



**Edition KWV**

Die „Edition KWV“ beinhaltet hochwertige Werke aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften. Alle Werke in der Reihe erschienen ursprünglich im Kölner Wissenschaftsverlag, dessen Programm Springer Gabler 2018 übernommen hat.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/16033>

---

Axel Primavesi

# Hörfunknachrichten im Wandel

Ein Vergleich der Nachrichtensendungen  
von WDR 2 und Radio NRW

Axel Primavesi  
Berlin, Deutschland

Bis 2018 erschien der Titel im Kölner Wissenschaftsverlag, Köln

Edition KWW

ISBN 978-3-658-24699-0                      ISBN 978-3-658-24700-3 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-24700-3>

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

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2007, Nachdruck 2019

Ursprünglich erschienen bei Kölner Wissenschaftsverlag, Köln, 2007

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

## Geleitwort

Für Hochschullehrer ist es immer eine besondere Freude, wenn sich Studierende für das Fach begeistern, sich engagiert in ein Teilgebiet einarbeiten und eine Abschlussarbeit schreiben, die zeigt, dass nicht nur Kompetenz und Analysefähigkeit, sondern auch Freude an der empirischen Forschung selbst im Studium erworben wurden. Die vorliegende Studie Axel Primavesi ist eine solche erfreuliche, am Otto-Suhr-Institut der Freien Universität Berlin im Sommer 2005 entstandene Diplomarbeit.

Aus der einschlägigen Sekundärliteratur und Forschungsdebatte zur „massenmediale Politikvermittlung“ filtert Axel Primavesi mit sicherer Konzentration auf das *politikwissenschaftlich* Wesentliche seine zentrale Fragestellung und vier forschungsleitende Hypothesen für seine empirische Studie heraus. Es geht ihm um die Gefahren für eine funktionsfähige Politikvermittlung als Grundlage demokratischer Entscheidungsfindung in der Mediengesellschaft, die von der „Entpolitisierung“ der Medien nach deren Privatisierung und Ökonomisierung ausgehen. In der wissenschaftlichen Debatte werden Tendenzen der „Ausdünnung der politischen Information“, der „Boulevardisierung“ und „Personalisierung“ von Politik, des Durchsetzens von „Infotainment“ und „Sensationalismus“ anstelle von seriöser Berichterstattung konstatiert und mit der Befürchtung verbunden, „dass der Rundfunk seiner Funktion der ‚politischen Aufklärung – verstanden als Verbindung von Information, Kommentierung und Diskussion zum Zwecke öffentlicher und damit mittelbar und überprüfbar gemachter Meinungsbildung‘ nicht mehr gerecht wird“ und so ‚durch Medienkommunikation verursachte Unterschiede des politischen Wissens und auch der politischen Motivation ein mehr oder weniger demokratiegerechtes wie auch den persönlichen Interessen adäquates Entscheidungsverhalten‘ gefährden“ (S. 3).

Trotz der Bedeutung des Hörfunks konzentrieren sich empirische Forschungen bisher auf das Leitmedium Fernsehen. Längsschnittstudien fehlen genauso wie auf NRW bezogene Regionalstudien, zudem kommen die einzigen Untersuchungen zum Hörfunk zu widersprüchlichen Ergebnissen. Unklar bleibt, ob sich die Entpolitisierungs- und Unterhaltungstendenzen auf private und öffentlich-rechtliche Medien gleichermaßen beziehen. In dieser Forschungslücke ist die Diplomarbeit angesiedelt. Sie untersucht die potentiellen Differenzen in der politischen Berichterstattung eines Privatsenders (Radio NRW) und eines öffentlich-rechtlichen Senders (WDR 2). Insgesamt 66 Nachrichtensendungen wurden in zwei einwöchigen Erhebungszeiträumen (im Mai bzw. Juli 2005) aufgezeichnet und anschließend ausgewertet. Überprüft wird mit einem aus der Sekundärliteratur (v.a. Bruns/Marcinkowski 1997) übernommenen Kategorienschema:

- wie weit und ob sich die Nachrichtensendungen „entpolitiert“ haben;
- ob eine „Boulevardisierung“ zu verzeichnen ist;
- ob eine „Personalisierung“ der Berichterstattung festzustellen ist;
- wie sich der Informationsgehalt und die Themenvielfalt der Nachrichten gestaltet.

Axel Primavesi zeigt auf, dass im Hörfunk tatsächlich eine deutliche Tendenz zur Entpolitisierung und Boulevardisierung – gemeint ist ein ‚unterhaltender‘ Themenmix „aus Kriminalität, Sex, Unfällen, Katastrophen einerseits und Skurrilem wie Klatsch und Tratsch andererseits“ – festzustellen ist. Allerdings gibt es deutliche Differenzen zwischen privatem und öffentlich-rechtlichem Sender. Mehr als 17% der (öffentlich-rechtlichen) Nachrichten WDR 2 und sogar 27% der (privaten) Nachrichten von Radio NRW beziehen sich auf das Themenspektrum Boulevard/Human Interest. Aber immerhin noch knapp 40% der WDR-Nachrichten sind „politisch“, im Privathörfunk hingegen nur noch 16% der Meldungen. Auch in der Themenvielfalt und beim Informationsgehalt schneidet der öffentlich-rechtliche Sender besser ab. Als Politikvermittlungsinstanz gibt Axel Primavesi den privaten Hörfunk abschließend verloren. Im Unterschied zum öffentlich-rechtlichen Hörfunk, bei dem Nachrichten noch „mit einem relativ hohen Anteil politischer Meldungen aus den verschiedenen Ländern und Regionen der Welt“ aufwarten, setzen die Privaten „auf die schnelle und knappe Information ihrer Hörer“, sind konzentriert auf NRW und Boulevardthemen.

Das sind für Politikwissenschaftler beunruhigende Ergebnisse, bedürfen doch öffentliche Debatten, eine rationale politische Urteilskraft und eine lebendige politische Teilhabe der Bürgerinnen und Bürger des Fundaments einer breiten und sachlichen Information über Politik.

*Marburg, im April 2007*

*Prof. Dr. Sigrid Koch-Baumgarten*

„And everything I had to know  
I heard it on the radio”  
(Freddie Mercury/Queen, “Radio gaga”, 1984)

# Inhalt

<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Massenmediale Politikvermittlung</b> .....	<b>7</b>
1.1 Bedeutung von Politikvermittlung für demokratische Gesellschaften....	7
1.2 Bedeutung und Rolle der Massenmedien im Prozess der Politikvermittlung .....	11
1.3 Bedeutungszuwachs des Mediensystems und seine Folgen .....	15
1.4 Zwischenfazit.....	24
<b>2. Das Medium Hörfunk</b> .....	<b>31</b>
2.1 Entwicklung des Hörfunks .....	31
2.2 Rechtliche Rahmenbedingungen .....	35
2.3 Forschungsstand.....	36
<b>3. Entwicklung eines Forschungsdesigns</b> .....	<b>41</b>
3.1 Methode der Inhaltsanalyse .....	41
3.2 Anmerkungen zum Untersuchungsmaterial .....	42
3.3 Hypothesen und Indikatoren .....	45
3.3.1 „Entpolitiserungs-“ Hypothese .....	46
3.3.2 „Boulevardisierungs-“ Hypothese .....	46
3.3.3 „Personalisierungs-“ Hypothese .....	47
3.3.4 „Vielfalts-“ Hypothese .....	48
<b>4. Auswertung und Ergebnisse der Inhaltsanalyse</b> .....	<b>50</b>
4.1 Erscheinungsbild der Nachrichten von WDR 2 und Radio NRW.....	51
4.2 „Entpolitiserungs-“ Hypothese .....	52
4.3 „Boulevardisierungs-“ Hypothese .....	56
4.4 „Personalisierungs-“ Hypothese .....	60
4.5 „Vielfalts-“ Hypothese.....	65
4.6 Zusammenfassung .....	72
<b>Resümee</b> .....	<b>75</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>78</b>
<b>Quellenverzeichnis</b> .....	<b>90</b>
<b>Anhang</b> .....	<b>92</b>
<b>Tabellen</b> .....	<b>92</b>
<b>Codebuch</b> .....	<b>94</b>



## Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1:	Anteil politischer Meldungen insgesamt .....	53
Abbildung 2:	Anteil politischer Meldungen im „engen“ und „weiten“ Sinne .....	54
Abbildung 3:	Anteil „unterhaltender“ Sachgebiete .....	58
Abbildung 4:	Anteil der „Boulevard“-Sachgebiete .....	59
Abbildung 5:	prozentualer Anteil der Meldungen mit der Ausprägung „Personalisierung“ .....	60
Abbildung 6:	prozentualer Anteil der Personen aus genannten Handlungsbereichen .....	63
Abbildung 7:	Rolle politischer Akteure.....	65
Abbildung 8:	prozentualer Anteil der Zahl an Sachgebieten pro Meldung.....	68
Abbildung 9:	prozentualer Anteil der Politikebenen.....	70
Abbildung 10:	prozentualer Anteil der Meldungen mit Faktendimensionierung .....	71
Tabelle 1:	Übersicht Handlungsbereiche der auftretenden Personen.....	61
Tabelle 2:	relative Häufigkeit der Sachgebiete.....	67
Tabelle 3:	Übersicht Ereignisorte der Meldungen.....	69
Tabelle 4:	Übersicht Nachrichtensendungen WDR 2.....	92
Tabelle 5:	Übersicht Nachrichtensendungen Radio NRW .....	93

## Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
A-O	Akteurs O-Ton
DLF	Deutschlandfunk
HR	Hessischer Rundfunk
K-O	Korrespondenten O-Ton
LfM	Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen
LRG NW	Landesrundfunkgesetz Nordrhein-Westfalen
LMG NRW	Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen
MA	Media Analyse
NDR	Norddeutscher Rundfunk
O-Ton	Original-Ton
VPRT	Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e.V.
WDR	Westdeutscher Rundfunk