

# Klassik-Hörer: Programmpräferenzen und musikalische Rezeption

Burkhard Glashoff

Die Rundfunklandschaft in der Bundesrepublik ist seit Ende der achtziger Jahre geprägt von der Konkurrenz zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern. Dabei ist die Zahl der Sender rasant angestiegen, und die Programmgestaltung wurde vielfach modifiziert. Im Blickpunkt des Interesses stehen in aller Regel die massenattraktiven Musik- und Informationsprogramme, während erst in jüngster Zeit der Tatsache mehr Beachtung geschenkt wird, daß auch die öffentlich-rechtlichen Klassik- und Kulturwellen mit dem Hamburger Sender *Klassik Radio* seit 1990 einen kommerziellen Konkurrenten bekommen haben.

Im Rahmen einer Untersuchung des Prozesses der massenmedialen Vermittlung klassischer Musik unter Berücksichtigung der spezifischen Bedingungen des dualen Rundfunksystems wurde vom Verfasser eine schriftliche Befragung unter 133 Hörern von *Klassik Radio* und *NDR 3* (als Beispiel für eine öffentlich-rechtliche Klassikwelle) durchgeführt, um Aufschluß darüber zu erhalten, ob es sich bei den Hörern dieser Programme eher um getrennte Publika handelt oder ob sie sich überschneiden und welche Erwartungen die Hörer allgemein an ein klassisches Radioprogramm richten. Besonderes Interesse galt den Rezeptionsweisen der Hörer bezüglich klassischer Musik. Es wurde die Hypothese geprüft, daß sich die Hörer von *NDR 3* und *Klassik Radio* unter diesem Aspekt unterscheiden.

Vor der Untersuchung der Programmpräferenzen und der musikalischen Rezeptionsweisen der Hörer soll hier nur kurz auf den Hintergrund eingegangen werden, vor dem die Programme entstehen; ferner werden die Programmstrukturen vergleichend gegenübergestellt.

## ***NDR 3* und *Klassik Radio* – Sender und Programme**

Der *Norddeutsche Rundfunk* ist eine Anstalt des öffentlichen Rechts mit knapp 4000 festangestellten Mitarbeitern. Er betreibt vier Landesfunkhäuser und unterhält vier eigene Klangkörper (zwei Sinfonieorchester, Chor und Big Band). Er wird weitgehend durch Rundfunkgebühren finanziert und hat den im Staatsvertrag festgelegten Programmauftrag zu erfüllen, der traditionell die Elemente Unterhaltung, Information und Bildung, daneben seit 1980 auch die Beratung umfaßt. Im Bereich des Hörfunks wird er diesen vielfältigen Aufgaben durch eine Differenzierung in fünf verschiedene Programme gerecht: Die massenattraktiven Programme *NDR 1* und *2* erfüllen vorwiegend eine unterhaltende und informierende

Funktion (so auch der jüngste Sproß *N-Joy Radio* speziell für die unter 20jährigen), während *NDR 3* und *4* in höherem Maße auch dem Bildungs- oder Kulturauftrag verpflichtet sind. Der Schwerpunkt liegt dabei für das Programm von *NDR 3* eindeutig auf dem Bereich der klassischen Musik und ihrer Thematisierung.

*Klassik Radio* hat die Rechtsform einer GmbH & Co. KG mit den Gesellschaftern Spiegel-Verlag GmbH, Polygram GmbH, BMG Ariola Hamburg sowie der Ufa-Film- und Fernseh-GmbH. Als „Deutschlands einziger Privatsender für Kultur und klassische Musik“ nahm es 1990 seinen Sendebetrieb auf und erreichte 1995 mit seinem Programm, das in einem Hamburger Sendestudio von acht (!) festangestellten Mitarbeitern produziert wird, pro Tag ca. 580000 Hörer bundesweit sowie in Österreich und der Schweiz (zum Vergleich: *NDR 3* wird im norddeutschen Sendegebiet täglich von ca. 200000 Hörern empfangen). Als kommerzieller Anbieter muß sich *Klassik Radio* durch Werbung finanzieren, wobei neben klassischer Spotwerbung auch Vermarktungsformen wie das Sponsoring eingesetzt werden.

Die unterschiedlichen Bedingungen, unter denen die beiden Programme entstehen, schlagen sich in verschiedenen Programmstrukturen nieder. Während es im Programm von *NDR 3* neben überwiegend unterhaltenden Sendungen, in denen ein reines Musikprogramm dargeboten wird, auch solche gibt, die sich auf einem hohen intellektuellen Niveau bewegen und dem Hörer ein großes Maß an Aufmerksamkeit abverlangen, ist das Programm von *Klassik Radio* ganz auf die „Nebenbeihörsituation“ abgestimmt: das Prinzip, mit dem der Hörer an den Sender gebunden werden soll, besteht aus einer gefälligen Mischung populärer Einzelsätze oder kürzerer klassischer Werke, vermengt mit „anspruchsvoller Unterhaltungsmusik“. Bei der Auswahl des Grundrepertoires werden die Ergebnisse intensiver Hörerforschung berücksichtigt, die Archivierung der Tonträger, die aktuelle Programmplanung und die Steuerung des Sendeablaufs geschehen unter weitreichender Einbeziehung der EDV.

Hinsichtlich der Wortbeiträge gibt es bei *Klassik Radio* strenge Richtlinien; sie sollen grundsätzlich eine Länge von 2–3 Minuten nicht überschreiten, wobei Themen aus dem politischen oder sozialen Bereich ausgeklammert bleiben und eine vertiefende Diskussion nicht intendiert ist. Der Wortanteil ist mit ca. 20 %, die Werbezeit schon eingerechnet, dementsprechend auch außerordentlich gering; ihm steht ein Wortanteil von ca. 30 % im werbefreien Programm von *NDR 3* gegenüber. Auf *NDR 3* findet in verschiedenen Wortsendungen, die meist 30–60 Minuten lang sind, ein breites Spektrum an Themen aus Kulturgeschichte, Theater, Literatur, Religion u. a. Berücksichtigung.

Das Bild von *Klassik Radio* als einem Programm, das streng durchformatiert ist, um eine bestimmte (kaufkräftige) Zielgruppe anzusprechen und sie durch eine Programmgestaltung ohne Ecken und Kanten fest an den Sender zu binden, wird abgerundet durch spezifische Präsentationsformen, wie z. B. den Einsatz von Jingles, Trailern und Testimonials, die sonst eher bei Pop-orientierten Sendern üblich sind.

## Stichprobe und Durchführung der Befragung

Ausgehend von der Überlegung, die Befragung unter Stammhörern der beiden Sender durchzuführen, von denen zu erwarten ist, daß sie ein besonderes Interesse an klassischer Musik haben und die Programme jeweils gut kennen, wurden solche Hörer telefonisch angesprochen und um ihr Mitwirken an dem Projekt gebeten, die sich in letzter Zeit in irgendeiner Form an einen der beiden Sender gewandt hatten. So wurden Verfasser positiver und negativer Hörerbriefe in etwa gleicher Anzahl in die Stichprobe aufgenommen, vor allem aber Hörer, die eine neutrale Anfrage gestellt hatten. Im Fall von *Klassik Radio* waren das z. B. Personen, die an einer CD-Verlosung teilgenommen oder Unterlagen für eine Hörerreise angefordert hatten. Beim *NDR* konnte zusätzlich zur Hörerpost auf eine Liste von Interessenten am *NDR 3* „KlassikClub“ zurückgegriffen werden. Eine weitere Bedingung war, daß die Hörer aus dem Hamburger Raum stammen mußten, da nur dort beide Programme terrestrisch empfangen werden können; weiterhin konnten so unterschiedliche regionale Einflüsse ausgeschlossen werden. Die Befragung wurde im April 1995 durchgeführt; der Rücklauf betrug 97 %. Insgesamt konnten 133 Fälle in die Untersuchung eingehen, davon 67, die über *Klassik Radio* gewonnen wurden, und 66, bei denen dies über *NDR 3* geschah.

## Demographische Daten

Charakteristisch für die Stichprobe ist ein recht hoher Altersschnitt: nur 4 % der Befragten gehören der Altersgruppe der 14–29jährigen an, 19 % sind zwischen 30 und 49 Jahre alt, 59 % zwischen 50 und 69, während 18 % sogar das 70. Lebensjahr überschritten haben. Eine solche Altersstruktur ist jedoch für das Publikum von Klassik- und Kulturwellen nicht untypisch, wie ein Vergleich mit Daten der Media Analyse<sup>1</sup> zeigt. Auch eine im Juli 1995 veröffentlichte Befragung kulturinteressierter Hamburger Bürger (Konzert-/Kinobesucher u. ä.) aus dem Jahr 1993 „zur Nutzung von Klassik Radio im dualen Rundfunksystem“ ergab, daß etwa die Hälfte der Hörer von *Klassik Radio* und *NDR 3* über 50 Jahre alt ist.<sup>2</sup> Während dort ferner herausgefunden wurde, daß *Klassik Radio* tendenziell jüngere Personen anspricht als *NDR 3*, konnte dieses Ergebnis in unserer Untersuchung nicht bestätigt werden. Frauen und Männer sind in der Stichprobe etwa gleich stark vertreten (52 % bzw. 48 %), wobei auch in den einzelnen Altersgruppen der Anteil jeweils annähernd gleich ist. Auffallend ist das außerordentlich hohe formale Bildungsniveau der Befragten: 42 % weisen

---

1 Die Media Analyse wird jährlich von der Arbeitsgemeinschaft MA veröffentlicht, die von Werbungtreibenden, Werbeagenturen und den Medien getragen wird.

2 Ahrens & Sievers (1995, S. 342)

ein abgeschlossenes Studium auf, dazu weitere 20 % ein (Fach-)Abitur ohne Studienabschluß, 25 % haben die Mittlere Reife und 12 % einen Hauptschulabschluß. Der Befund, daß die Klassikwellen überwiegend formal höher gebildete Personen ansprechen, wird durch Ergebnisse der Media Analyse sowie der oben genannten Studie gestützt.

## Hörfunknutzung

Bei der Auswertung der Frage nach der Häufigkeit des Radiohörens und der Hördauer zeigte sich, daß 79 % der über *NDR 3* und 75 % der über *Klassik Radio* gewonnenen Personen als Stammhörer eingestuft werden können, da sie das jeweilige Programm an mehr als vier Tagen in der Woche nutzen. Weiterhin gab gut die Hälfte der Befragten an, das jeweilige Programm insgesamt mehr als sechs Stunden in der Woche zu hören. Aufgrund der unterschiedlichen Programmstrukturen der beiden Sender erstaunt es etwas, daß von rund 60 % angegeben wird, auch das „andere“ Programm zu hören. Die Übergänge von „reinen *NDR 3*-Hörern“ zu „reinen *Klassik Radio*-Hörern“ sind fließend, so daß nicht von zwei deutlich voneinander getrennten Hörergruppen gesprochen werden kann.<sup>3</sup> Dies verwundert umso mehr, als die verantwortlichen Stellen in den Sendern die Publika als nicht kompatibel einschätzten. Die Häufigkeiten, mit denen *NDR 3* bzw. *Klassik Radio* gehört wird, hängen dabei auch mit dem formalen Bildungsniveau der Befragten zusammen: Je höher das Bildungsniveau einer Person ist, desto öfter hört sie *NDR 3*, je niedriger es ist, desto öfter hört sie *Klassik Radio*.<sup>4</sup> Dieser Befund widerspricht Ergebnissen der Studie von Ahrens & Sievers, die bei den Befragten keinen Einfluß der formalen Bildung auf die Wahl des Klassikprogramms feststellen konnten, erscheint aber vor dem Hintergrund plausibel, daß das Programm von *NDR 3* höhere intellektuelle Anforderungen an den Hörer stellt als das von *Klassik Radio*.

36 % der Befragten hören außerdem gelegentlich noch andere Sender, 26 % sogar häufiger und 20 % sehr oft. Dabei werden vor allem andere Kultur- und Informationsprogramme wie z. B. *DeutschlandRadio* genannt, häufig aber auch die Servicewelle *NDR 2* oder die Landesprogramme von

---

3 Zu einem ähnlichen Ergebnis kommen trotz einer entgegengesetzten Vorgehensweise Ahrens & Sievers (1995): Im Rahmen ihrer Befragung von 423 Personen gaben 30 % an, in den letzten 14 Tagen weder *NDR 3* noch *Klassik Radio* gehört zu haben, 15 % hatten nur *NDR 3* gehört, 18 % nur *Klassik Radio*, 36 % dagegen beide Sender.

4 Der Spearman'sche Rangkorrelationskoeffizient für den ersten Zusammenhang beträgt 0,27 und der für den zweiten -0,19. Die erste Korrelation ist hochsignifikant mit  $p=0,001$ , die zweite signifikant mit  $p=0,02$ . (Die statistischen Berechnungen wurden mit Hilfe des Programms SPSSx im Regionalen Rechenzentrum Niedersachsen durchgeführt.)

*NDR 1*. Die in die Stichprobe eingegangenen Hörer sind also tendenziell Vielhörer und beschränken sich in ihrer Programmauswahl nicht nur auf die Klassikwellen, wobei individuell ganz unterschiedliche Akzente gesetzt werden.

## Programmpräferenzen

Um zu untersuchen, welche Bestandteile den Hörern am Programm einer Klassikwelle wichtig sind, wurden jeweils fünf Items zu verschiedenen Musik- und Wortbeiträgen formuliert, die von den Hörern hinsichtlich ihrer Wichtigkeit für das Programm auf einer Skala von 1 bis 4 (sehr wichtig, wichtig, eher unwichtig, unwichtig) einzuschätzen waren. Die Items zu den Musikbeiträgen umfaßten die Epochen „Barockmusik“, „Wiener Klassik“, „Romantik“, „moderne Ernste Musik“, wobei jeweils zwei Komponisten als Beispiel gegeben wurden, sowie „Operette und Musical“. Die Items zu den Wortbeiträgen bezogen sich auf „Hintergrundinformationen zu den Stücken“, „Interviews und Gespräche“, „Literatursendungen“, „Tips und Termine zu Konzerten, Theater und Kino“ sowie „Gewinnspiele und Aktionen“. Es ist nicht verwunderlich, daß die „Musik aus der Wiener Klassik“ die Beliebtheitskala mit einem Mittelwert von 1,48 deutlich anführt (Tab. 1). Erstaunlich ist eher das Ergebnis, daß noch vor den Epochen „Romantik“ und „Barock“ die „Hintergrundinformationen zu den Stücken“ mit einem Mittelwert von 1,65 als besonders wichtig für ein klassisches Radioprogramm eingeschätzt werden; gerade im Programm von *Klassik Radio* werden diese eher spärlich gegeben, da sie als störend für die Nebenbeihörsituation angesehen werden. Offensichtlich sind die Hö-

**Tab. 1:** Programmpräferenzen: Einschätzung der Wichtigkeit verschiedener Musik- und Wortbeiträge für das Programm auf einer Skala von 1 bis 4 (sehr wichtig, wichtig, eher unwichtig, unwichtig)

Programmpräferenzen	arithm. Mittel	St.-Abw.
Musik aus der Wiener Klassik	1.48	0.60
Hintergrundinformationen zu den Stücken	1.65	0.76
Musik aus der Romantik	1.73	0.69
Musik aus dem Barock	1.83	0.81
Interviews und Gespräche	2.23	0.97
Literatursendungen	2.31	1.03
Tips und Termine zu Konzerten, Theater und Kino	2.31	0.94
Moderne Ernste Musik	2.74	0.94
Operette und Musical	3.02	0.83
Gewinnspiele und Aktionen	3.58	0.73

rer von Klassikwellen in dieser Beziehung doch aufgeschlossener, als man es vom durchschnittlichen Radiohörer erwartet. Die Musikbeiträge „moderne Ernste Musik“ sowie „Operette und Musical“ rangieren mit Mittelwerten von 2,74 und 3,02 abgeschlagen hinter den Wortbeiträgen „Interviews und Gespräche“ (2,23), „Literatursendungen“ (2,31) und „Tips und Termine“ (2,31). Das Interesse der Klassikhörer richtet sich also eindeutig auf das Standardrepertoire aus den Epochen Klassik, Romantik und Barock, während neuerer Musik (im Fragebogen waren mit Bartók und Webern sogar nur Beispiele der klassischen Moderne gegeben) allgemein wenig Interesse entgegengebracht wird. „Gewinnspiele und Aktionen“ werden als generell unwichtig für ein klassisches Radioprogramm erachtet (3,58).

Von Interesse erschien nun die Frage, ob sich die Hörer von *Klassik Radio* und *NDR 3* in bezug auf ihre Programmpräferenzen unterscheiden und welche Musik- oder Wortbeiträge dafür beispielhaft stehen. Da festgestellt wurde, daß es eine Schnittmenge von Hörern gibt, die beide Programme etwa gleich stark nutzen, wurden für die Untersuchung dieser Frage nur jene Hörer berücksichtigt, die das eine Programm an mehr als doppelt so vielen Tagen und mindestens doppelt so viele Stunden pro Woche hören als das andere. Auf diese Art wurden drei Gruppen gebildet: 38 Personen, die beide Sender etwa gleich oft hören, 49 Personen, die das Programm von *NDR 3* präferieren, und 46 Personen, die eher zum Programm von *Klassik Radio* neigen. Es wurde nun in einer Varianzanalyse geprüft, ob sich die beiden letztgenannten Gruppen hinsichtlich ihrer Programmpräferenzen unterscheiden, wobei der Einfluß des Alters kontrolliert wurde (Kovarianzanalyse). Der Unterschied ist hochsignifikant mit  $p=0,002$ .<sup>5</sup> In einer anschließenden Diskriminanzanalyse wurde untersucht, in welchem Maße die einzelnen Items zu dem ermittelten Unterschied beitragen. Es zeigte sich, daß die beiden Gruppen am stärksten in dem Wunsch nach „Literatursendungen“ differieren. Der Korrelationskoeffizient dieses Items mit der Diskriminanzfunktion beträgt 0,81. Stärkere Unterschiede gibt es auch bezüglich der Einschätzung der Wichtigkeit von „Interviews und Gesprächen“ (0,54). Erst an dritter Stelle steht mit „Operette und Musical“ ein Item aus dem Bereich der Musikbeiträge (-0,39), während an vierter Stelle mit den „Hintergrundinformationen“ wiederum ein Wortbeitrag steht (0,36). Für die Gruppe der *NDR 3*-Hörer nehmen Literatursendungen sowie Interviews und Gespräche eine deutlich wichtigere Funktion ein als für die *Klassik Radio*-Hörer;<sup>6</sup> diese sind dagegen Operette und Musical mehr zugeneigt als die *NDR 3*-Hörer. Weitgehend einig sind sich beide Gruppen in ihrem Wunsch nach Musik aus der Wiener Klassik und dem Barock im Radioprogramm.

---

5 Als Prüfgröße wurde Wilks Lambda zu 0,72 berechnet.

6 In der Studie von Ahrens & Sievers wurde ebenfalls ein größeres Interesse der Hörer, die nur das Programm von *NDR 3* hören, an Wortbeiträgen festgestellt.

**Tab. 2:** Musikalische Rezeptionsweisen: Korrelationen der einzelnen Items mit den drei wichtigsten Faktoren (Ausschnitt aus der rotierten Faktorladungsmatrix) und mit der Diskriminanzfunktion (Strukturmatrix)

	Faktor	1	2	3	
	Eigenwert	3.81	2.13	1.15	
	Erklärte Varianz in %	25.4	14.2	7.7	Dis.
<i>Ich...</i>					
<i>... achte auf die Interpretation der Musiker</i>		<b>.84</b>	-.08	.10	<b>-.43</b>
<i>... versuche dem formalen Aufbau zu folgen</i>		<b>.82</b>	.04	.12	<b>-.46</b>
<i>... achte auf bestimmte Instrumente / Stimmen</i>		<b>.74</b>	.08	.13	-.04
<i>... höre zum Kennenlernen gezielt Werke</i>		<b>.59</b>	-.01	-.18	<b>-.34</b>
<i>... versuche das Stück zu erraten</i>		<b>.55</b>	.15	.11	-.09
<i>... lasse die Musik nur nebenbei laufen</i>		-.53	-.26	.14	.22
<i>... habe bildhafte Vorstellungen</i>		.28	<b>.76</b>	.16	.05
<i>... beginne zu träumen</i>		-.17	<b>.69</b>	.25	.05
<i>... erinnere mich an vergangene Erlebnisse</i>		.40	<b>.65</b>	-.04	-.16
<i>... entdecke meine Gefühle in der Musik wieder</i>		.02	.12	<b>.78</b>	<b>.38</b>
<i>... denke positiver und bekomme bessere Laune</i>		.04	.18	<b>.65</b>	.10
<i>... fühle mich in der Musik geborgen</i>		.17	.15	<b>.61</b>	.07
<i>... singe oder summe mit</i>		.16	.07	.09	-.06
<i>... kann mich dabei gut entspannen</i>		-.03	.42	.22	.26
<i>... werde durch die Musik geradezu aufgewühlt</i>		.20	-.43	.19	.12

## Musikalische Rezeptionsweisen

Ausgehend von der Hypothese, daß vor dem Hintergrund so unterschiedlicher Programmstrukturen wie denen von *NDR 3* und *Klassik Radio* auch die musikalischen Rezeptionsweisen der Hörer beider Sender differieren, wurden 15 Aussagen formuliert, die für verschiedene Hörweisen stehen könnten.<sup>7</sup> Dabei wurde versucht, für die Hauptarten musikalischer Rezeption jeweils mehrere Items an unterschiedlichen Plätzen im Fragebogen zu positionieren, um einen Hinweis auf die Reliabilität der Ergebnisse zu bekommen. (Die einzelnen Items können Tab. 2 entnommen werden.) Die Hörer sollten nun jeweils mit einem Wert von 1 bis 4 angeben, inwieweit sie den Aussagen über das Hören klassischer Musik zustimmen können, wobei 1 die höchste Zustimmung bedeutet.

7 Anregungen wurden Behne (1986, S. 119–129) entnommen, der in einer Studie mit 1224 Schülern mittels einer Variablenclusteranalyse aus 31 Fragebogenitems zu musikalischen Umgangsweisen acht verschiedene Hörweisen bei den Jugendlichen extrahiert.

Den ausgeprägtesten Mittelwert erhielt mit 1,42 die Aussage „Ich kann mich dabei gut entspannen“, was die Bedeutung der Entspannungsfunktion des Musikhörens, die in der Forschung wiederholt nachgewiesen wurde,<sup>8</sup> nachdrücklich unterstreicht. Bemerkenswert ist, daß die Musik dabei nicht nur als Hintergrundkulisse fungiert, sondern offensichtlich überwiegend bewußt wahrgenommen wird, denn die Aussage „Ich lasse die Musik nur nebenbeilaufen“ erhielt mit einem Mittel von 2,89 die geringste Zustimmung von allen Items. Auf eine differenzierte Diskussion aller Mittelwerte soll an dieser Stelle verzichtet werden, da sie teilweise recht nahe beieinander liegen und hohe Standardabweichungen aufweisen.

Eine Varianzanalyse ergab, daß sich die Gruppe der *NDR 3*-Hörer von der der *Klassik Radio*-Hörer (gebildet nach den oben genannten Kriterien) hinsichtlich ihrer Zustimmung zu den Aussagen über das Hören klassischer Musik hochsignifikant unterscheidet ( $p=0,005$ ).<sup>9</sup> Die Hypothese, daß die musikalischen Rezeptionsweisen der Hörer beider Sender differieren, konnte also bestätigt werden, wobei offen bleiben muß, ob bestimmte Hörweisen die Entscheidung für eines der beiden Programme auslösen oder ob eher die Hörweisen erst durch langjähriges Hören der Programme mit ihrer jeweils spezifischen Struktur herausgebildet werden. Eine Diskriminanzanalyse erlaubt wieder eine genauere Betrachtung des Unterschiedes zwischen den beiden Gruppen. Am höchsten mit der Diskriminanzfunktion korreliert die Aussage „Ich höre ganz aufmerksam zu, um dem formalen Aufbau zu folgen“ (-0,46), gefolgt von „Ich achte darauf, ob die Musiker das Stück gut interpretieren“ (-0,43). Beide Aspekte werden von *NDR 3*-Hörern als deutlich zutreffender angegeben als von den Hörern von *Klassik Radio*, die wiederum eher als die *NDR 3*-Hörer der Aussage zustimmen „Ich entdecke meine Gefühle in der Musik wieder“ (0,38). In stärkerem Maße trennend wirkt sich noch das Item „Ich höre gezielt Werke, die ich kennenlernen möchte“ aus (-0,34). Unter den *NDR 3*-Hörern sind also Rezeptionsweisen stärker ausgeprägt, die für einen aufmerksamen, eher sachorientierten Umgang mit der Musik stehen, die *Klassik Radio*-Hörer lassen sich dagegen mehr auf der Ebene der Gefühle ansprechen. Die Korrelationskoeffizienten sind vollständig in Tabelle 2 aufgeführt.

In der Annahme, daß sich hinter der Einschätzung der einzelnen Items durch die Hörer übergeordnete musikalische Rezeptionsweisen verbergen, wurde eine Faktorenanalyse<sup>10</sup> durchgeführt. Diese extrahierte fünf Faktoren mit einem Eigenwert über eins, die insgesamt 61,4 % der Varianz erklären, von denen hier nur die wichtigsten drei interpretiert werden sollen. Die Faktorladungen dieser Faktoren sind ebenfalls in Tabelle 2 aufgelistet.

Auffälligstes Ergebnis ist, daß auf Faktor 1 mit den Aussagen „Ich achte darauf, ob die Musiker das Stück gut interpretieren“, „Ich höre ganz auf-

8 Vgl. Gembris (1983).

9 Wilks Lambda beträgt 0,67.

10 Hauptkomponentenanalyse, Quartimax-Rotation

merksam zu, um dem formalen Aufbau zu folgen“ und „Ich achte auf bestimmte Instrumente und Stimmen“ diejenigen Items besonders hoch laden, die für eine Rezeptionsweise stehen, die sich durch eine kritische Distanz des Hörers zur Musik auszeichnet und so als aufmerksam, rational, objektiv, kognitiv oder strukturell umschrieben werden könnte.<sup>11</sup> Sie wird daher im folgenden als *kritisch interessiertes Hören* bezeichnet. In diesen Zusammenhang gehören auch die Items „Ich höre gezielt Werke, die ich kennenlernen möchte“ und „Ich versuche zu erraten, um was für ein Stück es sich handelt“, während die Aussage „Ich lasse die Musik nur nebenbeilaufen“ mit diesem Faktor hoch negativ korreliert; das bedeutet, je mehr die Hörer den oben genannten Aussagen zustimmen, desto weniger stimmen sie der letztgenannten zu und umgekehrt.

Faktor 2 ist bestimmt durch die Items „Ich habe bildhafte Vorstellungen“, „Ich beginne zu träumen“ und „Ich erinnere mich oft an Erlebnisse aus meiner Vergangenheit“. Der Zusammenhang zwischen diesen Aussagen besteht offenbar darin, daß die Musik auslösendes Moment für Assoziationen und Tagträume ist. Die Rezeptionsweise soll deshalb als *assoziativ sentimentales Hören* bezeichnet werden.

Faktor 3 weist eine gewisse Nähe zu Faktor 2 auf. Die Musik löst Assoziationen aus, die in diesem Fall stärker emotional eingefärbt sind und für den Hörer eine ausgleichende Funktion erfüllen. Es laden besonders hoch die Aussagen „Ich entdecke meine Gefühle in der Musik wieder“, „Ich denke positiver und bekomme gute Laune“ und „Ich fühle mich in der Musik geborgen“. Die Dimension wird im folgenden als *emotional identifikatorisches Hören* bezeichnet.

## **Zusammenhang zwischen den Programmpräferenzen und den musikalischen Rezeptionsweisen**

Um zu prüfen, ob sich zwischen den geäußerten Programmpräferenzen und den musikalischen Rezeptionsweisen Zusammenhänge feststellen lassen, soll auf die drei oben beschriebenen Faktoren zurückgegriffen werden, da sie 11 der 15 Items zu sinnvoll interpretierbaren Gruppen zusammenfassen und so eine übersichtliche Darstellung erlauben. Eine kanonische Korrelation zwischen den Programmpräferenzen und den ersten drei Faktoren stellt einen hochsignifikanten Zusammenhang fest mit  $p < 0,001$ . Dabei erhält man drei kanonische Variablen, von denen die erste 70,9 % des ermittelten Gesamtzusammenhangs erklärt. Die Korrelationskoeffizienten zwischen den Faktoren bzw. den einzelnen Items zu den Programmpräferenzen auf der einen Seite und der kanonischen Variablen auf der anderen Seite geben Aufschluß über die Wichtigkeit der verschiedenen Faktoren und Items für diesen Zusammenhang. Faktor 1, das *kritisch inter-*

<sup>11</sup> Vgl. Behne (1986, S. 121).

*essierte Hören*, korreliert mit 0,95 am höchsten mit der ersten kanonischen Variablen. Diese kognitiv geprägte Rezeptionsweise geht hauptsächlich einher mit dem Wunsch nach Wortbeiträgen wie den „Hintergrundinformationen zu den Stücken“ (0,71), „Literatursendungen“ (0,60) und „Interviews und Gesprächen“ (0,56) und ist ferner verbunden mit größerer Vorliebe für die „Musik aus der Romantik“ (0,63), und für „moderne Ernste Musik“ (0,48), die ja insgesamt eher zurückhaltend eingeschätzt wurde.

Bemerkenswert ist, daß sowohl die zu Faktor 1 gehörenden Aussagen als auch die ersten drei der hier genannten Programmpräferenzen genau die sind, bezüglich der sich, wie oben dargelegt, die Gruppe der *NDR 3*-Hörer am stärksten von der der *Klassik Radio*-Hörer unterscheidet. Die extrahierte kanonische Variable beschreibt also nicht nur den Zusammenhang zwischen den musikalischen Rezeptionsweisen und den Programmpräferenzen, sondern faßt auch diejenigen Aspekte zusammen, die am meisten zu den Unterschieden in den beiden Hörergruppen beitragen.

## Bewertung der Programme

Am Schluß des Fragebogens wurden die Hörer gebeten, die Programme von *NDR 3* und *Klassik Radio* auf einer fünfstufigen Skala zu bewerten („gefällt mir insgesamt sehr gut“ bis „...überhaupt nicht“), wobei es ihnen freigestellt war, sich einer Bewertung zu enthalten, wenn sie das Programm nicht so gut kannten. Obwohl beide Sender von den Hörern in der Stichprobe im Schnitt etwa gleich stark genutzt werden, differieren die Bewertungen der Programme deutlich: Während *NDR 3* über die gesamte Stichprobe ein Mittel von 1,67 erreicht, schneidet *Klassik Radio* mit 2,44 schlechter ab. Ein differenzierteres Bild ergibt sich, wenn man die Bewertungen beider Sender in den oben gebildeten Gruppen vergleicht (Abb. 1). Die Gruppe der Hörer, die deutlich mehr *Klassik Radio* als *NDR 3* hören, bewertet das Programm von *Klassik Radio* mit 1,59 und das von *NDR 3* immerhin noch mit 2,30, während die Gruppe der *NDR 3*-Hörer „ihr“ Programm mit 1,34 beurteilt, das von *Klassik Radio* dagegen erheblich

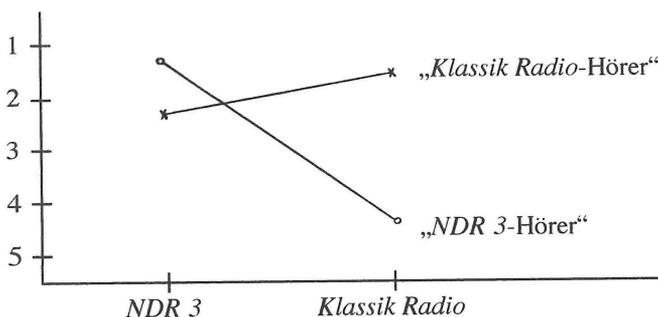


Abb. 1: Bewertung der Programme durch die Hörer

negativer mit nur 4,36! Auch in der Gruppe der Hörer, die beide Programme etwa gleich oft nutzen, schneidet *NDR 3* mit einem Mittel von 1,73 besser ab als *Klassik Radio* (2,35). Die Ergebnisse einer offenen Frage nach Kritik der Hörer an den Programmen deuten darauf hin, daß die negativere Bewertung von *Klassik Radio* vor allem auf die Tatsache zurückzuführen ist, daß auf diesem Programm Werbung ausgestrahlt wird, die oft als penetrant und unpassend empfunden wird. Auf der anderen Seite könnte die recht positive Bewertung von *NDR 3* auch unter den *Klassik Radio*-Hörern auf den Imagevorteil, den *NDR 3* als etabliertes Programm besitzt, zurückzuführen sein wie auf die Tatsache, daß der *NDR* in Norddeutschland eine große Präsenz als Konzertveranstalter und Kulturförderer zeigt. Eine Rolle könnte auch spielen, daß sich viele Hörer zwar gerne durch das etwas seichtere Programm von *Klassik Radio* entspannen lassen, ihnen aber trotzdem bewußt ist, daß *NDR 3* an sich selbst und den Hörer höhere Ansprüche stellt und sie dies mit einer positiven Bewertung honorieren.

## Abstract

*NDR 3*, a broadcast wave under public law focused on classical music, got a commercial rival with *Klassik Radio* in 1990. In the competition for the listener's favour both stations follow different conceptions. So the quota of spoken word in the programme of *Klassik Radio* is distinctly lower than at *NDR 3*. An analysis by questionnaire of 133 regular listeners of these stations showed that besides persons listening mainly to one of them there is a large group participating in both equally. In addition to the preference for music from the classic, romantic, and baroque periods, there is a considerable demand for some background information. Moreover from the evaluation of 15 statements about listening to classical music, some factors could be extracted that can be interpreted as certain modes of music perception. These show a highly significant canonical correlation with the programme preferences. Listeners favouring *NDR 3* differ from *Klassik Radio* listeners in preferring word contributions, correlated with a rather cognitive mode of music perception.

## Literatur

- Theodor W. Adorno (1968) - *Einleitung in die Musiksoziologie*. Frankfurt am Main.
- Eva Ahrens & Petra Sievers (1995) - *Klassik Radio. Eine Fallstudie zur Nutzung von Klassik Radio im dualen Rundfunksystem*. Media Perspektiven, Heft 7, 340–347.
- Stefan Amzoll (1995) - *Die merkwürdige Weise von „Klassik Radio“*. Neue Zeitschrift für Musik, Heft 1, 51–53.
- Monika Baldauf & Walter Klingler (1994) - *Hörfunk: Stabile Nutzung bei wachsendem Angebot*. Media Analyse 1994. Media Perspektiven, Heft 8, 409–418.

- Klaus-Ernst Behne (1986) – *Hörertypologien*. Regensburg.
- Jürgen Bortz (1993) – *Statistik für Sozialwissenschaftler*. 4. Aufl., Berlin.
- Mechthild Debus (1994) – *Segmentierung in Zielgruppen. Der Werbemarkt 1993*. Media Perspektiven, Heft 6, 286–296.
- Rainer Dollase, Michael Rösenberg & Hans J. Stollenwerk (1986) – *Demoskopie im Konzertsaal*. Mainz.
- Joachim Drengberg (1993) – *Formatanalyse für Radioprogramme*. Media Perspektiven, Heft 4, 183–190.
- Josef Eckhardt (1986) – *Musik im Hörfunk: Für wen?* Rundfunk und Fernsehen, Heft 1, 87–103.
- Heiner Gembris (1983) – *Musikhören und Entspannung*. Zeitschrift für Musikpädagogik, 8. Jg., Heft 23, 37–43.
- Manfred Jenke (1986) – *Neun Millionen Minuten. Die Bedeutung der Musik für das Radio und sein Publikum*. ARD-Jahrbuch, 63–83.
- Peter Kaminski (1991) – *Rundfunk mit vollautomatischem Sendeablauf – Klassik Radio Hamburg*. Sonderdruck aus Production Partner, Heft 5.
- Marie-Luise Kiefer (1985) – *Konsumentensouveränität versus öffentliche Aufgabe. Thesen zum „Wettbewerb“ privatwirtschaftlich-kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Rundfunks*. Media Perspektiven, Heft 1, 15–23.
- Günter Kleinen (1986) – *Der Zielgruppenbezug als Bewertungskriterium für Musik in Hörfunk und Fernsehen*. In: Wolfgang Hoffmann-Riem & Will Teichert (Hrsg.) *Musik in den Medien*. Baden Baden.
- Friedmar Lüke (1994) – *Formatradio – unsere Zukunft?* ARD-Jahrbuch, 43–55. *NDR Geschäftsbericht 1993*.
- NDR 3 KlassikClub. Das aktuelle NDR 3 Hörfunkprogramm Mai 1995*.
- Gernot Romann (1992) – *Allein gegen alle im Kampf um die Hörer*. ARD-Jahrbuch, 69–75.
- Michael Schenk (1987) – *Medienwirkungsforschung*. Tübingen.
- Andreas Arthur Wernsing (1995) – *E- und U-Musik im Radio*. Frankfurt am Main.