



Im Einklang Radioprogramm: Die Playlists der großen Sender ähneln sich, auch weil der Mut für Neues fehlt

Von Guido Schneider

Musik ist bekanntlich der wichtigste Grund, weshalb Menschen das Radio einschalten – sie ist aber auch ein Abgrenzungsmerkmal im Wettbewerb. Beides zusammen sollte eigentlich dafür sprechen, dass der heimische Radiomarkt mit seinen vielen Programmen eine große musikalische Vielfalt aufweist, doch eine aktuelle Analyse der Playlists von House of Research (HoR) spricht eine andere Sprache.

Das Berliner Medienforschungsinstitut hat für den Monat Mai die Titellisten von Hörfunkstationen für den ganzen Tag (0 bis 24 Uhr) unter die Lupe genommen; Wiederholungen blieben außen vor. Die Basis umfasste die Top-3-Sender pro Bundesland sowie die Mehrländerprogramme MDR Jump und NDR 2. Im Ergebnis zeigte sich, dass Sender mit ähnlicher Alterspositionierung oftmals eine hohe Überschneidung ihrer Playlists aufweisen. Das gilt teilweise auch dann, wenn die Sender im gleichen Verbreitungsgebiet um Hörer kämpfen. So waren 44 Prozent der Titel, die Radio FFN im Mai in seiner Playlist hatte, auch beim Mitbewerber NDR 2 zu hören, der den ganzen Norden beschallt. Bei Radio Schleswig-Holstein betrug die Überschneidung zu NDR 2 sogar 64 Prozent; in beiden Fällen waren die relativ kurzen Playlists der Privatradios für die hohe Deckungsgleichheit mit der NDR-Welle verantwortlich. Weil die umgekehrt recht viele Titel spielte, überschneidet sich ihre Playlist nicht so stark mit der von RSH und Radio FFN. Interessant ist auch, dass fast zwei von drei Songs aus der Playlist von Hessens Hörerprimus Hit Radio FFH mit der des Erzrivalen HR 3 überein-

stimmten. Der bayerische Marktführer Antenne Bayern hob sich musikalisch ebenfalls nicht besonders stark von seinem ärgsten Verfolger ab: Von den rund 700 Songs der Antenne-Playlist waren 57 Prozent auch bei Bayern 3 on air.

Solche Zahlen geben HoR-Geschäftsführer Dirk Martens zu denken: „Wenn Sender in unterschiedlichen Regionen aktiv sind, dann sind hohe Überschneidungen ihrer Playlists kein Problem und vielleicht sogar geboten, um den größtmöglichen Reichweitenerfolg in der Zielgruppe zu erreichen. Wenn die Programme aber im selben Markt verbreitet werden, dann ist ein Me-too-Produkt selten eine gute Idee, weil in der Regel das Programm davon profitiert, das zuerst da war.“ Die Beispiele mit hoher Überschneidung im gleichen Sendegebiet sind für Martens aber auch ein Beleg dafür, dass innerhalb einer Region Platz für zwei Programme mit ähnlichem musikalischem Repertoire sein kann, wenn sie in ihrer gesamten Programmerscheinung andere Zielgruppen ansprechen und andere Bedürfnisse befriedigen. Wichtig ist für ihn auch, wie oft einzelne Titel und Genres zu hören sind.

Dass sich viele Sender in ihrer Musikvielfalt kaum unterscheiden, ist aber auch ein systemimmanentes Problem des regional strukturierten deutschen Radiomarktes. Hörfunkprogramme, vor allem rein werbefinanzierte, müssen deshalb möglichst viele junge und vermarktungsrelevante Menschen in ihrem Sendegebiet erreichen. „Wenn man mit Mainstream-Musik große Marktanteile erreichen will, dann ist man im Wesentlichen auf das Repertoire angewiesen, das seine Massentauglichkeit in den Charts bewiesen hat“, erklärt Martens. Hohe Überschneidun-

gen bei der Titelauswahl sind dann fast unvermeidlich. Es gibt nur wenige Sender, die dieser Spirale entfliehen. Als Beispiel nennt Martens die RBB-Welle Radio Eins und das alternative Privatrado Flux FM. Beide weisen im Berliner Markt nur sehr geringe Titel-Überschneidungen mit anderen Programmen auf.

Für den Berliner Musikberater Michael Peter ist die HoR-Analyse ein Beleg für die häufig geäußerte Kritik, wonach die durchformatierten Radioprogramme oftmals dieselbe Musik spielen. Die große Homogenität der Playlists liegt für ihn daran, dass bei vielen Sendern Beraterfirmen aktiv sind, die mit ihren Call-outs, also telefonischen Titelbefragungen in der Zielgruppe, zu ähnlichen Ergebnissen kommen. Für Peter ist die überschaubare Vielfalt aber auch der Mutlosigkeit der Sender geschuldet: „Viele haben Angst, etwas Neues zu probieren. Sie schauen deshalb lieber, was der Nachbarsender spielt.“ Das gilt umso mehr, wenn die Macher wissen, dass ihr Nachbar seine Titel ausgiebig testet. Weil keiner etwas wage, könne Radio in musikalischer Hinsicht aber nicht mehr überraschen und entwickle sich nicht weiter, kritisiert Peter. An der Hasenfüßigkeit sind für ihn die Geschäftsführer der Sender schuld, die zu sehr auf die Zahlen der Berater vertrauen. Kritik übt Peter auch an den Privatrado-Eigentümern, die zu wenig in Programm, Moderatoren und Promotions investieren, weil sie glauben, das UKW-Radio sei ohnehin dem Tode geweiht. „Dabei wird terrestrisches Radio immer funktionieren.“

Martens wiederum zeichnet kein so düsteres Bild von den Verhältnissen. Dass viele Programme nur kurze Playlists und hohe Überschneidungen mit ähnlich po-

sitionierten Programmen aufweisen, liegt für ihn auch an eher banalen Sachzwängen. „Tendenziell umfassen Formate für jüngere Hörer weniger Titel, die dann in höherer Rotation gespielt werden. Umgekehrt spielen Programme mit älterer Hörschaft eher mehr unterschiedliche Titel, weil sie den Geschmack verschiedener Generationen befriedigen müssen und weil ihre Hörer länger bei ihnen verweilen und häufige Wiederholungen eher störend finden.“ Musik erfüllt laut Martens auch altersabhängig unterschiedliche Funktionen. „Ältere sind meist deutlich offener gegenüber verschiedenen Stilen, was die Freiheitsgrade der Musikplanung erhöht.“ Dennoch gibt es keinen linearen Zusammenhang zwischen der Länge einer Playlist und der Höhe der erzielten Reichweite. Sender wie Antenne Thüringen oder Bayern 3 spielen zwar viele verschiedene Songs, ihr Erfolg beim Hörer ist aber eher durchwachsen. Umgekehrt sind Sender wie Antenne Bayern oder 104.6 RTL mit kurzer Playlist schon lange erfolgreich.

Die HoR-Analyse zeigt noch ein interessantes Phänomen. In vielen Fällen sind die Playlist-Überschneidungen zwischen Wellen der ARD-Landesrundfunkanstalten auffallend hoch. So liefen im Mai 82 Prozent der Titel von HR 3 auch bei SWR 3, bei Bremen Vier waren es 74 Prozent. Die Liste ließe sich mit anderen Senderpärchen der Öffentlich-Rechtlichen fortsetzen. Dass die Überschneidung in den populären Wellen der ARD so hoch ist, überrascht auch deshalb, weil diese sich dank ihrer Beitragseinnahmen eigentlich mehr Vielfalt leisten und sich auch untereinander stärker unterscheiden könnten. Weshalb sie beides nicht wagen, bleibt unklar. Weder der SWR noch Radio Bremen wollten sich auf Anfrage zur HoR-Analyse äußern.



Der Forscher

Dirk Martens ist Geschäftsführer und Gründer des Medienforschungsinstituts House of Research mit Sitz in Berlin, das sich auf elektronische und digitale Medien spezialisiert hat. HoR hat im Auftrag von Sendern, Medienanstalten, Musikindustrie und Verbänden bereits zahlreiche Radiountersuchungen realisiert. Martens unterrichtet auch an der Filmuniversität Babelsberg.

Einheitsbrei im Beitragsfunk			
Überschneidungen von Playlists bei öffentlich-rechtlichen Programmen			
Basissender	Vergleichssender	Überschneidungen in Prozent*	Playlist des Basissenders (in Tsd.)
HR 3	SR 1 Europawelle	84	1,5
HR 3	SWR 3	82	1,5
SWR 1 Rheinland-Pfalz	SWR 1 Baden-Württemberg	80	2,9
MDR Sachsen	MDR Thüringen	78	2,1
HR 3	Bremen Vier	74	1,5
SR 1 Europawelle	SWR 3	69	1,9
SR 3 Saarlandwelle	Antenne Brandenburg	68	3,4
SWR 3	SR 1 Europawelle	62	2,1
Bayern 1	Bremen Eins	60	2,1
NDR 2	WDR 2	59	1,1

* Stichprobe: Mai 2017, Mo-So, 0-24 Uhr
Anmerkung: Die Zählung der Playlist enthält keine Titelwiederholungen.
Lesbeispiel: HR 3 hatte im Mai 2017 rund 1,3 Tsd. Titel in der Playlist; 84 Prozent davon liefen auch bei SR 1 Europawelle.
Quelle: House of Research

Nicht jeder differenziert sich mit Musik							
Titelüberschneidungen von Radiosendern im ausgewählten Verbreitungsgebieten							
Basissender	Playlist des Basissenders (in Tsd.)	Überschneidungen in Prozent*	Vergleichssender	Basissender	Playlist des Basissenders (in Tsd.)	Überschneidungen in Prozent*	Vergleichssender
NDR 2	1,2	32	Radio Hamburg	Radio Hamburg	1,1	33	NDR 2
NDR 2	1,2	24	Radio FFN	Radio FFN	0,6	44	NDR 2
NDR 2	1,2	32	Radio Schleswig-Holstein	Radio Schleswig-Holstein	0,6	64	NDR 2
NDR 2	1,2	38	Ostseewelle Hit-Radio MV	Ostseewelle Hit-Radio MV	1,2	36	NDR 2
NDR 2	1,2	42	Antenne Niedersachsen	Antenne Niedersachsen	1,2	40	NDR 2
Hit Radio FFH	0,9	65	HR 3	HR 3	1,5	38	Hit Radio FFH
Antenne Bayern	0,7	57	Bayern 3	Bayern 3	1,8	22	Antenne Bayern
Antenne Bayern	0,7	37	Bayern 1	Bayern 1	2,2	11	Antenne Bayern
MDR Jump	0,8	38	Radio PSR	Radio PSR	0,9	32	MDR Jump
MDR Jump	0,8	38	Antenne Thüringen	Antenne Thüringen	1,2	25	MDR Jump
MDR Jump	0,8	37	Radio SAW	Radio SAW	1,4	21	MDR Jump
MDR Jump	0,8	11	R.SA	R.SA	2,1		MDR Jump

* Stichprobe: Mai 2017, Mo-So, 0-24 Uhr; die Zählung der Playlist enthält keine Titelwiederholungen.
Lesbeispiel: NDR 2 hatte im Mai 2017 rund 1,2 Tsd. Titel in der Playlist; 24 Prozent davon hat auch Radio FFN gespielt.
Umgekehrt gilt: radio ffh hatte 0,6 Tsd. Titel in der Playlist, von denen 44 Prozent auch bei NDR 2 liefen.
Quelle: House of Research