



Medientrends und sozialer Wandel

MLFZ-Reihe mit aktuellen und historischen Medientrends (Quelle: Media-Analyse)

Herausgeber sind Jörg Hagenah und Heiner Meulemann, Autoren die MLFZ-Mitarbeiter.

2/2008 (erstellt am 15.01.2008):

Privates Radio überholt öffentlich-rechtliches – und wird wieder überholt

Die Entwicklung der Hördauer in Minuten im Tagesablauf (von 5-24 Uhr) von 1987 bis 2005 (gesamt, öffentlich-rechtlich und privat)

Von Cristiana Puleri, Dominika Dudzik und David Gilles

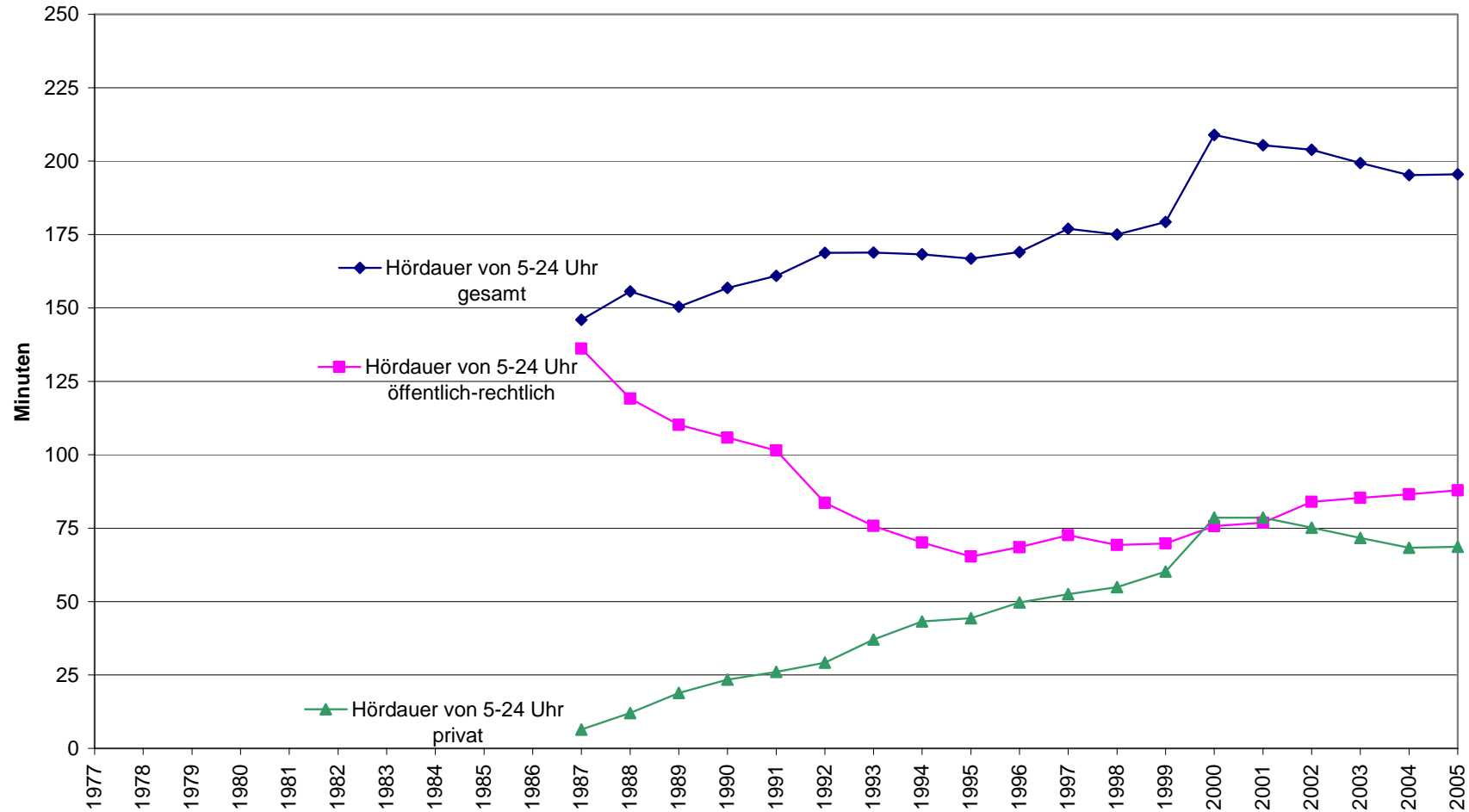
Wie dem Media-Analyse-Trendchart zu entnehmen ist, ist die Hördauer aller Befragten von 1987 bis 2005 um ca. 50 Minuten von 146 auf 196 Minuten gestiegen (siehe Tabelle). Allgemein lässt sich daher sagen, dass das Radio insgesamt an Bedeutung gewonnen hat. Der Zuwachs ist jedoch nur auf einen Anstieg der Nutzung privater Radiosender zurückzuführen, die im gleichen Zeitintervall ihre durchschnittliche Hördauer mehr als verzehnfachen konnten (von 6 Minuten auf 69 Minuten). Die durchschnittliche Hördauer der öffentlich-rechtlichen Sender sinkt von 136 auf 88 Minuten, die öffentlich-rechtlichen Sender werden jedoch weiterhin länger gehört als die privaten. Lediglich in den Jahren 2000 und 2001 verzeichnen die privaten Radiosender eine längere Hördauer als die öffentlich-rechtlichen, danach zeigt sich jedoch eine gegenläufige Entwicklung: die Werte der Privaten sinken, die öffentlich-rechtlichen Sender gewinnen hinzu.

Die Nutzung der öffentlich-rechtlichen Sender sinkt bis Mitte der 90er Jahre auf 65 Minuten ab. Danach können die öffentlich-rechtlichen Sender durch eine Modernisierung der Programmstruktur (z.B. die Einführung von Jugendsendern wie 1live, n-joy etc.) diesem Trend entgegenwirken, ohne jedoch die Werte aus den 80er Jahren zu erreichen. Bei den privaten Sendern zeigt sich zwischen 1987 und 2000 ein fast linearer Anstieg, in den 2000er Jahren geht die Hördauer jedoch um 10 Minuten zurück. Die gesamte Hördauer zeigt einen ähnlichen Verlauf wie die der privaten Sender. Einem kontinuierlichen Anstieg bis 2000 folgt ein Rückgang in den Jahren 2000 bis 2005. Insgesamt steigt die Radionutzung zwischen 1987 und 2005 um ca. 25%, während sich die Nutzungsdauer des öffentlich-rechtlichen und des privaten Radios angleicht – ein Trend, der auch beim Fernsehen zu beobachten ist (vgl. Medientrends 1/2007).

Ganz besonders auffällig ist, dass sowohl die private als auch die gesamte Hördauer nach 1999 stark ansteigt. Dies ist aber mit einem Methodeneffekt zu erklären, der ab dem Jahre 2000 besteht. Die lange Zeit praktizierte Face-to-Face-Befragung wurde in diesem Jahr von computergestützten Telefoninterviews (CATI) abgelöst. Durch die neue Erhebungsmethode wurden andere Menschen in anderen Befragungssituationen erreicht. Telefonisch Befragte sind im Durchschnitt mobiler, aktiver, jünger und gebildeter (vgl. Hagenah & Best, 2005: 248). „Weiterhin wurde exemplarisch aufgezeigt, dass der Methodenwechsel auch zu inhaltlichen Ergebnis-Veränderungen geführt hat. Es wird vor allem eine höhere, stärker außerhäusliche Radionutzung ermittelt“ (ebd.: 247).

Schlagnworte: Radio, Hördauer, Mediennutzungsdauer, öffentlich-rechtliche Sender, private Sender

Trendchart: Hördauer aller Befragten in Minuten von 5-24 Uhr



Anmerkungen: Quelle MA-Gesamt-MLFZ 1977 – 2005 (Elektronische Medien)

Von 1977 bis 1986 wird die Hördauer aller Befragten anders erhoben als in den Folgejahren. Die einzelnen Zeitintervallabfragen beziehen sich nicht auf Viertelstunden, sondern auf halbe und ganze Stunden. Zudem wird der Tagesablauf für 6-20 Uhr bzw. für 5-22 Uhr erhoben. Der Methodenwechsel im Jahr 2000 von persönlich-mündlichen zu computergesetzten Telefonbefragungen bedingt die sprunghafte Zunahme an Hördauer insbesondere bei privaten Sendern.

Tabelle: Hördauer aller Befragten in Minuten von 5-24 Uhr

	Gesamte Hördauer	Hördauer öffentlich-rechtlich	Hördauer privat
1977			
1978			
1979			
1980			
1981			
1982			
1983			
1984			
1985			
1986			
1987	145,97	136,15	6,44
1988	155,63	119,16	12,03
1989	150,44	110,17	18,90
1990	156,83	105,87	23,40
1991	160,90	101,45	26,04
1992	168,77	83,58	29,21
1993	168,85	75,73	37,05
1994	168,26	70,13	43,26
1995	166,79	65,37	44,37
1996	169,03	68,48	49,68
1997	176,94	72,63	52,52
1998	175,03	69,24	54,94
1999	179,25	69,77	60,22
2000	208,96	75,69	78,61
2001	205,40	76,91	78,58
2002	203,91	83,95	75,20
2003	199,39	85,31	71,63
2004	195,27	86,51	68,35
2005	195,52	87,89	68,67

Anmerkungen: *Quelle MA-Gesamt-MLFZ 1977 – 2005 (Elektronische Medien)*

Von 1977 bis 1986 wird die Hördauer aller Befragten anders erhoben als in den Folgejahren. Die einzelnen Zeitintervallabfragen beziehen sich nicht auf Viertelstunden, sondern auf halbe und ganze Stunden. Zudem wird der Tagesablauf für 6-20 Uhr bzw. für 5-22 Uhr erhoben. Der Methodenwechsel im Jahr 2000 von persönlich-mündlichen zu computergesützten Telefonbefragungen bedingt die sprunghafte Zunahme an Hördauer insbesondere bei privaten Sendern.

Literatur

Hagenah, J. & Best, H. (2005): Die Rolle von Auswahl- und Befragungsverfahren am Beispiel der Media-Analyse. In: Gehrau, V., Fretwurst, B., Krause, B., Daschmann, G. (Hrsg.): Auswahlverfahren in der Kommunikationswissenschaft. Köln (Halem Verlag), S. 223-250.

Medientrends und sozialer Wandel (1/2007). Zeiträuber Fernsehen: Mittlerweile wird über ein Drittel der Freizeit mit dem Fernsehgerät verbracht. MLFZ-Reihe mit aktuellen und historischen Medientrends, www.mlfz.uni-koeln.de [erstellt am 10.12.2007].

Kontaktadresse:

Cristiana Puleri, Dominika Dudzik, David Gilles
Studentische Hilfskräfte
Universität zu Köln
Medienwissenschaftliches Lehr- und Forschungszentrum
der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät
Greinstr. 2
D-50939 Köln
Fon: +49(0)221 470-4232
Fax: +49(0)221 470-5169
E-Mail: mlfz@wiso.uni-koeln.de
<http://www.mlfz.uni-koeln.de/>