

Medienforschung in München: Der Privatfunk-Boom belebt das Geschäft

Viele Münchner greifen lieber zur Zeitung

München (w&v) — Seit in München private Radios in den Äther funken, hat sich die bayerische Landeshauptstadt zum Mekka für Medienforscher entwickelt. Aber auch die Lesegewohnheiten der Münchner sind ein Thema für viele Marktforscher: ein Münchner Umfrageinstitut untersuchte kürzlich die Nutzung von Zeitungen und Zeitschriften.

Der Hamburger Professor Dr. Hermann Diller, Direktor des Instituts für Marketing an der Bundeswehr-Universität Hamburg, war fasziniert von der buntschillernden Privatfunkszene in der Isarmetropole. Er befragte im April 1986 sage und schreibe 54 Hörer im Alter zwischen 20 und 29 Jahren, wie sie Radioprogramme „wahrnehmen“. Als Ergebnis legte er eine 50seitige Analyse über das Image der Münchner Sender vor. Anhand eines Kriterienkataloges hatte der Bundeswehr-Forscher eine Rangfolge ermittelt, die — überraschenderweise — nicht die Serviceelle des Bayerischen Rundfunks, sondern das private „Radio Gong 2000“ anführt.

„Bewegung“ in der Hörerforschung

Die Diller-Studie rief sogleich die Bayerische Rundfunkwerbung (BRW) auf den Plan, die „Widersprüchliches“ entdeckt hatte. „Weder in fachlicher, noch in sachlicher Hinsicht“ entspreche die Studie den Erfordernissen einer „verallgemeinerungsfähigen Akzeptanzuntersuchung“, urteilte die Infratest-Kommunikationsforschung, München, die von der BRW um eine Stellungnahme gebeten wurde. So seien wesentliche Fragen „überhaupt nicht gestellt, andere fehlerhaft formuliert“ worden. Die Hamburger Untersuchung stelle in ihrer Kritikwürdigkeit durchaus keine Ausnahme dar, denn nicht nur die Hörfunklandschaft, auch die Hörerforschung sei „in Bewegung geraten“. Auf

diesem Felde tummelten sich, so Infratest, „in wachsender Zahl Wissenschaftler, die gerne Fachexperten sein wollen“.

Den Hamburger Bundeswehr-Professor läßt die Kollegen-Schelte aus München jedenfalls kalt: „Die Kritik kommt von Leuten, die nur in den üblichen Media-Kategorien denken.“ Die Studie gehe über die „rein demoskopische“ Reichweiten- und

Meinungsforschung hinaus und erfasse auch psychologische Größen. Außerdem habe das bundeswehreigene Institut für Marketing im Gegensatz zu manchen anderen Marktforschungs-Unternehmen „keine kommerziellen Interessen“ an der Privatfunk-Forschung. Künftig braucht der Hanseat jedenfalls nicht mehr an die Isar zu reisen, wenn er sich mit Privatfunk beschäftigen will. „In Hamburg“, so Diller, „haben wir jetzt auch private Sender.“

Die privaten Musikwellen sind auch für das Münchner Umfrageinstitut Klaus Peinelt ein Thema. Seit August

hieb „eingeschlagen“ hat „Radio Charivari“, das erst im Frühjahr 1986 auf Sendung gehen konnte: 11,7 Prozent der Befragten hatten das Programm auf der Frequenz 95,5 MHz „gestern“ gehört — ein Ergebnis zu Lasten der konkurrierenden Frequenz 92,4 MHz, auf der sieben Anbieter senden.

Während die Einschaltquoten und Bekanntheitsgrade der Münchner Privatsender mittlerweile zum „Standardprogramm“ der Münchner Markt- und Meinungsforscher zählen, beschäftigt sich Peinelt auch mit den Printmedien. In einem „Medienpaket für die Region

München“ hat das Institut in der Schwabinger Leopoldstraße auch Leser von Tageszeitungen und — erstmals — Zeitschriftenleser gezählt: Das Ergebnis überrascht: „München ist keine Zeitschriftenstadt“, interpretiert der ehemalige Marktforscher der „Süddeutschen Zeitung“ die Umfrage-Ergebnisse. Im Vergleich zur bundesweiten Media-Analyse schneiden nämlich die Zeitschriften in der Isarmetropole schlechter ab. Fast 40 Prozent der Befragten haben — laut Peinelt — keinen der neun erfaßten Titel gelesen. Während viele Münchner die Zeitschriften verschmähen, greifen sie umso lieber zur Zeitung: Nur 14,7 Prozent der Befragten lesen keine der fünf in München erscheinenden Blätter.



Münchner Smog — auch über der Mediaforschung: Einige Privatfunk-Studien sind nicht unumstritten.

Welche Tageszeitung lesen Münchner?

Abendzeitung	21,0%
Bild München	11,2%
Münchner Merkur	18,8%
Süddeutsche Zeitung	32,9%
TZ	14,2%
keine davon	14,7%

Quelle: Umfragen-Institut Klaus Peinelt GmbH, Frage: „Welche dieser Tageszeitungen lesen Sie täglich oder fast täglich?“ (4477 Interviews)

Einschaltquoten Münchner Radioprogramme

Bayern 1	39,1%
Bayern 3	49,8%
Österreich 3	5,1%
Frequenz 89,0 (Radio 1, Radio Neues Europa)	1,5%
Frequenz 96,3 (Radio Gong 2000)	15,0%
Frequenz 95,5 (Radio Charivari, Radio 2 day)	11,7%
Frequenz 92,4 (Radio M1, Radio Aktiv, Radio C, Radio Brenner, Radio Xanadu, Radio Sound-Track, Jazz-Welle)	8,3%

Quelle: Umfragen-Institut Klaus Peinelt/w&v-Auswertung, Frage: „Welche dieser Rundfunksender/Programme haben Sie gestern gehört?“ (2869 Interviews)

1985 ermittelt das auf Marktforschung in regionalen Märkten spezialisierte Institut regelmäßig die Einschaltquoten von Rundfunksendern: „Welche Rundfunksender/Programme haben Sie gestern gehört“ lautet die Frage an 2869 Münchner Haushalte, die per Zufallsstichprobe aus dem Münchner Telefonbuch ausgewählt werden. Ebenso wie das Münchner Infratest-Institut sieht auch Peinelt die Massenprogramme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit deutlichem Abstand vor den Privaten: 49,8 Prozent Tagesreichweite verbucht die Autofahrerwelle „Bayern 3“ im Raum München, das Programm „Bayern 1“ kommt auf 39,1 Prozent. Spitzenreiter bei den Privatsendern ist „Radio Gong 2000“, dem Peinelt eine Einschaltquote von 15 Prozent attestiert. Auf An-