

**Aktivitäten der evangelischen Kirchen
im privaten Hörfunk
in Deutschland**

DOKUMENTATION

IMPRESSUM

Aktivitäten der evangelischen Kirchen im privaten Hörfunk in Deutschland

Herausgegeben vom Vorstand der Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Rundfunk (aer)

Verantwortlich für die Herausgeber: Tobias Glawion

Autor / Redaktion: Wolfgang Stelljes

Gestaltung: Carsten C. Sommer, picaso.de

Hannover, August 2006

© 2006

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers. Trotz großer Sorgfalt

bei Recherche und Redaktion kann der Herausgeber keine Gewähr für die Angaben übernehmen.

Aktivitäten der evangelischen Kirchen
im privaten Hörfunk in Deutschland

| | |
|---|-----------|
| EDITORIAL | 2 |
| Reinhold Albert, Direktor der Niedersächsischen Landesmedienanstalt und zurzeit Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten | |
| PRÄAMBEL | 4 |
| Tobias Glawion, Andreas Fauth, Dr. Siegfried Krückeberg, Vorstand der Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Rundfunk (aer) | |
| AKTIVITÄTEN DER EVANGELISCHEN KIRCHEN IM PRIVATEN HÖRFUNK | 7 |
| Entwicklung des privaten Hörfunks in Deutschland | 8 |
| Kirche im Privatfunk – Die Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Rundfunk | 9 |
| DOKUMENTATION | 10 |
| Teil I: Bundesländer (aer-Redaktionen) | 11 |
| Baden-Württemberg | 11 |
| Bayern | 12 |
| Berlin/Brandenburg | 13 |
| Hamburg/Schleswig-Holstein | 13 |
| Hessen | 14 |
| Niedersachsen | 14 |
| Nordrhein-Westfalen | 15 |
| Sachsen | 16 |
| Saarland | 16 |
| Bundesweite Verbreitung | 17 |
| Teil II: Sendungen (Formate und Wortanteile) | 18 |
| Teil III: Partnersender (Marktanteile und Reichweiten) | 22 |
| RESÜMEE | 26 |
| ANHANG | 30 |

EDITORIAL
EDITORIAL

**Aktivitäten der evangelischen Kirchen
im privaten Hörfunk in Deutschland**

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

seit gut zwei Jahrzehnten gibt es in Deutschland das duale System und damit auch im Hörfunkbereich private Programmanbieter. Die Kirchen haben vielerorts früh die sich bietenden Chancen erkannt und das Gespräch mit den Programmverantwortlichen gesucht. In Bundesländern wie Bayern, Baden-Württemberg oder Niedersachsen feiert die Evangelische Kirche in den nächsten Monaten sogar ein kleines Jubiläum: Redaktionen, die eigens für die Zulieferung von Beiträgen gegründet wurden, bestehen hier seit genau 20 Jahren. Dank der Arbeit dieser Redaktionen wurde und wird ein Millionenpublikum Tag für Tag mit Informationen aus Kirche, Diakonie und Gesellschaft versorgt. Gerade die Kirchen tragen maßgeblich zu einem qualifizierten Wortprogramm bei, wie ein Blick in einschlägige Untersuchungen zeigt. Als Direktor der Niedersächsischen Landesmedienanstalt ist es mir persönlich eine Freude, bei der Verleihung unseres Hörfunkpreises immer wieder auch Redakteurinnen und Redakteure des Evangelischen Kirchenfunks auszeichnen zu können, unter anderem im Jahre 2001 mit einem Sonderpreis für „herausragende Verdienste um die journalistische Arbeit im Hörfunk und für die niedersächsischen Sender seit Anfang des Privatfunks in Niedersachsen“. Dass die Kollegen in den evangelischen Redaktionen in anderen Bundesländern in ähnlicher Weise erfolgreich sind, zeigt die vorliegende Dokumentation. Erstmals werden hier die bundesweiten Aktivitäten der evangelischen Kirchen in Deutschland im Bereich des privaten Hörfunks ausführlich dargestellt. Ein kirchliches Engagement in diesem ausgesprochen öffentlichkeitswirksamen Bereich ist auch in Zukunft mehr als wünschenswert. Ich danke den Autoren für die geleistete Arbeit und wünsche dieser Schrift die gebührende Aufmerksamkeit.



Reinhold Albert, Direktor der Niedersächsischen Landesmedienanstalt und zurzeit Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten

Reinhold Albert

Hannover, im August 2006

PRÄAMBEL
PRÄAMBEL

Aktivitäten der evangelischen Kirchen
im privaten Hörfunk in Deutschland

Mit ihrem Engagement im privaten Hörfunk lassen sich die 15 in der Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Rundfunk (aer) zusammengeschlossenen evangelischen Redaktionen auf ein besonderes und zukunftssträchtiges Kommunikationsfeld ein, das zudem im Blick auf die Marktanteile den öffentlich-rechtlichen Bereich mittlerweile deutlich hinter sich gelassen hat. Die privaten Sender finanzieren sich fast ausschließlich durch Werbung und sind somit auf möglichst hohe Einschaltquoten angewiesen, die ihnen dann genügend Aufträge aus der Werbewirtschaft garantieren. Ihr Ziel ist es daher, sich so weit wie möglich auf die Bedürfnisse ihrer Hörer einzustellen, sie nicht zu irritieren und möglichst langfristig an sich zu binden. Viel Musik, kurze Informationen, Service und vor allem fröhliche Unterhaltung: Das ist die Mischung, die es den Menschen leichter machen soll, gut gelaunt durch den Tag zu kommen. Die unangenehmeren Seiten des Lebens wie Krankheit, Tod und Sterben werden von den Sendern eher ausgeblendet.

Vor diesem Hintergrund befinden sich die evangelischen Privatfunkredaktionen wie kaum eine andere publizistische Einrichtung der Kirchen in einem Spannungsfeld zwischen „Markt und Mandat“ (Titel des 1997 vom Kirchenamt der Evangelischen Kirche in Deutschland herausgegebenen Publizistischen Gesamtkonzepts). Einerseits besteht ihre Aufgabe darin, über den christlichen Glauben, das Leben von Christen und die Lebenswirklichkeit in den evangelischen Kirchen zu berichten, „zum neuen oder erneuten Kontakt zu Christen und christlichen Gemeinden (zu) ermutigen sowie den Schwachen und Entmündigten eine Stimme (zu) geben“ (Grundsatzpapier der Kommission für privaten Rundfunk des Gemeinschaftswerks der Evangelischen Publizistik). Andererseits muss sich die evangelische Privatfunkarbeit auf die durch die kommerziellen Sender geformten Hörgewohnheiten und Bedürfnisse eines Publikums einstellen, dessen Bindung an gemeindliches Leben und dessen Kenntnisse über Glaube und Kirche stark zurückgegangen sind. Zudem werden im Umfeld eines formatierten und professionell präsentierten Programms an die kirchlichen Beiträge nicht nur formal hohe Qualitätsmaßstäbe angelegt, auch inhaltlich müssen sie den Erwartungen an Aktualität, Service und Unterhaltung entsprechen. Denn nur so sind sie keine „Bremse“ im Programm oder gar ein „Abschaltfaktor“, sondern können im Gegenteil dazu beitragen, den Hörerkreis

der Sender noch zu erweitern. Denn was in und um die Kirchen herum geschieht, das lässt sich durchaus in spannenden Geschichten erzählen und attraktiv vermitteln.

Anders als im öffentlich-rechtlichen Bereich sind die kirchlichen Privatfunkredaktionen sowohl für monologische Andachtssendungen als auch für journalistische Beiträge zuständig. In ihren Sendungen werden religiöse oder biblische Themen so umgesetzt, dass Information und Botschaft ineinander fließen, etwa durch die Art der Präsentation oder die Zuspitzung allgemeiner Themen auf religiöse, christliche und kirchliche Aspekte. Ziel ist es, die Hörer für die Relevanz der christlichen Botschaft und kirchlicher Angebote zu sensibilisieren, die eigene Zugehörigkeit zur Kirche in Erinnerung zu rufen und auf die Sehnsucht nach dem Reich Gottes angemessen zu reagieren. Dies alles geschieht, indem nicht nur herkömmliche Andachten, sondern das ganze Spektrum journalistisch erprobter Formen verwendet wird, von Beiträgen mit Originaltönen über die Reportage, Hörscenen und Glossen bis hin zu akustisch aufwendig aufbereiteten Mini-Features. Entscheidend ist dabei, dass die Probleme, Ängste, Sehnsüchte und Wünsche der Hörer angesprochen werden, und zwar formatgerecht und glaubwürdig zugleich.

Im privaten Hörfunk ist die evangelische Kirche herausgefordert, eine Gratwanderung zu vollziehen, indem sie einerseits darauf achtet, dass ihre Äußerungen für möglichst viele Hörer verständlich und nachvollziehbar sind, andererseits aber die Besonderheit und Unverfügbarkeit des von ihr vertretenen Angebots deutlich werden. Dabei muss die Kirche von der im privaten Hörfunk dominanten Werbung lernen, Menschen so anzusprechen, dass sie Interesse an ihrer Botschaft und ihren Angeboten weckt. Wichtig ist dabei die Verwendung einer zeitgemäßen Sprache, die von möglichst vielen Menschen verstanden wird. Sie muss Aufmerksamkeit erzeugen, indem sie Anreize bietet, die, gemessen an den normalen Hörgewohnheiten, ungewöhnlich erscheinen. Dazu gehört auch, dass sie sich um Witz, Originalität und Abwechslung bemüht. Schließlich ist die kirchliche Privatfunkarbeit durch die Vorgabe zeitlich knapp bemessener Sendeplätze gezwungen, sich kurz zu fassen, Abschweifungen zu vermeiden und die Konzentration der Hörer nicht zu überfordern.

Die Verpflichtung (auch der landesweiten Sender) zu regionaler Berichterstattung eröffnet die Möglichkeit, durch regionalisierte kirchliche Beiträge die Kommunikation im Nahbereich zu fördern und

Gemeinden in ihrer Identität zu stabilisieren. Von Vorteil ist hier die Verankerung der Kirche vor Ort. Indem kirchliche Privatfunkarbeit die bereits vorhandenen Kommunikationsstrukturen nutzt (on air), pflegt und stärkt (off air), kann sie auch selbst eine größere Nähe zu den Hörerinnen und Hörern erreichen. Und schließlich lässt sie so auch Kirchengemeinden und kirchliche Einrichtungen an ihrer innovativen Kraft teilhaben.



Tobias Glawion

Andreas Fauth

Dr. Siegfried Krückeberg

Vorstand der Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Rundfunk (aer)



AKTIVITÄTEN

Entwicklung des privaten Hörfunks in Deutschland

Seit dem 1. Januar 1984 bieten private Veranstalter in Deutschland Hörfunk- und Fernsehprogramme an. Entstanden ist eine ausgesprochen bunte Hörfunklandschaft mit unterschiedlichen Philosophien und Klangfarben. Bundesweit gab es im Jahr 2005 insgesamt 222 Anbieter und damit 13 mehr als im Vorjahr. Je nach Region können heute bis zu 30 Sender empfangen werden. Struktur und Organisationsform werden dabei maßgeblich durch die jeweiligen Landesmediengesetze bestimmt. In Bayern und Nordrhein-Westfalen gibt es Dutzende von Anbietern mit überwiegend lokaler Reichweite, in Niedersachsen dagegen nur drei, davon allerdings zwei mit einer landesweiten Lizenz. Hinzu kommen vielerorts private Spartensender wie das bundesweit empfangbare Klassik Radio.

„Das Radio bleibt ein wichtiger Tagesbegleiter der Menschen“, heißt es im Jahrbuch 2005 der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten. Das bestätigt auch die Langzeitstudie Massenkommunikation: Danach hörten die Menschen 2005 an einem durchschnittlichen Tag 221 Minuten Radio (1980: 135 Minuten). Damit ist das Radio das meistgenutzte Medium noch vor dem Fernsehen und deutlich auch vor dem Internet. Gleichwohl hat das Internet Einfluss auf das Hörverhalten. So zeichnet sich bereits heute ab, dass das so genannte Podcasting, also das zeitsouveräne Herunterladen von Wortbeiträgen aus dem Internet, die Hörfunknutzung nachhaltig verändern könnte. Bei dieser neuen Distributionsform sind einige der Kirchenredaktionen führend.

Kirche im Privatfunk – Die Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Rundfunk (aer)

Die Evangelische Kirche in Deutschland öffnete sich nach anfänglicher Skepsis und begleitet von vielen Diskussionen den Möglichkeiten der neuen Informations- und Kommunikationstechniken. Maßgebend für die Präsenz der evangelischen Kirchen im privaten Rundfunk sind die jeweiligen Landesmediengesetze, in denen unter anderem die Voraussetzungen für eine Teilnahme am Programm festgeschrieben wurden. So wurde den Kirchen in vielen Bundesländern die Möglichkeit eingeräumt, eigene Programminhalte beizusteuern (Drittensenderecht), eine Aufgabe, zu deren Erfüllung die zuständigen Landeskirchen in der Regel eigene Redaktionen gründeten. Diese passen ihre Beiträge in Stil und Form dem jeweiligen Programmumfeld an und sind für eine meist jüngere Hörerschaft, die als kirchlich distanziert gilt, häufig das einzige Bindeglied zur Kirche.

Fast alle evangelischen Privatfunkredaktionen gehören der Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Rundfunk (aer) an. Der Dachverband ist ein eingetragener Verein mit Sitz in Kassel. Auftrag und Ziel der aer-Arbeit ist es, „das Evangelium im privatrechtlich organisierten Rundfunk zu verkünden und mit den Mitteln christlicher Publizistik sich schwerpunktmäßig in der Berichterstattung über religiöse Fragen, soziale Minderheiten, der Verständigung zwischen den Kulturen und ethischen Themenschwerpunkten zu engagieren.“ Zu den Grundsätzen der Arbeit gehört eine enge Zusammenarbeit bei der Programmgestaltung, aber auch bei Kirchentagen. Wiederholt haben die aer-Redaktionen ein eigenes Kirchentagsradio veranstaltet, das zum Teil auch über das Internet zu hören war. Gemeinsam mit einigen katholischen Schwesterredaktionen gestalten die aer-Redaktionen außerdem das Kirchenprogramm bei Klassik Radio.

DOKUMENTATION

DOKUMENTATION

Im Frühjahr 2006 wurden alle aer-Redaktionen im Rahmen einer schriftlichen Befragung um Angaben über die Redaktion sowie ihre Hörfunk- und andere Aktivitäten gebeten. Alle Fragebögen wurden beantwortet. Damit kann nun zum ersten Mal ein umfassenderes Bild von den Aktivitäten der Kirche im Privatfunk gezeichnet werden. Diese variieren von Bundesland zu Bundesland und von Sender zu Sender. Aus diesem Grund wurde die nachfolgende Dokumentation zunächst nach Bundesländern – beziehungsweise nahezu analog dazu: evangelischen Hörfunkredaktionen – gegliedert (Teil I). Es folgt eine Darstellung der Beitragsformen, die von den aer-Redaktionen produziert werden; hier werden unter anderem auch die Wortanteile quantifiziert (Teil II). Dem schließt sich eine Übersicht der Partnersender an, mit Angaben zu Reichweiten und Marktanteilen (Teil III). Resümee und Anhang komplettieren die Darstellung.

Teil I: Bundesländer (aer-Redaktionen)

Baden-Württemberg

Kennzeichnend für den Privatradiomarkt in Baden-Württemberg ist die vergleichsweise große Sendervielfalt und die Aufteilung der Sendgebiete entsprechend der zwei Landeskirchen zwischen dem Evangelischen Rundfunkdienst Baden ERB gGmbH und der Evangelischen Rundfunkagentur Württemberg (ERA). Produziert werden vor allem Andachten, Sonntagsmagazine (in Kooperation mit anderen christlichen Kirchen) und tagesaktuelle Beiträge. Die ERA beliefert seit 1987 die Sender Hit-Radio ANTENNE 1 (Stuttgart), Radio 7 (Ulm), DONAU 3 FM (Ulm), DIE NEUE 107.7 (Stuttgart), ENERGY (Waiblingen/Ludwigsburg), Radio Neckarburg (Rottweil) und Radio TON (Heilbronn) sowie seit 2000 auch bigFM (Stuttgart). Dieser Sender spielt sowohl inhaltlich als auch in quantitativer Hinsicht eine besondere Rolle, denn bigFM ist landesweit und darüber hinaus auch in Rheinland-Pfalz, dem Saarland und in Teilen von Hessen und Nordrhein-Westfalen zu empfangen. Mit ihren Verkündigungssendungen und Magazinen erreicht die ERA zusammen mit ihren Partnerredaktionen wöchentlich jeweils etwa 500.000 Hörer. Das Engagement beim Jugendsender bigFM gestalten die ERA und der ERB gemeinsam. Letzterer trägt die redaktionelle Verantwortung für die ökumenische Sonntagssendung bigCHURCH; die ERA wiederum zeichnet verantwortlich für die Beratungssendung „0700 Nighttalk“ und die Gebetssendung „bigPRAY“. Für dieses bundesweit einzigartige Format gehen die Anliegen der Hörer über Internet und Telefon ein.

Ebenfalls in Württemberg aktiv ist Radio M. Die Hörfunkagentur der Freikirchen erstellt in Kooperation mit anderen Kirchen Sonntagsmagazine und Verkündigungssendungen für die oben erwähnten Sender mit Ausnahme von bigFM. In Kooperation mit dem ERB werden auch badische Regionalsender beliefert. Daneben engagiert sich Radio M über die Landesgrenzen hinweg. Produziert werden eine Andacht und eine Magazinsendung für Klassik Radio sowie für ANTENNE THÜRINGEN, ein Magazin für Radio Paradiso sowie Andachten für HITRADIO RTL SACHSEN und RADIO PSR.



Die Versorgung sämtlicher Privatsender in Baden obliegt dem ERB. Neben Verkündigung werden journalistische Beiträge über Kirche und Soziales sowie Talksendungen zu den Themen Religion und Glauben produziert und von bigFM, Radio Regenbogen (in ganz Baden) sowie von fünf Regionalsendern ausgestrahlt. Bei einer Sonderauswertung der Reichweiten-Analyse der Landesanstalt für Kommunikation im Jahre 2004 verzeichnete der ERB 14-tägig 1,123 Millionen Menschen. Nach der MA 2006/II erreichen ERA und ERB gemeinsam alle 14 Tage 2,87 Millionen Menschen. Ähnlich wie die ERA in Württemberg ist auch der ERB in Baden in besonderem Maße im TV- und Internetbereich aktiv. So sind beide kirchlichen Agenturen an bw family.tv als Gesellschafter beteiligt.

Bayern

Partnerin des privaten Hörfunks in Bayern ist die Radioredaktion des Evangelischen Presseverbandes, die Evangelische Funk-Agentur (efa). Die efa beliefert den landesweiten Radiosender ANTENNE BAYERN, zahlreiche Lokalsender sowie das landesweite Mantelprogramm des bayerischen Lokalfunks (BLR). Die Zusammenarbeit mit ANTENNE BAYERN läuft bereits seit 1987, dem Jahr der Lizenzierung des privaten Marktführers. Neben einem kirchlichen Magazin steuert die efa journalistische Beiträge sowie eine verkündigende Sendung bei. Für Charivari 98,6 (Nürnberg) gestaltet die efa wöchentlich eine komplette Magazinsendung und für Radio Galaxy eine zweistündige monothematische Jugendsendung („Lifeline“). Darüber hinaus werden 10 bis 15 Lokalsender regelmäßig mit Beiträgen für ihre Sonntagsmagazine beliefert. Produktionen der efa wurden von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien wiederholt mit Hörfunkpreisen ausgezeichnet. Für die hohe Akzeptanz der Privaten in Bayern sprechen die guten Werte bei Tagesreichweite und Hördauer. Gemeinsam mit anderen Abteilungen des Evangelischen Presseverbandes engagiert sich die efa auch im TV-Bereich.

Berlin / Brandenburg

Der Radiomarkt in Berlin-Brandenburg gilt als der vielfältigste in ganz Deutschland. Zu den Anbietern gehört Radio Paradiso, das „einzige christliche Privatrado Deutschlands“ - mit Studios und Frequenzen in Berlin, Frankfurt/Oder, Guben (ab Oktober 2006) und Eisenhüttenstadt (ab 2007). Mit Radio Paradiso geht es „kontinuierlich aufwärts“ (Jahrbuch 2005 der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten). Das Tagesprogramm ist von geringen Abweichungen abgesehen durchformatiert. Es gibt stündlich Nachrichten und Service (Wetter/Verkehr) sowie zu jeder halben Stunde die „Gedanken zum Auftanken“. Sendestrecken wie „Der sanfte Morgen“ oder „Der entspannte Nachmittag“ enthalten pro Stunde mal zwei, mal vier Wortblöcke von jeweils bis zu 120 Sekunden Länge. Deutlich höher ist der Wortanteil in wöchentlichen Magazinsendungen wie „Mehr als Ja und Amen“, produziert von Radio M, oder in „Einfach himmlisch“, einer Sonntagssendung, für die der Evangelische Rundfunkdienst (ERD) – Privatfunk – verantwortlich zeichnet. Der ERD produziert außerdem die „Frage an den Bischof“, eine Sendereihe mit dem EKD-Ratsvorsitzenden Wolfgang Huber, sowie eine Sonntagsandacht mit sechs Beiträgen von insgesamt bis zu 15 Minuten Wort. Darüber hinaus liefert der ERD Nachrichten-O-Töne an BB RADIO und 94,5 Radio Cottbus und versorgt weitere Privatfunkredaktionen im Bundesgebiet mit kirchlichen Informationen aus der Hauptstadt. Dabei sieht das staatliche Rundfunkrecht in Berlin-Brandenburg ein Drittsenderecht der Kirchen bei privaten Rundfunkanbietern nicht vor. Im TV-Bereich arbeitet der ERD bei besonderen Anlässen mit den Sendern N24 und TV.BERLIN zusammen. So gab es beispielsweise anlässlich des Trauergottesdienstes für Johannes Rau eine Kooperation mit N24.

Hamburg / Schleswig-Holstein

Die Privatsender in Hamburg und Schleswig-Holstein werden vom Evangelischen Rundfunkdienst Nord (ern), einer Abteilung der ern media GmbH, mit kirchlichen Programmbeiträgen versorgt. Der ern unterhält Redaktionen in Hamburg und Kiel und kooperiert jeweils mit dem Katholischen Rundfunkreferat. In Hamburg ist der ern für zwei Sender aktiv: Radio Hamburg und 106!8 rock'n pop (vormals Alsterradio). Die Kieler Redaktion verantwortet wiederum die Sendungen bei R.SH Radio Schleswig-Holstein, delta radio und Radio NORA. Beigesteuert werden hier ausnahmslos Sonntagsmagazine, die jeweils zwischen 6 und 9 Uhr ausgestrahlt werden. Da alle Sender landesweit empfangbar sind und es sich bei R.SH und Radio Hamburg zugleich um die Marktführer handelt, sind die Reichweiten entsprechend hoch.

Hessen

In Hessen verantworten die Mitarbeiter der Medienagentur der Evangelischen Kirche von Kurhessen-Waldeck (medio) sowie der Privatfunkagentur der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau (PAK) gemeinsam mit ihren katholischen Kollegen das Privatfunkprogramm der Kirchen. Tonangebend ist hier HIT RADIO FFH. Der Marktführer erhält eine Mixtur aus journalistischen Beiträgen, tagesaktuell und im Sonntagsmagazin. Ähnliches gilt für radio harmony.fm. Eine Talksendung mit einem Wortanteil von 35 Minuten geht an das Wirtschaftsradio MAIN FM, ein Sonntagsmagazin an SkyRadio. Mit Nachrichtensendungen aus der christlichen Musikszene wird planet radio beliefert. Hinzu kommen Beiträge für das kirchliche Magazin bei Klassik Radio. An Sonntagen werden allein in Hessen mehr als eine Million Hörerinnen und Hörer erreicht. Die von HIT RADIO FFH ausgestrahlte Sendung „Kreuz & quer“ wurde 1997 mit dem „International Radio Award“ ausgezeichnet, einer Art Oscar für die beste religiöse Radiosendung weltweit. Einen besonderen Schwerpunkt legt die PAK in Frankfurt auf die Ausbildung: in einem breit angelegten Workshop-Programm gibt es Angebote für Einsteiger und Fortgeschrittene (wie freie Mitarbeiter und Praktikanten).

Niedersachsen

„In Niedersachsen hören mehr Menschen Radio als im Bundesdurchschnitt.“ Gestützt wird diese Aussage im Jahrbuch 2005 der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten durch Angaben zu Tagesreichweite und Hördauer – in beiden Fällen verzeichnet Niedersachsen überdurchschnittliche Werte. Davon profitiert auch der Evangelische Kirchenfunk Niedersachsen GmbH. Er versorgt die beiden landesweiten Privatsender radio ffn (seit 1987) und Hit-Radio Antenne (seit 1990) sowie RADIO 21 (seit 2000) mit tagesaktuellen Beiträgen, monothematischen Spezialsendungen, kompletten Magazinen, Regionalmeldungen und besonderen Formaten wie dem „Hit from Heaven“. An Wochentagen erreicht ekn zwischen 450.000 und 1.250.000 Hörer; am Wochenende sind es bis zu zwei Millionen Menschen. Für die journalistische Qualität der Beiträge sprechen zahlreiche Auszeichnungen,

unter anderem der renommierte Robert Geisendörfer Preis 2006 sowie mittlerweile 20 Hörfunkpreise der Niedersächsischen Landesmedienanstalt. Gerade in jüngster Zeit hat ekn mit neuen Formaten wie einer Kolumne mit Landesbischöfin Margot Käßmann (in Kooperation mit der BILD-Zeitung) und einer zeitgeschichtlichen Comedy-Reihe („Wer hat an der Uhr gedreht?“) von sich reden gemacht. Ekn hat als erste kirchliche Redaktion in Deutschland das Podcasting angeboten und beliefert neben den privaten auch öffentlich-rechtliche Programme (vor allem Deutschlandradio und Deutschlandfunk).

Nordrhein-Westfalen

In Nordrhein-Westfalen hat sich der Gesetzgeber für ein bundesweit einmaliges Modell entschieden - beim so genannten Zwei-Säulen-Modell sind wirtschaftliche und publizistische Verantwortung getrennt. Entstanden sind 46 Lokalstationen, die von radio NRW mit einem Mantelprogramm beliefert werden. Die evangelischen Verkündigungssendungen werden im Auftrag der drei Landeskirchen Rheinland, Westfalen und Lippe von der Redaktion PEP erstellt (Programm der Evangelischen Kirchen für den Privatfunk in NRW). Dabei handelt es sich um zwei regelmäßige Sendungen: „Himmel und Erde“, ein einstündiges Magazin an Sonn- und Feiertagen, sowie pro Werktag einen Verkündigungsbeitrag mit dem Titel „Augenblick mal!“. Das Magazin hat einen festen Sendeplatz von 8 bis 9 Uhr im Mantelprogramm von radio NRW, der Verkündigungsbeitrag wird von Lokalstationen „floatend“ zwischen 6 und 9 Uhr ausgestrahlt. Beide Sendungen erreichen jeweils etwa eine Million Hörerinnen und Hörer. Auf Anfrage erstellt die Redaktion auch aktuelle Beiträge für das Tagesprogramm von radio NRW.

Sachsen

Sachsen gehört ebenfalls zu den Bundesländern mit einer überdurchschnittlichen Hörfunknutzung. Marktführer bei den Privaten ist RADIO PSR. Hier unterhält die Evangelische Verlagsanstalt (EVA) GmbH eine Kirchenredaktion. Wochentäglich werden eine Andacht sowie ein journalistischer Beitrag gesendet, am Wochenende ein Magazin. Weitere aktuelle Beiträge werden nach Bedarf produziert. Darüber hinaus steuert die Redaktion für das Wochenendprogramm des Senders R.SA einen Musikbeitrag bei. Außerdem läuft bei apollo radio von montags bis freitags eine Andacht; hier wechseln sich die Kirchenredaktionen von RADIO PSR und HITRADIO RTL SACHSEN ab. Diese ebenfalls von der EVA GmbH unterhaltene Kirchenredaktion erstellt außerdem für HITRADIO RTL SACHSEN in Kooperation mit der katholischen Redaktion eine Andacht für jeden Wochentag sowie ein Sonntagsmagazin. Für die News werden aktuelle kirchliche Nachrichten zugeliefert. Über die Stadtradiokette wird ebenfalls eine Andacht an Wochentagen ausgestrahlt. Alle Andachten werden zweimal täglich gesendet. Damit sind die beiden evangelischen Kirchenredaktionen in den Programmen der vier großen Privatfunkanbieter Sachsens vertreten.

Saarland

Unter den Sendern im Saarland hat Radio Salü bei den Hörern zwischen 14 und 49 Jahren die Nase vorn: Der private Sender erreicht in dieser Zielgruppe einen Marktanteil von 53,9 Prozent und damit mehr als alle regionalen ARD-Programme zusammen. Radio Salü wird vom Beauftragten im Evangelischen Rundfunkreferat Saar mit zwei journalistischen Beiträgen in der Woche sowie einem verkündigenden Beitrag am Sonntag beliefert. Der Beauftragte ist zudem Vorsitzender des Vereins „Radio Salü – Wir helfen e.V.“ und der Spendenaktion STERNENREGEN und steuert für diese Aktion in der Zeit von Mitte November bis Mitte Januar insgesamt rund 40 journalistische Beiträge sowie 250 Spots bei. Außerdem liefert der Beauftragte Themen und Termine an SaarTV. Angestrebt wird eine Zusammenarbeit mit bigFM-Saarland.

Bundesweite Verbreitung

Eine Sonderrolle unter den kirchlichen Redaktionen in Deutschland nimmt der Evangeliums-Rundfunk (ERF) mit Sitz in Wetzlar ein, der sein Hörfunkprogramm unter anderem über Satellit, Mittelwelle und Internet bundesweit verbreitet. Das 24-Stunden-Programm gliedert sich in zwei Tagesflächen mit unterschiedlichen Zielgruppen. Bis 12 Uhr wird tendenziell eher ein älteres Publikum angesprochen, danach stärker die mittlere Generation. Sendungen wie „Aufgeweckt“ (6 Uhr), „Cavallando, Kultur und Charaktere“ (16 Uhr) oder „Lesezeichen“ (19 Uhr) strukturieren das Programm. Mit „JoeMax“ und „babbelgamm“ richten sich zwei Formate an Kinder unterschiedlichen Alters. Die Programmverantwortlichen gehen von etwa 100.000 Dauerhörern aus. Hinzu kommt CrossChannel.de, das junge Radio des ERF, das über Internet und Handy verbreitet wird. Im TV-Bereich produziert der ERF zwei Halbstundenformate für säkulare Sender sowie zwei Stunden pro Tag für bibel tv.

Teil II: Sendungen (Formate & Wortanteile)

Kennzeichnend für die Arbeit der aer-Redaktionen sind die vielfältigen

Präsentationsformen. Zum verkündigenden Wort kommt der journalis-

tische Beitrag, zum tagesaktuellen Bericht das häufig mehrstündige

Magazin. Die Produktionen lassen sich wie folgt kategorisieren:

Andachten und Verkündigungssendungen

Andachten und Verkündigungssendungen zählen naturgemäß zum Tagesgeschäft kirchlicher Redaktionen. Rein quantitativ bilden sie die größte Gruppe von Einzelsendungen. Insgesamt produzieren die aer-Redaktionen 38 verschiedene Angebote. Dafür stellen die Partnersender 435 Sendeplätze bereit. Besonders stark fallen hier die 46 Lokalsender in Nordrhein-Westfalen mit insgesamt 276 Sendeplätzen pro Woche ins Gewicht. Andachten und Verkündigungssendungen werden meist werktags ausgestrahlt, nicht selten auch mehrfach. Rechnet man die Wortanteile zusammen, so kommt man auf fast 14 Stunden Wort in 14 Tagen oder durchschnittlich eine Stunde Verkündigung am Tag. Auffällig hoch sind Angebotszahl und Wortanteile in Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg.

Journalistische Einzelbeiträge

Deutlich schwächer in den Programmen vertreten sind journalistische Einzelbeiträge. Unterscheiden lassen sich rund 30 verschiedene Formate, in der Regel „gebaute Beiträge“, aber auch Kommentare. Insgesamt stellen die Sender für diese Form in einem Zeitraum von 14 Tagen etwas mehr als 50 Sendeplätze zur Verfügung. Der Wortanteil liegt zusammengerechnet bei knapp 100 Minuten. Journalistische Einzelbeiträge haben häufig einen tagesaktuellen Bezug und kommen vor allem in Niedersachsen, Hessen, Bayern und im Saarland zum Einsatz. Soweit Einzelbeiträge im Rahmen von Magazinen ausgestrahlt werden, sind sie in der folgenden Kategorie berücksichtigt.

Magazine

Fast alle aer-Redaktionen erstellen auch Magazinsendungen für ihre Kooperationspartner. Für die Sender in Hamburg und Schleswig-Holstein wird sogar ausschließlich diese Form produziert. Magazine haben eine Länge zwischen 45 Minuten und vier Stunden und werden in der Regel an Sonn- und Feiertagen und hier fast ausnahmslos morgens gesendet. Das Gros der Magazine wird wöchentlich oder 14-tägig gesendet, einige wenige auch in größeren Abständen. Addiert man alle aer-Magazine, die in einem Zeitraum von 14 Tagen ausgestrahlt werden, so kommt man auf 38 Sendungen mit zusammengerechnet 67 Sendestunden. Der Wortanteil liegt bei bis zu neun Stunden.

Sonderformen

Hierzu zählen Beratungssendungen wie die „Helpline“ (ekn Hannover), „Zimmermann“ (efa München) und „0700 Nighttalk“ (ERA Stuttgart). Subsummiert wurden außerdem die Talksendung „Wirtschaft und Gesellschaft“ (PAK Frankfurt), das einstündige monothematische „ffnspezial“ (ekn Hannover) sowie die zweistündige Jugendsendung „LifeLine“ (efa München). Die genannten Sendungen sind zugleich die mit dem höchsten Wortanteil: Er liegt zum Teil bei 30 und mehr Minuten und in der Addition bei etwa zwei Stunden. Ebenfalls zu den Sonderformen kann die Spendenaktion STERNENREGEN gerechnet werden, die im Saarland von Mitte November bis Mitte Januar ausgestrahlt wird; die Beiträge und Spots haben in der Summe rund drei Stunden Wort.

Die Zusammenarbeit mit den Partnersendern ist sehr verlässlich. Fast alle aer-Produktionen kommen regelmäßig im Programm vor, allerdings mit großen Unterschieden bei den Intervallen. Es gibt Andachten, die zweimal am Tag ausgestrahlt werden, und Magazine, die nur alle sechs Wochen zu hören sind. Das Gros der Sendungen ist jedoch wöchentlich oder 14-tägig im Programm.

Nimmt man allein die Sendungen, die mindestens einmal pro Woche ausgestrahlt werden, so kommt man auf über 18 Stunden Wort. Betrachtet man einen Zeitraum von 14 Tagen, so kommen rund 25 Stunden Wort zusammen. Alle Sendungen zusammen – also auch die, die seltener ausgestrahlt werden – haben in der Addition rund 26 Stunden Wort. Der durchschnittliche Wortanteil pro Woche liegt bei etwas mehr als 22 Stunden. In dieser Rechnung sind weder die Beiträge enthalten, die die aer-Redaktionen für das bundesweit empfangbare Programm von Klassik Radio beisteuern, noch die beiden evangelischen Vollprogramme.

Der Evangeliums-Rundfunk in Wetzlar und Radio Paradiso strahlen ihr Programm rund um die Uhr aus, einmal bundesweit, einmal im Raum Berlin-Brandenburg. Dabei finden sich im Programm von Radio Paradiso auch Zulieferungen anderer aer-Redaktionen. Mit dem Wortanteil dieser beiden Sender, der nicht exakt quantifiziert wurde, würde sich die Gesamtbilanz noch weitaus erfreulicher gestalten. Für Radio Paradiso lassen sich sicher mehrere Wortstunden pro Woche veranschlagen. Beim ERF gibt es Sendungen, in denen fast ausschließlich Musik gespielt wird, aber auch solche, die fast zu 100% aus Wort bestehen.

So hat allein die Sendung „Lesezeichen“ rund drei Stunden Wort pro Woche. Dies unterstreicht noch einmal, was die aer-Redaktionen allein in quantitativer Hinsicht leisten. Dass deren „Wort“ auch qualitativ überzeugt, dafür sprechen zahlreiche Auszeichnungen. So wurde die Sendung „Kreuz & quer“ (PAK Frankfurt + medio Frankfurt und Kassel) 1997 mit dem „International Radio Award“ ausgezeichnet. Im Jahr 2002 ging die „Silver Worldmedal“ des „The New York Festivals“ an die Sendung „Gerwin trifft – Was Deutschlands Prominente glauben“ (ERB Karlsruhe). Und mit dem „Hit from Heaven“ (ekn Hannover) erhielt in diesem Jahr erstmalig auch eine Produktion des privaten Rundfunks den renommierten Robert Geisendörfer Preis.

Teil III: Partnersender (Marktanteile & Reichweiten)

Die evangelischen Privatfunkredaktionen in Deutschland sind flächendeckend aktiv und kooperieren in der Regel mit mehreren Sendern.

Von den aer-Redaktionen, die im Rahmen dieser Untersuchung befragt wurden, werden insgesamt rund 100 der 222 privaten Hörfunkanbieter in Deutschland mit Beiträgen beliefert. Einige Sender - wie zum Beispiel bigFM - werden von mehreren aer-Redaktionen beliefert (daher die Differenz zu der Gesamtzahl in der folgenden Tabelle).

| Redaktion | Anzahl Partnersender | Summe Marktanteil 14-49 Jahre (in Prozent) |
|------------------------------------|----------------------|--|
| ERA (Stuttgart) | 8 | 43,4 (mind.) |
| ERB (Karlsruhe) | 7 | 23,7 (mind.) |
| Radio M (Stuttgart) | 16 (mehrere BL) | 35,2 (mind. / plus andere BL) |
| efa (München) | 14 (mind.) | 39,1 (mind.) |
| ERD (Berlin) | 3 | 20,3 (mind.) |
| Radio Paradiso | (1) | 4,3 |
| ern (Hamburg) | 2 | 44,2 |
| ern (Kiel) | 3 | 73,5 |
| PAK + medio (Frankfurt und Kassel) | 5 | 58,0 (mind.) |
| ekn (Hannover) | 3 | 57,1 |
| PEP (Düsseldorf) | 1/46 | 38,7 |
| EVA (Leipzig) | 5 | 74,2 (mind.) |
| ERR (Saarbrücken) | 1 | 53,9 |
| ERF (Wetzlar) | (1) | o.A. |

(Angaben aus dem Jahrbuch 2005 der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten; Marktanteil: Zielgruppe 14-49 Jahre, Stand 2005; BL = Bundesländer)

Rechnet man die Marktanteile aller Privatsender zusammen, mit denen die aer-Redaktionen in den einzelnen Bundesländern kooperieren, so werden in Sachsen und Schleswig-Holstein fast drei Viertel aller Hörerinnen und Hörer im Alter zwischen 14 und 49 Jahren erreicht. In Hessen, Niedersachsen und im Saarland ist es mehr als die Hälfte. In Hamburg wird die 40-Prozent-Marke deutlich überschritten. Ähnliches dürfte auch für Bayern und für Baden-Württemberg gelten (hier fehlen exakte Angaben vor allem kleinerer Sender). Hinzugefügt werden kann, dass fast immer auch Hörer in angrenzenden Bundesländern erreicht werden. So sind HIT RADIO FFH, radio NRW und R.SH auch in Teilen von Niedersachsen empfangbar. Umgekehrt werden Beiträge von radio ffn und Hit-Radio Antenne unter anderem in Hamburg oder Hessen gehört.

Unter den Kooperationspartnern der aer-Redaktionen befindet sich stets auch der größte Privatsender in dem jeweiligen Bundesland. Dieser ist bei der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen in vielen Fällen zugleich der Marktführer – auch unter Einschluss der öffentlich-rechtlichen Programme.

| Marktführer | Marktanteil | Stundenreichweite | Redaktion |
|--------------------------|-------------|-------------------|---|
| radio NRW | 38,7 | 1.387.000 | PEP Düsseldorf |
| ANTENNE BAYERN | 36,5 | 995.000 | efa München |
| HIT RADIO FFH | 44,6 | 633.000 | PAK Frankfurt + medio Frankfurt/Kassel |
| radio ffn | 30,6 | 397.000 | ekn Hannover |
| Radio Schleswig-Holstein | 47,6 | 287.000 | ern Kiel |
| Radio Hamburg | 37,1 | 237.000 | ern Hamburg |
| RADIO PSR | 31,6 | 235.000 | Kirchenredaktion PSR |
| BB RADIO | 16,0 | 209.000 | ERD Berlin |
| Radio Salü | 53,9 | 74.000 | ERR Saarbrücken |

(Quelle: Jahrbuch 2005 der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten; Marktanteil: Zielgruppe 14-49 Jahre, Stand 2005; Stundenreichweite gemäß Media-Analyse I/2006)

Eine exakte Zahl der Hörer pro Tag oder Woche zu präsentieren ist nicht möglich – zu unterschiedlich sind die Sendezeiten, Intervalle zwischen den einzelnen Sendungen und auch Formen der Kooperation. Auch liegen nicht in allen Fällen genaue Angaben über Reichweiten vor. Gleichwohl gibt es für mehrere Redaktionen Näherungswerte oder teils auch genaue Zahlen.

Der Evangelische Rundfunkdienst Baden ERB gGmbH kam im Jahre 2004 auf über 1,1 Mio. Hörerinnen und Hörer (14-tägig). Bei der MA 2006/II verzeichnete der ERB gemeinsam mit der Evangelischen Rundfunkagentur Württemberg (ERA) alle 14 Tage 2,87 Mio. Hörer.

Die Redaktion in Düsseldorf (PEP) erreicht allein mit ihrem Sonntagsmagazin bei radio NRW gut eine Mio. Hörer. Eine ähnlich hohe Zahl verfolgt werktags die Andachten, die von den 46 Lokalstationen ausgestrahlt werden, sodass insgesamt von rund sieben Mio. Hörerkontakten pro Woche ausgegangen werden kann.

Der Evangelische Kirchenfunk Niedersachsen (ekn) erreicht mit einzelnen Beiträgen bis zu 443.000 Hörer. Nimmt man alle ekn-Beiträge und addiert die Stundenreichweiten, so werden bis zu 5,3 Mio. Hörerinnen und Hörer pro Woche erreicht. Da nicht alle Beiträge wöchentlich im Programm sind, wurde hier der Wert für eine Durchschnittswoche ermittelt - dieser liegt bei gut 3,7 Mio. Hörerkontakten.

Die bestplatzierten Beiträge der Evangelischen Funkagentur (efa) in Bayern werden von über 600.000 Menschen gehört. Bei einer Addition der Stundenreichweiten kommt man hier auf einen Maximalwert von etwa 5 Mio. Hörerinnen und Hörer pro Woche. In einer Durchschnittswoche dürfte die Zahl bei knapp der Hälfte liegen.

Allein diese fünf Redaktionen erreichen somit mindestens 14 bis 15 Mio. Menschen pro Woche. Rechnet man die aer-Redaktionen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Kassel, Kiel, Leipzig, Saarbrücken und Stuttgart hinzu, so dürfte die Zahl von 20 bis 25 Mio. Hörerkontakten pro Woche kaum zu hoch gegriffen sein. Dabei wurden die beiden 24-Stunden-Vollprogramme, also der Evangeliums-Rundfunk in Wetzlar und Radio Paradiso, noch nicht berücksichtigt. Ebenfalls noch nicht enthalten sind die Beiträge der aer-Redaktionen für Klassik Radio, die bundesweit ausgestrahlt werden.

Insgesamt gesehen partizipieren die aer-Redaktionen am Erfolg der privaten Hörfunkanbieter. Diese lagen bei der Media-Analyse I/2006 mit einer Gesamtreichweite von 10,4 Mio. Hörern pro Durchschnittsstunde klar vor den ARD-Programmen mit gut 9,7 Mio. Hörern. Dabei hatte sich der Marktanteil der Privaten im Vergleich zur Vorgängerstudie II/2005 erneut vergrößert; erreicht wurden 51,7 Prozent. Besonders deutlich ist der Vorsprung bei der für Privatsender und Werbewirtschaft relevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen: Hier „erzielen die Privaten einen stabilen Marktanteil von 59,7 Prozent und rangieren klar vor den ARD-Wellen (42,9 Prozent). Ermutigend aus Sicht des Privatradios: Sein Marktanteil bei der jungen Generation ist sogar gestiegen.“ (Jahrbuch 2005 der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten).

Die vorliegende Studie lenkt das Augenmerk auf die kirchlichen Redaktionen in Deutschland, die für die privaten Hörfunkanbieter arbeiten und die trotz ihres stetig wachsenden Marktanteils, der inzwischen sogar den der öffentlich-rechtlichen Anbieter übersteigt, traditionell eher übersehen werden. Ausgewertet wurden die über Fragebögen erhobenen Daten jener 15 Redaktionen, die in der Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Rundfunk (aer) zusammengeschlossen sind. Die zentralen Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Die aer-Redaktionen verantworten insgesamt **über 100 verschiedene Sendeformate**.
- Die kooperierenden Sender stellen ihnen dafür in einem Bemessungszeitraum von 14 Tagen **mehr als 500 Sendeplätze** zur Verfügung.
- Über ihre Partnersender erreichen die aer-Redaktionen pro Woche **mindestens 20 Millionen Menschen**, vermutlich jedoch noch weit mehr.
- Der Wortanteil pro Woche liegt im Durchschnitt bei etwas mehr als 22 Stunden, darunter pro Tag im Schnitt allein etwa eine Stunde nur für Andachten und Verkündigungssendungen. Noch nicht berücksichtigt sind dabei der Evangeliums-Rundfunk in Wetzlar und Radio Paradiso. Mit diesen beiden Vollprogrammen, die rund um die Uhr ausgestrahlt werden, liegt der **Wortanteil bei deutlich über 30 Stunden pro Woche**.
- Auch in qualitativer Hinsicht vermögen die aer-Redaktionen zu überzeugen - eine **Vielzahl von Auszeichnungen** bis hin zum Robert Geisendörfer Preis sind Ausdruck für einen hochwertigen und ethisch verantworteten Journalismus.

Angesichts dieser Zahlen lässt sich ohne Übertreibung festhalten, dass die evangelischen Kirchen über das Radio – und hier insbesondere über den Privatfunk – regelmäßig mehr Menschen mit ihrer Botschaft erreichen als auf allen anderen institutionalisierten oder medialen Wegen. Zum Vergleich: Bundesweit besuchen rund eine Million Menschen am Sonntag einen evangelischen Gottesdienst, weitere 900.000 verfolgen regelmäßig die sonntäglichen Fernsehgottesdienste (Quelle: EKD-Statistik 2006). Die evangelische Kirchengebetspresse mit ihren 15 Wochenzeitungen erreicht bei einer Auflage von 380.000 Exemplaren bundesweit rund 950.000 Leserinnen und Leser pro Woche.

Basis für den Erfolg der aer-Redaktionen ist die hohe Akzeptanz der privaten Programmanbieter. Diese erreichen bei der für die Werbewirtschaft, aber auch für die Kirchen wichtigen Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen einen Marktanteil von 59,7 Prozent und liegen damit deutlich vor den ARD-Wellen. Bei den Hörerinnen und Hörern handelt es sich nicht nur primär um jüngere Menschen, sondern häufig auch um so genannte „Kirchenferne“ und Konfessionslose, also um genau jene Gruppen, denen sich die EKD – wie bei der Präsentation der Mitgliedererhebung im Februar 2006 betont wurde – verstärkt zuwenden will.

Dass das Engagement im privaten Hörfunk vielfältige Herausforderungen bereithält und es unter anderem einer hörergerechten Ansprache und einer zeitgemäßen Sprache bedarf, wurde bereits in der Präambel dargestellt. Im Grundsatz gilt: aer-Redaktionen müssen bei ihrer Arbeit sowohl dem kirchlichem Auftrag als auch dem jeweiligen Senderformat entsprechen. Dabei hat jeder Partnersender sein eigenes, spezifisches Format. Dieser Umstand trägt bei zu einer großen Vielfalt bei den Präsentationsformen, setzt jedoch zugleich einer bundesweiten Versorgung von privaten Radiostationen mit kirchlichen Hörfunkbeiträgen enge Grenzen. Synergien werden zwar angestrebt und, soweit möglich, auch genutzt. Die ausdifferenzierte Medienlandschaft bleibt jedoch ein strukturelles Hindernis für ein konzertiertes Vorgehen und macht auch zukünftig eine regionale Anbindung unabdingbar, ganz abgesehen davon, dass eine regionalisierte Berichterstattung auch im Interesse der kirchlichen Entscheidungsträger vor Ort liegt.

Und noch eines zeigt diese Studie: Die Arbeit der meisten evangelischen Privatfunkredaktionen geht weit über die eigentliche Hörfunkarbeit und auch über das rein Journalistische hinaus. Etwa die Hälfte der aer-Redaktionen ist auch im TV-Bereich aktiv. Etwa zwei Drittel der Redaktionen bieten Fortbildungen an, in der Regel für landeskirchliche Einrichtungen und mitunter auch als Dienstleister für andere Interessenten. Die seelsorgerliche Arbeit, die von den Redakteurinnen und Redakteuren mit theologischer Ausbildung darüber hinaus immer wieder geleistet wird, entzieht sich einer quantifizierenden Betrachtung.

Blickt man in die Zukunft, so zeigen sich gegenläufige Tendenzen. Zum einen belegen neue Sendeformate, zahlreiche Medienpreise sowie das von Fachleuten als „Radio der Zukunft“ bezeichnete Podcasting das innovative Potential in der aer. Das Produzieren und Anbieten von Mediendateien über das Internet gehört bereits heute zum Tagesgeschäft jeder zweiten aer-Redaktion. Dabei erleichtern dezentrale Strukturen und flache Hierarchien das konstruktive Agieren der Redaktionen in einem schnelllebigen Markt. Zum anderen wird deren erfolgreiche Arbeit jedoch durch die Sparpolitik vieler Landeskirchen gefährdet. So haben zum Beispiel die Synoden in Niedersachsen eine Kürzung der Zuschüsse für den Evangelischen Kirchenfunk (ekn) um 25 Prozent bis zum Jahre 2010 beschlossen. Dies entspricht rechnerisch einem Volumen von vier Redakteursstellen – bei derzeit sieben Redakteuren. Der Stellenumfang des Beauftragten für Privatfunkarbeit im Saarland beträgt ab 2007 noch 80 Prozent und ab spätestens 2011 nur noch 50 Prozent. Andere Redaktionen sind bereits heute personell äußerst dünn besetzt. So liegt der Stellenumfang der Privatfunkbeauftragten beim Evangelischen Rundfunkdienst in Berlin seit geraumer Zeit bei 70 Prozent.

„Angesichts des geringen personellen Einsatzes und einer Riesenquote beim Massenmedium Rundfunk ist es kaum verständlich, dass diese kirchliche Arbeit, die jede Mühe lohnt und im ureigensten Interesse der Kirche liegt, von finanziellen Kürzungsdebatten nicht verschont bleibt.“ Johanna Haberer, Professorin für Christliche Publizistik, formulierte diesen Satz mit Blick auf die ARD-Programme (in: zeitzeichen 2/2006). Er gilt jedoch nicht minder für den Privatfunk. Hinzufügen ließe sich vielmehr, dass es sich beim Privatfunk längst nicht mehr um Kürzungsdebatten handelt, sondern oft bereits um Beschlüsse. Diese führen dazu, dass Themen aus Kirche, Diakonie und Gesellschaft in den privaten Programmen zukünftig deutlich schwächer vertreten sein werden. Zugleich droht der Verlust hoch attraktiver Sendeflächen. Die evangelischen Kirchen in Deutschland laufen derzeit Gefahr, sich mit ihrem Sparkurs selbst der Möglichkeiten zu berauben, die ihnen der private Hörfunk bietet. Die Zukunftsfähigkeit der Kirchen hängt jedoch entscheidend davon ab, ob sie Gehör finden - nicht nur bei denen, die ihnen traditionell die Treue halten, sondern auch bei denen, die ihnen vielleicht skeptisch, kritisch oder indifferent gegenüberstehen. Dafür ist eine evangelische Publizistik unverzichtbar - dem Mandat verpflichtet und dem Menschen zugewandt, professionell und unabhängig, auch und gerade im Privatfunk.

| aer-Mitglieder | Postadresse | Telefon/Fax |
|---|--|--|
| ern media GmbH, Ev. Rundfunkdienst Nord (ern) Büro Kiel | Gartenstr. 20 24103 Kiel | Telefon 0431/55779-219 Fax 0431-55779-214 |
| ern media GmbH, Ev. Rundfunkdienst Nord (ern) Büro Hamburg | Schillerstr. 7 22767 Hamburg | Telefon 040/306201180 Fax 040/306201189 |
| Ev. Kirchenfunk Niedersachsen (ekn) | Knochenhauerstr. 42 30159 Hannover | Telefon 0511/360699-0 Fax 0511/36099-28 |
| medio, die Medienagentur der Ev. Kirche in Kurhessen-Waldeck | Rechneigrabenstr. 10 60311 Frankfurt/Main | Telefon 069/92107-226 Fax 069/92107-201 |
| medio, die Medienagentur der Ev. Kirche in Kurhessen-Waldeck | Heinrich-Wimmer-Str. 4 34131 Kassel | Telefon 0561/9307-124 Fax 0561/9307-188 |
| Evangelischer Rundfunkdienst Baden ERB gGmbH | Blumenstr. 3 76133 Karlsruhe | Telefon 0721/91330-0 Fax 0721/91330-33 |
| Ev. Medienhaus Württemberg | Augustenstr. 124 70197 Stuttgart | Telefon 0711/22276-50 Fax 0711/22276-30 |
| radio M (Freikirchen) | Motorstr. 36 70499 Stuttgart | Telefon 0711/83000-37 Fax 0711/83000-29 |
| Ev. Funkagentur Bayern (efa) | Birkerstr. 22 80636 München | Telefon 089/12172-142 Fax 089/12172-176 |
| Ev. Verlagsanstalt Leipzig, Hitradio RTL Sachsen - Kirchenredaktion, BCS Broadcast Sachsen GmbH & Co. KG | Friedrich-List-Platz 1 04103 Leipzig | Telefon 0341/9788 651 Fax 0341/9788 661 |
| Ev. Verlagsanstalt Leipzig, Radio PSR - Kirchenredaktion, Privater Sächsischer Rundfunk GmbH & Co. KG | Thomasgasse 2 04109 Leipzig | Telefon 0341/355 355-732 Fax 0341/355 355-750 |
| Privatfunkagentur der EKHN, Frankfurt (PAK) | Rechneigrabenstr. 10 60311 Frankfurt a.M. | Telefon 069/92107-222 Fax 069/92107-201 |
| Radio Paradiso, Berlin | Am kleinen Wannsee 5 14109 Berlin | Telefon 030/806920-0 Fax 030/806920-35 |
| Programm ev. Kirchen für den Privatfunk in NRW (PEP) | FFFZ Kaiserswerther Str. 450 40474 Düsseldorf | Telefon 0211/43690-525 Fax 0211/43690-520 |
| Ev. Rundfunkdienst BB (ERD), Privatfunk | Georgenkirchstr. 69/70 10249 Berlin | Telefon 030/24344-556 Fax 030/24344-560 |
| Evangelisches Rundfunkreferat Saar Der Beauftragte für Privatfunk | Talstraße 44 66119 Saarbrücken | Telefon 0681/9102292 Fax 0211/43690-520 |
| Evangeliums-Rundfunk ERF Radio | Berliner Ring 62 35576 Wetzlar | Telefon 06441/957-362 Fax 06441/957-341 |

| E-Mail/Internet | Fritz | Ansprechpartner |
|--|----------------|---|
| rpreuss@ern.de www.ern.de | | Ralph Preuß , Redakteur |
| abell@ern.de www.ern.de | | Andreas Bell , Redakteur |
| info@ekn.de www.ekn.de | 0511/360699-61 | Tobias Glawion , Chefredakteur 1. Vorsitzender der aer |
| medio.ffmpeg@ekkw.de www.medio.tv | 069/92107-353 | Dr. Siegfried Krückeberg , Redaktionsleiter Stellv. Vorsitzender der aer |
| medio.ks@ekkw.de www.medio.tv | 0561/93240-97 | Christian Fischer , Redaktionsleiter |
| anfragen@erbonline.de www.erba.de | | Hanno Gerwin , Geschäftsführer und Chefredakteur Waltraud Riemer , Redaktionsleiterin |
| era.emh@elk-wue.de www.elk-wue.de | 0711/2236910 | Andreas Koch , Redaktionsleiter |
| info@radio-m.de www.radio-m.de www.mp3-andachten.de | | Günter Mahler , Redaktionsleiter |
| efa@epv.de www.epv.de | 089/12172-457 | Bernhard Götz , Redaktionsleiter (Andachten) Lui Knoll , Redaktionsleiter (journalistische Beiträge) |
| siegrid.haase@bcs-sachsen.de www.hitradio-rtl-sachsen.de | | Siegrid Haase , Redakteurin |
| fursprung@psr.de www.radiopsr.de | | Friederike Ursprung , Redakteurin |
| redaktion@privatfunkagentur.de www.privatfunkagentur.de | | Andreas Fauth , Redaktionsleiter Stellv. Vorsitzender der aer |
| paradiso@paradiso.de www.paradiso.de | 030/806920-68 | Matthias Gülzow , Geschäftsführer |
| ruetten@rundfunkreferat-nrw.de www.ekir.de/pep | | Manfred Rütten , Redakteur |
| h.brandt@ekbo.de | | Heike Brandt , Redakteurin |
| wolfgang.glitt@ekir.de www.evangelische-radiokirche-saar.de | | Wolfgang Glitt , Pfarrer Beauftragter für Privatfunk |
| odricha@erf.de | | Andreas Odrich , Chefredakteur |

| Redaktion/Agentur | Andachten & Verkündigungs- sendungen (SP) | Journalistische Einzelbeiträge (SP) | Magazine (Std.) | Sonderformen (Std.) | ANZAHL GESAMT | Andachten & Verkündigungs- sendungen | Journalistische Einzelbeiträge | Magazine | Sonderformen | WORTANTEIL GESAMT |
|---------------------------|--|--|-----------------|---------------------|---------------|--|-----------------------------------|------------|--------------|----------------------|
| | SENDUNGEN | | | | | WORTANTEIL pro Sendeweche (max. in Min.) | | | | |
| efa (München) | | | | | | | | | | |
| ANTENNE BAYERN | 1 (5) | 2 (2) | 1 (3) | | 4 | 7,5 | 4 | 36 | | 47,5 |
| Charivari 98,6 (Nürnberg) | | | 1 (1) | | 1 | | | 30 | | 30 |
| Radio Galaxy | | | | 1 (2) | 1 | | | | 30 | 30 |
| BLR | | 1 (5) | | | 1 | | 10 | | | 10 |
| 10-15 Lokalsender | | o.A. | | | | | o.A. | | | |
| gesamt | 1 (5) | 3 (7) | 2 (4) | 1 (2) | 7 | 7,5 | 14 | 66 | 30 | 117,5 |
| ekn (Hannover) | | | | | | | | | | |
| radio ffn | | 2 (8) | 1 (4) | 1 (1) | 4 | | 12 | 46 | 12 | 70 |
| Hit-Radio Antenne | 2 (2) | 3 (8) | | 1 (2) | 6 | 5 | 15 | | 30 | 50 |
| RADIO 21 | | 1 (2) | | | 1 | | 8 | | | 8 |
| gesamt | 2 (2) | 6 (18) | 1 (4) | 2 (3) | 11 | 5 | 35 | 46 | 42 | 128 |
| ERA (Stuttgart) | | | | | | | | | | |
| Hit-Radio ANTENNE 1 | 2 (10) | 1 (unr.) | 1 (2) | | 4 | 7,5 | | 15 | | 22,5 (15) |
| Radio 7 | 2 (10) | 1 (unr.) | 1 (2) | | 4 | 13,75 | | 15 | | 28,75 (15) |
| DONAU 3 FM | | 1 (unr.) | 1 (1) | | 2 | 7,5 | | 10 | | 17,5 (10) |
| DIE NEUE 107.7 | | 1 (unr.) | 1 (0,75) | | 2 | 7,5 | | 10 | | 17,5 (10) |
| ENERGY Region Stuttgart | | 1 (unr.) | 1 (1) | | 2 | 7,5 | | 10 | | 17,5 (10) |
| Radio Neckarburg | 1 (7) | | 1 (0,75) | | 2 | 21 | | 15 | | 36 |
| Radio TON | 2 (10) | 1 (unr.) | 1 (2) | | 4 | 10 | | 20 | | 30 (20) |
| bigFM | 1 (3) | | 1 (2) | 1 (1,25) | 3 | 4,5 | | 15 | 18 | 37,5 (15) |
| gesamt | 8 (40) | 6 (-) | 8 (11,5) | 1 (1,25) | 23 | 79,25 | | 110 | 18 | 207,25 |
| davon aer-Kooperationen | | | 8 (11,5) | | 8 | 21 | | 110 | | 131 |
| ERB (Karlsruhe) | | | | | | | | | | |
| Radio Regenbogen | 1 (5) | 1 (1) | 1 (2) | | 3 | 7,5 | 2 | 15 | | 24,5 |
| sunshine live | 1 (5) | 1 (1) | 1 (1) | | 3 | 7,5 | 2 | 8 | | 17,5 |
| Hit 1 | 1 (5) | 1 (1) | 1 (1) | | 3 | 7,5 | 2 | 8 | | 17,5 |
| Hitradio Ohr | 1 (5) | 1 (1) | 1 (1) | | 3 | 7,5 | 2 | 8 | | 17,5 |
| antenne südbaden | 1 (5) | 1 (1) | 1 (1) | | 3 | 7,5 | 2 | 8 | | 17,5 |
| Radio Seefunk | 1 (5) | 1 (1) | 1 (1) | | 3 | 7,5 | 2 | 8 | | 17,5 |
| bigFM | | | 1 (2) | | 1 | | | 8 | | 8 |
| gesamt | 6 (30) | 6 (6) | 7 (9) | | 19 | 45 | 12 | 63 | | 120 |
| davon aer-Kooperationen | | | 1 (2) | | 1 | | | 8 | | 8 |

SP = Sendeplätze pro Sendeweche
unr. = unregelmäßig

Redaktion/Agentur

| | Andachten & Verkündigungs- sendungen (SP) | Journalistische Einzelbeiträge (SP) | Magazine (Std.) | Sonderformen (Std.) | ANZAHL GESAMT | Andachten & Verkündigungs- sendungen | Journalistische Einzelbeiträge | Magazine | Sonderformen | WORTANTEIL GESAMT |
|----------------------------|--|--|------------------|---------------------|--|---|-----------------------------------|------------|--------------|----------------------|
| | SENDUNGEN | | | | WORTANTEIL pro Sendeweche (max. in Min.) | | | | | |
| ERD (Berlin) | | | | | | | | | | |
| Radio Paradiso (Berlin) | 1 (6) | 1 (1) | 1 (1) | | 3 | 15 | 1 | 20 | | 36 * |
| Radio Paradiso (F/Oder) | 1 (6) | 1 (1) | 1 (1) | | 3 | 15 | 1 | 20 | | 36* |
| 94,5 Radio Cottbus | | (0-Töne) | | | | | | | | |
| BB RADIO | | (0-Töne) | | | | | | | | |
| gesamt | 2 (12) | 2 (2) | 2 (2) | | 6 | 30 | 2 | 40 | | 72* |
| ern (Hamburg) | | | | | | | | | | |
| Radio Hamburg | | | 1 (3) | | 1 | | | 8 | | 8 |
| 106!8 rock'n pop | | | 1 (3) | | 1 | | | 6 | | 6 |
| gesamt | | | 2 (6) | | 2 | | | 14 | | 14 |
| ern (Kiel) | | | | | | | | | | |
| R.SH | | | 1 (3) | | 1 | | | 15 | | 15 |
| Radio NORA | | | 1 (3) | | 1 | | | 15 | | 15 |
| delta radio | | | 1 (3) | | 1 | | | 15 | | 15 |
| gesamt | | | 3 (9) | | 3 | | | 45 | | 45 |
| Radio M (Stuttgart) | | | | | | | | | | |
| Hit-Radio ANTENNE 1 | | | 1 (2) | | 1 | | | 15 | | 15 |
| Radio 7 | | | 1 (2) | | 1 | | | 15 | | 15 |
| DONAU 3 FM | 1 (5) | | 1 (1) | | 2 | 7,5 | | 10 | | 17,5 (10) |
| DIE NEUE 107.7 | 1 (5) | | 1 (0,75) | | 2 | 10 | | 10 | | 20 (10) |
| ENERGY Region Stuttgart | 1 (5) | | 1 (1) | | 2 | 7,5 | | 10 | | 17,5 (10) |
| Radio Neckarburg | 1 (1) | | | | 1 | 1,5 | | | | 1,5 |
| Radio TON | | | 1 (2) | | 1 | | | 20 | | 20 |
| Radio Paradiso (B + F/O) | | | 2 (4) | | 2 | | | 24 | | 24* |
| HITRADIO RTL SACHSEN | 1 (1) | | | | 1 | 1 | | | | 1 |
| RADIO PSR | 1 (1) | | | | 1 | 1,5 | | | | 1,5 |
| ANTENNE THÜRINGEN | 1 (2) | | 1 (3) | | 2 | 3 | | 14 | | 17 |
| Hitradio Ohr | 1 (1) | | | | 1 | 1,5 | | | | 1,5 |
| antenne südbaden | 1 (1) | | | | 1 | 1,5 | | | | 1,5 |
| Radio Seefunk | 1 (1) | | | | 1 | 1,5 | | | | 1,5 |
| sunshine live | 1 (1) | | | | 1 | 1,5 | | | | 1,5 |
| Radio Regenbogen | 1 (1) | | | | 1 | 1,5 | | | | 1,5 |
| gesamt | 12 (25) | | 9 (15,75) | | 21 | 39,5 | | 118 | | 157,5 |
| davon aer-Kooperationen | | | 5 (6,75) | | 5 | | | 60 | | 60 |

SP = Sendeplätze pro Sendeweche

* bei Paradiso

| Redaktion/Agentur | Andachten & Verkündigungs- sendungen (SP) | Journalistische Einzelbeiträge (SP) | Magazine (Std.) | Sonderformen (Std.) | ANZAHL GESAMT | WORTANTEIL pro Sendeweche (max. in Min.) | | | | WORTANTEIL GESAMT |
|-----------------------------|--|--|-----------------|---------------------|---------------|--|-----------------------------------|------------|--------------|----------------------|
| | | | | | | Andachten & Verkündigungs- sendungen | Journalistische Einzelbeiträge | Magazine | Sonderformen | |
| SENDUNGEN | | | | | | | | | | |
| PEP (Düsseldorf) | | | | | | | | | | |
| radio NRW (Mantel) | | | 1 (1) | | 1 | | | 10 | | 10 |
| 46 Lokalradios | 1 (276) | | | | 1 | 552 | | | | 552 |
| gesamt | 1 (276) | | 1 (1) | | 2 | 552 | | 10 | | 562 |
| PAK + medio | | | | | | | | | | |
| HIT RADIO FFH | | 2 (7) | 1 (3) | | 3 | | 13 | 30 | | 43 |
| planet radio | | 1 (1) | | | 1 | | 1,5 | | | 1,5 |
| radio harmony.fm | | 2 (7) | 1 (3) | | 3 | | 13 | 20 | | 33 |
| MAIN FM | | | | 1 (2) | 1 | | | | 35 | 35 |
| SkyRadio | | | 1 (1) | | 1 | | | 10 | | 10 |
| gesamt | | 5 (15) | 3 (7) | 1 (2) | 9 | | 27,5 | 60 | 35 | 122,5 |
| EVA (Leipzig) | | | | | | | | | | |
| RADIO PSR | 1 (10) | 1 (2) | 1 (2) | | 3 | 15 | 4 | 15 | | 34 |
| R.SA | 1 (4) | | | | 1 | 6 | | | | 6 |
| HITRADIO RTL SACHSEN | 1 (10) | | 1 (2) | | 2 | 10 | | 4 | | 14 |
| Stadtradiokette (Funkpaket) | 1 (10) | | | | 1 | 10 | | | | 10 |
| apollo radio | 1 (10) | | | | 1 | 15 | | | | 15 |
| gesamt | 5 (44) | 1 (2) | 2 (4) | | 8 | 56 | 4 | 19 | | 79 |
| ERR (Saarbrücken) | | | | | | | | | | |
| Radio Salü | 1 (1) | 2 (2) | | 1 (unr.) | 4 | 1,75 | 3,5 | | x | 5,25 plus x |
| GESAMT | 38 (435) | 31 (52) | 40 (73) | 6 (8,25) | 115 | 816 | 98 | 591 | 125 | 1630 |

SP = Sendeplätze pro Sendeweche
unr. = unregelmäßig

| | | |
|-----------------------|---|-------------------------|
| Radio Paradiso | diverse Sendungen | 24-Stunden-Vollprogramm |
| ERF (Wetzlar) | diverse Sendungen | 24-Stunden-Vollprogramm |
| Klassik Radio | wird von verschiedenen aer-Redaktionen beliefert; nicht einzeln ausgewiesen | |

| Redaktion/Agentur | Sender | Marktanteil (in %) 14 - 49 Jahre | Stundenreichweite |
|-------------------|---------------------------|-------------------------------------|-------------------|
| efa (München) | ANTENNE BAYERN | 36,5 | 995.000 |
| | Charivari 98,6 (Nürnberg) | o.A. | o.A. |
| | Radio Galaxy | 2,6 | 31.000 |
| | BLR | o.A. | o.A. |
| | 10-15 Lokalsender | o.A. | o.A. |
| | | 39,1 plus x | |
| ekn (Hannover) | radio ffn | 30,6 | 397.000 |
| | Hit-Radio Antenne | 21,3 | 332.000 |
| | RADIO 21 | 5,2 | 54.000 |
| | | 57,1 | |
| ERA (Stuttgart) | Hit-Radio ANTENNE 1 | 18,2 | 277.000 |
| | Radio 7 | 8 | 160.000 |
| | DONAU 3 FM | o.A. | o.A. |
| | DIE NEUE 107.7 | 4 | 50.000 |
| | ENERGY Region Stuttgart | 1,5 | 28.000 |
| | Radio Neckarburg | o.A. | o.A. |
| | Radio TON | 3,5 | 80.000 |
| | bigFM | 8,2 | 95.000 |
| | 43,4 plus x | | |
| ERB (Karlsruhe) | Radio Regenbogen | 11,5 | 244.000 |
| | sunshine live | 2,1 | o.A. |
| | Hit 1 | o.A. | o.A. |
| | Hitradio Ohr | o.A. | o.A. |
| | antenne südbaden | 0,6 | 10.000 |
| | Radio Seefunk | 1,3 | 27.000 |
| | bigFM | 8,2 | 95.000 |
| | | 23,7 plus x | |
| ERD (Berlin) | Radio Paradiso (Berlin) | 4,3 | 40.000 |
| | Radio Paradiso (F/Oder) | o.A. | o.A. |
| | 94,5 Radio Cottbus | o.A. | o.A. |
| | BB RADIO | 16 | 209.000 |
| | | 20,3 plus x | |
| ern (Hamburg) | Radio Hamburg | 37,1 | 237.000 |
| | 106!8 rock'n pop | 7,1 | 40.000 |
| | | 44,2 | |
| ern (Kiel) | R.SH | 47,6 | 287.000 |
| | Radio NORA | 10,3 | 66.000 |
| | delta radio | 15,6 | 67.000 |
| | | 73,5 | |

| Redaktion/Agentur | Sender | Marktanteil (in %) 14 - 49 Jahre | Stundenreichweite |
|--------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|-------------------|
| Radio M (Stuttgart) | Hit-Radio ANTENNE 1 | 18,2 | 277.000 |
| | Radio 7 | 8 | 160.000 |
| | DONAU 3 FM | o.A. | o.A. |
| | DIE NEUE 107.7 | 4 | 50.000 |
| | ENERGY Region Stuttgart | 1,5 | 28.000 |
| | Radio Neckarburg | o.A. | o.A. |
| | Radio TON | 3,5 | 80.000 |
| | Radio Paradiso | (s. dort) | (s. dort) |
| | HITRADIO RTL SACHSEN | 14,2 | 133.000 |
| | RADIO PSR | 31,6 | 235.000 |
| | ANTENNE THÜRINGEN | 34,7 | 176.000 |
| | Hitradio Ohr | o.A. | o.A. |
| | antenne südbaden | 0,6 | 10.000 |
| | Radio Seefunk | 1,3 | 27.000 |
| | sunshine live | 2,1 | o.A. |
| | Radio Regenbogen | 11,5 | 244.000 |
| | (mehrere BL) | | |
| PEP (Düsseldorf) | radio NRW (Mantel) | 38,7 | 1.387.000 |
| | 46 Lokalradios | (enthalten) | (enthalten) |
| | | 38,7 | |
| PAK + medio (FFM/Kassel) | HIT RADIO FFH | 44,6 | 633.000 |
| | planet radio | 9,6 | 64.000 |
| | radio harmony.fm | o.A. | o.A. |
| | MAIN FM | o.A. | 45.000 |
| | SkyRadio | 3,8 | 36.000 |
| | | 58 plus x | |
| EVA (Leipzig) | RADIO PSR | 31,6 | 235.000 |
| | R.SA | 14,7 | 118.000 |
| | HITRADIO RTL SACHSEN | 14,2 | 133.000 |
| | Stadtradiokette (Funkpaket) | 13,7 | 129.000 |
| | apollo radio | o.A. | o.A. |
| | | 74,2 plus x | |
| ERR (Saarbrücken) | Radio Sali | 53,9 | 74.000 |
| Radio Paradiso (Berlin) | Radio Paradiso | 4,3 | 40.000 |
| ERF (Wetzlar) | ERF | o.A. | o.A. |
| diverse | Klassik Radio | (bundesweit) | 157.000 |

Quelle: Jahrbuch 2005 der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten, Marktanteile Stand 2005; Stundenreichweiten gemäß MA I/2006

| | TV | Volontärs- ausbildung | Fortbildung, Workshop, u.ä. | Podcast |
|------------------------------------|----|--------------------------|--------------------------------|---------|
| efa (München) | X | | X | |
| ekn (Hannover) | X | X | X | X |
| ERA (Stuttgart) | X | X | | |
| ERB (Karlsruhe) | X | | | |
| ERD (Berlin) | X | | | X |
| ERF (Wetzlar) | X | X | X | X |
| Radio M (Stuttgart) | | | X | X |
| ern (Kiel/Hamburg) | | | X | X |
| PEP (Düsseldorf) | | | X | |
| medio (Kassel/Frankfurt/M.) | | | | X |
| PAK (Frankfurt/M.) | | | X | X |
| Radio Paradiso (Berlin) | | X | | |
| EVA (Leipzig) | | | X | |
| ERR (Saarbrücken) | X | | X | |

| Bundesland | bundesweit | landesweit | lokal/regional | gesamt | Private gesamt Zielgruppe 14-49 Jahre (in %) |
|-------------------------------|------------|------------|----------------|--------|--|
| Baden-Württemberg | 3 | 1 | 16 | 20 | 50,9 |
| Bayern | 2 | 1 | 65 | 68 | 62,8 |
| Berlin-Brandenburg | 3 | 15 | 6 | 24 | 62,9 |
| Bremen | - | 1 | - | 1 | 30,6 |
| Hamburg | 2 | 4 | - | 6 | 57,8 |
| Hessen | 1 | 6 | - | 7 | 58,2 |
| Mecklenburg-Vorpommern | - | 2 | - | 2 | 66,2 |
| Niedersachsen | - | 3 | - | 3 | 58,4 |
| Nordrhein-Westfalen | 2 | 1 | 46 | 49 | 44,8 |
| Rheinland-Pfalz | - | 3 | 3 | 6 | 54,8 |
| Saarland | 1 | 2 | 1 | 4 | 59,6 |
| Sachsen | - | 3 | 18 | 21 | 68,0 |
| Sachsen-Anhalt | - | 4 | - | 4 | 68,5 |
| Schleswig-Holstein | 1 | 3 | - | 4 | 69,6 |
| Thüringen | - | 3 | - | 3 | 63,7 |
| Gesamt | 15 | 52 | 155 | 222 | |

Quelle: Jahrbuch 2005 der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten; Zuordnung jeweils nach Aufsicht führender Landesmedienanstalt; nicht berücksichtigt wurden Programme, die digital terrestrisch über DAB ausgestrahlt werden.

Die aer ist zu erreichen über:
Evangelischer Kirchenfunk Niedersachsen GmbH
Knochenhauerstraße 42
30159 Hannover

E-Mail: aer@ekn.de