

Darstellungspräferenzen in der Prime Time von Radioprogrammen

Ergebnisse einer Studie im Auftrag der BLM, München 06. April 2011

Inhalt

- Ausgangssituation
- Methodische Anlage
 - Stichprobe
 - Themenstichprobe
 - Gestaltung der Gruppendiskussionen
- Zentrale Ergebnisse
 - Emotionelle Bewertungen
 - Ergebnisse der Gesprächsrunden
 - Fragebogenergebnisse
 - Ergebniseinordnung
- Zusammenfassung

Ausgangssituation

- In den letzten Jahren ist permanent darüber diskutiert worden, in welcher Aufmachung und ob überhaupt Themen in der prime time von Hörfunkprogrammen präsentiert werden sollen, um den vermeintlichen Publikumsgeschmack am besten zu treffen.
- On air kann die Umsetzung dieses Meinungsspektrums anhand von Formaten gehört werden, die Nachrichten bieten und die Musik wenig oder gar nicht unterbrechen oder die andererseits die Musiktitel sehr stark kürzen, um die vielen und langen Wortpräsentationen in der Stunde auch unterbringen zu können.
- Die Unübersichtlichkeit des Kontinuums unterschiedlicher Formate für Morgensendungen wird durch unterschiedliche Auswahlstrategien für relevante Themen (mehr Bunt, nur Bunt bis hin zu nur Sachliches und Politisches) und durch den unterschiedlichen Publikumserfolg weiter gesteigert.
- Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung geben einen eindeutigen Überblick, welches grundsätzliche Meinungsspektrum im Publikum zu den Präsentationsformen „Moderation“, „Moderation m. O-Ton“, „Kollegengespräch“ und „gebauter Beitrag“ vorhanden ist.

Methodische Anlage

Stichprobe

- In vier Diskussionsrunden in Bad Tölz (16.11.2010) und in Ingolstadt (17.11.2010) haben Probanden aus ländlichen und städtischen Strukturen jeweils zweimal zu den relevanten Fragen Stellung nehmen können.
- Durch die Trennung von jüngeren (30-44 Jahre) und älteren (45-59 Jahre) Befragten ist eine Reduzierung von unerwünschten gruppenspezifischen Effekten erreicht worden.
- Die Probanden sind in telefonischen Interviews ausgewählt worden.
- Insgesamt haben 35 Personen an den vier Diskussionsrunden teilgenommen (die Mindestvorgabe lag bei 8 Personen pro Gruppe, d.h. insgesamt $n = 32$).

Methodische Anlage

Themenstichprobe

- Die beiden Lokalsender Radio Alpenwelle und Radio IN haben aktuelle Hörbeispiele produziert und zur Verfügung gestellt und dabei Vorgaben hinsichtlich der Themenauswahl und der Präsentationsform berücksichtigt.
- Die methodische Anlage stellt sicher, Meinungsmuster prüfen zu können, in denen themenunabhängige oder themenabhängige Präferenzen für bestimmte Präsentationsformen begründet werden.
- Die beiden Redaktionen haben jeweils ein
 - **Politisches Thema**
 - **Sachliches Thema**
 - **Buntes Thema**

ausgewählt. Diese Themen sind jeweils in vier unterschiedlichen Präsentationsformen umgesetzt worden, für die zudem eine klare zeitliche Abstufung vorgesehen gewesen ist:

- **Moderation ohne O-Ton**, Ø-Dauer der Beispiele = 56 Sekunden
- **Moderation mit O-Ton**, Ø-Dauer der Beispiele = 77 Sekunden
- **Kollegengespräch**, Ø-Dauer der Beispiele = 105 Sekunden
- **Gebauter Beitrag**, Ø-Dauer der Beispiele = 110 Sekunden

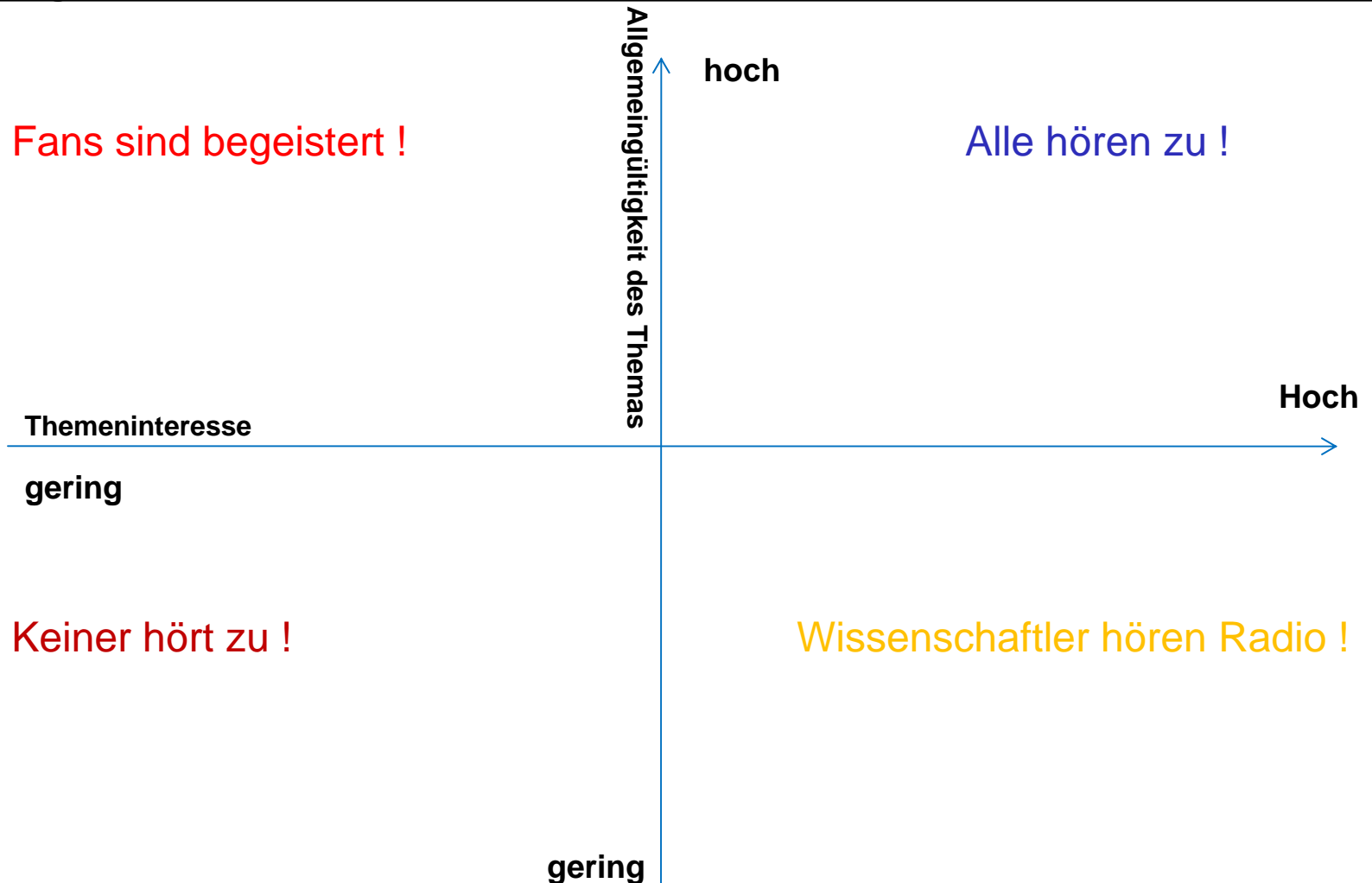
Methodische Anlage

Gestaltung der Gruppendiskussionen

Einführungsphase	Erwartungen an die prime time von Hörfunkprogrammen		
Einspielung der Hörbeispiele in Themenblock A	Rotation über die Themen und über die Präsentationsformen	Bewertung nach jedem Beispiel im Fragebogen (KUNIN-Skala)	Bewertung nach jedem Beispiel im Gruppengespräch
Diskussion der Vor- und Nachteile der Darstellungsformen			
Kartenspiel		Erwartungen an lokale Radios	
Einspielung der Hörbeispiele in Themenblock B	Rotation über die Themen und über die Präsentationsformen	Bewertung nach jedem Beispiel im Fragebogen (KUNIN-Skala)	Bewertung nach jedem Beispiel im Gruppengespräch
Diskussion der Vor- und Nachteile der Darstellungsformen			
Kartenspiel		Eigenschaften lokaler Radios	
Einspielung der Hörbeispiele in Themenblock C	Rotation über die Themen und über die Präsentationsformen	Bewertung nach jedem Beispiel im Fragebogen (KUNIN-Skala)	Bewertung nach jedem Beispiel im Gruppengespräch
Diskussion der Vor- und Nachteile der Darstellungsformen			
Gesamtbewertung der Beispiele			
Einspielung einer tagesaktuellen Nachrichtensendung		Diskussion der pros und contras	
Schlussrunde: prime time nur mit Musik und Nachrichten oder zusätzl. mit vielen Themen in unterschiedlicher Präsentation			

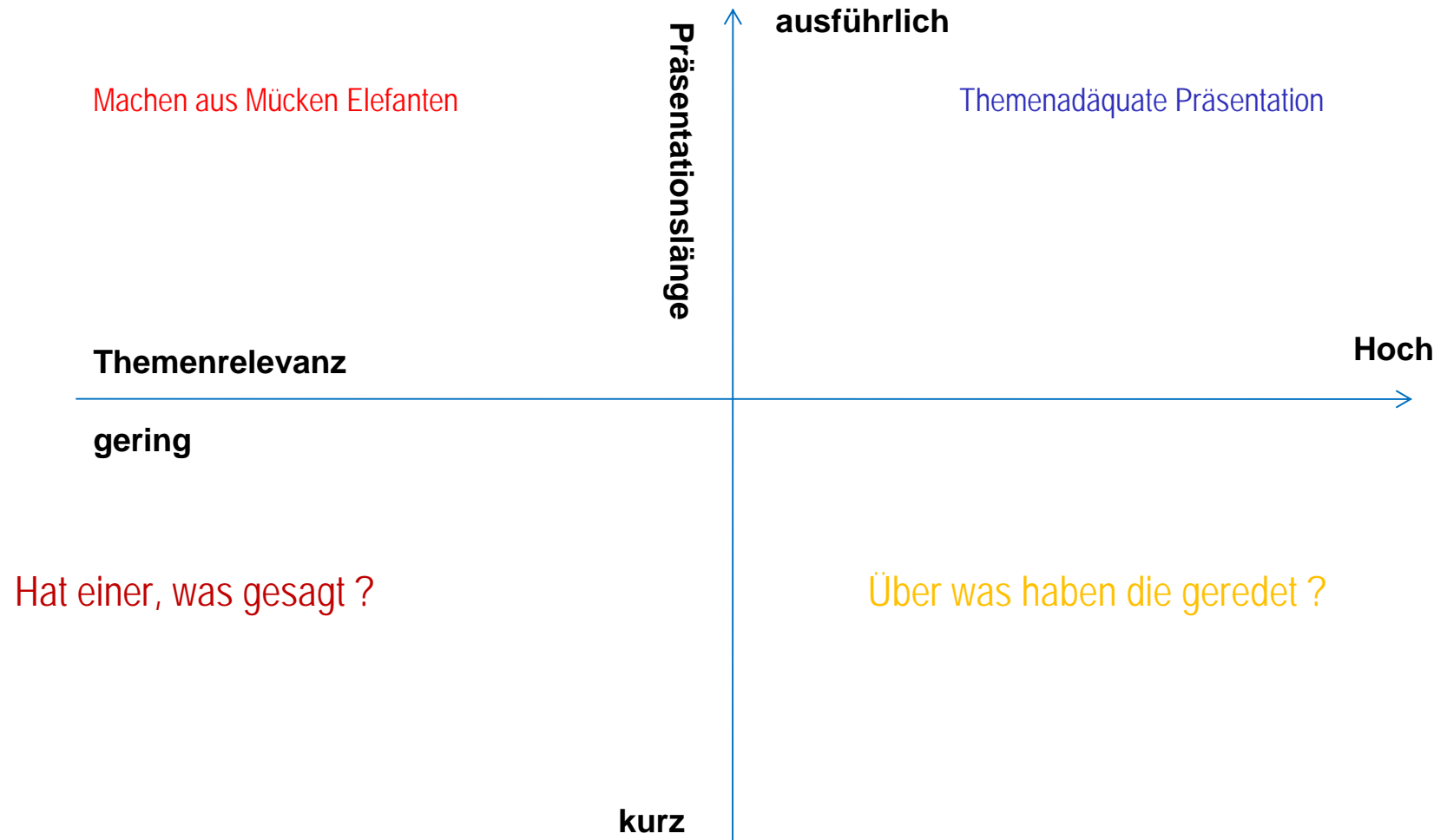
Zentrale Ergebnisse

Bewertungskontinuum für Themen



Zentrale Ergebnisse

Kritikkontinuum der Probanden



Zentrale Ergebnisse

emotionelle Bewertungen

- Unabhängig der Gestaltungsbesonderheiten, die aufgrund der kleinen Stichprobe an Themenbeispielen die Variabilität der Ergebnisse beeinflussen, wird zusätzlich deutlich, dass die subjektive Bedeutung des Themas, die Bewertung der Themenbeispiele mehrheitlich bestimmt.
- Die „bunten“ Themenbeispiele werden tendenziell negativer eingestuft als die „sachlichen“ und die „politischen“ Themen .

Zentrale Ergebnisse

emotionelle Bewertungen

- Heterogene Themen (s. „bunte“ Themen) bewirken bei ihren Fans eine dominant positive Bewertung von Kollegengesprächen und Beiträgen und in der Gruppe, der in diesen Fällen Uninteressierten, den Wunsch nach kurzen Präsentationen.
- Die entsprechenden Analysen bei den politischen und sachlichen Themen deuten auf weniger enge Zusammenhänge zwischen der Bewertung der verschiedenen Präsentationsformen hin, was auf eine deutlich homogenere Bedeutung der Themen hinweist.
- Emotionelle Bewertungen differenzieren wesentlich weniger als die rationaleren Urteile der Probanden, die durch ihre „freien Aussagen“ dokumentiert werden. Die Themen bestimmen wesentlich mehr die Präsentationsform, die im zentralen Publikumssegment jeweils am besten ankommt.

Zentrale Ergebnisse

Gesprächsrunde

- Die Analyse bezieht sich auf eine Vielzahl von Aussagen, die auf unterschiedliche Aspekte möglicher Präsentationsformen Bezug nehmen. Viele Probanden fordern, dass die Präsentationen „kurz und bündig“ und „prägnant“ sind und „lebendig“ gestaltet werden. Kritische Forderungen sind z.B. „keine ausschweifenden Meinungen von Passanten“, „keine störenden Hintergrundgeräusche“ zu integrieren und gerade bei den politischen Themenbeispielen neutral vorzugehen.
- Die Analyse der „summarischen“ Aussagen macht aber die Erklärung des Verwendungszusammenhangs formeller und inhaltlicher Bewertungsdimensionen deutlich leichter. Die Probanden bewerten die Themenbeispiele positiver, die sie prägnanter einschätzen und bei denen das „Verhältnis von Länge zu Gehalt“ stimmig ist.

Zentrale Ergebnisse

Gesprächsrunde

- Eher inhaltlich einordnende Bewertungsdimensionen sind: **Aktualität, Informativität, politische Neutralität und Relevanz.**
- Eher formell einordnende Bewertungsdimensionen sind: **Anzahl der Stimmen, zeitliche Länge, musikalische Unterlegung, Kompetenz, Authentizität, gute Stimmen (O-Töne), Vortragstempo, Suggestibilität und fröhliche Stimmung.**
- Die Meinungsmuster der Probanden zeichnen darüber hinaus aus, dass in ihnen in der Regel formelle und inhaltliche Bewertungsdimensionen miteinander vermischt integriert sind.
- Die Ergebnisse belegen klar, dass positive oder negative Einschätzungen von „Moderationen“, „Beiträgen“ und „Kollegengesprächen“ immer auf themenrelativen Bewertungen der Gesamtpräsentation beruhen.
- Die Relevanz des Themas und die „Lebendigkeit und Aktualität“ seiner Präsentation bilden miteinander verknüpft die Bewertungsskala anhand derer die Themenbeispiele im Ranking eingeordnet werden.
- Die Forderung nach „**Aktualität**“, „**Relevanz**“ und „**Prägnanz**“ der Präsentationen lässt sich in allen Analyseebenen beobachten und dominiert die Meinungsmuster der Probanden relativ homogen. Nur ganz wenige Probanden distanzieren sich in der Form, dass sie „Informationen“ außerhalb der Nachrichten in Hörfunkprogrammen grundsätzlich ablehnen.

Zentrale Ergebnisse

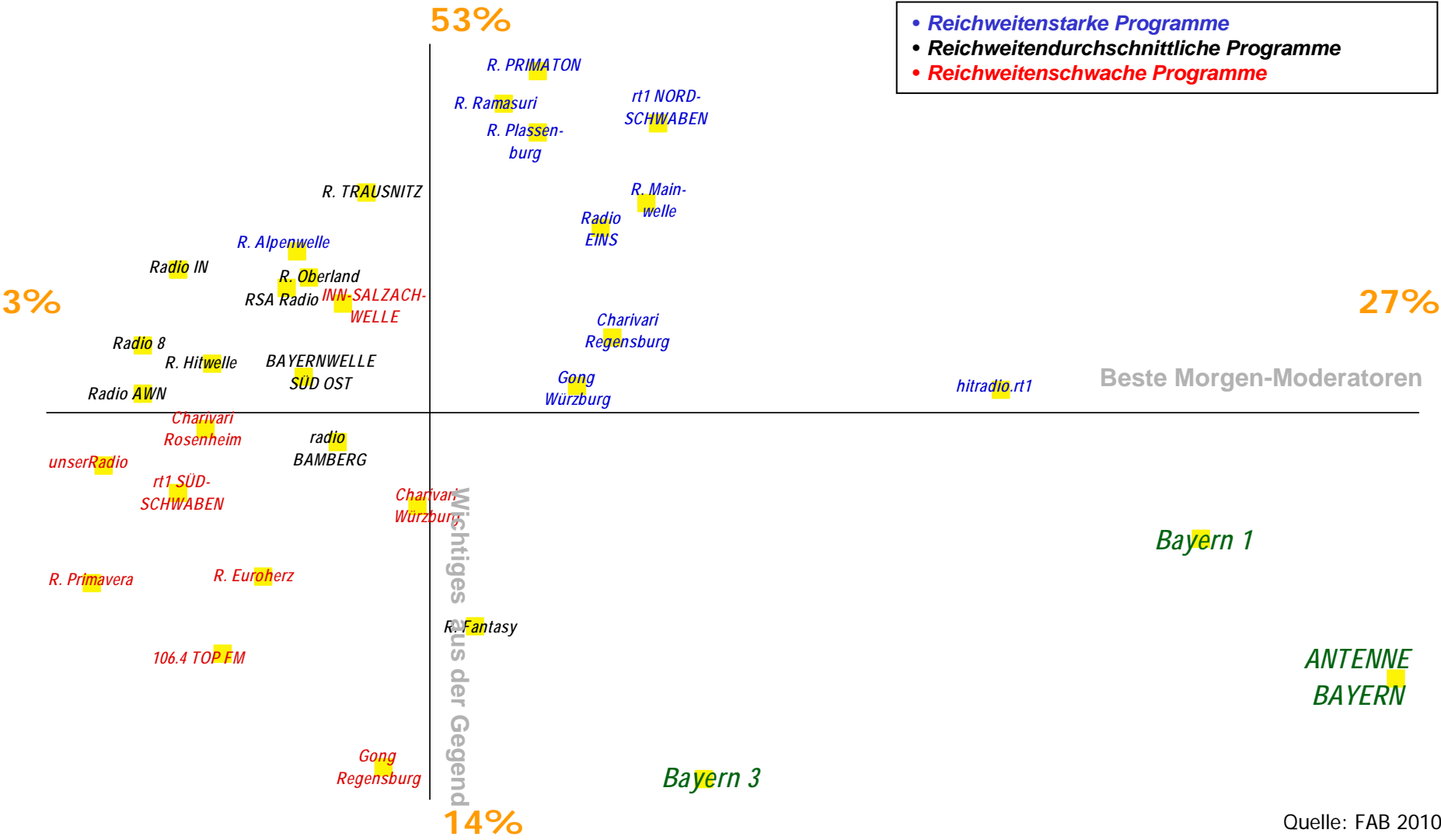
Erwartungen an die prime time von Hörfunkprogrammen

- Die Einstellungsstrukturen des Publikums spiegeln die im bayerischen Hörfunkmarkt anzutreffenden Programmkompositionen wider.
- Die heterogenen Einstellungen zu den musikalischen Formaten (s. Musik ist ein wichtiger Einschaltgrund) müssen für die Ergebnisdokumentation zu den Erwartungen an „Wortformate“ nicht weiter erläutert werden.
- Mehrheitlich, schon mit unterschiedlicher Konnotation, herrscht im zentralen Publikumssegment die Meinung vor, in der Morgensendung unterhalten und informiert werden zu wollen („wir wollen wissen, was in der Welt los ist“ und „wir wollen wissen, was hier bei uns los ist“).

Ergebniseinordnung

„Beste Morgen-Moderatoren“ und „Wichtiges aus der Gegend“

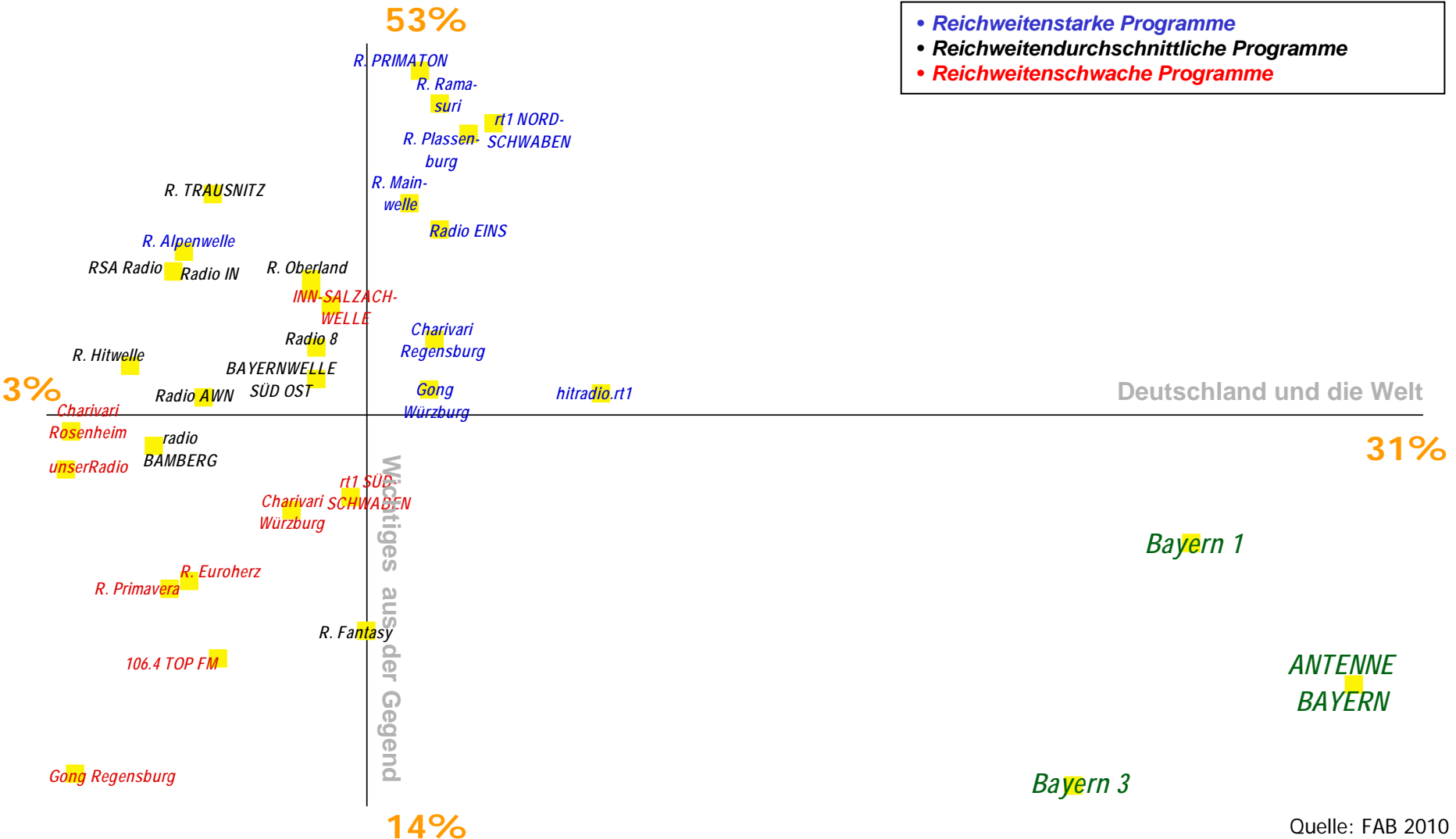
- Reichweitenstarke Programme
- Reichweitendurchschnittliche Programme
- Reichweiteschwache Programme



Quelle: FAB 2010

Ergebniseinordnung

„Deutschland und die Welt“ (Mittelwert = 9,8 %) und „Wichtiges aus der Gegend“ (Mittelwert = 35,0 %)



Quelle: FAB 2010

Zusammenfassung

Die zentralen Motive „**wir wollen wissen, was in der Welt los ist**“ und „**wir wollen wissen, was hier bei uns los ist**“, die prime time von Hörfunkprogrammen zu nutzen, werden konsistent begründet. Die programmlichen Anforderungen des Publikums, die daraus abgeleitet werden können, lassen sich leicht in die Ergebnisstrukturen anderer repräsentativer Untersuchungen einordnen.

Es werden themenadäquate Präsentationen erwartet. Die Akzeptanz der Themenpräsentationen steigt mit der **Neutralität**, **Pluralität** und **Prägnanz** der Präsentation und der **Aktualität** und **Relevanz** des Themas.

Themenpräsentationen im Radio enthalten so viele unterschiedliche Bewertungsmöglichkeiten, so dass eine direkte spontane emotionelle Reaktion sehr schwierig ist. Die Einordnung und Bewertung der Themenpräsentation ist deutlich stärker durch eine rationelle Bewertung als durch emotionelle Einschätzungen bestimmt.

Themenauswahl und themenadäquate Präsentationen müssen den Informations- und Unterhaltungsinteressen des Publikums entsprechen, wenn die prime time eine ordentliche Reichweite erreichen soll.