

Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2021

Programmprofile von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben

Von Torsten Maurer, Matthias Wagner und Hans-Jürgen Weiß

Das Fernsehjahr 2021 wurde von einigen wichtigen Ereignissen geprägt. Erneut spielte die Corona-Pandemie in der Fernsehberichterstattung eine besondere Rolle. Hinzu kam die Bundestagswahl am 26. September und die Frage, welche Bedeutung das „Superwahljahr“ in Deutschland (mit der Bundestags- und fünf Landtagswahlen an insgesamt drei Wahlterminen), das faktisch erst im Dezember mit der Regierungsbildung auf Bundesebene abgeschlossen wurde, in den sechs untersuchten Fernsehprogrammen hatte. Eine enorme mediale Resonanz erfuhr auch das „Jahrhunderthochwasser“ im Juli – einer Naturkatastrophe, die in Deutschland mindestens 180 Menschen das Leben kostete und enorme Infrastrukturschäden hinterließ.

Strukturanalyse der reichweitenstärksten TV-Programme

Im ersten Teil der ARD/ZDF-Programmanalyse 2021 werden die Angebotsstrukturen der sechs Fernsehprogramme analysiert, die in Deutschland die meisten Zuschauerinnen und Zuschauer erreichen: Das Erste und das ZDF, RTL und VOX sowie Sat.1 und ProSieben teilten 2021, wie schon in den Jahren zuvor, knapp die Hälfte des deutschen Fernseherschauermarktes unter sich auf (vgl. Abbildung 1). Interessant ist, dass die beiden öffentlich-rechtlichen Programme zwischen 2019 und 2021 ihren gemeinsamen Marktanteil um 2,5 Prozentpunkte auf nahezu 27 Prozent steigern konnten, während er bei den vier privaten Programmen zusammen um 2,6 Prozentpunkte, auf knapp 21 Prozent zurückging.

Die Programmstrukturanalyse befasst sich insbesondere mit der Frage, in welcher Weise die Informations- und Unterhaltungsangebote in den beiden öffentlich-rechtlichen und vier privaten Fernsehvollprogrammen gewichtet und ausgestaltet wurden. Wie die Befunde im ersten Corona-Krisenjahr 2020 gezeigt haben, kommen dabei zusätzlich zu unterschiedlichen Programmphilosophien und -verpflichtungen der beiden Sendertypen auch medienexterne Faktoren ins Spiel. (1) Der Ereigniskontext der Programmgestaltung spiegelt sich nicht nur unmittelbar in den Informationsangeboten wider, (2) sondern kann sich mehr oder weniger direkt auch auf die gesamte Angebotsstruktur der Fernsehprogramme auswirken. (3)

Besondere Bedeutung von Sondersendungen

Angesichts der Corona-Pandemie und noch einiger anderer Großereignisse, rückt, wie schon im Jahr zuvor, das Format der aktuellen Sondersendung in

den besonderen Blickpunkt der ARD/ZDF-Programmanalyse 2021. Es ist nicht nur geeignet, auf besondere Ereignislagen journalistisch flexibel zu reagieren. Vielmehr können mit diesem Format auch fehlende Sendeplätze und Sendezeiten für „Standard-Informationssendungen“ kurzfristig kompensiert werden. Andererseits stellt sich einmal mehr die grundsätzliche Frage nach dem quantitativen Gewicht journalistischer Standardformate in den öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehprogrammen, die die Menschen in Deutschland über derartige Ereignisse und ihre Hintergründe informieren können. In diesem Zusammenhang wird auch zu untersuchen sein, wie sich die von einem großen Medienecho begleiteten Starts einiger neuer Informationsformate bei RTL und ProSieben auf das Gesamtgewicht der Information in diesen Programmen auswirken. (4)

Kurz und knapp

- Die jährlichen Programmstrukturanalysen dokumentieren den Umfang der Informations- und Unterhaltungsangebote in öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Programmen.
- Vor allem Das Erste und das ZDF strahlten im Krisen- und Superwahljahr 2021 zahlreiche Sondersendungen aus.
- Eine Zunahme von Infosendungen gab es auf niedrigerem Niveau bei RTL und ProSieben.
- Umfangreichste Programmsparte im Ersten und ZDF ist die der Journalistischen Information.
- Bei den Privatsendern dominieren unterhaltende Programmsparten.

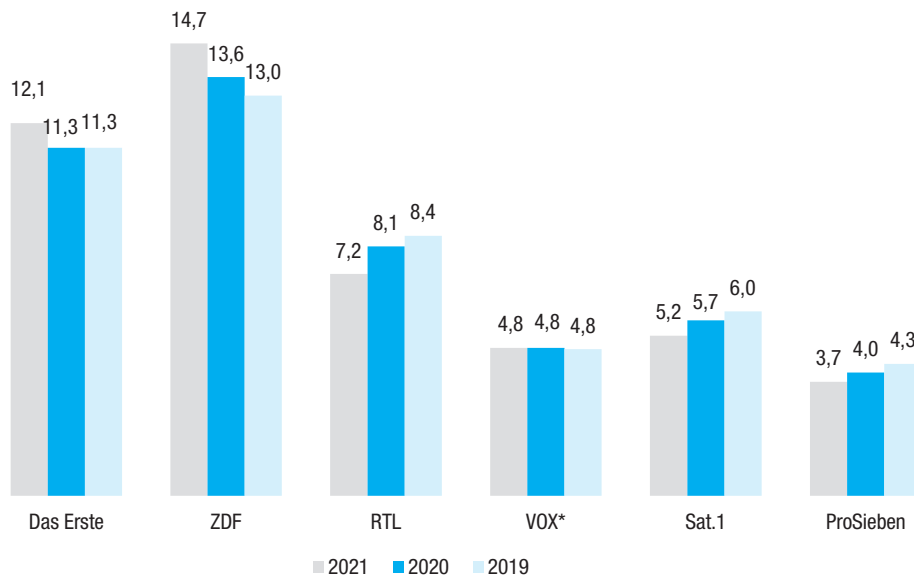
Die Programmstrukturanalyse wurde als Jahresvoll- | Studiendesign erhebung durchgeführt. Ihre empirische Basis sind die Sendeprotokolle und die Programmcodierung der AGF-Videoforschung, die sekundäranalytisch ausgewertet wurden. Die Methode dieser Sekundäranalyse wurde aus Anlass der Neukonzeption der ARD/ZDF-Programmanalyse im Untersuchungsjahr 2019 überarbeitet und in diesem Zusammenhang ausführlich erläutert. (5) Die zentralen Eckdaten sowie das Codebuch der 2021 durchgeführten Sekundäranalyse sind einer Methodendokumentation auf der Website von Media Perspektiven abzurufen. (6)

Im Mittelpunkt der Analysen, die im Folgenden vorgestellt werden, stehen die Programmsparten und Sendungsformate der sechs Fernsehprogramme. In der Regel werden die Programmangebote in einem festen zeitlichen Bezugsrahmen analysiert – bei-

| * GöfaK Medienforschung.

Abbildung 1
TV-Marktanteile 2019 bis 2021

Zuschauer ab 3 Jahren, Mo-So, 3.00-3.00 Uhr, in %



* Einschließlich der Nutzung auf VOXup.

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 1.1.2019-31.12.2021, Marktstandard: AGF-Standard\TV.

spielsweise an einem durchschnittlichen 24-Stunden-Tag oder zur Primetime zwischen 18.00 und 24.00 Uhr. Diese einheitliche Basis ermöglicht sowohl den Vergleich der Programmleistungen zwischen den sechs Sendern als auch die Analyse von Programmentwicklungen über mehrere Untersuchungsjahre hinweg.

Höheres
Werbevolumen
führt zu geringerer
Programmsendezeit

Die öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehveranstalter haben aufgrund der jeweils für sie geltenden Rechts- und Finanzierungsgrundlagen unterschiedliche Rahmenbedingungen für die Ausstrahlung von Werbung. (7) Im Jahr 2021 sendeten die beiden öffentlich-rechtlichen Programme an einem durchschnittlichen 24-Stunden Tag circa 20 Minuten Werbung, bei den privaten Programmen waren es zwischen dreieinhalb und vier Stunden. (8) Bezieht man mit ein, dass die privaten Anbieter auch in deutlich größerem Umfang Programmpromotion ausstrahlten, (9) ist es nur folgerichtig, dass sich die beiden Programmgruppen im Umfang ihrer redaktionellen Programmleistungen deutlich voneinander unterscheiden. Diese im Folgenden als ‚Nettosendezeit‘ bezeichnete Programmleistung lag bei den öffentlich-rechtlichen Programmen im Jahr 2021 über 23 Stunden, bei RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben dagegen unter 20 Stunden pro Tag (vgl. Abbildung 2).

Betrachtet man die Entwicklung der Nettosendezeiten der sechs Programme in den vergangenen drei Jahren, weisen Das Erste und das ZDF nur sehr ge-

ringe Schwankungen im Bereich von ein bis zwei Minuten auf. (10) Bei RTL, VOX und ProSieben war die Nettosendezeit 2021 um circa 20 bis 30 Minuten geringer als in den beiden Vorjahren, was vor allem auf eine Ausweitung der Werbung in derselben Größenordnung zurückzuführen ist. Sat.1 kam dagegen 2021 bei der Nettosendezeit und Werbung auf vergleichbare Werte wie 2019, nachdem 2020 der Werbeumfang um etwa 20 Minuten gesunken war.

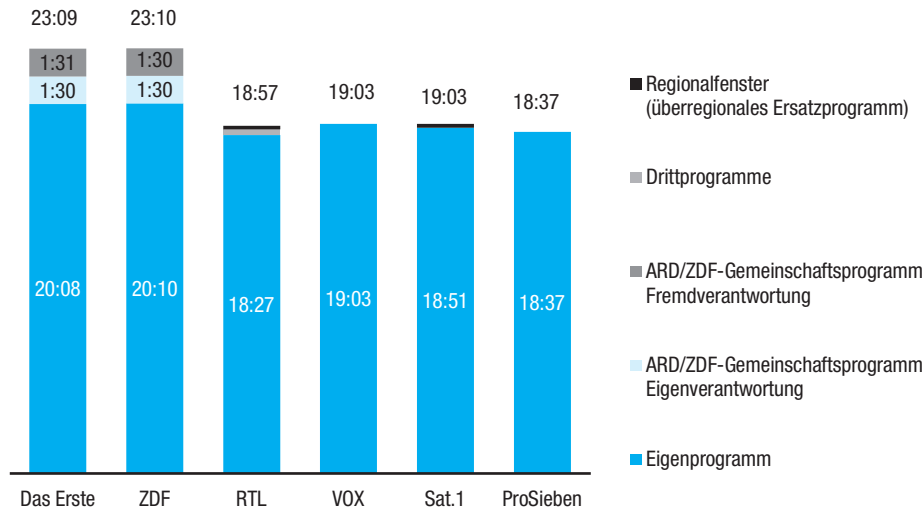
Bei den Nettosendezeiten handelt es sich nicht ausschließlich um eigene Programmleistungen. Das Erste und das ZDF teilten sich 2021 die Verantwortung für das ARD/ZDF-Gemeinschaftsprogramm (Morgen- und Mittagmagazin), (11) RTL und Sat.1 strahlten redaktionell unabhängige Regionalfenster (12) und RTL außerdem sogenannte „unabhängige Drittprogramme“ aus. (13)

Programmschwerpunkte

Die programmstrukturellen Schwerpunkte der sechs Fernsehprogramme können am besten im Blick auf den Stellenwert zentraler Programmsparten in ihren Programmangeboten beschrieben und miteinander verglichen werden. In der ARD/ZDF-Programmanalyse wird in diesem Zusammenhang zwischen vier Sparten unterschieden:

- journalistische Information,
- Sport,
- non-fiktionale Unterhaltung (einschließlich Reality-TV),
- sowie fiktionale Unterhaltung.

Abbildung 2
Nettosendezeiten
Durchschnittlicher Zeitumfang in Std.:Min.



Quelle: GöfaK Medienforschung.

In den untersuchten Fernsehprogrammen ist die Summe dieser vier Sparten annähernd identisch mit der zuvor beschriebenen Nettosendezeit. (14) Dazu kommen nichtredaktionelle Programmelemente wie Werbung, Programmpromotion, Sponsoring etc.

Im Folgenden werden die Spartenschwerpunkte der sechs Fernsehprogramme im Untersuchungsjahr 2021 nicht nur in Bezug auf ihr gesamtes, 24 Stunden pro Tag umfassendes, Programmangebot beschrieben. Ergänzend dazu wird auch untersucht, ob sich im Vergleich dazu in der zuschauerintensiven Sendezeit, der Primetime, andere Programmschwerpunkte ergeben.

Journalistische Information in ARD und ZDF umfangreichste Programmsparte

Im Bezugsrahmen ihrer gesamten, 24 Stunden pro Tag umfassenden, Sendezeit (15) legen Das Erste und das ZDF nach wie vor das größte Gewicht auf die Programmsparte der journalistischen Information. Im Jahr 2021 entfielen mehr als 40 Prozent ihres Programmvolumens auf die Herstellung und Verbreitung journalistischer Informationsangebote. Im Ersten Programm waren es 41 Prozent, im ZDF 44 Prozent der Gesamtsendezeit. Das ist die Benchmark, an die auch im Jahr 2021 kein privates Fernsehprogramm heranreichte.

Die fiktionale Unterhaltungssparte rangierte in den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen mit 31 (Das Erste) bzw. 36 Prozent (ZDF) an zweiter Stelle, gefolgt von der non-fiktionalen Unterhaltung und Reality-TV-Formaten mit 15 (Das Erste) bzw. 10 Prozent (ZDF). Aus der Perspektive des Gesamtjahres stand die Sparte der Sportsendungen im Jahr 2021

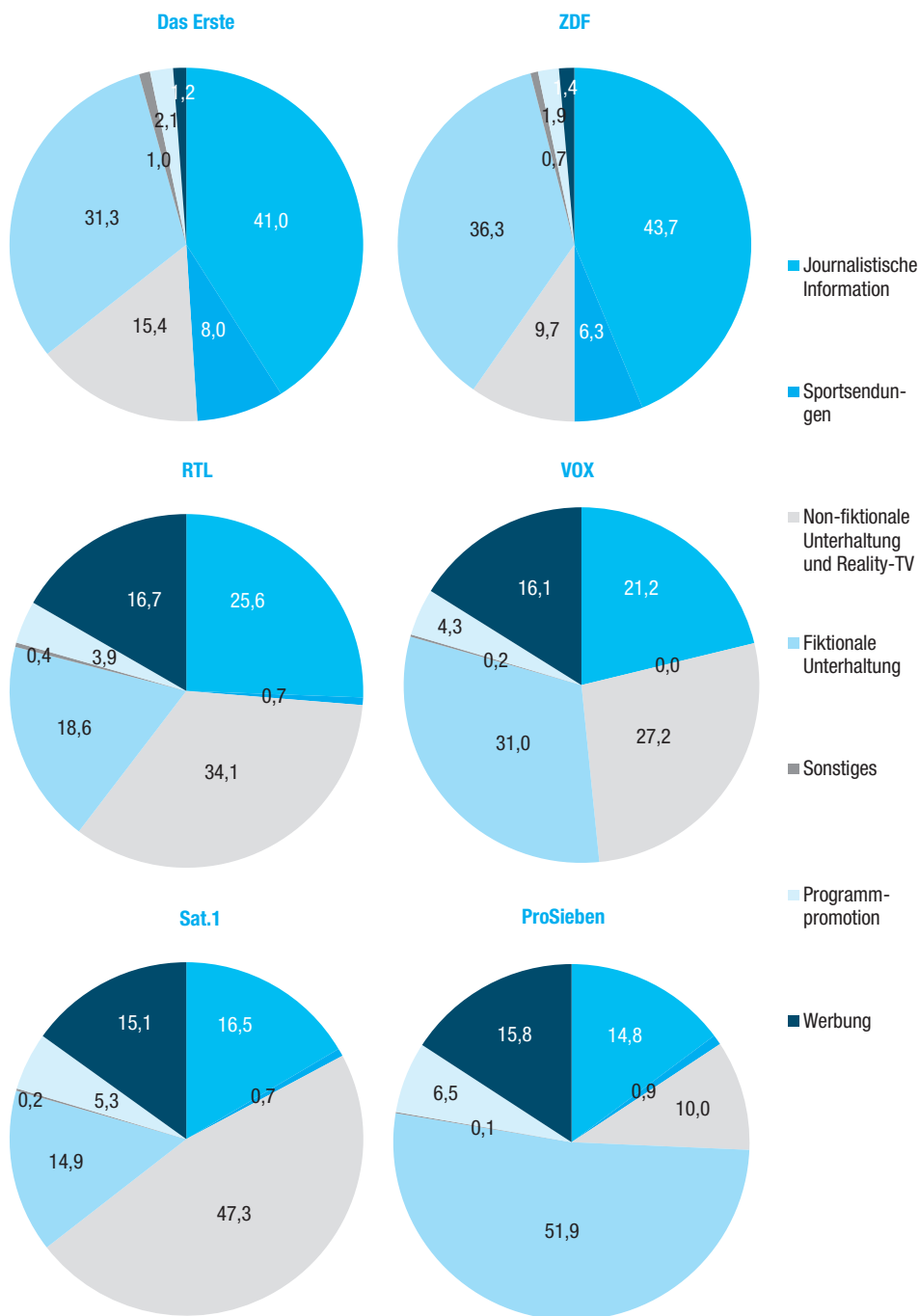
an letzter Stelle. Die Werte für Das Erste (8%) und das ZDF (6%) sind jedoch nicht nur deutlich höher als die der vier privaten Programme (16), dahinter verbergen sich auch umfangreiche (und unter Marktanteils Gesichtspunkten relevante) Übertragungen von den Olympischen Spielen in Tokio und den Fußball-Europameisterschaften im Sommer (vgl. Abbildung 3).

In der Angebotsstruktur der vier untersuchten privaten Programme stehen ausschließlich Unterhaltungssparten an erster Stelle: Bei RTL war es 2021 die Sparte der non-fiktionalen Unterhaltung, einschließlich Reality-TV (34% der gesamten Sendezeit). An zweiter Stelle folgten journalistische Informationsangebote (26%), an dritter Stelle die Sparte der fiktionalen Unterhaltung (19%). Die meiste Sendezeit von VOX entfiel auf die Sparte der fiktionalen Unterhaltung (31%), gefolgt von non-fiktionalen Unterhaltungsangeboten und Reality-TV (27%). Am Ende der Programmskala von VOX stand 2021 die Sparte der journalistischen Information (21%). Im Vorgriff auf weitere Analysen ist allerdings hier schon anzumerken, dass diese, auf den ersten Blick relativ hohe Informationsquote zum größten Teil auf ein einziges Sendungsformat zurückzuführen ist. Auf die vorwiegend im Nachtprogramm ausgestrahlte True-Crime-Reportagerie „Medical Detectives“ entfielen 2021 nicht weniger als 16 Prozent der Gesamtsendezeit von VOX.

Während die beiden Programme der RTL-Gruppe offensichtlich auf einen ausgewogenen Mix ihrer non-fiktionalen und fiktionalen Unterhaltungsangebote

Bei Privatsendern dominieren unterhaltende Programmsparten

Abbildung 3
Spartenschwerpunkte in der Gesamtsendezeit
Zeitanteil in %

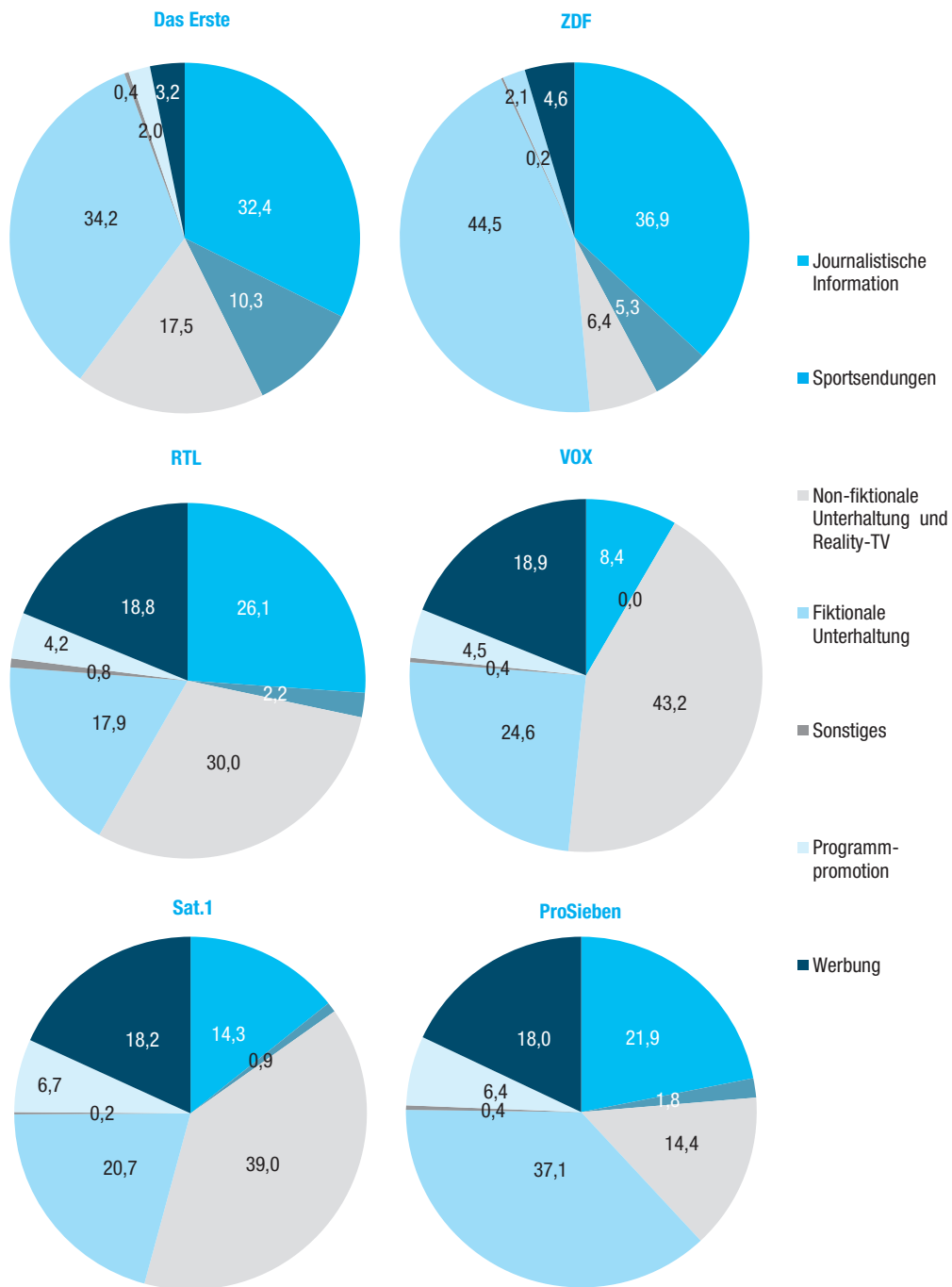


Quelle: GöfaK Medienforschung.

setzen, dominiert in den beiden Programmen der ProSiebenSat.1Media-Gruppe eine ebenso deutliche wie unterschiedliche Spartenfokussierung: Die „Leitsparte“ von Sat.1 ist schon seit längerer Zeit das Angebot an non-fiktionaler Unterhaltung und Reality-TV. Im Jahr 2021 umfassten die Sendungen, die dieser Sparte zuzurechnen sind, knapp die Hälfte der Gesamtsendezeit von Sat.1 (47%). Mit großem

Abstand folgten auf der Programmskala von Sat.1 einerseits journalistische Informationssendungen (17%) und andererseits Formate der fiktionalen Unterhaltung (15%). Bei ProSieben dominiert nach wie vor die Sparte der fiktionalen Unterhaltung. Die Ausstrahlung von Serien und Filmen nahm 2021 mehr als die Hälfte der gesamten Sendezeit ein (52%). Mit großem Abstand folgte auf Rang 2 die Sparte Infor-

Abbildung 4
Spartenschwerpunkte in der Primetime 18.00 bis 24.00 Uhr
Zeitanteil in %



Quelle: GöfaK Medienforschung.

mation (15%) und auf Platz 3 non-fiktionale Unterhaltungs- und Reality-TV-Formate (10%).

der Umfang der Werbung in diesem Zeitsegment bei allen Programmen höher ist als im Tagesdurchschnitt, kann man nicht von einer einheitlichen Primetime-Programmstrategie jener sechs Programme sprechen, die im Rahmen der ARD/ZDF-Programmanalyse beobachtet und analysiert werden (vgl. Abbildung 4).

Programmstruktur in der Primetime

Besondere Beachtung verdienen die Programmschwerpunkte der untersuchten Fernsehsender in der Primetime zwischen 18.00 und 24.00 Uhr, das heißt in der Sendezeit mit den potenziell höchsten Zuschauerreichweiten. (17) Abgesehen davon, dass

Bezogen auf 2021 zeigt sich lediglich, dass alle untersuchten Programme die meiste Primetime-Sendezeit für eine der beiden Unterhaltungssparten reservierten. Im Fall der beiden öffentlich-rechtlichen Programme waren es 34 (Das Erste) bzw. 45 Prozent (ZDF) für das Angebot an Filmen und Serien, bei ProSieben 37 Prozent. In den restlichen drei privaten Programmen stand dagegen die non-fiktionale Unterhaltung und das Reality-TV an der Spitze der Primetime-Angebote. Bei VOX hatte diese Sparte einen Anteil von 43 Prozent an der Primetime-Sendezeit, bei Sat.1 waren es 39 und bei RTL 30 Prozent.

Das Erste und ZDF legen auch in Primetime Wert auf journalistische Information

Bei vier Programmen standen journalistische Sendungen auf dem zweiten Rang der Primetime-Skala; bei zwei Programmen rangierten sie auf dem dritten Platz. Den im Vergleich größten Umfang hatten auch in der Primetime die journalistischen Angebote der öffentlich-rechtlichen Programme (ZDF: 37 %, Das Erste: 32 %). Dahinter folgten mit Abstand RTL (26 %), ProSieben (22 %) und Sat.1 (14 %). Abgeschlagen am Ende stand VOX mit einem Primetime-Informationsanteil von 8 Prozent.

Programmentwicklungen 2019 bis 2021

Stabil hohes Informationsangebot bei ö.-r. Programmen, Zunahme bei RTL und ProSieben

Wenn man das Jahr 2019 vom Ereigniskontext her als ein relativ „normales Programmjahr“ in Relation zu den beiden folgenden Jahren bezeichnet, interessiert im Blick auf die daran anschließende Entwicklung der sechs untersuchten Fernsehprogramme vor allem die Frage, ob sich die medienexternen Rahmenbedingungen der Programmgestaltung im Krisenjahr 2020 und im Krisen- und Superwahljahr 2021 in der Gesamtstruktur ihrer Programmangebote widerspiegeln (vgl. Tabelle 1). Im Kern geht es dabei um potenzielle Veränderungen im Umfang der journalistischen Informationsangebote (gegebenenfalls in Verbindung mit Veränderungen im Bereich der Unterhaltungs- und Sportangebote).

Im Ergebnis war der Umfang der Informationsangebote bei den meisten Programmen im Jahr 2019 am niedrigsten – die Ausnahme bildet VOX. Bei drei der vier privaten Programme – RTL, Sat.1 und ProSieben – nahmen die journalistischen Programmangebote zu und waren im Jahr 2021 am umfangreichsten. Bei VOX verlief die Entwicklung genau umgekehrt. In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen war der Anteil der Informationsangebote im Jahr 2020 höher als im Jahr 2021.

Berücksichtigt man das jeweilige Volumen der Informationsangebote in den untersuchten Programmen, sind die quantitativen Veränderungen in den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen eher marginal. Sie bewegen sich im Ersten Programm zwischen 40 und 43 Prozent, beim ZDF zwischen 43 und 45 Prozent. Größere Veränderungen lassen sich dagegen

bei zwei privaten Programmen erkennen, deren Informationsangebot im Jahr 2019 allerdings deutlich unter dem Programmvolumen der öffentlich-rechtlichen Sender lag. Bei RTL ist 2021 eine Zunahme um 5 Prozentpunkte auf 26 Prozent zu verzeichnen, bei ProSieben um 3 Prozentpunkte auf 15 Prozent. Darüber, ob und in welcher Weise diese Befunde zur Entwicklung der Informationssparte in den sechs Programmen mit Veränderungen in den anderen Sparten korrelieren oder sogar kausal verknüpft sind, kann nur spekuliert werden.

Bei RTL korreliert der bisher höchste Wert für die Informationssparte im Jahr 2021 mit dem seit 2019 niedrigsten Wert im Bereich der non-fiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV. Besonders auffällig ist auch die Rückführung der fiktionalen Programmsparte bei ProSieben zwischen 2019 und 2021 um 9 Prozentpunkte von 61 auf 52 Prozent der Gesamtsendezeit. Parallel dazu ist bei ProSieben seit 2019 allerdings nicht nur eine Zunahme der Informationsangebote, sondern auch der non-fiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV zu verzeichnen.

Bei zwei anderen Programmen, Sat.1 und VOX, beschränken sich die Programmveränderungen in den letzten drei Jahren auf Verschiebungen zwischen den beiden Unterhaltungssparten. Sat.1 hat die non-fiktionale Unterhaltung und das Reality-TV zu Lasten des Angebots an Filmen und Serien weiter ausgebaut, bei VOX war es umgekehrt.

In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen schließlich ist 2021 das Jahr mit dem umfangreichsten Angebot an Sportsendungen bzw. Sportübertragungen im Vergleichszeitraum. Zu Lasten welcher anderer Sparten diese Spitzenwerte gingen, ist aus dem Datenmaterial nicht zu erkennen.

Sendungsformate: Journalistische Information

Daten zum Umfang von Programmsparten, wie sie in den vorstehenden Abschnitten präsentiert wurden, geben einen allgemein orientierenden Überblick über Programmleistungen: die Gesamtstruktur und Entwicklung der Fernsehprogramme, die auf dem Zuschauermarkt konkurrieren. Näher an der Programmrealität – der Programmgestaltung wie der Programmrezeption – sind detailliertere Analysen zur Struktur und zum Umfang der Sendungsformate, die den Programmsparten in den untersuchten Fernsehprogrammen ihr „senderspezifisches Gesicht“ geben. Im Folgenden werden die Befunde dieser Formatanalysen im Untersuchungsjahr 2021 vorgestellt (vgl. Tabelle 2). Wir konzentrieren uns dabei auf die drei großen Programmsparten (1) der journalistischen Informationsangebote, (2) der non-fiktionalen Unterhaltung, einschließlich Reality-TV, sowie (3) der fiktionalen Unterhaltung.

Unterschiedliche Entwicklungen bei Privaten

Tabelle 1
Programmarten 2021, 2020 und 2019
Zeitanteil in %*

		Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information							
	2021	41,0	43,7	25,6	21,2	16,5	14,8
	2020	42,8	44,9	20,8	22,0	16,0	11,3
	2019	40,4	43,4	20,4	23,7	15,4	11,5
Sportsendungen							
	2021	8,0	6,3	0,7	–	0,7	0,9
	2020	4,5	3,0	1,1	–	0,3	0,4
	2019	6,4	4,7	1,9	–	0,4	0,4
Non-fiktionale Unterhaltung und Reality-TV							
	2021	15,4	9,7	34,1	27,2	47,3	10,0
	2020	13,5	10,4	41,4	31,8	45,3	10,6
	2019	14,0	11,3	38,5	34,2	42,5	6,8
Fiktionale Unterhaltung							
	2021	31,3	36,3	18,6	31,0	14,9	51,9
	2020	35,0	37,7	17,1	27,0	18,9	57,5
	2019	35,0	36,5	19,3	22,7	21,3	61,0
Sonstige Sendungen							
	2021	0,8	0,5	–	–	0,0	–
	2020	0,7	0,5	–	–	0,0	–
	2019	0,8	0,5	–	–	0,0	–
Werbung							
	2021	1,2	1,4	16,7	16,1	15,1	15,8
	2020	1,1	1,4	15,3	14,7	13,9	13,7
	2019	1,1	1,4	15,4	14,8	15,2	14,2
Programmpromotion etc.							
	2021	2,3	2,1	4,3	4,5	5,5	6,6
	2020	2,4	2,1	4,3	4,5	5,6	6,5
	2019	2,3	2,2	4,5	4,6	5,2	6,1

* Jahresvollerhebungen 2019, 2020 und 2021. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: GöfaK Medienforschung.

**Formatgruppen
journalistischer
Information**

Im Rahmen der Programmstrukturanalysen wird zwischen vier großen Formatgruppen unterschieden, die der Aufbereitung und Präsentation journalistischer Informationsangebote dienen: 1. Nachrichtensendungen, 2. Magazinsendungen, 3. Reportagen/Dokumentationen und 4. Interview-/Talkformaten. (18) Im Untersuchungsjahr 2021 wurden von jedem der sechs untersuchten Fernsehprogramme Sendungen ausgestrahlt, die einer dieser vier Formatgruppen zuzurechnen sind. Zusätzlich ist das Einzelformat der aktuellen Sondersendung seit dem ersten Corona-Krisenjahr 2020 in das Blickfeld der Studie gerückt und steht auch im Mittelpunkt der nachfolgend vorgestellten Analysen.

Aus den Untersuchungsergebnissen der ARD/ZDF-Programmanalyse für das Jahr 2021 wird einmal mehr deutlich, dass es bei allen Sendern jeweils eine Formatgruppe gibt, die das gesamte Informationsprogramm mehr oder weniger dominiert (vgl. Tabelle 3). Unterschiedlich ist nur das Ausmaß, in dem diese Formatgruppe das gesamte Informationsangebot eines Fernsehprogramms bestimmt. Im Bereich der journalistischen Formate sind dies die Magazinsendungen, mit Ausnahme von VOX, wo vor allem Reportagen und Dokumentationen gesendet werden.

Bei Das Erste und dem ZDF bestand 2021 etwas mehr als die Hälfte des Informationsprogramms aus Magazinsendungen, bei RTL und Sat.1 waren es circa zwei Drittel, bei ProSieben vier Fünftel, und bei VOX

Magazinsendungen dominieren die journalistischen Formate insgesamt

Tabelle 2
Programmsparten und Sendungsformate 2021
 Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information	41,0	43,7	25,6	21,2	16,5	14,8
Nachrichtensendungen ¹⁾	8,9	8,3	3,5	1,2	1,2	0,9
Magazinsendungen	22,8	24,4	16,5	1,5	10,9	11,7
Reportagen, Dokumentationen	4,9	7,2	5,0	18,5	4,0	1,8
Interview- und Talkformate	3,8	3,0	0,2	0,0	0,3	0,2
Sondersendungen	0,5	0,4	0,4	–	0,1	0,1
Sonstige journalistische Formate	0,1	0,4	0,0	–	0,0	0,1
Sportsendungen	8,0	6,3	0,7	–	0,7	0,9
Übertragungen	4,9	3,8	0,4	–	0,5	0,8
Reportagen, Dokumentationen	1,1	1,7	0,3	–	0,2	0,1
Nachrichten- und Magazinsendungen	2,0	0,8	–	–	0,0	0,0
Non-fiktionale Unterhaltung und Reality-TV	15,4	9,7	34,1	27,2	47,3	10,0
Show-, Quiz-, Musiksendungen etc.	10,3	9,6	17,6	2,6	12,5	8,4
Reality-TV (1): Narrative Formate	5,1	0,1	4,8	14,8	2,9	0,3
Reality-TV (2): Performative Formate	–	–	3,3	9,8	3,7	1,3
Reality-TV (3): Gescrriptete Formate	–	–	8,4	–	28,2	–
Fiktionale Unterhaltung	31,3	36,3	18,6	31,0	14,9	51,9
Filme, Fernsehspiele	18,8	14,7	5,3	7,0	11,3	13,1
Serien	12,5	21,6	13,3	24,0	3,6	38,8
Sonstige Sendungen²⁾	0,8	0,5	–	–	0,0	–
Werbung, Programmpromotion etc.	3,5	3,5	21,0	20,6	20,6	22,4
Werbung	1,2	1,4	16,7	16,1	15,1	15,8
Programmpromotion	2,1	1,9	3,9	4,3	5,3	6,5
Sonstiges ³⁾	0,2	0,2	0,4	0,2	0,2	0,1
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Jahresvollerhebung 2021. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

1) Einschließlich Wetterberichte.

2) Vorwiegend religiöse Verkündigungssendungen und Gottesdienste.

3) Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 24-Stunden-Tag.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

machten die Reportagen und Dokumentation 90 Prozent des Informationsprogramms aus. (19) Je mehr aber eine Formatgruppe die Informationsleistung dominiert, desto weniger Raum verbleibt – zumal bei einem überschaubaren Umfang der Gesamtinformation – für andere Formate. Verdeutlichen lässt sich dies, wenn man sich die absolute Sendezeit an einem durchschnittlichen Sendetag vor Augen führt (vgl. Abbildung 5).

In den Informationsangeboten von Das Erste und dem ZDF verblieben 2021 zusätzlich zu den Magazinsendungen täglich circa viereinhalb Sendestunden für andere Informationsformate. Bei RTL blieben neben den Magazinsendungen täglich noch etwas über zwei Stunden für andere Informationssendungen übrig, bei Sat.1 knapp eineinhalb und bei ProSieben eine Dreiviertelstunde. Am deutlichsten ist der Be-

fund für die Formatstruktur der Informationsangebote im Programm von VOX: auf der einen Seite im Tagesdurchschnitt viereinhalb Sendestunden für Reportagen und Dokumentationen (davon knapp 4 Stunden für ein einziges Sendungsformat: „Medical Detectives“), auf der anderen Seite gerade noch 40 Minuten für andere Informationsformate.

Bevor wir im Detail auf die Sendungsstrukturen in den vier großen journalistischen Formatgruppen eingehen, wenden wir uns zuerst noch den Befunden der ARD/ZDF-Programmanalyse zu den aktuellen Sondersendungen im Untersuchungsjahr 2021 zu.

Aktuelle Sondersendungen

Als „aktuelle Sondersendung“ wird in der ARD/ZDF-Programmanalyse ein journalistisches Format erfasst und beschrieben, das von den Sendern genutzt wird,

Tabelle 3
Journalistische Informationsformate 2021
Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information	41,0	43,7	25,6	21,2	16,5	14,8
Nachrichtensendungen	8,9	8,3	3,5	1,2	1,2	0,9
Magazinsendungen	22,8	24,4	16,5	1,5	10,9	11,7
Frühstücksmagazine	8,9	8,9	5,9	–	10,3	–
Ratgeber- und Servicemagazine	1,9	3,8	–	–	–	–
Boulevardmagazine	3,3	2,3	2,7	–	–	3,2
Allgemeine Magazine	8,7	9,4	7,9	1,5	0,6	8,5
Reportagen, Dokumentationen	4,9	7,2	5,0	18,5	4,0	1,8
Interview- und Talkformate	3,8	3,0	0,2	0,0	0,3	0,2
Sondersendungen	0,5	0,4	0,4	–	0,1	0,1
Nachrichtensendungen	0,2	0,1	0,1	–	0,1	0,1
Reportagen, Dokumentationen	0,2	0,2	0,1	–	0,0	0,0
Sonstiges ¹⁾	0,1	0,1	0,2	–	0,0	0,0
Sonstige journalistische Formate ²⁾	0,1	0,4	0,0	–	0,0	0,1
Restliches Programm³⁾	59,0	56,3	74,4	78,8	83,5	85,2
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Jahresvollerhebung 2021. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

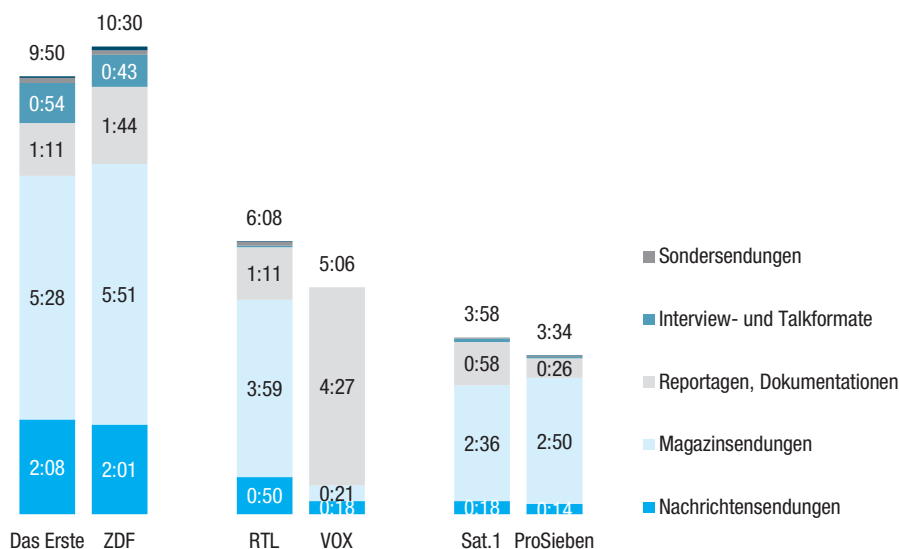
1) Übertragungen, Talk- und Magazinformate, Magazinsendungen.

2) Ansprachen, Übertragungen etc.

3) Sportsendungen, Unterhaltungssendungen und sonstige Sendungsformate. Außerdem Werbung; Programmpromotion,

Quelle: GöfaK Medienforschung.

Abbildung 5
Journalistische Informationsformate 2021
Durchschnittlicher Zeitumfang in Std. : Min.



* Mit Werten ausgewiesen werden nur Programmanteile >5 Min.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

um die Zuschauer über besondere Ereignisse und Probleme – zusätzlich zu den regulären Nachrichtensendungen und in der Regel außerhalb des Programmschemas – aktuell zu informieren. Für diese

Sendungen ist in der AGF-Programmcodierung keine eigenständige Formatkategorie vorgesehen. Vielmehr werden sie dort zum größten Teil den Nachrichten- oder Reportage- bzw. Dokumentationsfor-

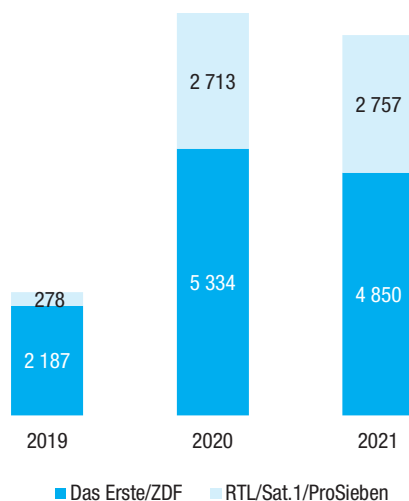
Tabelle 4
Aktuelle Sondersendungen 2019 bis 2021

Das Erste	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben
ARD extra	ZDF spezial	RTL spezial*	Sat.1 spezial	ProSieben Spezial *
Brennpunkt	heute spezial	RTL aktuell spezial	Sat.1 Nachrichten spezial	Corona spezial
Tagesschau extra	heute journal spezial	RTL und NTV spezial	Corona spezial	ProSieben Newstime-Spezial
Tagesthemen extra	Wahltagssondersendungen	RTL Nachtjournal spezial	BILD Corona spezial	ProSieben Kurznachrichten spezial
Wahltagssondersendungen		Punkt Zwölf spezial	Wahltagssondersendungen	ProSieben Live
		Wahltagssondersendungen		

* Ausschließlich tagesaktuelle Ausgaben; keine längerfristig vorbereitete Themensendungen.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

Abbildung 6
Umfang der aktuellen Sondersendungen
2019 bis 2021
Gesamtdauer in Min.



Quelle: GöfaK Medienforschung.

maten, zu einem geringeren Teil spezielleren Formaten wie Übertragung, Verlautbarung/Ansprache oder Talk/Interview zugeordnet. Es ist jedoch möglich, den Stellenwert dieses Formats in den Informationsangeboten der sechs Sender zumindest annähernd durch den Zugriff auf ausgewählte Sendungstitel in den AGF-Sendeprotokollen zu bestimmen.

Insofern beziehen sich die nachfolgend berichteten Daten ausschließlich auf Sendungstitel, die von fünf der sechs Sender explizit zur Etikettierung dieses Sendungstyps verwendet werden (vgl. Tabelle 4). (20) Im ersten Jahr der Corona-Pandemie, 2020, sind in einigen Programmen zu den Standard-Sondersendungen thematisch spezialisierte Reihentitel dazugekommen, in denen es ausschließlich um das „Update“ der Berichterstattung über die Pandemie ging. Die Auswahl der Sendungen, über die im Folgenden berichtet wird, ist jedoch thematisch offen. Anders

als bei früheren Analysen wurden in die nachfolgenden Auswertungen auch Sondersendungen an den Wahltagen zur Bundestagswahl 2021, Europawahl 2019 und den Landtagswahlen 2019 bis 2021 aufgenommen.

Im Ergebnis dieser Analysen zeigt sich, dass die fünf Fernsehprogramme im Untersuchungsjahr 2021 Sondersendungen in einem Gesamtumfang von circa 127 Stunden ausstrahlten (vgl. Abbildung 6). Das ist etwas weniger als 2020, dem ersten Jahr der Corona-Pandemie (134 Stunden), liegt aber weit über dem Umfang der Sondersendungen im Jahr 2019 (41 Stunden). So gesehen hat der besondere Ereigniskontext der Fernsehprogrammgestaltung in den letzten beiden Untersuchungsjahren deutliche Spuren in der Gestaltung der journalistischen Informationsangebote in fünf der sechs untersuchten Fernsehprogramme hinterlassen. War das Format der aktuellen journalistischen Sondersendung 2019 noch fast ein Alleinstellungsmerkmal der beiden öffentlich-rechtlichen Programme, wurde es in den letzten beiden Jahren auch stärker von den privaten Programmen adaptiert. Im Jahr 2019 entfielen 90 Prozent der Sendezeit für Sondersendungen auf Das Erste und das ZDF und nur 10 Prozent auf RTL, Sat.1 und ProSieben. In den beiden Jahren danach steigerten die drei privaten Programme ihre Sondersendezeitanteile auf etwa ein Drittel – 2020 mit ProSieben und 2021 mit RTL an der Spitze.

Die journalistische Bedeutung von Sondersendungen für die tagesaktuelle Fernsehberichterstattung wird vor allem dann deutlich, wenn man alle Sondersendungen der fünf Programme zusammenfasst und im Zeitverlauf eines Jahres betrachtet (vgl. Abbildung 7). Dabei unterscheiden sich die Befunde für 2021 deutlich von den Ergebnissen für 2020, als die Corona-Pandemie alle anderen Ereignisse und Probleme deutlich überragte. Ein eindeutiger Zusammenhang zwischen dem Verlauf der Pandemie und dem monatlichen Umfang der Sondersendungen ist 2021 nicht mehr zu identifizieren. Vielmehr wurden die wellenspezifischen Spitzen der Pandemieberichterstattung

Ö.-R. berichten deutlich ausführlicher über Sonderereignisse

Neben Corona-Pandemie spielten auch Wahlen und Hochwasser eine Rolle

im vergangenen Jahr zumindest zum Teil von Sondersendungen überlagert, die aus anderen Anlässen ins Programm genommen wurden. Das sind zum einen die Wahltag des Superwahljahres und zum anderen das Jahrhunderthochwasser im Sommer.

So erreichte der Umfang der Sondersendungen 2021 seinen mit Abstand höchsten Wert im Monat September. Dabei entfielen 19 der insgesamt 32 Sendestunden auf Sondersendungen am Tag der Bundestagswahl sowie der Berlin-Wahlen und der Landtagswahlen in Mecklenburg-Vorpommern am 26. September. Weitere Spitzenwerte (jeweils zwischen 12 und 17 Sendestunden pro Monat) kennzeichnen den hohen Stellenwert der Sondersendungen in den Monaten Januar, März, April, Juli und November. Der Anlass für diese Sendungsspitzen war in den meisten Fällen weiterhin der Verlauf der Pandemie in Deutschland, phasenweise ergänzt durch andere Themen: dem „Sturm auf das Kapitol“ in den USA im Januar oder die Landtagswahlen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz im März. Die Sendungsspitze im Juli wurde dagegen nahezu ausschließlich durch die Katastrophe des Jahrhunderthochwassers in Deutschland ausgelöst.

Umfangreiche Sondersendungen zur Bundestagswahl

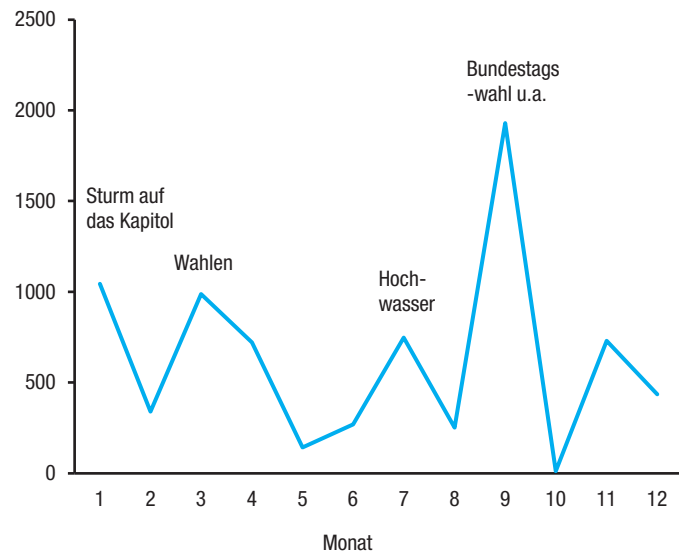
Ein besonderer Fall der aktuellen Fernsehsonderberichterstattung sind Sendungen, die an Wahltagen bzw. Wahlabenden zum Ausgang dieser Wahlen ausgestrahlt werden. Im Mittelpunkt des Superwahljahres 2021 standen dabei die Wahlen am 26. September. Dazu kamen zwei weitere Termine von Landtagswahlen am 14. März (Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz) und 6. Juni (Sachsen-Anhalt).

Wahltagssondersendungen haben in den öffentlich-rechtlichen Programmen eine lange Tradition. Das macht sich auch 2021 bemerkbar (vgl. Abbildung 8). An allen drei Wahltagen wurden im Ersten Programm und im ZDF umfangreiche Sondersendungen ausgestrahlt, wie zu erwarten am umfangreichsten zur Bundestagswahl (Das Erste: fünfeinhalb, ZDF: vier-einhalb Stunden). Im Gegensatz dazu verzichtete ProSieben (und nicht zu vergessen auch VOX) vollkommen auf Sondersendungen an den drei Wahltagen. Damit bleiben im privaten Sektor nur noch RTL und Sat.1: Sat.1 mit einer einzigen, knapp einstündigen Wahlsendung am Tag der Bundestagswahl und lediglich RTL mit Wahlsendungen an allen drei Wahltagen. Während hierbei die Sondersendungen zu den Landtagswahlen am 14. März und 6. Juni sehr knapp ausfielen, gestaltete RTL den Tag der Bundestagswahl als einen insgesamt acht Stunden umfassenden „Sondersendungstag“, der um 12.00 Uhr eröffnet wurde und bis in den späten Abend dauerte.

Trend zu Sonderformaten ist erkennbar

Der in den untersuchten Fernsehprogrammen insgesamt nicht zu übersehende Trend der letzten beiden Jahre, verstärkt Sondersendungen zur Ausweitung

Abbildung 7
Aktuelle Sondersendungen im Monatsverlauf 2021
Gesamtdauer in Min.



Quelle: GöfaK Medienforschung.

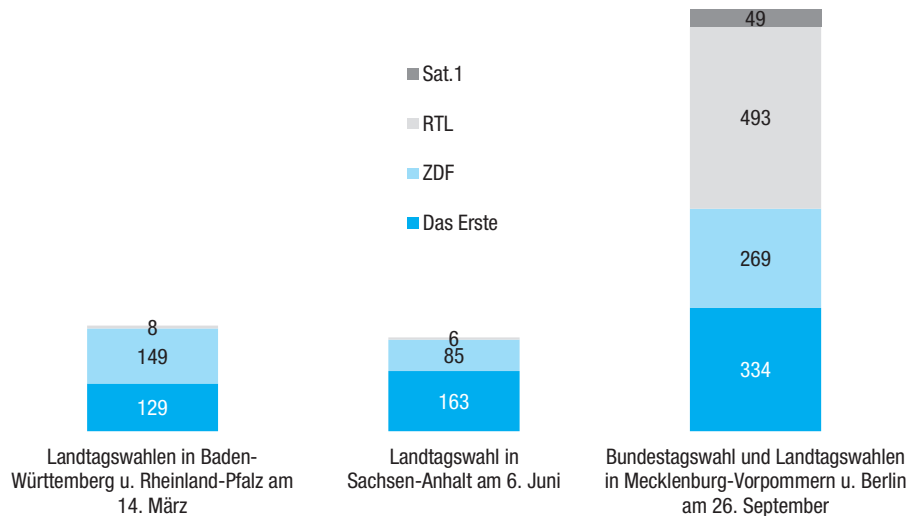
und Vertiefung der Fernsehberichterstattung über besondere, politisch und gesellschaftlich relevante Ereignisse zu nutzen, ist nicht zu übersehen und hat 2021 angesichts des aktuellen Kriegsgeschehens in der Ukraine wahrscheinlich noch lange nicht seinen Höhepunkt erreicht. Andererseits zeigt die Analyse des Stellenwerts von Sondersendungen in den einzelnen Programmen und Programmgruppen durchaus unterschiedliche Programmentwicklungen auf (vgl. Abbildung 9).

Zum einen korrespondiert das Volumen dieses Sendeformats im Prinzip mit dem Volumen der Gesamtheit der journalistischen Informationsangebote in einem Programm, insbesondere im Bereich der tagesaktuellen Informationsleistungen: Die Programme mit dem größten Informationsvolumen, insgesamt und im tagesaktuellen Bereich, Das Erste und das ZDF, weiteten das Format der Sondersendungen 2020 und 2021 am stärksten aus. In dieselbe Richtung weist die ebenfalls erhebliche Steigerung der Sendezeit für Sondersendungen bei RTL. Auffällig dagegen sind die vergleichsweise niedrigen Angebotsquoten bei Sat.1 und die inhomogene Entwicklung bei ProSieben. Bei ProSieben folgte auf ein Sondersendungsvolumen von 25 Programmstunden im ersten Corona-Jahr 2020 ein wieder deutlich geringeres Angebot von nur 9 Stunden im Jahr 2021.

Gemessen am Volumen aller informierenden und unterhaltenden Angebote eines Fernsehvollprogramms in einem Kalenderjahr werden aktuelle Sondersendungen – bezogen auf ihren Umfang – immer am Rand des „normalen“ Programmgeschehens stehen (vgl. dazu die Tabellen 3 und 5). Man muss

Einfluss der Sondersendungen auf gesamten Programmumfang ist eher gering

Abbildung 8
Wahlsondersendungen 2021
Gesamtdauer in Min.



Quelle: GöfaK Medienforschung.

die Formatbezeichnung wirklich wörtlich nehmen: Seine Bedeutung in den Informationsangeboten der Sender erhält dieser Sendungstyp aus einer spezifischen Informationsfunktion in spezifischen Ereignislagen.

Nachrichtensendungen

Indikator für Relevanz tagesaktueller Berichterstattung

Im direkten Gegensatz zu Sondersendungen sind Nachrichtensendungen „die“ Standardformate der tagesaktuellen Berichterstattung im Fernsehen. Ihr Umfang, ihre immanente Formatvielfalt und ihre Platzierung im Tagesverlauf sind die entscheidenden Indikatoren dafür, wie hoch der Stellenwert der Berichterstattung über das aktuelle Zeitgeschehen zum einen im Spektrum der Informationsangebote und zum anderen in der Gesamtformatierung eines Fernsehprogramms ist. Die hierauf bezogenen Daten der ARD/ZDF-Programmanalyse für die beiden öffentlich-rechtlichen und die vier privaten Programme im Jahr 2021 bestätigen die Befunde der Vorjahre und verstärken sie sogar noch. Gemessen am Stellenwert ihrer Nachrichtengebung kann man die untersuchten Programme in drei Gruppen unterteilen:

Hoher Stellenwert der Nachrichten bei ö.-r. Programmen

1. Unverändert ist die zentrale Stellung der Nachrichtenangebote in den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen. Das Erste und das ZDF kamen 2021 wie in den Vorjahren konstant auf Anteilswerte zwischen 8 (ZDF) und 9 Prozent (Das Erste), was etwas mehr als zwei Stunden an einem durchschnittlichen Sendetag entspricht. Dahinter steht vor allem die Nachrichtenschiene am Abend mit jeweils drei Sendungen: der Hauptnachrichtensendung, dem Nachrichtenmagazin und dem Nachtmagazin. Dazu kommen, zusätzlich zu Kurz- und themenspezifischen

Nachrichten, vor allem thematisch universelle Nachrichtensendungen, die über den ganzen Tag hinweg gesendet werden. Gerade der letztgenannte Punkt unterscheidet Das Erste und das ZDF von den privaten Anbietern, die zu manchen Tageszeiten gar keine Nachrichten ausstrahlen. (21)

2. RTL hat 2021 seine führende Nachrichtenposition im Sektor der privaten Fernsehvollprogramme um einen halben Prozentpunkt auf einen Programanteil von 3,5 Prozent bzw. durchschnittlich 50 Minuten pro Tag ausgebaut. Den größten Anteil an der gesamten Nachrichtensendezeit von RTL haben die Hauptnachrichtensendung und das Nachtmagazin. Der Zuwachs gegenüber den Vorjahren ist primär auf das Nachrichtenmagazin „RTL Direkt“ zurückzuführen, das seit dem 16. August montags bis donnerstags am Abend zwischen der Hauptnachrichtensendung und dem Nachtmagazin ausgestrahlt wird.

RTL baut Nachrichten aus

3. Die Nachrichtenangebote der übrigen drei Programme liegen seit Jahren, gemessen an ihrer Gesamtsendezeit, unverändert im Bereich der Ein-Prozent-Marke. Umgerechnet auf einen durchschnittlichen Sendetag im Jahr 2021 entspricht das einem täglichen Nachrichtenvolumen von weniger als 20 Minuten (Sat.1 und VOX: 19 Minuten, ProSieben: 14 Minuten).

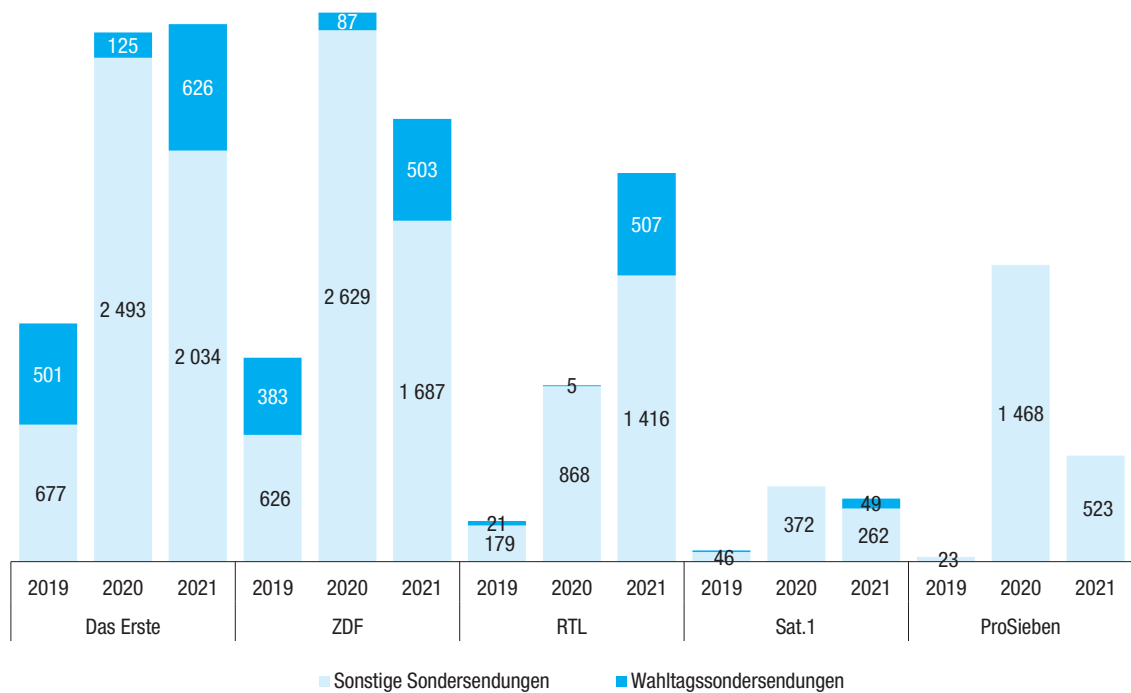
Geringes Nachrichtenangebot bei Sat.1, ProSieben und VOX

Magazinsendungen

Magazinsendungen sind in fünf der sechs Programme die umfangreichste Formatgruppe in der Sparte der journalistischen Informationsangebote. Ihr Anteil an der Gesamtsendezeit der fünf Programme lag 2021 zwischen 23 und 24 Prozent (Das Erste, ZDF)

Leitsparte journalistischer Information

Abbildung 9
Umfang der aktuellen Sondersendungen 2019 bis 2021
Gesamtdauer in Min.



Quelle: GöfaK Medienforschung.

sowie 11 und 12 Prozent (Sat.1, ProSieben). Bei RTL waren es 17 Prozent, eine deutliche Abweichung zeigt sich bei VOX mit 2 Prozent (vgl. Tabelle 5).

Eine systematische Übersicht über die immanente Struktur der Magazinangebote in den einzelnen Programmen lässt sich gewinnen, wenn man im Rückgriff auf die AGF-Programmcodierung drei klar definierbare Formatgruppen separat von allen übrigen Magazinen ausweist und die übrigen Magazine in einer Restgruppe („allgemeine Magazine“) zusammenfasst. Bei den drei Formatgruppen handelt es sich zum einen um über den Zeitpunkt der Ausstrahlung definierte (1) Frühstücksmagazine, zum anderen um die thematisch definierten (2) Ratgeber-/Servicemagazine und (3) Boulevardmagazine. Das Erste und das ZDF bieten seit Jahren alle drei Formatgruppen an, bei RTL sind es zwei (Frühstücks- und Boulevardmagazine), bei Sat.1 (Frühstücksmagazine) und ProSieben (Boulevardmagazine) ist es jeweils eine Gruppe. VOX hat keines dieser drei Formate im Programm.

40 % der Magazinsendezeit (vgl. Tabelle 3). Dazu kommen in beiden Sendern Ratgeber- und Servicemagazine (Das Erste: „ARD-Buffer“; ZDF: „Volle Kanne – Service täglich“) und Boulevardmagazine (Das Erste: „Brisant“; ZDF: „Hallo Deutschland“). Der zentrale Befund in diesem Programmsegment ist allerdings, dass die beiden öffentlich-rechtlichen Programme noch einmal 40 Prozent ihrer Magazinsendezeit mit einer breiten Palette von Magazinen mit unterschiedlichsten inhaltlichen Schwerpunkten – insbesondere auch zu politischen, gesellschaftlich relevanten, wirtschaftlichen und kulturellen Themen – bestreiten.

Die beiden untersuchten Programme der RTL-Gruppe, RTL und VOX, sind im Hinblick auf den Gesamtumfang ihrer Magazinangebote vollkommen unterschiedlich aufgestellt. Bei VOX nahmen Magazine 2021 einen extrem geringen Raum ein. Es handelte sich dabei lediglich um drei Sendungen: „Auto Mobil – Das VOX Automagazin“, „hundkatzenmaus“ und „Prominent!“.

Ö.-r. Programme mit breiter Palette an Magazinen

Das nicht nur umfangreichste, sondern in seiner Struktur auch vielfältigste Magazinangebot findet sich bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern. Circa 60 Prozent ihrer gesamten Magazinsendezeit verteilen sich 2021 auf die drei obengenannten Formatgruppen, mit den Frühstücksmagazinen eindeutig an erster Stelle (in Das Erste und im ZDF knapp

Im Gegensatz dazu ist das Magazinangebot von RTL im Vergleich aller vier untersuchten privaten Fernsehprogramme am größten. Das Frühstücksmagazin „Guten Morgen Deutschland“ und Boulevardmagazine wie zum Beispiel „Explosiv – Das Magazin“ oder „Life – Menschen, Momente, Geschichten“ hatten 2021 zusammengekommen einen Umfang von

RTL mit größtem Magazinangebot unter Privatsendern

Tabelle 5
Journalistische Informationsformate 2021, 2020 und 2019

Zeitanteil in %*

		Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Nachrichtensendungen							
	2021	8,9	8,3	3,5	1,2	1,2	0,9
	2020	8,9	8,4	3,0	1,2	1,3	1,0
	2019	8,7	8,0	2,9	1,2	1,3	1,0
Magazinsendungen							
	2021	22,8	24,4	16,5	1,5	10,9	11,7
	2020	23,8	25,5	16,4	1,8	11,6	9,2
	2019	23,1	25,1	16,2	2,0	11,6	9,9
Reportagen, Dokumentationen							
	2021	4,9	7,2	5,0	18,5	4,0	1,8
	2020	5,4	7,4	1,2	19,0	2,4	0,6
	2019	4,9	7,2	1,3	20,5	1,9	0,5
Interview- und Talkformate							
	2021	3,8	3,0	0,2	0,0	0,3	0,2
	2020	3,8	2,9	–	0,0	0,6	0,1
	2019	3,3	2,7	–	–	0,6	–
Sondersendungen							
	2021	0,5	0,4	0,4	–	0,1	0,1
	2020	0,5	0,5	0,1	–	0,1	0,3
	2019	0,2	0,2	0,0	–	0,0	0,0
Sonstige journalistische Formate							
	2021	0,1	0,4	0,0	–	0,0	0,1
	2020	0,4	0,2	0,1	–	–	0,1
	2019	0,2	0,2	0,0	–	–	0,1
Journalistische Information gesamt							
	2021	41,0	43,7	25,6	21,2	16,5	14,8
	2020	42,8	44,9	20,8	22,0	16,0	11,3
	2019	40,4	43,4	20,4	23,7	15,4	11,5

* Jahresvollerhebungen 2019, 2020 und 2021. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: GöfaK Medienforschung.

9 Prozent der Gesamtsendezeit. Dazu kommen aus der Gruppe der „allgemeinen Magazine“ das Mittagsmagazin „Punkt Zwölf“ mit 5 Prozent sowie weitere Sendungen wie „Stern TV“, „Spiegel TV“ oder „Extra – Das RTL-Magazin“ (zusammen 3 %).

Magazine bei Sat.1 fast ausschließlich im Rahmen des Frühstückfernsehens

Die beiden Programme der ProSiebenSat.1 Media-Gruppe bieten in ähnlichem Umfang Magazinsendungen an. Sie unterscheiden sich jedoch grundsätzlich in der Struktur dieses Programmsegments. Das gesamte Magazinangebot von Sat.1 war 2021 quantitativ nahezu identisch mit dem Frühstückfernsehen: 10,3 der insgesamt 10,9 Prozent umfassenden Magazinsendezeit entfielen auf dieses eine Format. Darüber hinaus gab es mit Sendungen wie „Akte“, „Akte spezial“, „Watch me – Das Kinomagazin“ und

„Sweet & Easy – Enie backt“ nur noch einige wenige „allgemeine Magazine“, die zeitlich kaum ins Gewicht fielen.

Vielfältiger als bei Sat.1 ist das Magazinangebot von ProSieben, das 2021 gegenüber 2020 um 2,5 Prozentpunkte auf 12 Prozent der Gesamtsendezeit ausgeweitet wurde. Auf Frühstückfernsehen wird nach wie vor verzichtet, ansonsten sind im Vergleich zu Sat.1 jedoch deutlich mehr Magazinformate im Programm. Boulevardmagazine („Taff“ und „Taff Weekend“) hatten 2021 einen Anteil von 25 Prozent an der Magazinsendezeit, alle anderen 2021 ausgestrahlten Magazinsendungen von ProSieben sind der Kategorie „allgemeine Magazine“ zuzuordnen. Der quantitativ größte Teil davon besteht aus Wissensforma-

ProSieben, Boulevard- und allgemeine Magazine

ten wie „Galileo“, „Galileo Big Pictures“, „Galileo 360° Ranking“ oder „Big Brains – Geniale Erfindungen“ sowie dem Lifestyle-Magazin „Red“. Seit dem 13. September 2021 ist auch die wöchentlich ausgestrahlte Infotainmentsendung „Zervakis & Opdenhövel. Live“ dieser Formatgruppe zuzurechnen. (22)

Reportagen und Dokumentationen

Der jeweilige Umfang der Formatgruppe der Reportagen und Dokumentationen ist 2021 bei fünf der sechs untersuchten Programme deutlich geringer als der Umfang der Magazinsendungen (vgl. Tabelle 5). Andererseits gehört diese Formatgruppe zum festen Bestand der Informationsangebote dieser Programme – mit einem deutlich größeren Gewicht vor allem als die Interview- und Talkformate. Auf den Sonderfall von VOX, wo Reportagen und Dokumentationen knapp 19 Prozent der Gesamtsendezeit ausmachen, gehen wir am Ende dieses Abschnitts ein.

Im Blick auf die fünf Programme lag der Anteil der Reportagen und Dokumentationen an der Gesamtsendezeit im Jahr 2021 zwischen 2 (ProSieben) und 7 Prozent (ZDF). Das Erste und RTL sendeten 2021 Reportagen und Dokumentationen in einem Umfang von 5 Prozent der Gesamtsendezeit, bei Sat.1 waren es 4 Prozent. In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen hat sich der Umfang dieser Formatgruppe zwischen 2019 und 2020 kaum verändert, bei RTL, Sat.1 und ProSieben hat er jedoch – zum Teil deutlich – zugenommen.

Einzel-
sendungen und
Reihen mit
breitem
Themenspektrum

Zumeist handelt es sich in diesem Programmsegment um eine Vielzahl unterschiedlicher Einzelsendungen, zum Teil aber auch um Reihen, wie z.B. „Terra X“, „planet b“ oder „ZDFzoom“. Das Themenspektrum dieser Formatgruppe ist breit und reicht von naturwissenschaftlichen, gesellschaftlichen, zeitgeschichtlichen und politischen Themen etc. bis in den Human-Touch-Bereich. Allerdings haben die Informationsanalysen der ARD/ZDF-Programmanalyse in den letzten Jahren die unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen der Sender offengelegt. So zeigte sich beispielsweise für RTL und Sat.1, dass sie in ihren Reportagen und Dokumentationen 2020 deutlich häufiger Human-Touch-Themen als die öffentlich-rechtlichen Anbieter berücksichtigten und keine politischen Themen im Angebot hatten. (23)

Magazinangebot
von VOX beschränkt
sich auf „Medical
Detectives“

Bei VOX bestanden 2021 knapp 90 Prozent des journalistischen Informationsangebots aus Reportagen und Dokumentationen. Dazu kommt, dass mehr als drei Viertel des gesamten Informationsangebots von VOX auf ein einziges, im Nachtprogramm ausgestrahltes True-Crime-Format („Medical Detectives“) zurückzuführen sind. Auch der Rückgang der Reportagen und Dokumentationen bei VOX (seit 2019 um 2 Prozentpunkte) ist nahezu ausschließlich darauf zurückzuführen, dass „Medical Detectives“ in gerin-

gerem Umfang ausgestrahlt wurde – so lag 2019 der Anteil dieses Formats an der Gesamtsendezeit von VOX noch bei 18,5 Prozent.

Die True-Crime-Welle ist auch bei RTL maßgeblich für den Anstieg der Reportagen und Dokumentationen – von einem Prozent der Gesamtsendezeit 2019 und 2020 auf 5 Prozent im Jahr 2021 – verantwortlich: Mehr als die Hälfte dieses Zuwachses ist auf die Einführung des True-Crime-Formats „Anwälte der Toten – Rechtsmediziner decken auf“ zurückzuführen.

Interview- und Talkformate

Interview- und Talkformate fanden sich 2021 in allen untersuchten Programmen, im Blick auf die Programmangebote des Gesamtjahrs jedoch nur in den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen in einem quantitativ substanziellen Umfang.

In den Informationsangeboten des Ersten und des ZDF hatten Interview- und Talksendungen 2021 einen Umfang von 3 bis 4 Prozent der Gesamtsendezeit. Hierbei handelt es sich neben einer Reihe von Einzelsendungen zum Großteil vorwiegend um regelmäßig ausgestrahlte Sendungsformate. So entfallen allein auf die Sendungen „Hart aber fair“, „Maischberger. Die Woche“, „Anne Will“ und „Presseclub“ drei Viertel der Sendezeit, die Das Erste dieser Formatgruppe 2021 einräumte. Ähnliches gilt beim ZDF für die Sendungen „Markus Lanz“ und „Maybrit Illner“ (80%). Einen Sonderstatus im Bundestagswahlkampf hatten die drei sogenannten „Trielle“ – bei denen sich die Spitzenkandidatin und -kandidaten von Bündnis 90/Die Grünen, CDU/CSU und SPD gegenüberstanden – von denen Das Erste und das ZDF eines gemeinsam ausstrahlten.

Anders als die öffentlich-rechtlichen hatten die privaten Anbieter 2021 keine in regelmäßigen Zyklen ausgestrahlten Talk- und Interviewsendungen im Programm. Daher ist auch deren Anteil an der Gesamtsendezeit der privaten Programme mit Werten von höchstens 0,3 Prozent auf das Jahr gesehen verschwindend gering. Allerdings fanden einige Einzelsendungen im Kontext der Bundestagswahl starke Beachtung. So strahlten RTL, Sat.1 und ProSieben jeweils eines der „TV-Trielle“ aus. Insgesamt gab es drei Trielle, von denen das erste bei RTL und n-tv, das zweite bei Das Erste und im ZDF sowie das dritte bei Sat.1, ProSieben und kabel eins gesendet wurde. Zudem hatten Sat.1, RTL und ProSieben im Vorfeld der Wahl Sendungen im Programm wie „Kannste Kanzleramt? Baerbock, Laschet und Scholz zurück in der Schule“ (Sat.1), „Am Tisch mit ...“ (RTL) oder „ProSieben Spezial Live. Das Kanzler-Kandidat:in-Interview“, die ein breites mediales Echo hervorriefen. Die wenigen weiteren Talksendungen der privaten Anbieter hatten in der Regel keine politischen Bezüge.

Regelmäßige
Talkformate bei
Das Erste und ZDF

Einzel-
sendungen
zur
Bundestagswahl
fanden große
Beachtung

Sendungsformate der Fernsehunterhaltung: Non-Fiktion und Reality-TV

In allen deutschen Fernsehvollprogrammen – das heißt auch in den sechs Programmen, die in der ARD/ZDF-Programmanalyse untersucht werden – hat die Fernsehunterhaltung einen zentralen Stellenwert. Fasst man alle Formen der Fernsehunterhaltung zusammen, besteht etwas weniger als die Hälfte der Gesamtsendezeit des Ersten und des ZDF aus unterhaltenden Programmangeboten (46 bis 47 %), bei den vier privaten Programmen ist es etwas bis deutlich mehr als die Hälfte. Den größten Umfang haben Unterhaltungssendungen bei ProSieben und Sat.1 (62 % der Gesamtsendezeit), den niedrigsten bei RTL (53 %) (vgl. Tabelle 1).

Traditionellerweise wird in der Programmplanung und -gestaltung zwischen fiktionalen (Filmen, Serien etc.) und non-fiktionalen Formen der Fernsehunterhaltung unterschieden, (24) wobei die Formate des Reality-TV in aller Regel der non-fiktionalen Fernsehunterhaltung zugerechnet werden. (25) In der Fernsehprogrammformforschung wird diese Systematik weitgehend übernommen. Das gilt sowohl für die AGF-Programmcodierung als auch für die daran anknüpfenden Sekundäranalysen der ARD/ZDF-Programmanalyse.

Unterscheidung
non-fiktionale
Unterhaltung und
Reality-TV

Im Rahmen der Programmstrukturanalyse gliedert sich die non-fiktionale Fernsehunterhaltung in zwei große Bereiche. Zum einen sind dies traditionelle Formen wie Show- und Quizformate, Satire und Comedy, Musiksendungen etc. Dazu kommt der gesamte Bereich des Reality-TV, der in drei Formatgruppen unterteilt wird: narrative Formate (Doku-Soaps, Coaching, Daily Talk), performative Formate (Real-Life-Inszenierung, Castingshows) und gescrriptete Formate.

Wie aus den Formatanalysen hervorgeht, unterscheiden sich die sechs untersuchten Programme nicht nur im Gesamtumfang, sondern ebenso deutlich in der Formatstruktur ihrer non-fiktionalen Unterhaltungsangebote. Dabei ist festzuhalten, dass die Programme mit dem größten Sendezeitvolumen in dieser Sparte (Sat.1, RTL und VOX) zugleich auch die Programme mit dem umfangreichsten Angebot an Reality-TV-Unterhaltung sind (vgl. Tabelle 6 und Abbildung 10).

Sat.1 bestreitet ein
Drittel der Sendezeit
mit (gescrriptetm)
Reality-TV

Sat.1 setzte 2021 im Bereich der non-fiktionalen Unterhaltung von allen untersuchten Programmen am stärksten auf das Reality-TV. Mehr als ein Drittel der Gesamtsendezeit von Sat.1 wurde in diesem Jahr mit Reality-TV-Formaten bestritten. Show- und Quizsendungen hatten einen deutlich geringeren Umfang (12%). Die Palette der von Sat.1 ausgestrahlten Reality-TV-Sendungen war breit und reichte von Doku-Soaps, Real-Life-Inszenierungen und

Casting-Shows bis hin zu gescrripteten Doku-Soaps. Diese fiktionalisierten Formen des Reality-TV hatten 2021 mit 28 Prozent der Gesamtsendezeit im gesamten Unterhaltungsangebot von Sat.1 den höchsten Stellenwert. Allein die verschiedenen Varianten des Formats „Auf Streife“ kamen zusammen auf einen Anteil am Gesamtprogramm von fast 18 Prozent.

Bei RTL hatten die klassischen Formen der non-fiktionalen Unterhaltung und das Reality-TV mit jeweils circa 17 Prozent nahezu den gleichen Umfang. Das Spektrum der Reality-TV-Formate war mit Doku-Soaps, Real-Life-Inszenierungen, Casting-Shows und gescrripteten Doku-Soaps breit und quantitativ ausgewogen. Auf gescrriptete Formate entfiel zwar mit 8 Prozent der Gesamtsendezeit der größte Anteil des Reality-TV, jedoch dominierten sie nicht in dem Maße wie bei Sat.1. Im Gegenteil, bei RTL hat sich der Anteil der gescrripteten Doku-Soaps 2021 im Vergleich zum Vorjahr halbiert, was den Rückgang des Gesamtangebots an non-fiktionaler Unterhaltung bei RTL maßgeblich erklärt (vgl. auch Tabelle 1).

RTL halbierte Anteil
an gescrripteten
Formaten

VOX sendete 2021 in der non-fiktionalen Unterhaltungssparte fast ausschließlich Reality-TV-Angebote (25 % der Gesamtsendezeit), das Angebot klassischer Unterhaltungssendungen war im Vergleich dazu mit 3 Prozent marginal (vgl. Tabelle 6). Im Mittelpunkt dieses Unterhaltungssegments von VOX standen Doku-Soaps mit circa 14 Prozent und Real-Life-Inszenierungen mit circa 10 Prozent. Die beiden Doku-Soaps „Zwischen Tüll und Tränen“ und „Das perfekte Dinner“ kamen zusammen auf 8 Prozent der Gesamtsendezeit. Bei den Real-Life-Inszenierungen stand die Sendung „Shopping Queen“ an der Spitze (circa 6%). Gescrriptete Doku-Soaps sind 2021 aus dem Reality-TV-Angebot von VOX verschwunden; 2019 hatten sie noch einen Anteil von 6 Prozent.

VOX bestreitet ein
Viertel der Sendezeit
mit Reality-TV, v.a.
Doku-Soaps und
Real Life

ProSieben setzte in seinem insgesamt nicht sehr umfangreichen Programmsegment der non-fiktionalen Unterhaltung 2021 als einziges der vier privaten Programme quantitativ stärker auf traditionelle Formen der non-fiktionalen Unterhaltung (8 %) als auf das Reality-TV (2 %). Zu den wichtigsten Shows bei ProSieben gehörten 2021 „Wer stiehlt mir die Show?“, „Schlag den Star“ und „Joko & Klaas gegen ProSieben“, keines dieser Formate kam jedoch auf mehr als 1 Prozent der Gesamtsendezeit. Im Bereich des Reality-TV hatte ProSieben Doku-Soaps, Real-Life-Inszenierungen und Castingshows im Programm, dabei nahmen jedoch nur die beiden Castingshows „The Voice of Germany“ und „Germany's Next Topmodel“ nennenswerten Raum ein.

Bei ProSieben stehen
Shows im Mittel-
punkt non-fiktionaler
Unterhaltung

Die beiden öffentlich-rechtlichen Programme bestritten die Sparte der non-fiktionalen Unterhaltung primär mit traditionellen Show-, Quiz- und Musikformaten und in nicht unwesentlichem Umfang auch

Das Erste und das
ZDF bauen auf
Shows, Quiz, Musik
und Satire/Comedy

Tabelle 6
Formate der nonfiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV
Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Non-fiktionale Unterhaltung	10,3	9,6	17,6	2,6	12,5	8,4
Show- und Quizformate	9,1	8,9	17,5	2,6	11,6	8,3
Satire, Kabarett, Comedy	0,9	0,6	–	–	–	–
Musik	0,1	0,1	–	–	0,0	0,1
Sonstiges ¹⁾	0,2	0,0	0,1	–	0,9	–
Reality-TV	5,1	0,1	16,5	24,6	34,8	1,6
Reality-TV (1): Narrative Formate	5,1	0,1	4,8	14,8	2,9	0,3
Daily Talk	–	–	–	–	–	–
Doku-Soap	5,1	0,1	4,8	14,3	2,9	0,3
Coaching	–	–	0,0	0,5	–	–
Reality-TV (2): Performative Formate	–	–	3,3	9,8	3,7	1,3
Real-Life-Inszenierung	–	–	1,5	9,8	1,1	0,2
Castingshow	–	–	1,8	–	2,6	1,1
Reality-TV (3): Gesciptete Formate	–	–	8,4	–	28,2	–
Gesciptete Doku-Soap	–	–	8,4	–	28,2	–
Restliches Programm²⁾	84,6	90,3	65,9	72,8	52,7	90,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

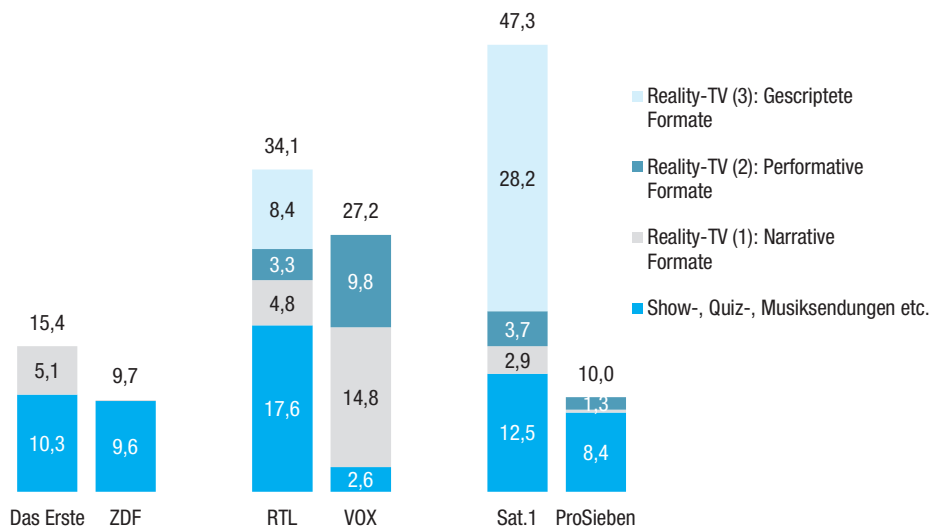
* Jahresvollerhebung 2021. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

1) Retro- und Rankingshows und Aufführungen.

2) Informations-, Sport- und fiktionale Unterhaltungssendungen sowie sonstige Formate. Außerdem Werbung; Programmpromotion,

Quelle: GöfaK Medienforschung.

Abbildung 10
Formate der nonfiktionalen Unterhaltung und Reality-TV 2021
Zeitanteil in %

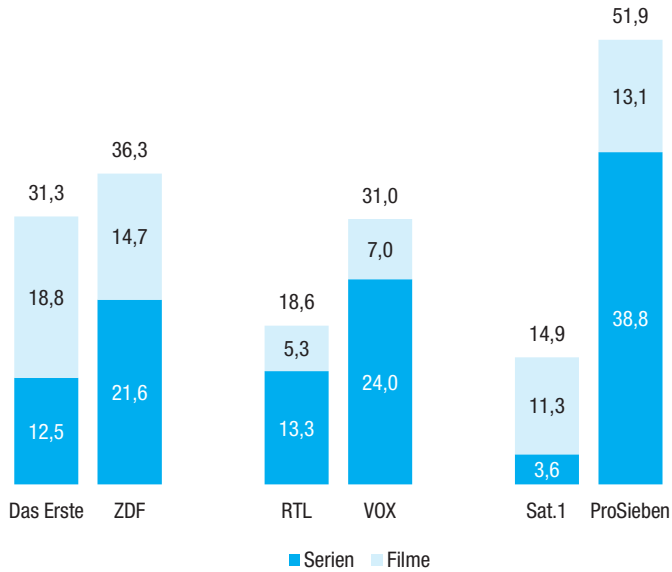


Quelle: GöfaK Medienforschung.

mit Satire- und Comedy-Sendungen. Das Erste erreichte 2021 mit den beiden Vorabendsendungen „Wer weiß denn sowas?“ und „Gefragt – Gejagt“ sowie mit „Meister des Alltags“ am Vormittag zu-

sammengenommen 5,5 Prozent der Gesamtsendezeit. Außerdem entfielen 5 Prozent im Ersten Programm auf Doku-Soaps wie zum Beispiel „Verrückt nach Meer“. Beim ZDF stachen zwei Sendungen

Abbildung 11
Formate der fiktionalen Unterhaltung 2021
Zeitanteil in %



Quelle: GöfaK Medienforschung.

heraus: zum einen „Bares für Rares – Lieblingsstücke“ (über 4 %) und „Die Küchenschlacht“ (fast 2 %).

Fiktionale Unterhaltung

Das Verhältnis der fiktionalen zur non-fiktionalen Unterhaltung ist in den sechs Programmen, die in der Programmanalyse untersucht werden, komplementär zueinander. Bei den Programmen mit dem geringsten Umfang an non-fiktionaler Unterhaltung – ProSieben, ZDF und Das Erste – waren die Anteile der fiktionalen Unterhaltung 2021 dementsprechend relativ hoch. Bei Sat.1 und RTL war es genau umgekehrt. Lediglich bei VOX hatten beide Unterhaltungssparten in etwa den gleichen Umfang.

In vier der sechs Programme war der Umfang der Serien größer als das Sendevolumen der ausgestrahlten Filme. Das ZDF räumte dem Serienangebot knapp zwei Drittel der Sendezeit in seiner fiktionalen Programmsparte ein, bei RTL, VOX und ProSieben waren es ungefähr drei Viertel (vgl. Abbildung 11).

Serien prägen das Programm

Während es sich bei Filmen um einzelne Sendungen handelt, lohnt der Blick darauf, wie sehr bestimmte Serien im Jahr 2021 ein Programm prägten. Im Ergebnis wurde mit drei Serientiteln in der Regel mehr als die Hälfte der Seriensendezeit eines Programms bestritten (vgl. Tabelle 7). Am deutlichsten wird dies bei VOX. Dort entfielen auf „Bones – Die Knochenjägerin“, „Criminal Intent – Verbrechen im Visier“ und verschiedenen Formen von „CSI“ nicht weniger als 23 Prozent der insgesamt 24 Prozent umfassenden Seriensendezeit.

Die in Tabelle 7 aufgeführten Serien vermitteln auch einen ersten Eindruck davon, welche Genres in den sechs Programmen am häufigsten ausgestrahlt wurden, wenngleich Serien nur einen Teil des fiktionalen Angebots bilden. Schon daran ist die große Bedeutung von Krimis und sonstigen Spannungsgenres zu erkennen. Es sind die Genres, auf die 2021 bei fünf der sechs untersuchten Sender die meiste Sendezeit ihres gesamten Fictionangebots entfiel (vgl. Tabelle 8). Das mit Abstand größte Sendevolumen hatten Krimis und andere Spannungsgenres bei VOX (28 % der Gesamtsendezeit) und im ZDF (23 %).

Eine andere Schwerpunktsetzung hatten die Filme und Serien bei ProSieben, wo 2021 Komödien und Unterhaltungsgenres dominierten (37 % der Gesamtsendezeit), mit starkem Fokus auf das Sitcom-Format. Spannungsgenres folgten bei ProSieben mit Abstand an zweiter Stelle (10 %). Außerdem bediente ProSieben durch „Die Simpsons“ am ausgiebigsten das Animationsgenre, gefolgt vom ZDF, bei dem es sich zumeist um animierte Sendungen für Kinder handelte. Schließlich wurde im Ersten durch die beiden dort ausgestrahlten Telenovelas das Gewicht der Dramen und Liebesfilme deutlich erhöht (10 %) – einem Genre, dem in den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen generell mehr Platz als in den privaten Programmen eingeräumt wird.

Relevanz von Eigenproduktionen

In Bezug auf die Produktions- und Beschaffungsformen der Filme und Serien verläuft eine klare Grenze zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern (vgl. Abbildung 12). Ungefähr vier Fünftel der Serien und Filme, die 2021 in Das Erste und im ZDF ausgestrahlt wurden, sind Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen. (26) Dieser Wert hat sich in beiden Programmen in den letzten drei Jahren kaum verändert.

Im Gegensatz dazu überwiegen im Fictionangebot aller vier privaten Programme die Kaufproduktionen. Im Jahr 2021 war das am ausgeprägtesten bei ProSieben und VOX (jeweils 99 %) sowie Sat.1 (92 %) der Fall. Bei RTL wurde in den letzten Jahren der Anteil der Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen im Serien- und Filmsektor deutlich minimiert: von 53 Prozent im Jahr 2019 auf 40 Prozent 2021. Das ist allerdings immer noch deutlich mehr als im Fictionangebot von Sat.1, ProSieben und VOX.

Die Befunde für die Produktionsländer der Fictionangebote sind systematisch mit den vorstehenden Ergebnissen zu den Produktions- und Beschaffungsformen verknüpft. (27) Mit dem Umfang der Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen im Serien- und Filmsektor steigt auch der Anteil deutscher Produktionen, mit dem Umfang der Kaufproduktionen der Anteil ausländischer Produktionen – insbesondere aus den USA. Insofern ist es nur folgerichtig, dass 2021

Hohe Bedeutung von Krimis vor allem im ZDF und bei VOX

ProSieben setzt auf Komödien und Unterhaltungsgenres, v.a. Sitcoms

Großteil der Serien und Filme in Das Erste und ZDF sind Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen

Bei Privatsendern stehen Kaufproduktionen im Vordergrund

Einheimische Produktionen vorwiegend bei öffentlich-rechtlichen Programmen

Tabelle 7
Die wichtigsten fiktionalen Serien
Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Platz 1	Sturm der Liebe (2,1 %)	SOKO ... (5,2 %)	CSI ... (6,2 %)	CSI ... (15,4 %)	Criminal Minds ... (1,9 %)	The Big Bang Theory (7,0 %)
Platz 2	Rote Rosen (2,1 %)	Die Rosenheim-Cops (3,2 %)	Alles was zählt (2,2 %)	Criminal Intent – Verbrechen im Visier (6,6 %)	Navy CIS ... (0,8 %)	Two and a half men (6,8 %)
Platz 3	Tatort (2,1 %)	Notruf Hafenkante (3,1 %)	Gute Zeiten, Schlechte Zeiten (2,1 %)	Bones – Die Knochenjägerin (1,2 %)	FBI: Most wanted (0,2 %)	Die Simpsons (4,3 %)
Platz 1-3 gesamt	6,3	11,5	10,5	23,2	2,9	18,1
Weitere Serien	6,2	10,1	2,8	0,8	0,7	20,7
Serien gesamt	12,5	21,6	13,3	24,0	3,6	38,8

* Jahresvollerhebung 2021. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: GöfaK Medienforschung.

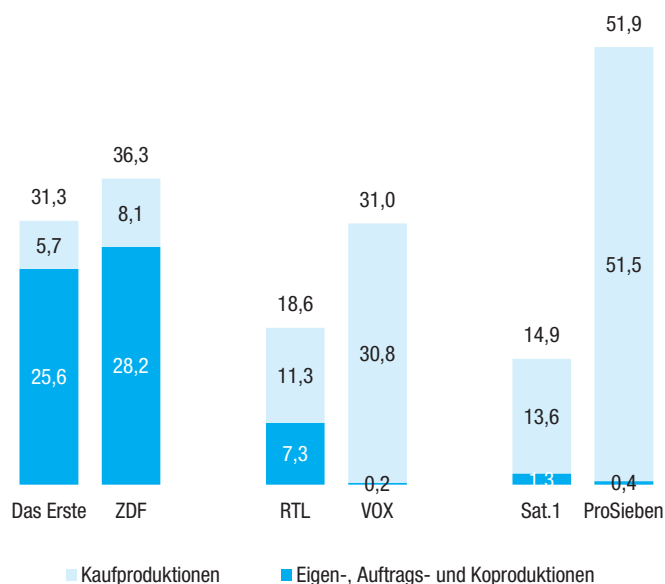
Tabelle 8
Genres der fiktionalen Unterhaltung
Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Krimi und sonstige Spannung	11,6	23,0	8,7	28,0	8,1	9,7
Komödie und Unterhaltung	10,0	6,7	8,7	2,1	4,7	36,7
Drama, Liebesfilm und Telenovela	9,5	3,7	0,5	0,6	0,9	1,0
Animation	0,2	2,9	0,6	0,3	1,2	4,5
Zeitkritik und sonstiges	–	0,0	0,1	0,0	0,0	–
Gesamt	31,3	36,3	18,6	31,0	14,9	51,9

* Jahresvollerhebungen 2019, 2020 und 2021. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: GöfaK Medienforschung.

Abbildung 12
Produktions- und Beschaffungsformen der fiktionalen Unterhaltung
Zeitanteil in %



Quelle: GöfaK Medienforschung.

Tabelle 9
Produktionsländer der fiktionalen Unterhaltung
Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Deutschland und andere Länder	26,2	29,1	7,4	0,4	2,2	0,8
Sonstige europäische Länder	3,3	3,6	0,8	1,9	1,5	1,5
USA	0,9	3,3	10,0	28,7	10,6	48,6
Sonstige	0,9	0,3	0,4	0,0	0,6	1,0
Gesamt	31,3	36,3	18,6	31,0	14,9	51,9

* Jahresvollerhebungen 2019, 2020 und 2021. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: GöfaK Medienforschung.

circa 80 Prozent der im Ersten Programm und im ZDF ausgestrahlten Filme und Serien in Deutschland produziert wurden (vgl. Tabelle 9). Im Gegensatz dazu kamen 2021 in den vier privaten Programmen zwischen 53 (RTL), 71 (Sat.1) und 93 Prozent (ProSieben und VOX) der Filme Serien aus den USA.

Fazit

Strukturdaten sind zuverlässige Grundlage für Beurteilung der Programmleistungen

Die kontinuierliche Fernsehprogrammforschung von ARD und ZDF dient der langfristigen Beobachtung von Programmentwicklungen im deutschen Fernsehen. In diesem Zusammenhang liefern die Programmstrukturanalysen, die im Rahmen dieser Studie seit 1985 durchgeführt werden, Jahr für Jahr empirisch nachprüfbar Informationen über den jeweiligen Gesamtumfang der informierenden und unterhaltenden Sendungsangebote in öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehprogrammen. Aus wissenschaftlicher Perspektive sind diese Strukturdaten der Ausgangspunkt für jeden systematischen Programmvergleich und aus medienpolitischer Perspektive eine zuverlässige Grundlage für die Beurteilung von Programmleistungen. Für alle weiterführenden Fragestellungen – wie zum Beispiel zu inhaltlichen Informationsleistungen von Fernsehprogrammen – liefern Programmstrukturanalysen die zentralen Basisdaten und damit den empirischen Bezugsrahmen, in den die Befunde von Vertiefungsanalysen einzuordnen sind.

Man kann dies anhand der in diesem Heft vorgelegten Befunde der ARD/ZDF-Programmanalyse zum Untersuchungsjahr 2021 (Programmstrukturanalyse und Beitragsanalyse) exemplarisch belegen. Im Hintergrund beider Beiträge steht die Frage, ob und wie sich der besondere Ereigniskontext dieses Jahres (Corona-Pandemie, Bundestags- und Landtagswahlen, Hochwasserkatastrophe etc.) in den Programmangeboten von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben, niedergeschlagen hat. Auf den ersten Blick bezieht sich diese Frage auf die Inhalte der journalistischen Informationsangebote in den beiden öffentlich-rechtlichen und vier privaten Fernsehprogrammen (Beitragsanalyse) – und so wird sie in dem nachfolgenden Beitrag auch aufgegriffen. Der vorlie-

gende erste Teil der Programmanalyse untersuchte vor diesem Hintergrund, wie die sechs Programme im Jahr 2021 strukturell aufgestellt waren und welchen Stellenwert dabei Informationsangebote im Allgemeinen und Formate für die aktuelle Berichterstattung über politische und gesellschaftlich relevante Ereignisse und Probleme im Besonderen hatten.

Bezogen auf die Befunde der Programmstrukturanalyse im ersten Corona-Jahr, 2020, wurde noch vorsichtig argumentiert: Gegenüber dem „normalen“ Programmjahr 2019 waren, abgesehen von dem sprunghaften Anstieg aktueller Sondersendungen, kaum tiefgreifende strukturelle Veränderungen in den Informationsangeboten der Sender zu erkennen. (28) Aufgrund des andauernden Krisenmodus, der Besonderheiten des Superwahljahres und den anwachsenden aktuellen Informationsbedürfnissen in der Bevölkerung sieht man in den Programmstrukturdaten für 2021 nun aber doch einige Spuren der Veränderung im Informationsbereich.

Sie betreffen in den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen weniger das Angebot der Standard-sendungen, da Das Erste und das ZDF die Zahl der journalistischen Formate, in denen aktuelle Ereignisse und Probleme aufgegriffen und journalistisch verarbeitet werden können, grundsätzlich und ereignis-unabhängig hochhält. Mehr als bei allen anderen Programmen wurde hier jedoch das Angebot an aktuellen Sondersendungen nun schon im zweiten Jahr nach 2019 intensiv gepflegt.

Im privaten Sektor muss man zwischen den Senderfamilien und dort wiederum nach Programmen unterscheiden. RTL hat 2021 seine Position als das informationsstärkste private Fernsehvollprogramm nachhaltig ausgebaut. Eine wesentliche Rolle spielte dabei die Vervollständigung der Nachrichtenschiene am Abend durch das Nachrichtenmagazin „RTL direkt“. Weitere Indikatoren für diesen Trend sind zum einen der stufenweise Ausbau der aktuellen Sondersendungen nach 2019 und zum anderen, dass RTL als einziges der vier privaten Programme an allen

Mehr Sondersendungen vor allem im Ersten und ZDF

RTL mit stärkstem Informationsangebot unter den Privatsendern

drei Wahltagen des Superwahljahres 2021 Wahltagssondersendungen ausstrahlte.

VOX ohne
nennenswertes
Informationsangebot

Der Gegenentwurf dazu ist VOX, ein weiteres Fernsehvollprogramm der RTL-Gruppe. Krisenjahre wie 2019 und 2020 gingen an den Programmangeboten von VOX mehr oder weniger spurlos vorbei, weil die tagesaktuelle Berichterstattung in Nachrichtensendungen seit Jahren marginalisiert wird. Auch aktuelle Sondersendungen sind nicht im Programm zu finden, und politische und gesellschaftlich relevante Themen kommen in den Reportage- und Magazin-sendungen nicht vor.

Bleibt „Informations-
offensive“ bei
ProSieben
nachhaltig?

Die Befunde für die beiden Programme der ProSiebenSat.1-Media-Gruppe, Sat.1 und ProSieben, sind in anderer Weise zwiespältig. Bei Sat.1 hat sich das Informationsangebot in den beiden Krisenjahren gegenüber den Vorjahren quantitativ und strukturell kaum geändert, der Umfang der aktuellen Sondersendungen war bei Sat.1 2020 und 2021 geringer als bei allen anderen Programmen (VOX ausgenommen).

ProSieben ist 2020 mit einem umfangreichen Angebot an aktuellen Sondersendungen aufgefallen, hat es aber 2021 wieder deutlich reduziert, und unverändert fällt das Volumen der tagesaktuellen Berichterstattung seit Jahren gering aus. Zugleich brachte sich ProSieben im Superwahljahr 2021 mit Kandidaten-Talksendungen und der Einrichtung eines Infotainment-Magazins ins Gespräch. Zusammengekommen ergibt sich daher aus den ProSieben-Daten für 2021 kein eindeutiger Trend und es gilt, die ausgerufene „Informationsoffensive“ in der Folge weiter zu beobachten.

Unterschiede in
Informationsleistung

Fest steht, dass sich die Informationsinfrastrukturen der Fernsehprogramme, die in der ARD/ZDF-Programmanalyse analysiert werden, zum Teil deutlich voneinander unterscheiden. Das betrifft eben nicht nur den Unterschied zwischen öffentlich-rechtlichen Programmen auf der einen und privaten Programmen auf der anderen Seite, sondern vor allem auch immanente Differenzen zwischen den privaten Senderfamilien und Programmen. Dass und wie sich diese strukturellen Differenzen in unterschiedlichen inhaltlichen Informationsleistungen manifestieren, kann im nachfolgenden Beitrag aufgezeigt werden.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. dazu die programmbezogenen Normen im Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland, in Kraft seit dem 7. November 2020 (im Folgenden kurz: Medienstaatsvertrag bzw. MStV). In: Media Perspektiven Dokumentation I/2021, S. 3-39. Online unter: <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/dokumentation/> (abgerufen am 12.4.2022). So ist zum Beispiel in § 26 MStV der Pro-

grammauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten beschrieben, wonach diese „... in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben“ haben.

- 2) Vgl. Maurer, Torsten/Matthias Wagner/Hans-Jürgen Weiß: Informationsprofile von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben. Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2020 – Teil 2. In: Media Perspektiven 5/2021, S. 301-324, sowie der nachfolgende Beitrag in diesem Heft.
- 3) Vgl. Maurer, Torsten/Matthias Wagner/Hans-Jürgen Weiß: Programmprofile von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben. Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2020 – Teil 1. In: Media Perspektiven 4/2021, S. 240-266.
- 4) Bei RTL ging am 16. August 2021 das Nachrichtenjournal „RTL Direkt“ auf Sendung, es wird montags bis donnerstags um 22.15 Uhr ausgestrahlt (Moderation Jan Hofer und Pinar Atalay). ProSieben strahlt seit dem 13. September 2021 wöchentlich am Montag um 20.15 Uhr die Infotainment- und Nachrichtensendung „Zervakis & Opdenhövel.Live“ aus.
- 5) Vgl. Weiß, Hans-Jürgen/Torsten Maurer/Anne Beier: ARD/ZDF-Programmanalyse 2019: Kontinuität und Wandel. Forschungshintergrund und Methode. In: Media Perspektiven 5/2020, S. 226-245 (zur Methode der Programmstrukturanalyse vgl. vor allem S. 231-236).
- 6) Vgl. GöfaK Medienforschung: Methodendokumentation zur ARD/ZDF-Programmanalyse 2021. Potsdam 2022 (<https://www.ard-media.de/media-perspektiven/studien/programmanalyse/>), im Folgenden kurz „Methodendokumentation 2021“.
- 7) Vgl. MStV (Anm. 1) § 39 sowie § 70.
- 8) Vgl. Methodendokumentation 2021 (Anm. 6), Kap. 1.1, Tabelle 1.
- 9) Vgl. ebd., Kap. 1.1, Tabelle 1. Bei Das Erste und dem ZDF hat Programmpromotion einen Umfang von ungefähr einer halben Stunde pro Tag, bei den privaten Anbietern ist es das Doppelte (RTL: 56 Minuten, VOX: 62 Minuten) bis hin zum Dreifachen (Sat.1: 76 Minuten, ProSieben: 94 Minuten).
- 10) Zu 2019 vgl. Vgl. Maurer, Torsten/Matthias Wagner/Hans-Jürgen Weiß: Programmprofile von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben. Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2019 – Teil 1. In: Media Perspektiven 5/2020, S. 246-263, zu 2020 sowie dies. (Anm. 3).
- 11) Daraus ergaben sich 2021 für Das Erste und das ZDF im Durchschnitt Einsparungen von jeweils circa 90 Sendeminuten pro Sendetag.
- 12) Vgl. dazu § 59 Abs. 4 MStV (Anm. 1).
- 13) Vgl. dazu § 60 Abs. 5 und § 65 MStV (Anm. 1). Sat.1 ist seit Mitte August 2020 aufgrund eines Wechsels der zuständigen Medienanstalt nicht mehr zur Ausstrahlung von Programmangeboten unabhängiger Dritter verpflichtet.
- 14) Hinzu kommt allein ein sehr geringer Anteil sonstiger Sendungen, bei denen es sich vorwiegend um religiöse Verkündigungssendungen und Gottesdienste handelt.
- 15) Vgl. dazu auch die Spartenübersicht in der Methodendokumentation 2021 (Anm. 6), Kap. 1.1, Tabelle 11.
- 16) RTL, Sat.1 und ProSieben: unter 1 Prozent, VOX: 0 Prozent.
- 17) Vgl. dazu auch die Spartenübersicht in der Methodendokumentation 2021 (Anm. 6), Kap. 1.1, Tabelle 22.
- 18) Dazu kommen einige weitere Formate wie Übertragungen, Ansprachen etc., die insgesamt selten und auch nur bei einigen Programmen zu finden sind.
- 19) Es zeigt sich jedoch, dass von den verschiedenen Sendern durchaus unterschiedliche Formate dieser Kategorie zugeordnet werden, die das jeweilige Informationsverständnis kennzeichnen.
- 20) Als einziges der sechs Programme verzichtete VOX auf eine nennenswerte Ausstrahlung aktueller Sondersendungen.
- 21) Vgl. hierzu auch die Ausführungen zu den Nachrichtenangeboten der sechs Programme im Tagesverlauf im Untersuchungs-jahr 2020 in Maurer/Wagner/Weiß 2021 (Anm. 3).

- 22) Vgl. Seven.One Entertainment zieht positive Zwischenbilanz der Informationsoffensive. Interview mit Sven Pietsch, Chefredakteur der Seven.One Entertainment Group vom 12.10.2021. (<https://www.medienpolitik.net/2021/10/wir-nehmen-den-fuss-nicht-vom-gas/>) (abgerufen am 16.3.2022).
- 23) Vgl. GöfaK Medienforschung: Methodendokumentation zur ARD/ZDF-Programmanalyse 2020. Potsdam 2021; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/studien/programmanalyse/>.
- 24) Vgl. dazu auch die Programmstatistiken der Sender in Media Perspektiven Basisdaten: Daten zur Mediensituation in Deutschland 2021. Frankfurt 2022, S. 8-16; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/basisdaten/> (abgerufen am 9.4.2022).
- 25) Das gilt auch für die fikionalisierten Scripted-Reality-TV-Formate.
- 26) Vgl. Methodendokumentation 2021 (Anm. 6), Kap. 1.1, Tabelle 19.
- 27) Vgl. Methodendokumentation 2021 (Anm. 6), Kap. 1.1, Tabelle 18.
- 28) Vgl. Maurer/Wagner/Weiß 2021 (Anm. 3), S. 265.