

Radioprogrammprofile und Publikumspräferenzen, 1997

Das Ziel des Forschungsprojektes "Radioprogrammprofile und Publikumspräferenzen" lag in der Entwicklung und Anwendung eines auf einer Methodenkombination beruhenden **Forschungsinstrumentariums zur Überprüfung von Programmstrategien** im Radiobereich. Insbesondere sollten die Zusammenhänge zwischen Programminhalten und Publikumspräferenzen bzw. Hörerfolg am Beispiel von ausgewählten Radioprogrammen in den exemplarischen Kommunikationsräumen **Basel** und **Berner Oberland** empirisch erhellt werden. Zu diesem Zweck wurden in den beiden Räumen repräsentative Publikumsbefragungen durchgeführt und mit einer inhaltlich-formalstrukturellen Programmanalyse in Beziehung gesetzt. Dabei wurde zum ersten Mal in der Schweiz die Methode der **Formatanalyse** eingesetzt. Damit können programmliche Unterschiede herausgearbeitet werden, die vor allem auf differierenden formalen Strukturen beruhen und sich an kleinsten Unterschieden festmachen.

Ergebnisse

Ansätze zur Programmformatierung bestehen auch in der Schweiz. Jedoch kann die Hypothese, wonach die Programmviefalt um so grösser sei, je kompetitiver die Rundfunksituation sich darstellt, nicht bestätigt werden. Auch kann von einem Modellfall Schweiz nicht gesprochen werden, weil die jeweiligen sozio-kulturellen Kontexte, in diesem Fall ein ländlich-geschlossener und ein urban-grenznahe Raum, unterschiedliche Programmstrategien erforderlich machen oder zumindest hervorbringen. Dies erklärt auch, weshalb die DRS-Sender, welche die erforderliche regionale Anpassung nicht leisten können, in der Regel suboptimal operieren. Auf der anderen Seite nehmen die privaten Regionalradios ihre Formatierungschancen nur spärlich wahr. Das schweizerische Radiosystem hinkt so gesehen der internationalen Entwicklung hinterher.

Die Ergebnisse der Studie legen als Fazit das **Ende des "Konzepts Lokalradio"** nahe. Diesem liegt letztlich die Idee eines lokalen Integrationsradios zugrunde, das mit den heutigen gesellschaftlichen Realitäten immer weniger vereinbar ist. Stattdessen ist bereits in dem ländlichen, relativ geschlossenen Raum Berner Oberland eine klare

Segmentierung des Publikums zu beobachten. Das 'Jedermannsradio' hat unter solchen Bedingungen keine Zukunft. Erfolgreiche Radios werden auch in der Schweiz künftig solche sein, die ein beschränktes Zielpublikum mit einem profilierten Programm bedienen. Angesichts sich weiter differenzierender Publikumsinteressen ist die Strategie vieler privater Lokalradios, mit einem durchschnittlichen Programm bei einem durchschnittlichen Publikum einen durchschnittlichen Hörerfolg zu erzielen, zum Scheitern verurteilt.

