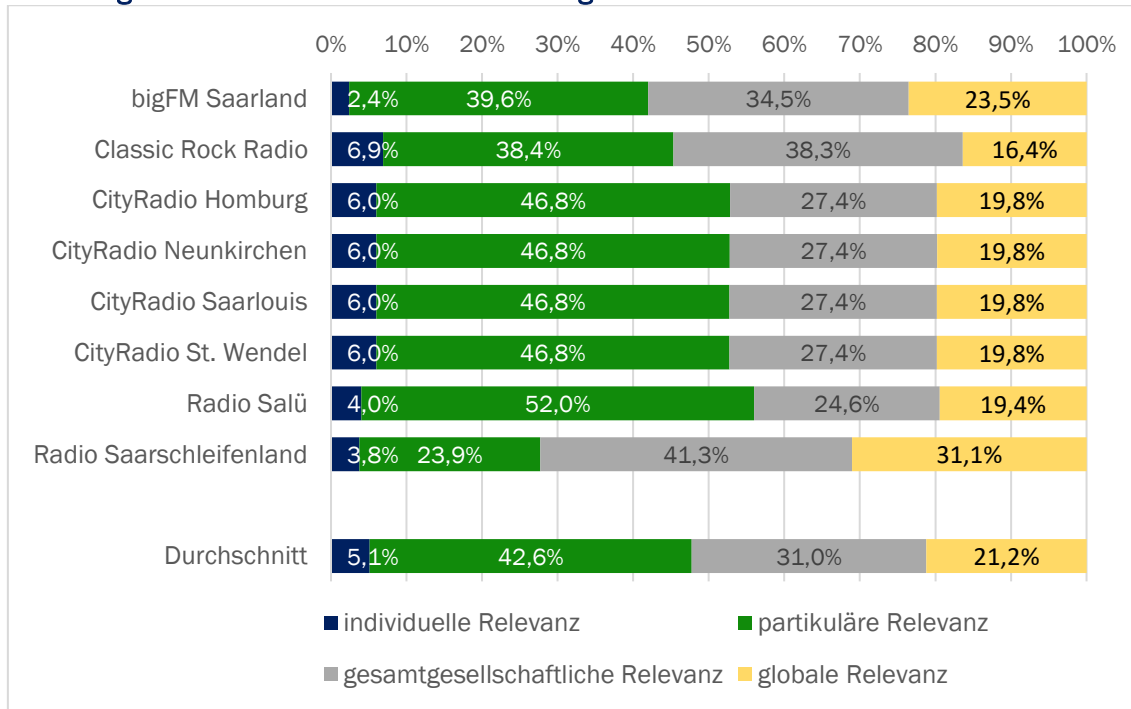
Abbildung 28: Relevanz der Wortbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Gegenüber den redaktionellen Wortbeiträgen finden sich der Nachrichtenbeiträge im untersuchten Zeitraum deutlich mehr Beiträge mit nationaler oder globaler Relevanz (s. Abbildung 29). Ein geringer Anteil der Nachrichten ist von individueller Relevanz, während durchschnittlich 42 Prozent von partikulärer Relevanz sind. *Radio Saarschleifenland* weist hierbei den stärksten Fokus auf Nachrichten auf, die entweder für die deutsche Gesellschaft oder global relevant sind. Allgemein zeigen Nachrichten einen höheren Prozentsatz an Beiträgen mit nachvollziehbarer Relevanz im Vergleich zu redaktionellen Wortbeiträgen, wobei dies gelegentlich darauf zurückzuführen ist, dass unterhaltende Beiträge nicht immer eine eindeutig identifizierbare Zielgruppe haben.

Abbildung 29: Relevanz der Nachrichtenbeiträge



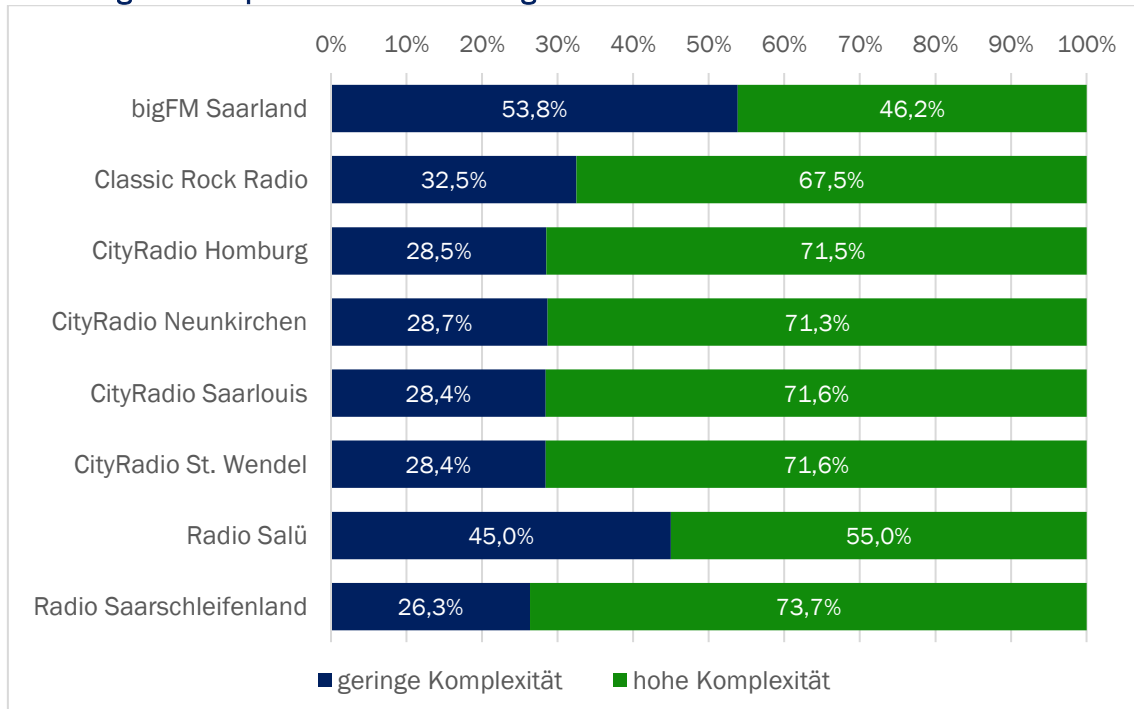
Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

Zum Abschluss der Analyse der journalistischen Aufbereitung wurde die Komplexität der Berichterstattung gemessen. Eine hohe Komplexität kennzeichnet einen Beitrag, in dem Hintergründe beleuchtet, Strukturen erklärt, Prognosen abgegeben, Einschätzungen vorgenommen oder Randinformationen bereitgestellt werden. Wenn die Berichterstattung hingegen auf eine knappe Darstellung eines Ereignisses beschränkt ist, weist sie ein geringes Maß an Komplexität auf.

Die Anteile der Beiträge mit unterschiedlicher Komplexität für die redaktionellen Wortbeiträge sind in Abbildung 30 visualisiert, während Abbildung 31 die Nachrichtenbeiträge in denselben Kategorien aufschlüsselt.

Abgesehen von *bigFM Saarland* und *Radio Salü* weisen die übrigen Sender ein einheitliches Bild, bezüglich der Komplexität der **redaktionellen Wortbeiträge**, auf. Der Sender *bigFM Saarland*, der vorrangig ein junges Publikum anspricht und sich auf unterhaltsame Inhalte konzentriert, weist den niedrigsten Anteil an Beiträgen mit hoher Komplexität auf. Mehr als die Hälfte seiner Sendezeit ist durch Beiträge mit geringer informativer Tiefe ausgefüllt. *Radio Saarschleifenland* sowie die *CityRadio*-Sender weisen mit über 70 Prozent die höchsten Zeiteile für Beiträge mit hoher Komplexität auf.

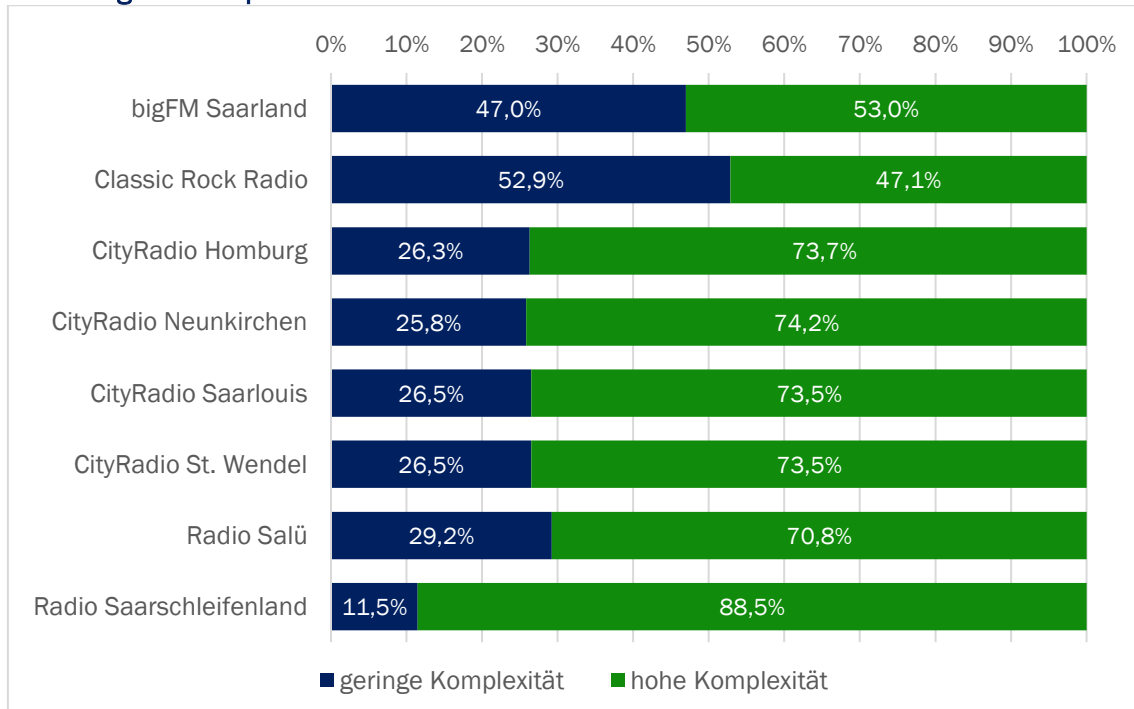
Abbildung 30: Komplexität der Wortbeiträge



Basis: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wortbeiträge

Die Nachrichtenbeiträge weisen eine ähnliche Verteilung wie die der redaktionellen Wortbeiträge auf (Abbildung 31). Mit knapp 47 Prozent sendet *Classic Rock Radio* hierbei den geringsten Anteil an Nachrichten mit hoher Komplexität. Der Fokus liegt hier auf kurzen, bündigen Nachrichten, die der Hörerschaft einen schnellen Überblick über die Nachrichtenlage geben soll. Weiterhin fällt auch *bigFM Saarland* mit einem relativ geringen Anteil an Nachrichten mit hoher Komplexität auf. Die *CityRadio*-Sender sowie *Radio Salü* senden hingegen zu knapp zwei Drittel Nachrichten mit hoher Komplexität. Besonders sticht in diesem Zusammenhang *Radio Saarschleifenland* hervor, das mit 88,5 Prozent den höchsten Anteil an Nachrichten mit hoher Komplexität aufweist.

Abbildung 31: Komplexität der Nachrichten



Basis: gesamte Sendezeit aller Nachrichtenbeiträge

3.3 Intermediale Gegenüberstellung

Um die Rolle des saarländischen Hörfunks als lokale und regionale Informations- und Unterhaltungsquelle sowie den Beitrag des Angebots zur Medienvielfalt zu ermitteln, soll an dieser Stelle ein intermedialer Vergleich mit der gedruckten Tageszeitung des Saarlandes erfolgen. Die Programme der acht untersuchten Sender werden dazu den Inhalten der *Saarbrücker Zeitung* gegenübergestellt, die im 2. Quartal 2023 und damit dem Untersuchungszeitraum eine verkaufte Auflage von 94.524 Exemplaren besaß (vgl. IVW, 2023).

Im Vorfeld dieser Gegenüberstellung sei auf die grundsätzlichen Unterschiede der beiden Mediengattungen hingewiesen, die bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen sind. Dazu gehört zum einen die Aktualität der Beiträge: während die Zeitung bedingt durch den Redaktionsschluss nur eingeschränkt auf hochaktuelle Geschehnisse reagieren kann, ist im Hörfunk auch eine sofortige Berichterstattung, zumindest technisch, jederzeit möglich. Gleichzeitig kann in der Zeitung aber ggf. auch eine ausführlichere Auseinandersetzung mit Tiefgang erfolgen, wenn vor Redaktionsschluss noch weitere Fakten und Hintergründe bekannt sind. Weiterhin ist das geschriebene Wort in einer Zeitung jederzeit für jeden verfügbar, während im Radio eine entsprechende Nachricht oder ein Beitrag mehrfach wiederholt werden muss, um ein möglichst großes Publikum zu erreichen. Zuletzt spielt die Regionalität,

auch innerhalb der Medien, eine Rolle. Während die *CityRadio*-Sender und *Radio Saarschleifenland* für ein Lokalgebiet senden, berichten *bigFM Saarland*, *Classic Rock Radio* und *Radio Salü* über das gesamte Saarland. Die *Saarbrücker Zeitung* erscheint hingegen in sieben zugeschnittenen Lokalausgaben, die jeweils von einem überregionalen, gleichbleibenden Mantel umschlossen sind. Die Gegenüberstellung erfolgt zum einen auf Grundlage der zuvor besprochenen Daten, die mittels der quantitativen Inhaltsanalyse der Radioprogramme gewonnen wurden, zum anderen einer weiteren quantitativen Inhaltsanalyse, welche die *Saarbrücker Zeitung* untersuchte.

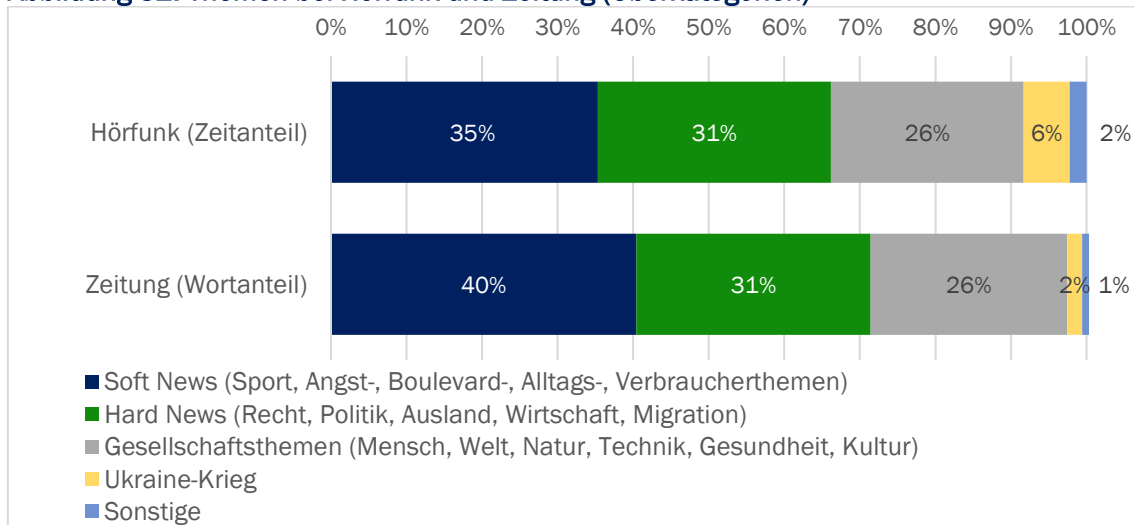
Um einen intermedialen Vergleich zu gewährleisten, werden in diesem Kapitel alle Radiosender zusammengefasst und nicht mehr einzeln betrachtet. In der Inhaltsanalyse wurden alle redaktionell erstellten Artikel berücksichtigt, die einen vergleichbaren Aufwand mit den erfassten Beiträgen aus den Hörfunkprogrammen besitzen. Nicht erfasst wurden Werbeanzeigen, Inserate, Wetterkarten, Todesanzeigen, Kreuzworträtsel etc. Insgesamt wurden so 2.919 Artikel mit 1.370.364 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 illustriert die kategorisierten und zusammengefassten Ergebnisse der Themenanalyse, während Abbildung 33 über die exakte Themenaufteilung Aufschluss gibt. Es wird ersichtlich, dass der Anteil an Hard News und Gesellschaftsthemen bei beiden Mediengattungen mit 31 Prozent identisch ist. Weiterhin ist der Anteil an Soft News bei der Zeitung um fünf Prozentpunkte höher als bei den Radiosendern (40 % / 35 %) und um 4 Prozentpunkte niedriger bezüglich des Ukraine-Kriegs (2 % / 6 %).

In Abbildung 33 fällt der verstärkte Fokus der Zeitung auf Verbraucherthemen und Sport auf. So wird mit 6 Prozentpunkten mehr über Verbraucherthemen berichtet und mit 13 Prozentpunkten mehr über Sport. Demgegenüber weist der Hörfunk einen erhöhten Fokus auf Angstthemen auf (12 % / 3 %). Themen wie Kultur, Gesellschaft, Politik und Wirtschaft werden in beiden Mediengattungen in vergleichbarem Umfang behandelt.

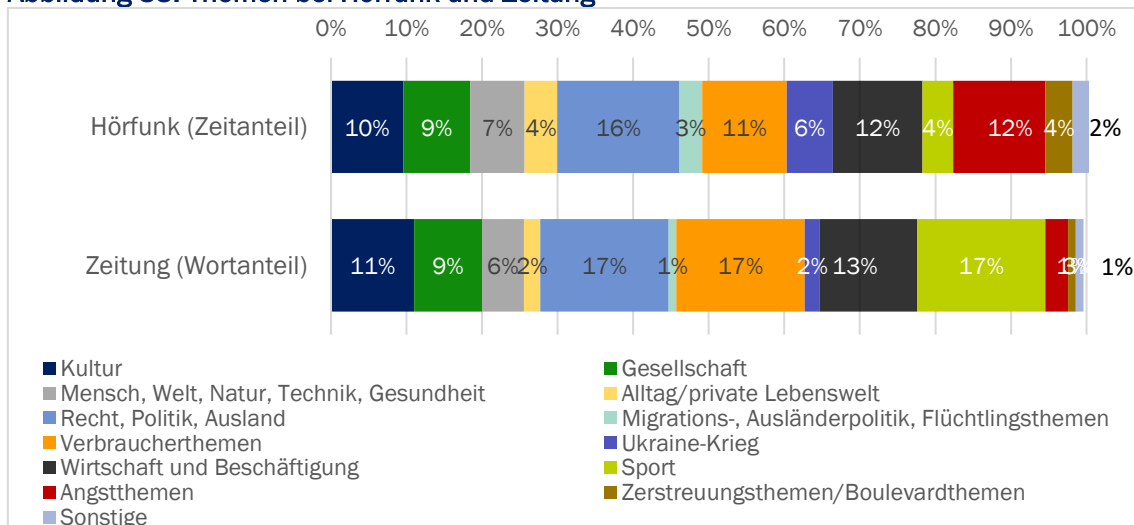
Abbildung 32: Themen bei Hörfunk und Zeitung (Oberkategorien)



Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der acht Sender (52,5 Programmstunden)

Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (1.370.364)

Abbildung 33: Themen bei Hörfunk und Zeitung



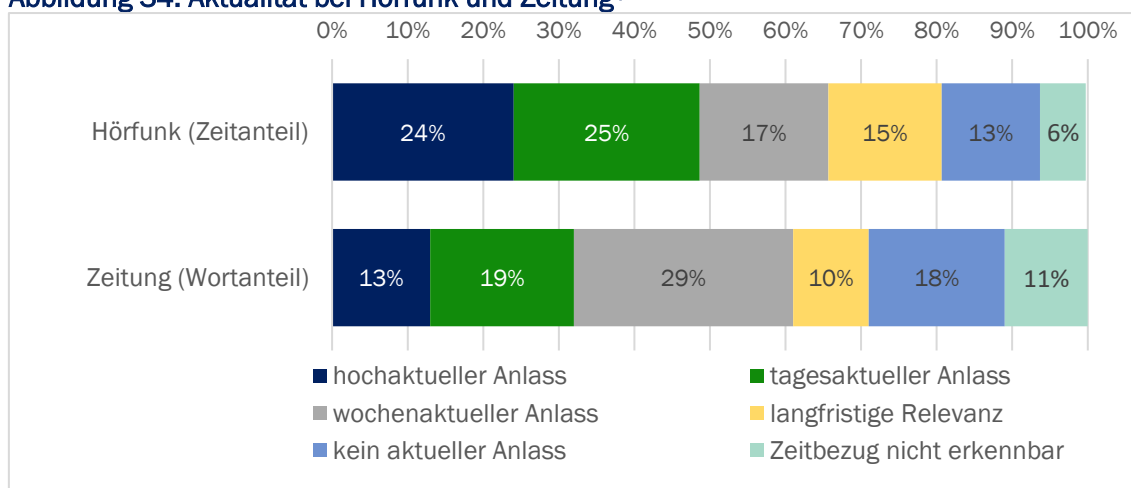
Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der acht Sender (52,5 Programmstunden)

Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (1.370.364)

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). Die Differenz ist mit 49 zu 32 Prozent bemerkenswert. Bedingt durch das Format der Zeitung,

liegt hier der Fokus auf Ereignissen, die in der Woche der Berichterstattung stattfinden, aber mehr als einen Tag vom Berichtszeitpunkt entfernt liegen (29 %). Die Zeitung weist einen erhöhten Anteil an Themen auf, die keinen aktuellen Anlass haben (18 %), während die Radioprogramme einen erhöhten Anteil an Beiträgen aufweisen, die von langfristiger Relevanz sind (15 %). Weiterhin fällt auf, dass der Anteil an Themen ohne erkennbaren Zeitbezug bei der Zeitung fünf Prozentpunkte höher ist.

Abbildung 34: Aktualität bei Hörfunk und Zeitung⁴



Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der acht Sender (52,5 Programmstunden)

Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (1.370.364)

Bei der Analyse des geografischen Bezugs der Beiträge beziehen wir neben den redaktionellen Wortbeiträgen und Nachrichten auch Servicemeldungen, Kultur- und Veranstaltungstipps mit ein. Die *Saarbrücker Zeitung* gewährleistet in hohem Maße die Bereitstellung von lokalen Informationen, wobei ihr Anteil knapp die Hälfte ausmacht (48 %), wie in Abbildung 35 ersichtlich wird. Aber auch der Hörfunk weist mit vierzigprozentigem Anteil eine hohe Berichterstattung über die saarländischen Regionen auf. Der Anteil der Beiträge, der über die Saar-Lor-Lux-Regionen berichtet, bewegt sich bei beiden Mediengattungen auf einem ausgeglichenen, niedrigen Niveau. Weiterhin berichten beide mit 28 Prozent über Geschehnisse, die einen deutschlandweiten Bezug aufweisen. Der Anteil an Beiträgen, die über internationale Geschehnisse berichten, zwischen Hörfunk und Zeitung ist ausgeglichen (15 %

⁴ Erläuterung der einzelnen Kategorien:

„hochaktueller Anlass“: Ereignis findet am Tag der Berichterstattung statt.

„tagesaktueller Anlass“: Ereignis findet einen Tag vor beziehungsweise nach der Berichterstattung statt.

„wochenaktueller Anlass“: Ereignis findet in der vergangenen oder folgenden Woche statt.

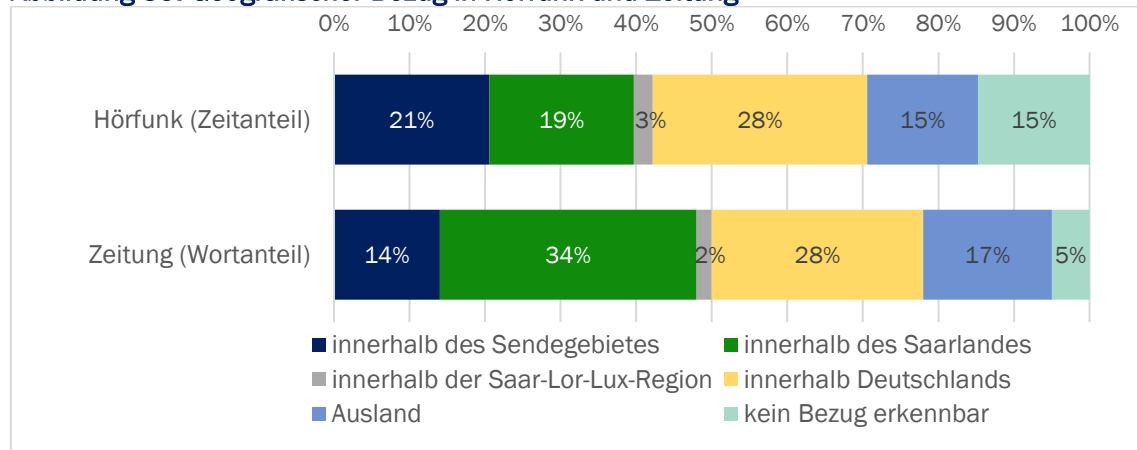
„langfristige Relevanz“: Es liegt kein unmittelbares Ereignis vor. Die Berichterstattung erfolgt auf die Initiative des Senders hin.

„kein aktueller Anlass“: Ereignis liegt mehrere Wochen in der Vergangenheit/Zukunft.

„Zeitbezug nicht erkennbar“: Beiträge, die sich auf Ereignisse beziehen, dessen Zeitpunkt nicht klar aus dem Beitrag hervorgeht.

/ 17 %). Abschließend fällt auf, dass der Hörfunk drei Mal so häufig über Ereignisse berichtet, die keinen geografischen Bezug erkennenbar machen.

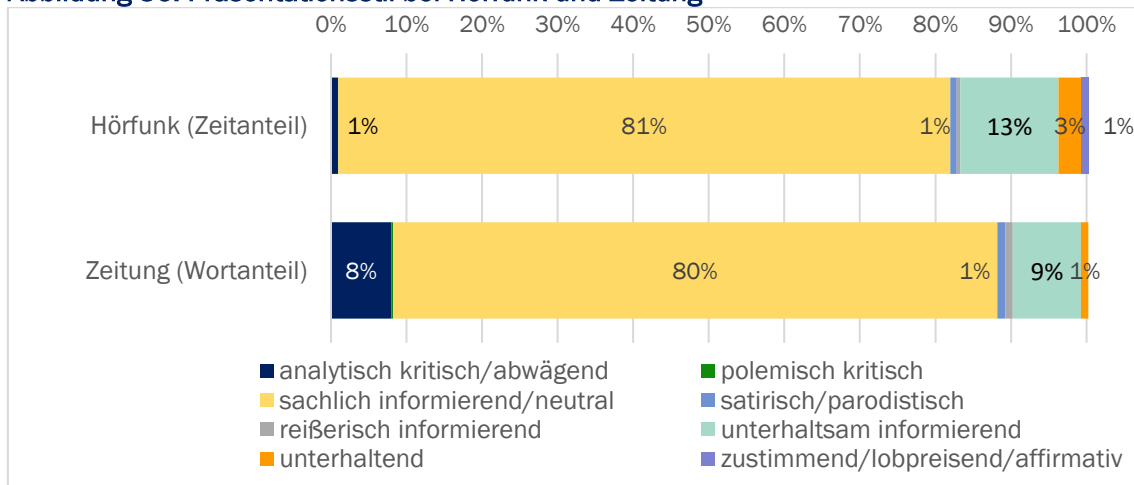
Abbildung 35: Geografischer Bezug in Hörfunk und Zeitung



Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort-, Nachrichtenbeiträge, Servicemeldungen, Kultur- und Veranstaltungstipps der acht Sender (72,75 Programmstunden)
 Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (1.370.364)

Bezüglich des Präsentationsstils (Abbildung 36) fällt auf, dass sich sowohl der Hörfunk als auch die Zeitung auf überwiegend sachlich informierende Beiträge beschränken (81 % / 80 %). Weiterhin setzen sowohl das Radio als auch die Zeitung auf unterhaltsam informierende Beiträge (13 % / 9 %), während nur ein kleiner Teil der Berichterstattung der reinen Unterhaltung dient (3 % / 1 %). Darüber hinaus sind 8 Prozent der Artikel bei der Zeitung analytisch/kritisch in ihrer Berichterstattung, während dies bei dem Hörfunk nur ein Prozent ausmacht. Stilmittel der Polemik, der Affirmation oder auch der Parodie werden hingegen kaum bis gar nicht verwendet.

Abbildung 36: Präsentationsstil bei Hörfunk und Zeitung

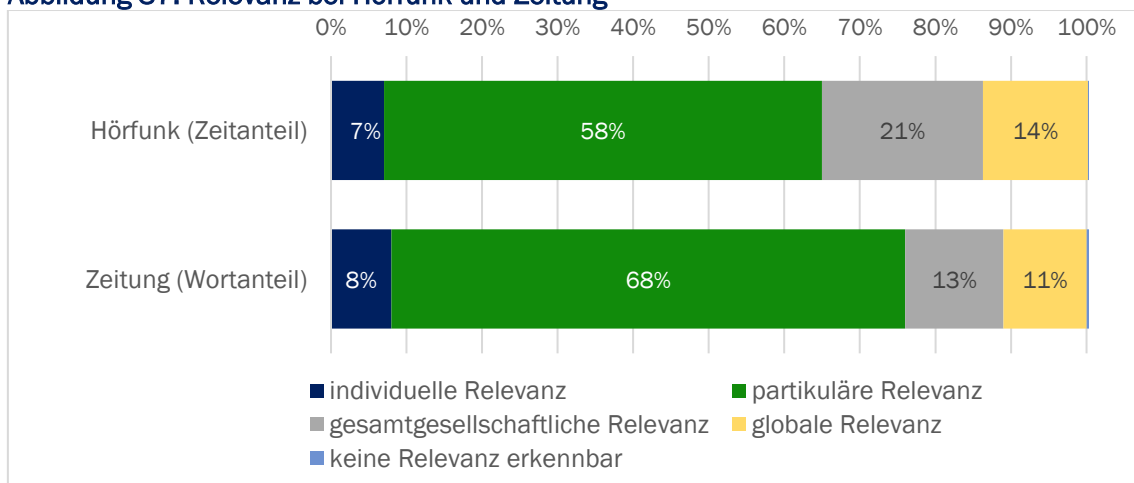


Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der acht Sender (52,5 Programmstunden)

Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (1.370.364)

Abbildung 37 vergleicht die Relevanz der Beiträge innerhalb der Medien. Hierbei wird ersichtlich, dass solche von individueller Relevanz in beiden Medien mit einer ähnlichen Häufigkeit vorkommen (7 % / 8 %). Weiterhin dominiert in beiden Fällen die Berichterstattung über Themen, die von partikulärer Relevanz sind. Mit 58 Prozent ist dieser Anteil beim Hörfunk geringer als bei der Zeitung mit 68 Prozent. Das Radio weist dafür einen verstärkten Fokus auf Themen auf, die von gesamtgesellschaftlicher Relevanz sind und berichtet mit acht Prozentpunkten mehr darüber als die Zeitung. Auch über Themen von globaler Relevanz wird etwas mehr im Hörfunk berichtet (14 % / 11 %).

Abbildung 37: Relevanz bei Hörfunk und Zeitung



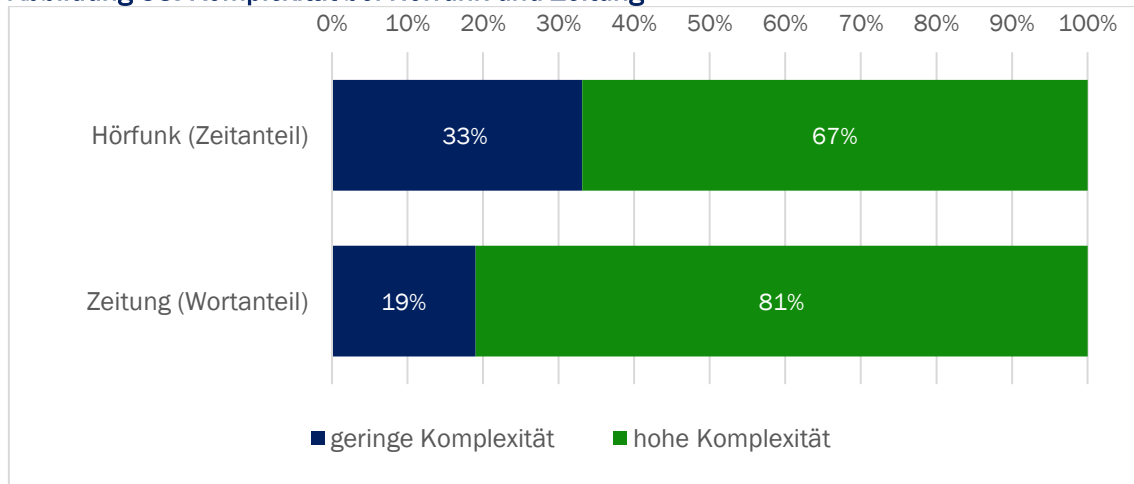
Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der acht Sender (52,5 Programmstunden)

Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (1.370.364)

Bezüglich der Komplexität (Abbildung 38) bietet die *Saarbrücker Zeitung* als informierendes Printmedium einen größeren Anteil an Beiträgen mit hoher Komplexität (81 %). Doch auch

der Hörfunk weist mit 67 Prozent der Beiträge einen hohen Anteil an komplexer Berichterstattung auf. Ein Grund dafür ist, dass in den Hörfunkprogrammen des Saarlands die Nachrichtenbeiträge oft eine hohe Komplexität aufweisen, aber gleichzeitig auf maximal 30 Sekunden begrenzt sind. Im Gegensatz dazu können tiefgründige Zeitungsartikel eine ganze Seite füllen und somit einen hohen Wortanteil enthalten.

Abbildung 38: Komplexität bei Hörfunk und Zeitung



Basis Hörfunk: gesamte Sendezeit aller redaktionellen Wort- und Nachrichtenbeiträge der acht Sender (52,5 Programmstunden)

Basis Zeitung: Gesamtwörteranzahl aller Artikel (1.370.364)⁵

3.4 Musikprogramm

Die Analyse der Musik bietet Einblicke in die musikalische Ausrichtung und Vielfalt der acht untersuchten Hörfunkprogramme im Saarland. Im Zuge 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 Saarlouis* und *CityRadio St. Wendel* analysiert.

In Abbildung 39 sind die prozentualen Anteile der verschiedenen Musikgenres an allen während des Untersuchungszeitraums gespielten Titeln des Senders dargestellt. Hierbei wurden die Lieder entsprechend ihrer Häufigkeit der Abspielungen gewichtet, unabhängig von ihrer tatsächlichen Länge. Dies bedeutet, dass mehrfach gespielte Musikstücke einen höheren

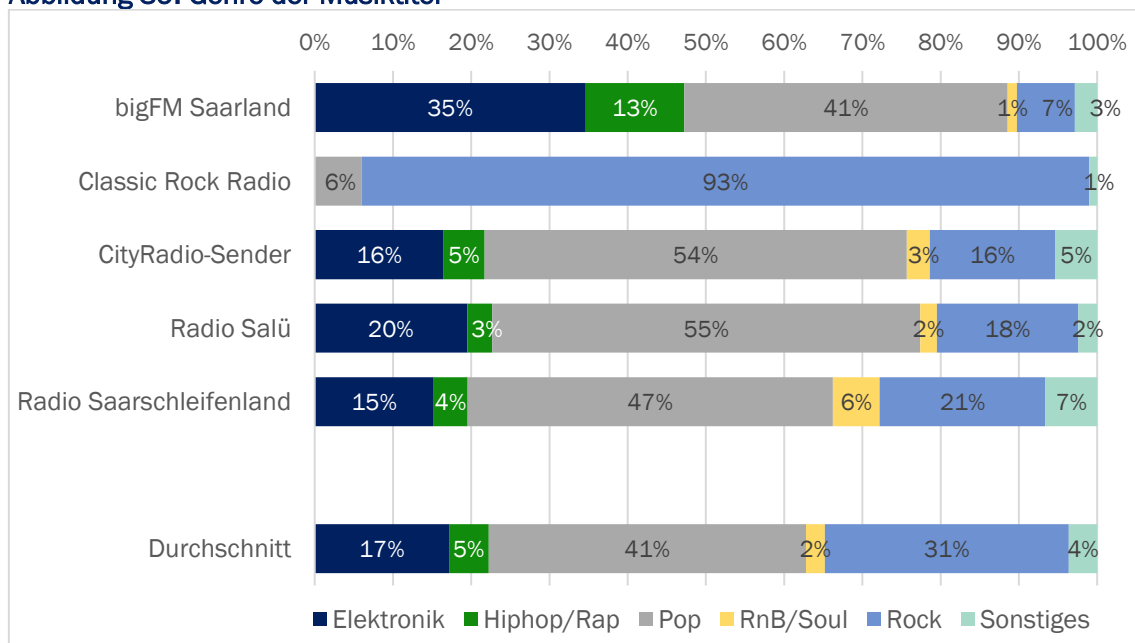
⁵ Aufgrund einer geänderten Systematik bei der Einbeziehung des Mantelteils der Zeitung ist ein Vergleich zu früheren Erhebungen nicht möglich.

Anteil in ihrem jeweiligen Genre haben. Die Kategorie "Sonstiges" umfasst sämtliche Stilrichtungen, die nicht explizit aufgeführt sind, einschließlich Jazz, Country, Reggae und Schlagermusik.

Die *CityRadio*-Sender, *Radio Saarschleifenland* und *Radio Salü* weisen in ihrer Struktur die größte Ähnlichkeit auf: Pop ist mit Abstand das am häufigsten gespielte Genre und macht zwischen 47 und 55 Prozent des Musikprogramms aus. Die bereits zusammengefassten Genres Hiphop/Rap und RnB/Soul repräsentieren Musikrichtungen, die eher abseits des Mainstreams liegen, machen nur zwischen zwei und sechs Prozent des Musikprogramms dieser drei Sender aus. *Classic Rock Radio* sticht besonders durch ihre Musikauswahl hervor. Ganz dem Namen entsprechend entfallen 93 Prozent der Titel auf das Rock-Genre, während 6 Prozent der Popmusik zugewiesen werden können und 1 Prozent unter die Rubrik Sonstiges fällt.

bigFM Saarland weist die ausgewogenste Verteilung bezüglich der Stilrichtungen auf. Als Sender mit einer überwiegend jungen Zielgruppe nimmt auch hier Pop mit 41 Prozent den größten Anteil ein, gefolgt von Elektronik mit 35 Prozent. Darüber hinaus werden im Vergleich zu den übrigen Radiosendern auffällig viele Titel aus dem Bereich des HipHops/Raps gespielt (13 %). Die Genres Rock und Sonstiges nehmen mit einem akkumulierten Anteil von 10 Prozent nur einen geringen Stellenwert ein.

Abbildung 39: Genre der Musiktitel

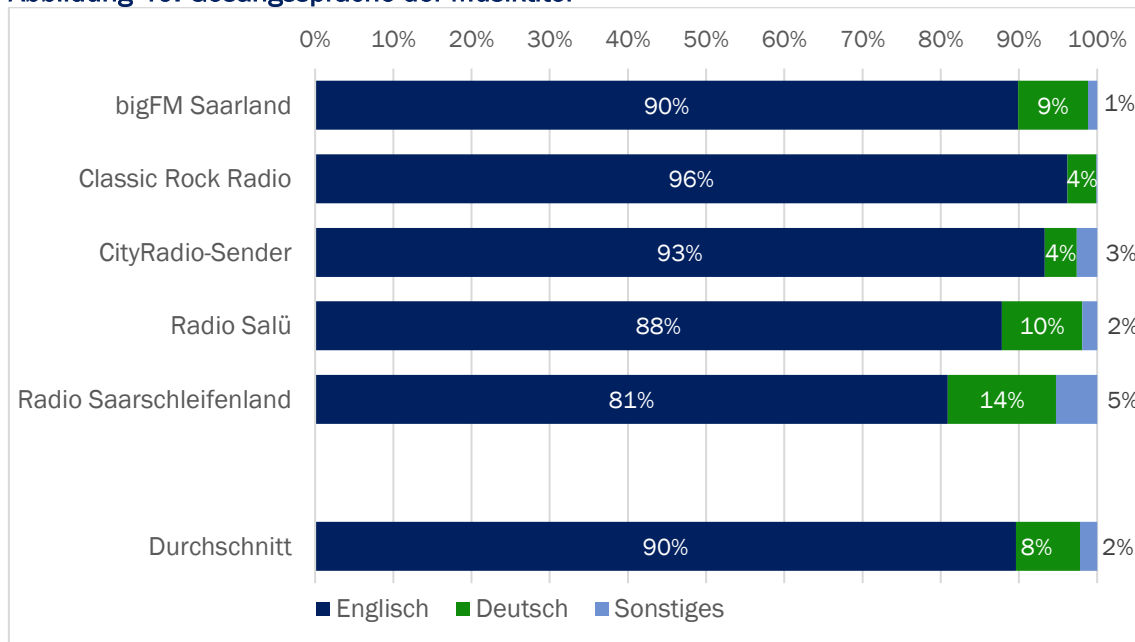


Basis: Gesamtzahl aller Musiktitelaußspielungen

Abbildung 40 illustriert die homogene Verteilung der Sprachauswahl aller Radiosender, die sich mit durchschnittlich 90 Prozent auf Englisch beläuft. Im Durchschnitt sind lediglich 8

Prozent aller Titel deutschsprachig, wobei *Radio Saarschleifenland* hier mit 14 Prozent den höchsten Wert vorweisen kann. Unter Sonstiges sind überwiegend spanische und französische Songs wiederzufinden.

Abbildung 40: Gesangssprache der Musiktitel

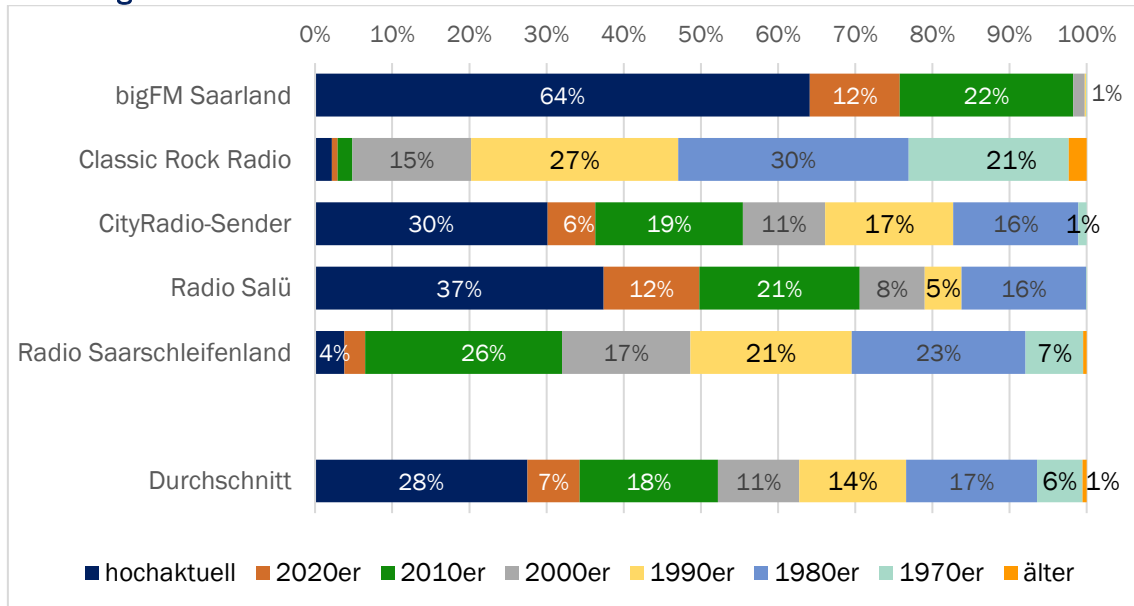


Basis: Gesamtzahl aller Musiktitelausspielungen

Abbildung 41 zeichnet ein deutlich heterogeneres Bild, wenn man die Aktualität der Musiktitel zwischen den einzelnen Sendern miteinander vergleicht. Die Grundlage zur Einordnung in ein bestimmtes Jahrzehnt ist das Veröffentlichungsjahr der Single, und wenn diese Information nicht verfügbar ist, das Erscheinungsjahr des zugehörigen Albums. Nur Musiktitel, die im Zeitraum von 2022 bis 2023 veröffentlicht wurden, werden als hochaktuell betrachtet.

Mit über 90 Prozent an Titeln, die 2010 oder später erschienen sind und nahezu keinem Musikstück mit Erscheinungsjahr vor 2000, ist das Musikprogramm von *bigFM Saarland* am aktuellsten. Vor allem der Anteil von 64 Prozent an hochaktuellen Titeln ist hierbei hervorzuheben. An zweiter Stelle liegt *Radio Salü*, dessen Programm zu 70 Prozent aus Titeln der letzten zwei Jahrzehnte besteht. Bei *Classic Rock Radio* hingegen dominieren die 80er Jahre mit 30-prozentigen Anteil, dicht gefolgt von 90ern (27 %) und 70ern (21 %). Lediglich ein kleiner Teil – kumuliert weniger als 20 Prozent – der Musik stammt bei *Classic Rock Radio* aus dem 21. Jahrhundert. *Radio Saarschleifenland* deckt mit ihrer Auswahl eine ausgewogene Mischung der Jahrzehnte zwischen den 80er bis 10er Jahren ab. Die *CityRadio*-Sender liegen mit ihrem musikalischen Programm hinsichtlich der Entstehungszeit der Titel und somit der Aktualität des Senders ziemlich genau im Durchschnitt der untersuchten privaten saarländischen Hörfunklandschaft.

Abbildung 41: Aktualität der Musiktite



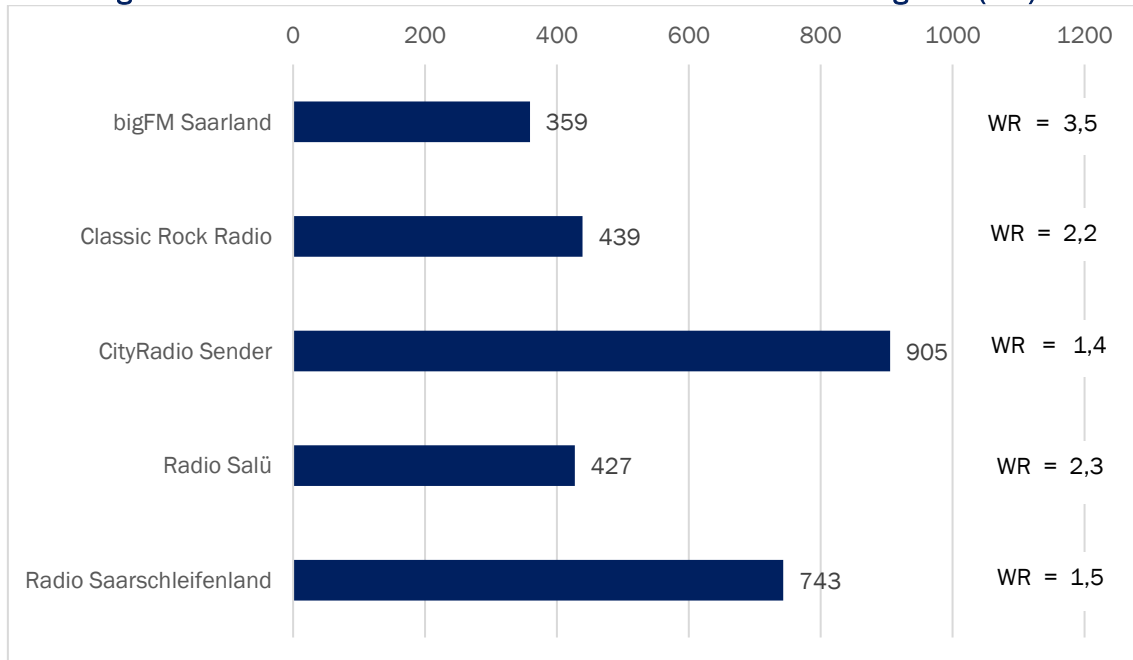
Basis: Gesamtzahl aller Musiktitelausspielungen

Die Bewertung der musikalischen Vielfalt hängt nicht allein von Faktoren wie Genre, Sprache, und Veröffentlichungsjahr der Lieder ab, sondern auch die Anzahl und Häufigkeit der gespielten Musikstücke liefern wichtige Hinweise auf die Programmstruktur und die Vielfalt.

Die interne musikalische Diversität wird durch die Variation der gespielten Musikstücke ermittelt. Diese Messung ist insofern relevant, da manche Sender bestimmte Titel beträchtlich häufiger als andere wiedergeben. *bigFM Saarland* spielte etwa den im Februar 2023 veröffentlichten Song „Lost“ von Linkin Park 33 Mal innerhalb des untersuchten Zeitraumes ab, im Schnitt 5,5 Mal am Tag (6-20 Uhr). *Radio Salü* hat währenddessen eine maximal Titelausspielung von 18, *CityRadio Homburg* von acht, *Radio Saarschleifenland* von sieben und *Classic Rock Radio* von nur sechs wiederholenden Titeln in der gesamten untersuchten Woche. Daher dient die Anzahl distinkter Titel als Kennzahl für die interne musikalische Diversität des Musikprogramms. Demnach wird jeder Titel unabhängig von seiner Häufigkeit nur einmal erfasst.

Abbildung 42 illustriert, dass die *CityRadio*-Sender mit 905 distinkten Songs die, absolut gesehen, diverseste Auswahl an Titeln bietet und *bigFM Saarland* mit 359 die geringste. Die hohe Vielfalt der *CityRadio*-Sender drückt sich auch in der Wiederholungsrate aus, welche die durchschnittliche Wiederholung pro Song angibt. Sie liegt bei den *CityRadio*-Sendern mit 1,4 auf einem sehr niedrigen Niveau, dicht gefolgt von *Radio Saarschleifenland* (1,5). *Classic Rock Radio* wiederholt seine Songs im Durchschnitt 2,2 Mal und *Radio Salü* durchschnittlich 2,3 Mal. Erwartungsgemäß weist *bigFM Saarland* hier eine erhöhte durchschnittliche Wiederholungsrate von 3,5 auf.

Abbildung 42: Anzahl distinkter Titel und durchschnittliche Wiederholungsrate (WR)



Basis: Gesamtzahl aller Musiktitel

Lesehilfe: bigFM Saarland spielte im Untersuchungszeitraum 359 verschiedene Musiktitel, die durchschnittlich 3,5 Mal wiederholt wurden.

Zusätzlich zur internen strukturellen Diversität eines Senders kann auch die externe Diversität in Bezug auf Überschneidungen innerhalb des Programms mit den anderen vier Sendern analysiert werden. Abbildung 43 zeigt demnach die absoluten Titelüberschneidungen der jeweiligen Radiosender, während Abbildung 44 die prozentuale Überschneidung wiedergibt. Auf der dunkelgrau unterlegten Hauptdiagonale, der Abbildung 43, lässt sich die jeweilige distinkte Gesamtanzahl eines Senders ablesen. Den größten Beitrag zur musikalischen Vielfalt liefern hierbei die *CityRadio*-Sender und *Classic Rock Radio* mit einer durchschnittlichen Überschneidung in Höhe von neun Prozent mit den übrigen Sendern. Die Playlist von *Radio Saarschleifenland* überschneidet sich durchschnittlich um zehn Prozent, die von *bigFM Saarland* um 12 Prozent und die von *Radio Salü* um 18 Prozent. Es fällt auf, dass es zwischen *Classic Rock Radio* und *bigFM Saarland* nur eine einzige Überschneidung gibt, während die *CityRadio*-Sender und *Radio Saarschleifenland* 110 Überschneidungen aufweisen.

Es lassen sich generell eher geringe Überschneidungswerte in den Tabellen wiederfinden, da die Titellisten der Sender der *CityRadio-Group* bereits zu einer zusammengefasst wurden. Die höchste Überschneidungsrate lässt sich zwischen *bigFM Saarland* und der *CityRadio-Group* finden, 23 Prozent der Lieder von *bigFM Saarland* finden sich auch in dem Programm von den *CityRadio*-Sendern wieder (s. Abbildung 44).

Abbildung 43: Absolute Titelüberschneidungen

	bigFM Saarland	CityRadio Sender	Radio Saarschleifenland	Radio Salü	Classic Rock Radio
bigFM Saarland	359	83	33	58	1
CityRadio-Sender	83	905	110	90	41
Radio Saarschleifenland	33	110	743	94	57
Radio Salü	58	90	94	427	65
Classic Rock Radio	1	41	57	65	439

Basis: Gesamtzahl aller Musiktitel

Lesehilfe: bigFM Saarland spielte im Stichprobenzeitraum 359 unterschiedliche Musiktitel. 83 davon wurden auch bei den CityRadio-Sendern gespielt. Die obere und untere Dreieckmatrix (entlang der Gesamtanzahl) sind spiegelbildlich gleich.

Abbildung 44: Prozentuierte Titelüberschneidungen

	bigFM Saarland	CityRadio Sender	Radio Saarschleifenland	Radio Salü	Classic Rock Radio
bigFM Saarland	100%	9%	4%	14%	0%
CityRadio-Sender	23%	100%	15%	21%	9%
Radio Saarschleifenland	9%	12%	100%	22%	13%
Radio Salü	16%	10%	13%	100%	15%
Classic Rock Radio	0%	5%	8%	15%	100%
Basis	359	905	743	427	439
Durchschnittliche Überschneidung	12%	9%	10%	18%	9%

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

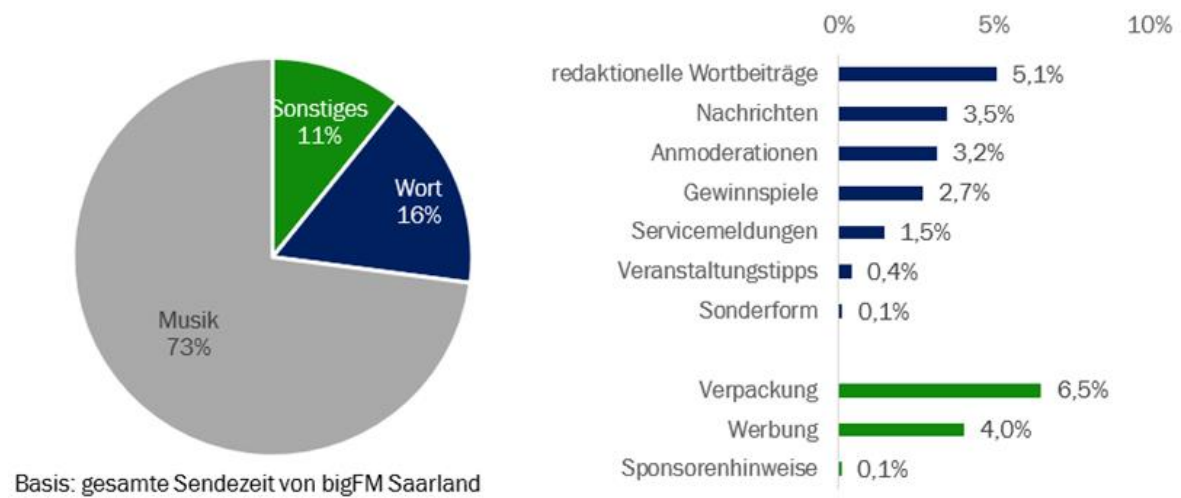
Lesehilfe: von den 427 Titeln bei Radio Salü, wurden 21% auch bei den CityRadio-Sendern gespielt. Andererseits sind es aufgrund der größeren Playlist nur 10% der Titel der CityRadio-Sender, die auch bei Radio Salü zu hören waren.

3.5 Programmprofile der einzelnen Sender

Im Rahmen dieses Kapitels werden für jeden der untersuchten Radiosender im Saarland übersichtliche Programmprofile erstellt, wobei die Datenbasis die gesamte Sendedauer der sechs ausgewählten Stichprobentage bildet.

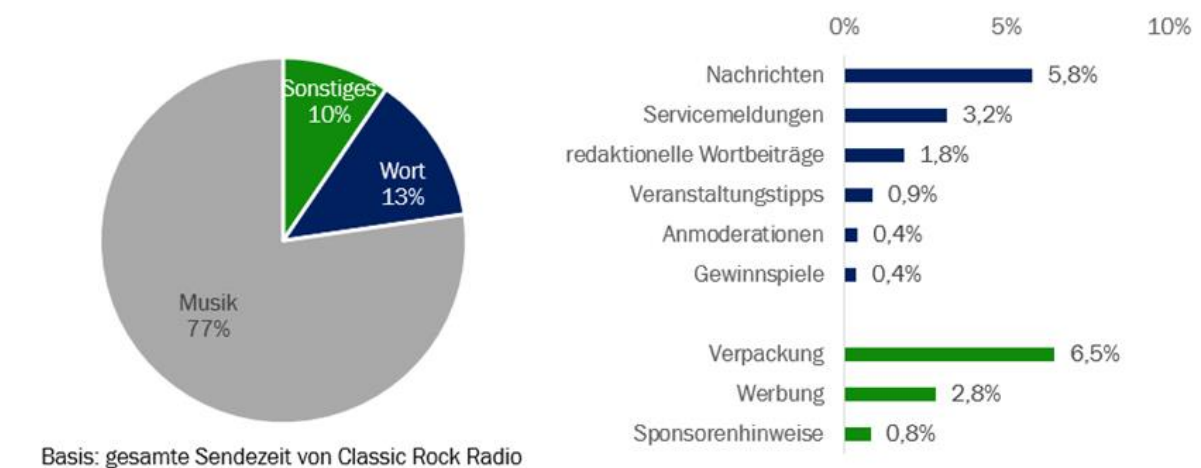
3.5.1 bigFM Saarland

Abbildung 45: Programmprofil bigFM Saarlands



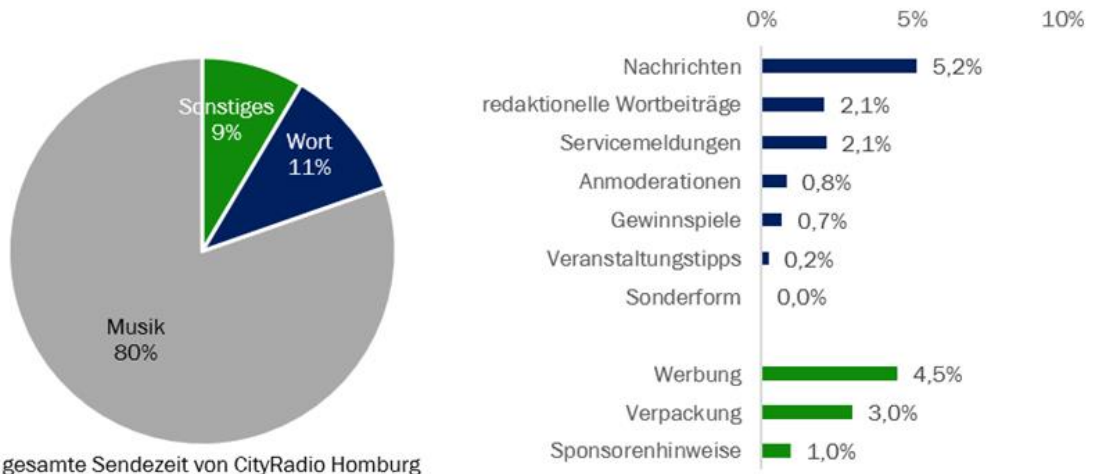
3.5.2 Classic Rock Radio

Abbildung 46: Programmprofil Classic Rock



3.5.3 CityRadio Homburg

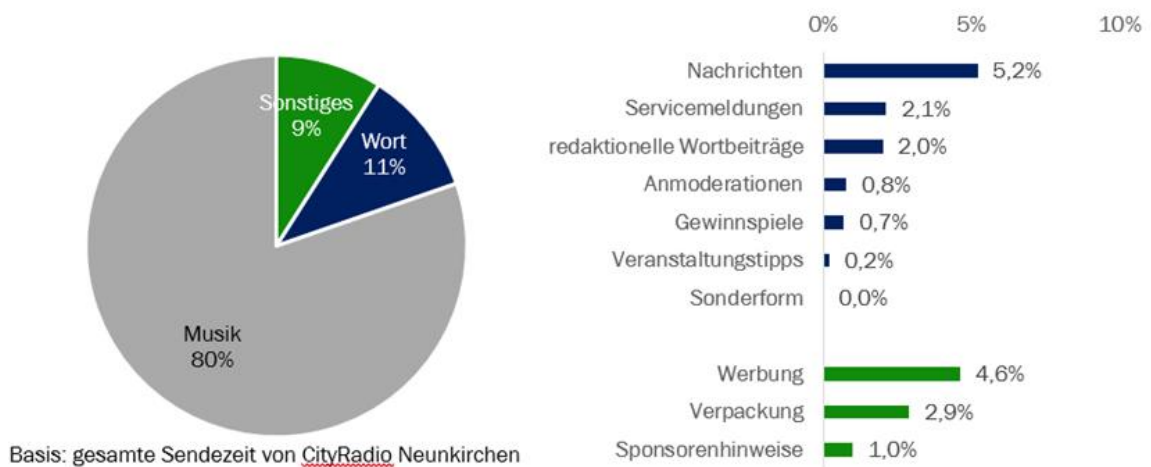
Abbildung 47: Programmprofil CityRadio Homburg



Basis: gesamte Sendezeit von CityRadio Homburg

3.5.4 CityRadio Neunkirchen

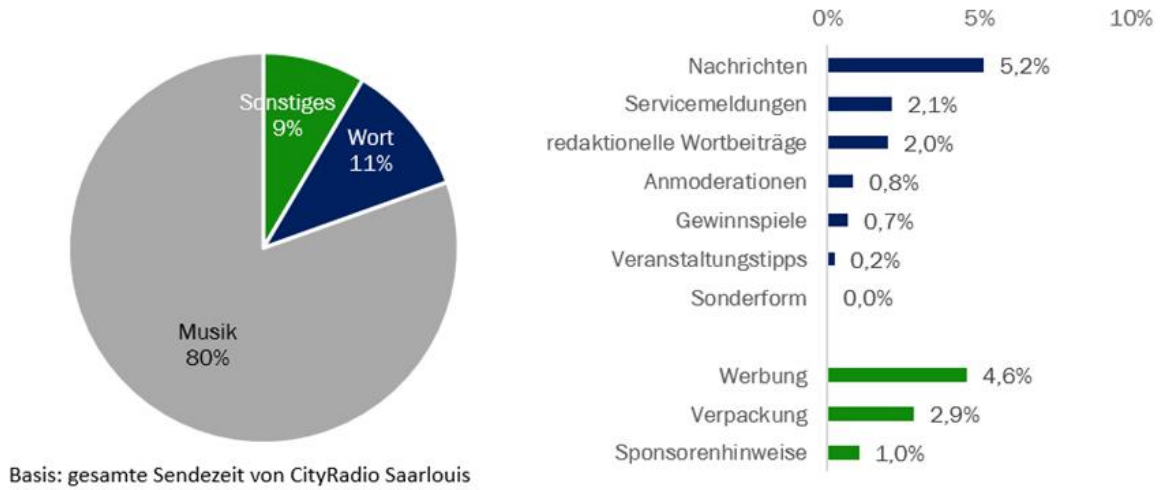
Abbildung 48: Programmprofil CityRadio Neunkirchen



Basis: gesamte Sendezeit von CityRadio Neunkirchen

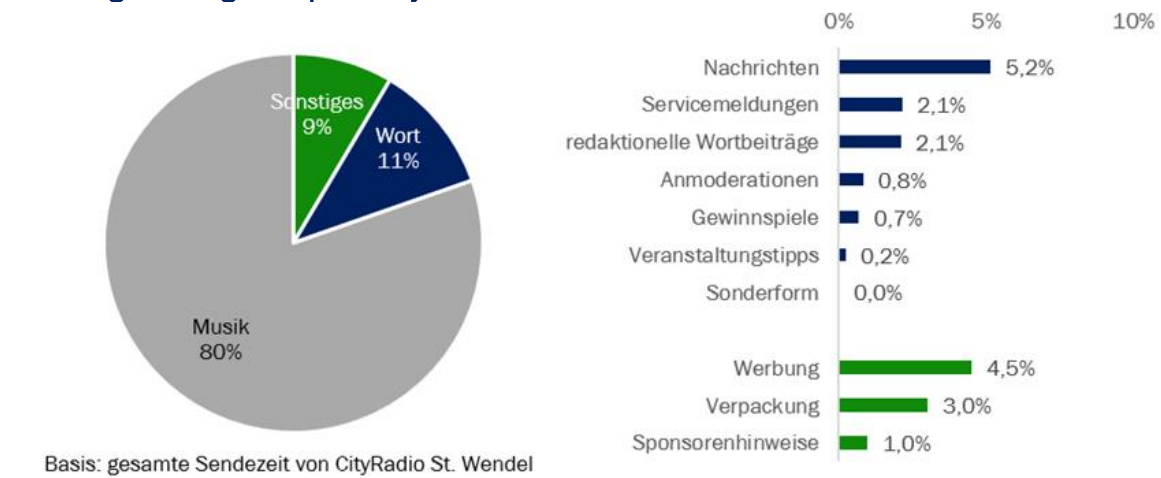
3.5.5 CityRadio Saarlouis

Abbildung 49: Programmprofil CityRadio Saarlouis



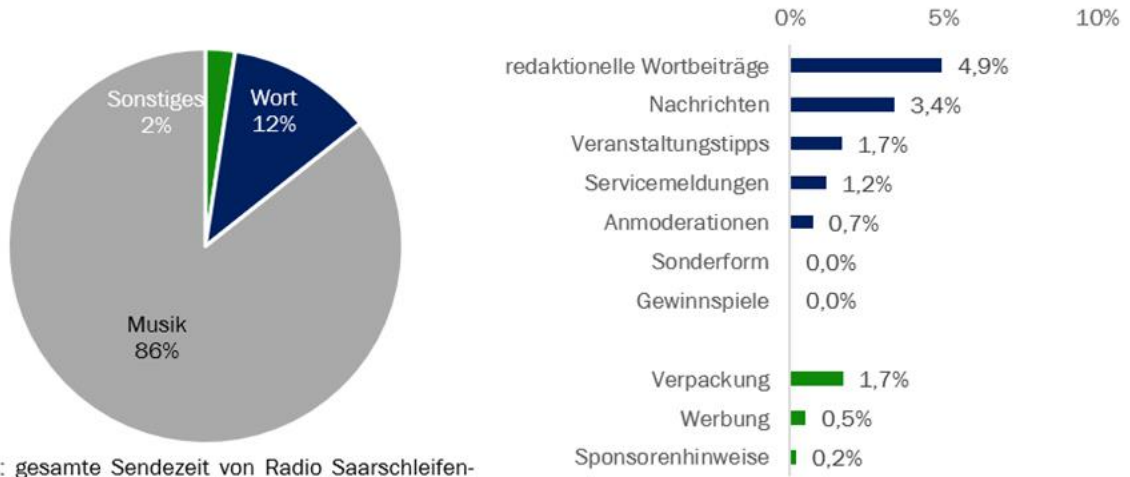
3.5.6 CityRadio St. Wendel

Abbildung 50: Programmprofil CityRadio St. Wendel



3.5.7 Radio Saarschleifenland

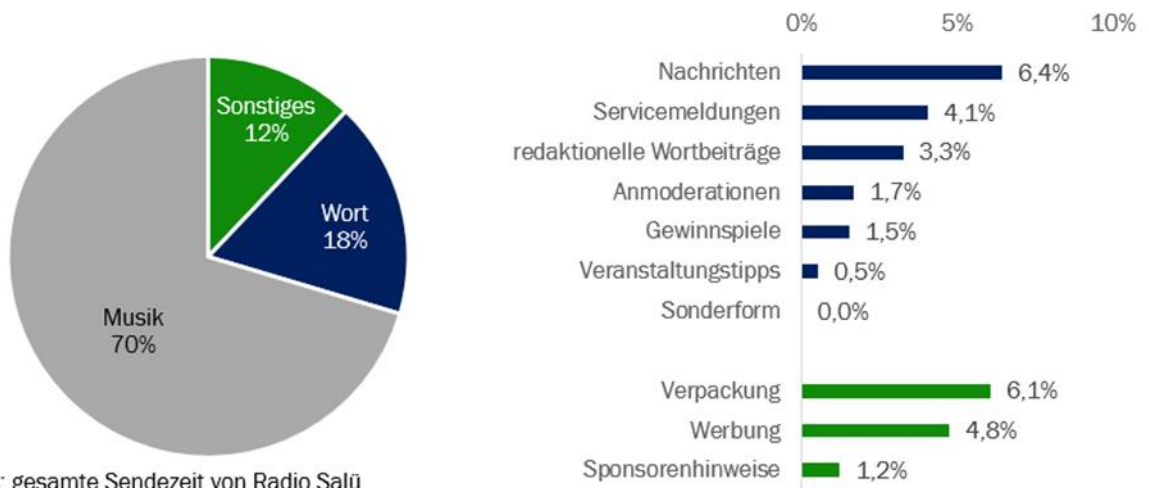
Abbildung 51: Programmprofil Radio Saarschleifenland



Basis: gesamte Sendezeit von Radio Saarschleifenland

3.5.8 Radio Salü

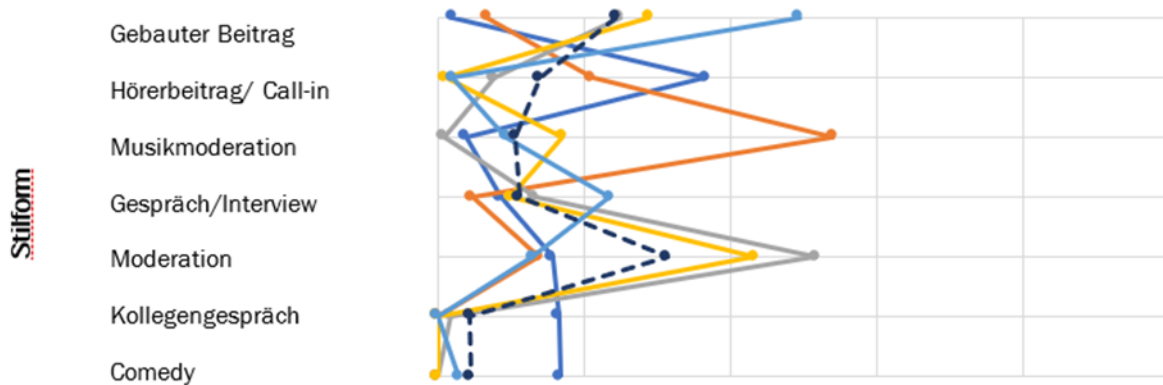
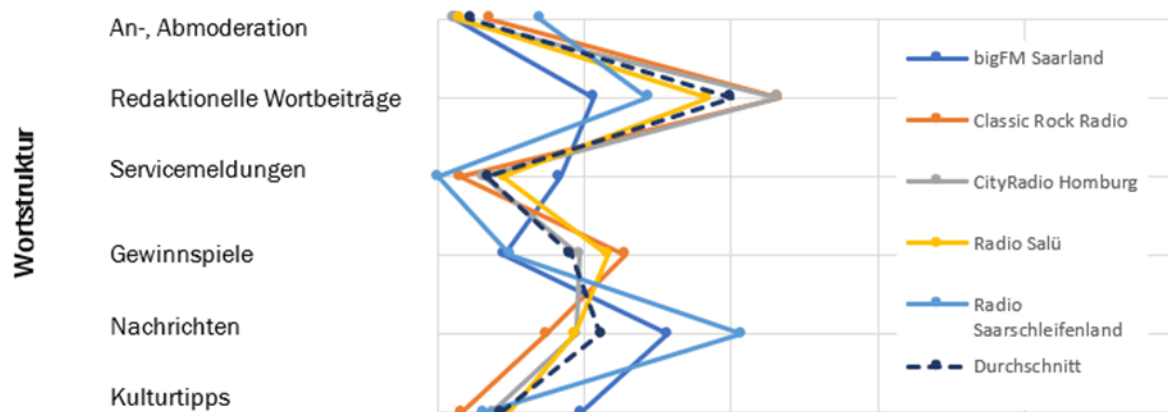
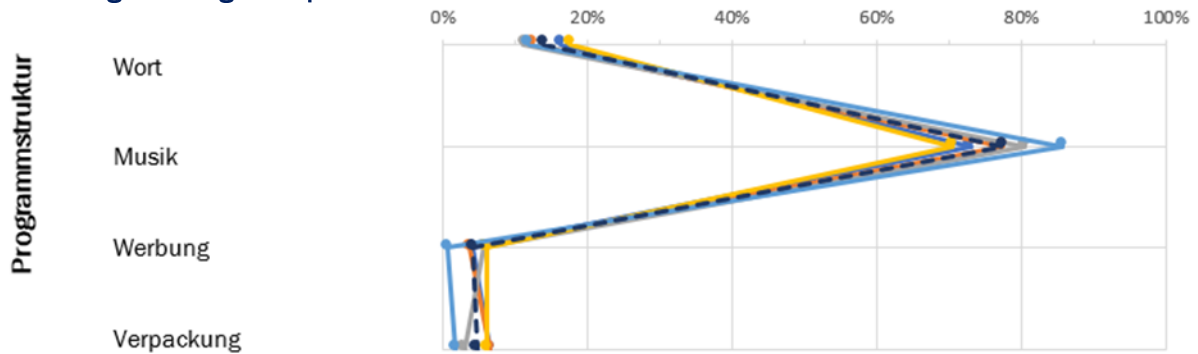
Abbildung 52: Programmprofil Radio Salü



Basis: gesamte Sendezeit von Radio Salü

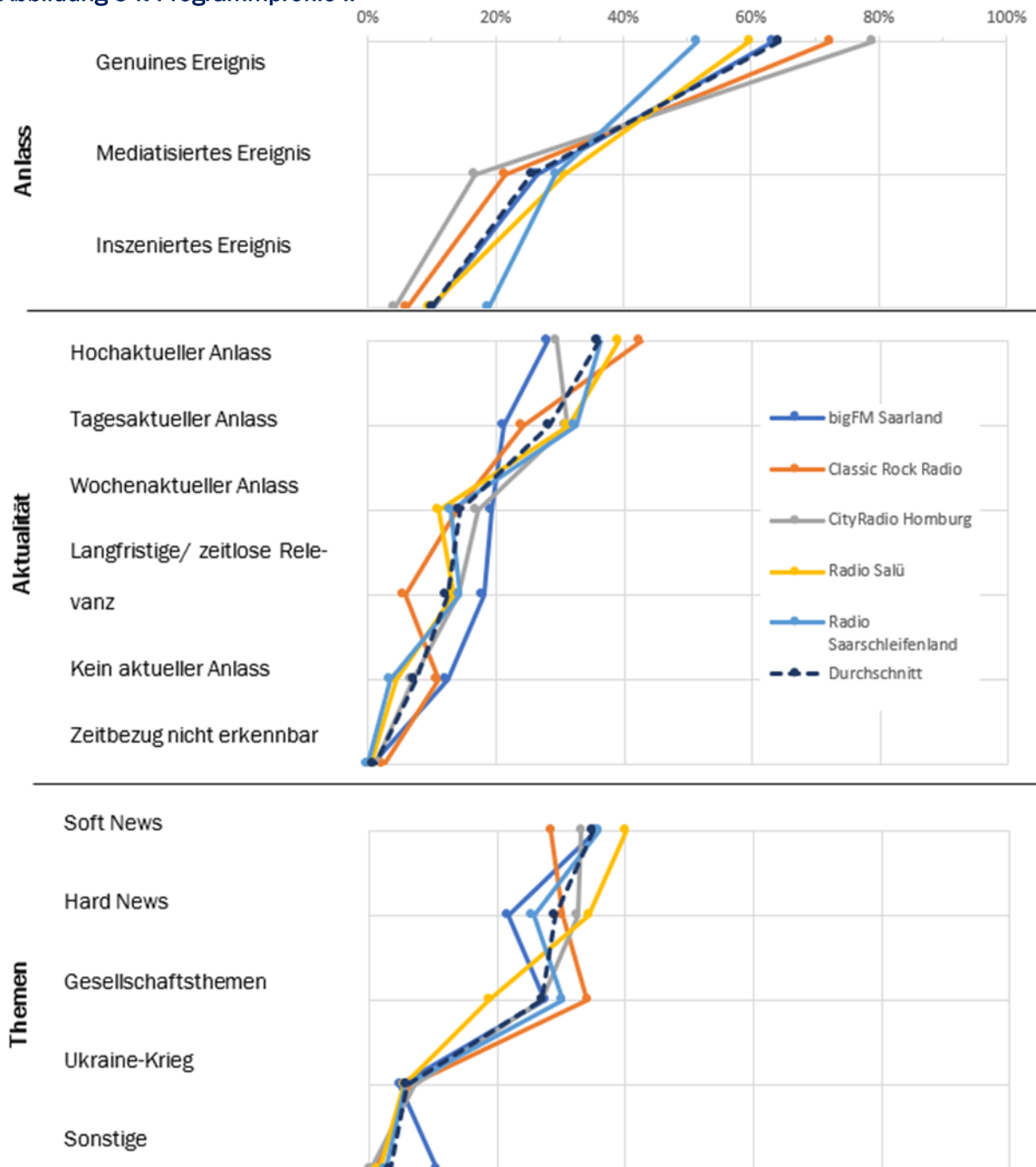
3.6 Vergleich der Hörfunkprogramme

Abbildung 53: Programmprofile I



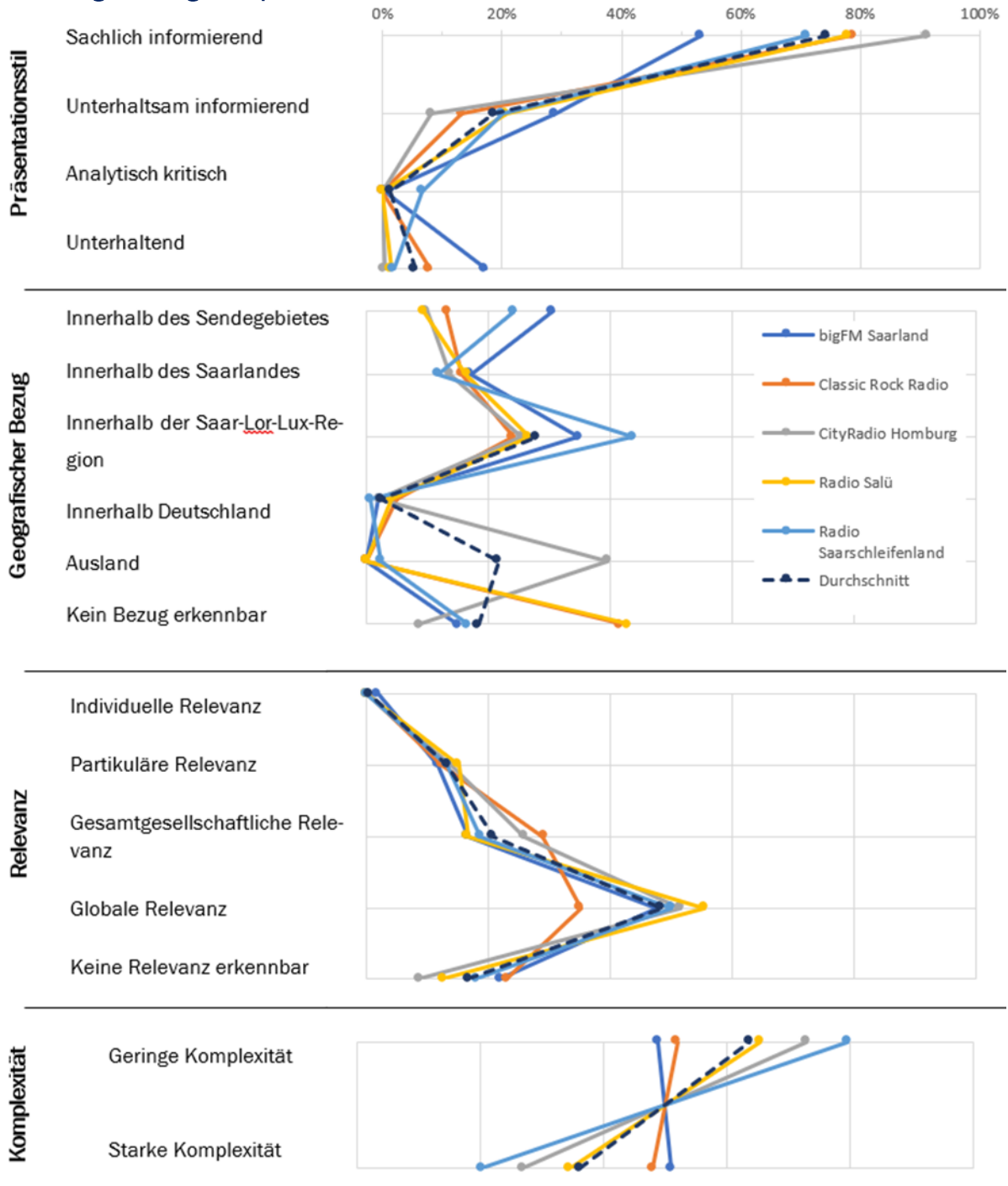
Basis: gesamte Sendezeit aller Sender in der jeweiligen Oberkategorie

Abbildung 54: Programmprofile II



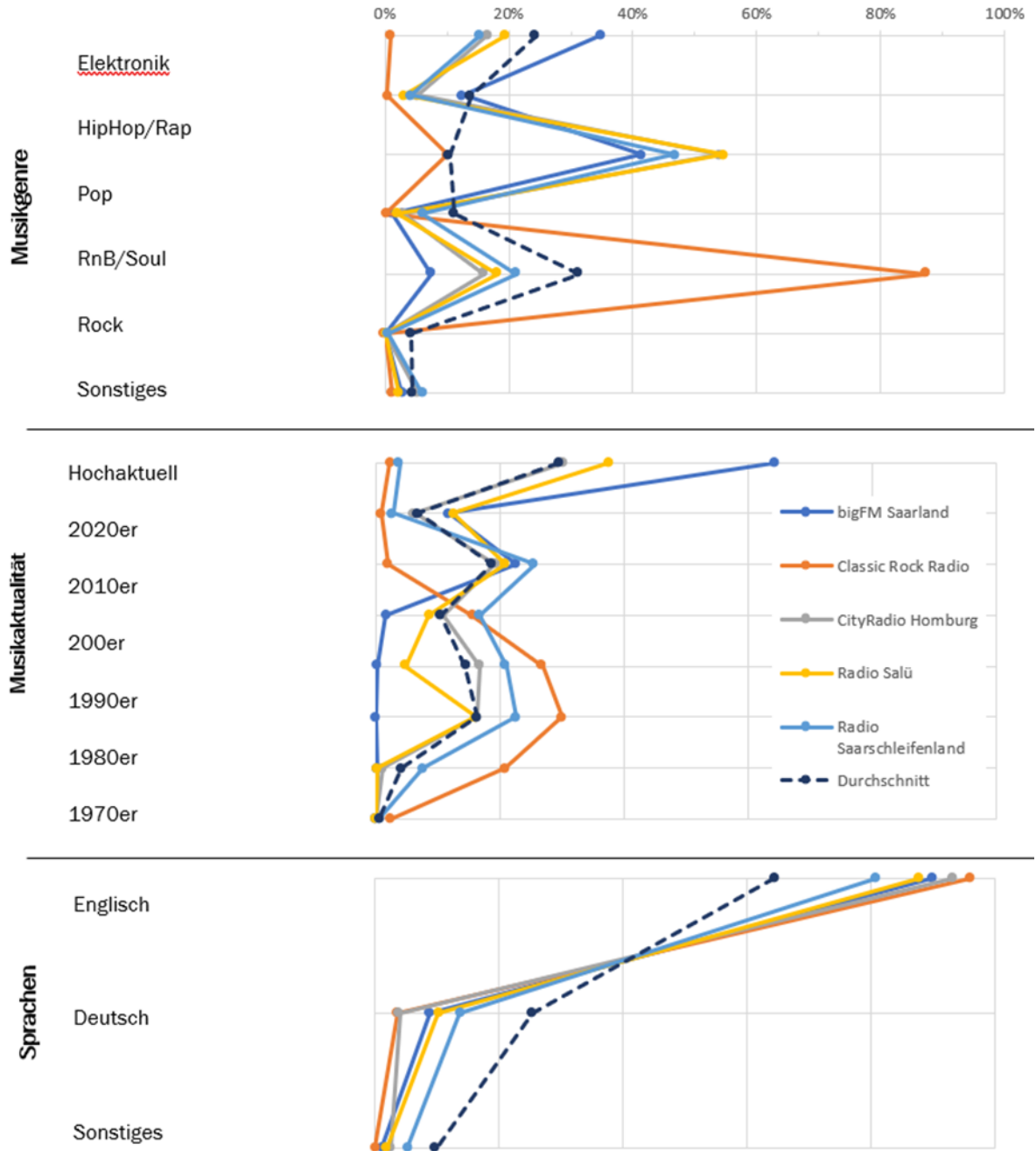
Basis: gesamte Sendezeit aller Sender in der jeweiligen Oberkategorie

Abbildung 55: Programmprofile III



Basis: gesamte Sendezeit aller Sender in der jeweiligen Oberkategorie

Abbildung 56: Programmprofile IV



Basis: gesamte Sendezeit aller Sender in der jeweiligen Oberkategorie

4 Zusammenfassung

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist eine Auswertung der acht 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.

Mittels empirischer quantitativer Inhaltsanalysen wurden die Programme der Sender *bigFM Saarland*, *Classic Rock Radio*, *CityRadio Homburg*, *CityRadio Neunkirchen*, *CityRadio Saarlouis*, *CityRadio St. Wendel*, *Radio Salü* und *Radio Saarschleifenland* untersucht. Hierbei diente eine "künstliche Woche" als Stichprobenzeitraum, wobei die Analyse die sechs Wochentage verschiedener Kalenderwochen im Mai umfasste. Die Untersuchung erfolgte jeweils zwischen 6:00 und 20:00 Uhr für jeden der acht Sender.

Die wesentlichen Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Der **Wortanteil** der Sender beträgt ohne Werbung durchschnittlich circa 13 Prozent und rangiert zwischen elf Prozent bei *CityRadio Neunkirchen* und 18 Prozent bei *Radio Salü*. *Radio Saarschleifenland* weist demgegenüber mit 86 Prozent den höchsten **Musikanteil** auf, während *Radio Salü*, bedingt durch den hohen Wortanteil, mit 70 Prozent den niedrigsten aufweist. Der höchste Anteil an **Werbung** findet sich bei den *CityRadio*-Sendern.
- Innerhalb der **Nachrichtenbeiträge** dominieren erwartungsgemäß und in etwa gleicher Häufigkeit über alle Sender hinweg Hard News (politische und wirtschaftliche Themen) mit einem Anteil von 47 Prozent. Auf dem zweiten Platz finden sich Soft News mit einem Anteil von 29 Prozent. Die am häufigsten auftretenden Akteure sind Personen aus der Politik mit 34 Prozent, gefolgt von der Gruppe "keine spezifischen Akteure" (verweist auf die allgemeine Bevölkerung) mit einem Anteil von 19 Prozent. In Bezug auf die Aktualität sind die Nachrichtensendungen im Durchschnitt zu knapp 63 Prozent hoch- oder tagesaktuell, wobei *Radio Salü* mit einem Anteil von 70 Prozent die aktuellsten Nachrichten unter den analysierten Hörfunkprogrammen ausstrahlt.
- Im Bereich der **redaktionellen Wortbeiträge** stellen gebaute Beiträge mit einem Anteil von 24 Prozent und einfache Moderationen mit 31 Prozent in der Regel

die gängigsten Formen dar. Die vielfältigen Ausrichtungen der Hörfunkprogramme werden jedoch bei genauerer Betrachtung deutlich: *Radio Saarschleifenland* weist mit über 49 Prozent einen überdurchschnittlichen Anteil an gebauten Beiträgen auf, während bei *bigFM Saarland* nur zwei Prozent zu finden sind. Stattdessen weist *bigFM Saarland* einen Anteil von 37 Prozent an Hörerbeiträgen auf, was mehr als doppelt so hoch ist wie der Durchschnitt der anderen Sender. *Classic Rock Radio* hingegen verzeichnet mit 54 Prozent den höchsten Anteil an Musikmoderationen.

- Hinsichtlich des **geografischen Bezugs** zeigt sich, dass die Sender zu 40 Prozent über das Saarland, zu 3 Prozent über die Saar-Lor-Lux-Region, zu 28 Prozent über andere Regionen in Deutschland und zu 15 Prozent über das Ausland berichten. Die fehlenden 15 Prozent der Beiträge weisen keinen geografischen Bezug auf. Allerdings zeigen die Sender hier deutliche Unterschiede: Während *bigFM Saarland* mit 15 Prozent und *Radio Saarschleifenland* mit 20 Prozent am unteren Ende dieser Skala liegen, nehmen Inhalte mit Saarland-Bezug bei *Classic Rock Radio* (42 %), *Radio Salü* (43 %) und in der *CityRadio-Group* (im Durchschnitt 50 %) einen erheblich größeren Raum ein.
- In Bezug auf die **musikalische Ausrichtung** liegt der Fokus aller Sender auf englischsprachigen Titeln, wobei die Anteile zwischen 81 Prozent bei *Radio Saarschleifenland* und 96 Prozent bei *Classic Rock Radio* variieren. Dabei zeichnen sich bestimmte Sender durch spezifische Merkmale aus: *bigFM Saarland* (64 %) legt den Schwerpunkt auf hochaktuelle Titel, während *Radio Salü* Titel ab dem Jahr 2010 bevorzugt (70 %). Die *CityRadio*-Sender und *Radio Saarschleifenland* hingegen verteilen ihre Musikauswahl gleichmäßig über verschiedene Jahrzehnte, und *Classic Rock Radio* konzentriert sich insbesondere auf die Musik der 70er, 80er und 90er Jahre (78 %). Im Hinblick auf die Rotation der Musikstücke zeigt sich, dass *bigFM Saarland* die engste Playlist hat, da es im Untersuchungszeitraum nur 359 verschiedene (distinkte) Titel spielte und diese im Durchschnitt 3,5 Mal wiederholte. Die *CityRadio*-Sender hingegen verfügen über die vielfältigste Playlist mit 905 verschiedenen Titeln, die im Schnitt nur 1,4-mal wiederholt wurden.
- Im **intermedialen Vergleich** mit der *Saarbrücker Zeitung* fällt ein identischer Anteil an Hard News (31 %) und Gesellschaftsthemen (26 %), weniger Soft News (35 zu

40 %) und eine verstärkte Berichterstattung über den Ukraine Krieg (6 zu 2 %) auf. Weiterhin berichtet der Hörfunk deutlich stärker über hochaktuelle (24 zu 13 %) und tagesaktuelle (25 zu 19 %) Themen. Demnach zeigt sich, dass der Hörfunk flexibler auf unvorhergesehene Ereignisse eingehen kann und in der Lage ist, sie noch am selben Tag redaktionell einzubinden. Zu den Einschränkungen bei Intermediavergleichen siehe Kapitel 3.3 auf Seite 46.

5 Quellen

House of Research (2016): Programmanalyse privater saarländischer Hörfunkprogramme 2016. Quantitative Inhaltsanalyse der sieben privaten Radiosender im Saarland, <https://www.lmsaar.de/wp-content/uploads/2016/12/Programmanalyse-2016.pdf> (zuletzt aufgerufen am 30.10.2023).

House of Research (2020): Programmanalyse privater saarländischer Hörfunkprogramme 2020. Inhaltsanalyse der neun durch die LMS lizenzierten UKW-Sender, <https://www.lmsaar.de/wp-content/uploads/2021/05/Ergebnisse-Hoerfunkprogrammmanalyse-2020.pdf> (zuletzt aufgerufen am 30.10.2023).

IVW (2023): Saarbrücker Zeitung Gesamt (Mo-Sa), <https://www.ivw.de/aw/print/qa/titel/1272> (zuletzt aufgerufen am 02.10.2023)

LMS (2015): Saarländisches Mediengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 27. Februar 2002 (Amtsbl. 2002 S. 498 ff., S.754), zuletzt geändert durch Gesetz Nr. 1877 vom 10. Dezember 2015 (Amtsbl. I. 2015 S. 913), https://www.lmsaar.de/wp-content/uploads/2016/03/I_2_SMG.pdf (zuletzt aufgerufen am 30.10.2023).

LMS (2023): Ergebnisse der 166. Sitzung des Medienrates der LMS, <https://www.lmsaar.de/2023/07/vielfalt-und-innovation-hoerfunkprogrammaenderungen-und-neue-zulassungen/> (zuletzt aufgerufen am 30.10.2023).

Mai, Lothar; von Oehsen, Dennis (2022): Ergebnisse der ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2022. Radio- und Audionutzung weiterhin auf hohem Niveau, In: Media Perspektiven 9/2022, S. 439 – 445.

die Medienanstalten (2023): Medienstaatsvertrag, in der Fassung des Dritten Staatsvertrags zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge, https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag_MStV.pdf (zuletzt aufgerufen am 30.10.2023).

Statistisches Landesamt Saarland (2023) https://www.saarland.de/stat/DE/aktuelles/medieninformationen/Pressemitteilungen/PM_2023/pm_2023-06-16-Bev%C3%B6lkerung_2022_027.html (zuletzt aufgerufen am 30.10.2023).

6 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ablaufdiagramm der Hörfunkanalyse	6
Abbildung 2: Programmstruktur	9
Abbildung 3: Formen der Wortbeiträge.....	11
Abbildung 4: Stilformen der redaktionellen Wortbeiträge	13
Abbildung 5: Themen der Wortbeiträge (Oberkategorien).....	15
Abbildung 6: Themen der Nachrichtenbeiträge (Oberkategorien)	16
Abbildung 7: Anlässe der Wortbeiträge	19
Abbildung 8: Anlässe der Nachrichtenbeiträge.....	20
Abbildung 9: Aktualität der Wortbeiträge	21
Abbildung 10: Aktualität der Nachrichtenbeiträge.....	22
Abbildung 11: Regionaler Bezug der gesamten Wortelemente	23
Abbildung 12: Regionaler Bezug der Wortbeiträge	24
Abbildung 13: Regionaler Bezug der Nachrichtenbeiträge	25
Abbildung 14: Regionaler Bezug der Servicemeldungen und Veranstaltungstipps	26
Abbildung 15: Einwohnerzahlen der Landkreise und Gemeinden im Saarland	27
Abbildung 16: Wort mit Bezug zu Gemeinden innerhalb des Saarlandes I.....	29
Abbildung 17: Wort mit Bezug zu Gemeinden innerhalb des Saarlandes II.....	30
Abbildung 18: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland I	32
Abbildung 19: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland II	33
Abbildung 20: Wort mit Bezug zu Gemeinden in Deutschland III, Durchschnitt aller Sender.....	34
Abbildung 21: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern I.....	35
Abbildung 22: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern II.....	36
Abbildung 23: Wort mit Bezug zu deutschen Bundesländern III, Durchschnitt aller Sender.....	37
Abbildung 24: Präsentationsstil der Wortbeiträge	39
Abbildung 25: Präsentationsstil der Nachrichtenbeiträge	40
Abbildung 26: Personalisierung der Wortbeiträge	41
Abbildung 27: Personalisierung der Nachrichtenbeiträge.....	42
Abbildung 28: Relevanz der Wortbeiträge	43
Abbildung 29: Relevanz der Nachrichtenbeiträge	44
Abbildung 30: Komplexität der Wortbeiträge	45
Abbildung 31: Komplexität der Nachrichten	46
Abbildung 32: Themen bei Hörfunk und Zeitung (Oberkategorien).....	48
Abbildung 33: Themen bei Hörfunk und Zeitung	48

Abbildung 34: Aktualität bei Hörfunk und Zeitung.....	49
Abbildung 35: Geografischer Bezug in Hörfunk und Zeitung.....	50
Abbildung 36: Präsentationsstil bei Hörfunk und Zeitung.....	51
Abbildung 37: Relevanz bei Hörfunk und Zeitung	51
Abbildung 38: Komplexität bei Hörfunk und Zeitung.....	52
Abbildung 39: Genre der Musiktitel	53
Abbildung 40: Gesangssprache der Musiktitel	54
Abbildung 41: Aktualität der Musiktite	55
Abbildung 42: Anzahl distinkter Titel und durchschnittliche Wiederholungsrate (WR).....	56
Abbildung 43: Absolute Titelüberschneidungen	57
Abbildung 44: Prozentuierte Titelüberschneidungen	57
Abbildung 45: Programmprofil bigFM Saarlands	58
Abbildung 46: Programmprofil Classic Rock	58
Abbildung 47: Programmprofil CityRadio Homburg	59
Abbildung 48: Programmprofil CityRadio Neunkirchen	59
Abbildung 49: Programmprofil CityRadio Saarlouis.....	60
Abbildung 50: Programmprofil CityRadio St. Wendel	60
Abbildung 51: Programmprofil Radio Saarschleifenland	61
Abbildung 52: Programmprofil Radio Salü	61
Abbildung 53: Programmprofile I	62
Abbildung 54: Programmprofile II	63
Abbildung 55: Programmprofile III	64
Abbildung 56: Programmprofile IV	65

7 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Analyierte Stichprobe im Überblick.....	5
Tabelle 2: Programmstruktur (detailliert)	10
Tabelle 3: Akteure in Wortbeiträgen	17
Tabelle 4: Akteure in Nachrichtenbeiträgen.....	18

8 Anhang

8.1 Themen der Wortbeiträge (detailliert)

Thema	bigFM Saarland	Classic Rock Radio	CR Homburg	CR Neunkirchen	CR Saarlouis	CR St. Wendel	Radio Salü	RSL
Alltag / private Lebenswelt	11,3%	7,1%	17,2%	17,4%	17,2%	17,2%	3,1%	7,1%
Angstthemen	2,4%	0,0%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	1,0%	2,5%
Gesellschaft	11,2%	0,0%	25,6%	24,9%	26,0%	26,0%	5,4%	6,1%
Kultur	14,8%	89,0%	13,1%	13,3%	13,1%	13,1%	19,6%	25,3%
Mensch, Welt, Natur, Technik, Gesundheit	5,8%	2,4%	5,8%	5,8%	5,7%	5,7%	3,2%	8,1%
Recht, Politik, Ausland	2,8%	0,0%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,0%	1,0%
Ukraine-Krieg: Kriegsverlauf	0,0%	0,0%	1,0%	1,1%	1,0%	1,0%	0,0%	0,0%
Sonstige	17,6%	0,0%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	2,8%	4,4%
Sport	3,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	2,3%
Verbraucherthemen	11,4%	0,0%	26,5%	26,7%	26,3%	26,3%	46,1%	33,4%
Wirtschaft und Beschäftigung	4,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,7%
Zerstreuthemen/ Boulevardthemen	15,1%	1,5%	5,0%	5,0%	4,9%	4,9%	13,6%	5,3%

8.2 Themen der Nachrichtenbeiträge (detailliert)

Thema	bigFM Saarland	Classic Rock Radio	CR Homburg	CR Neunkirchen	CR Saarlouis	CR St. Wendel	Radio Salü	RSL
Alltag / private Lebenswelt	3,9%	0,6%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,9%	0,0%
Angstthemen	7,6%	15,6%	25,3%	25,3%	25,3%	25,3%	6,6%	6,4%
Gesellschaft	7,5%	7,4%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	4,6%	3,2%
Kultur	1,9%	2,2%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	3,1%	0,7%
Mensch, Welt, Natur, Technik, Gesundheit	13,0%	6,2%	7,3%	7,3%	7,3%	7,3%	6,0%	12,9%
Migrations-, Ausländerpolitik oder Flüchtlingsthemen	4,3%	6,7%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	4,9%	4,7%
Recht, Politik, Ausland	24,0%	16,3%	26,5%	26,5%	26,5%	26,5%	28,5%	29,8%
Ukraine-Krieg: Inneres	0,2%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ukraine-Krieg: Kriegsverlauf	1,8%	3,4%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	2,9%	1,9%
Ukraine-Krieg: Sanktionen & Wirtschaft	1,4%	0,7%	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	0,6%	2,2%
Ukraine-Krieg: Unterstützung	8,7%	4,0%	4,9%	4,9%	4,9%	4,9%	4,8%	9,8%
Sonstige	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%
Sport	1,8%	9,4%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%	11,1%	4,6%
Verbraucherthemen	5,8%	7,3%	2,2%	2,2%	2,2%	2,2%	4,1%	1,7%
Wirtschaft und Beschäftigung	16,3%	17,2%	16,7%	16,7%	16,7%	16,7%	18,6%	20,4%
Zerstreuungsthemen/ Boulevardthemen	2,0%	1,7%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	1,5%	1,8%