

3 Hörfunk

Seit dem Start des privaten Hörfunks im Jahr 1984 hat sich – ähnlich wie beim Fernsehen – die Radiolandschaft erheblich verändert. Insgesamt stehen 70 öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogrammen 247 Privatangebote sowie diverse sonstige Sender (Militär- oder ausländische Sender) gegenüber (Stand 2008). Die ARD verfügt über jeweils fünf bis sechs Programme der einzelnen Landesrundfunkanstalten (BR, HR, MDR, NDR, RB, RBB, SR, SWR, WDR) und über zwei bundesweite Hörfunkprogramme. Auch bei den Privaten gibt es eine Unterscheidung zwischen landesweiten, lokalen und regionalen Programmen. Von Bundesland zu Bundesland haben die medienpolitischen Vorstellungen zu unterschiedlichen Hörfunkkonzeptionen geführt.

3.1 Hörfunkangebot

3.1.1 Bundesweit

Beispiele:

- ▶ Deutschlandfunk (öffentlich-rechtlich)
- ▶ RTL (privat)

Technische Verbreitung: Kabel, Satellit, digital (auch internationale Sender)

3.1.2 Landesweit

Neben den öffentlich-rechtlichen Angeboten (Beispiele: MDR, WDR) gibt es in den einzelnen Bundesländern in der Regel auch private Hörfunkprogramme, die landesweit senden. Manche Programmangebote der privaten und der öffentlich-rechtlichen Anbieter haben sich mittlerweile stark angenähert, wie etwa Bayern 3 (öffentlich-rechtlich) und Antenne Bayern (privat) oder Radio Hamburg (privat) und NDR 2.

3.1.3 Lokal

Die lokalen Hörfunksender in Deutschland bieten ein vor allem auf das lokale Verbreitungsgebiet bezogenes Angebot an Nachrichten, Informationen und unterhaltenden Elementen. In einigen Ländern wie Bayern, Nordrhein-Westfalen und Sachsen übernehmen manche lokale Sender ein Mantelprogramm oder ein Zulieferprogramm eines landesweiten Anbieters.

3.1.4 Offene Kanäle und nichtkommerzieller Rundfunk

Die Angebote haben ihre Rechtsgrundlage in den Mediengesetzen der jeweiligen Länder.

Dazu zählen:

- ▶ offene Kanäle
- ▶ nichtkommerzielle Lokalradios
- ▶ Internetradios
- ▶ Aus- und Fortbildungskanäle
- ▶ Uni-Radios

3.2 Reichweiten und Nutzungsverhalten

In einer Untersuchung 2007 gaben vier von fünf Bundesbürgern ab 14 Jahren an, an einem durchschnittlichen Tag zu irgendeinem Zeitpunkt Radio zu hören. 79,4 Prozent der Bevölkerung können also durch das Medium Radio erreicht werden, insbesondere Berufstätige geben eine überdurchschnittliche Radionutzung an. Die Hördauer aller Nutzer liegt durchschnittlich bei 182 Minuten am Tag.

Quellen: ALM Jahrbuch 2008, www.ard-zdf-onlinestudie.de