

Programmanalyse 2000: ARD, ZDF, RTL, SAT.1
und ProSieben im Vergleich

→ Die Boulevardisierungskluft im deutschen Fernsehen

Von Udo Michael Krüger und
Thomas Zapf-Schramm*

Sportereignisse
beeinflussten 2000
Programmstruktur –
vor allem bei ARD
und ZDF

Das Fernsehjahr 2000 war ein Jahr großer internationaler Sportereignisse. Dies hatte vor allem bei ARD/Das Erste und ZDF Auswirkungen auf die Programmgestaltung. Anders als beispielsweise 1998 fanden im Jahr 2000 nicht zusätzlich noch außergewöhnliche informationsrelevante Ereignisse wie zum Beispiel Bundestags- und verschiedene Landtagswahlen statt, die mit zahlreichen Sonder-sendungen die Sportberichterstattung in der Programmstruktur kompensierten. Solche durch periodisch auftretende Ereignisse bewirkte „Pendel-effekte“ (1) werden erst deutlich erkennbar, wenn man mehrere davon betroffene und nichtbetroffene Untersuchungsperioden vergleicht. Soll eine Programmstichprobe der Programmrealität entsprechen, ist solchen externen Einflüssen bei der Auswahl der Untersuchungswochen Rechnung zu tragen.

Wie sich aus der kontinuierlichen Vollerhebung von Programmdateien aus Programmankündigungen über mehrere Jahre ersehen lässt, unterscheiden sich die öffentlich-rechtlichen und privaten Sender nicht nur in ihren Programmprofilen, sondern auch in der Elastizität ihrer Programmierung. Während die privaten Sender relativ starr einem stark formatierten Programmablauf folgen, reagieren ARD und ZDF stärker auf aktuelle Ereignisse und weichen infolgedessen auch häufiger von ihrem Programmschema ab. Dies gilt es zu beachten, wenn Programmstrukturvergleiche zwischen ereignisreichen und ereignisarmen Jahren aufgestellt werden.

Zur Methode

Datenbasis Die ARD/ZDF-Programmanalyse basiert 1. auf einer Vollerhebung von Programmdateien aus Programmankündigungen und 2. einer vierwöchigen Codierung von Programmaufzeichnungen. Die Vollerhebung dient dazu, auf der makroanalytischen Ebene den Gesamtkontext der Programmierung eines Jahres überschaubar zu machen und die Bedeutung außergewöhnlicher Ereignisse für die Auswahl der vier Untersuchungswochen einschätzen zu können. Darüber hinaus führt die Vollerhebung zu einer Sendetitelndatenbank, aus der sich der Abgang bzw. Neuzugang von Sendetiteln im Programmjahr ermitteln lässt. In der detaillierten Untersuchung der vierwöchigen Programmaufzeichnungen werden makroanalytisch

auf Sendungsebene für das Gesamtangebot der Sender die Programmsparten und die Binnenstruktur der Sparten ermittelt. Ferner werden mikroanalytisch auf Beitragsebene für das nonfiktionale Programmangebot Themen und Inhaltsstrukturen ermittelt, um qualitative Tendenzen in der Programmentwicklung herauszuarbeiten, die in den Programmstrukturprofilen nicht sichtbar werden.

Den besonderen Ereignisbedingungen des Programmjahres 2000 begegnete die ARD/ZDF-Programmanalyse erstmals mit einer leicht modifizierten Auswahl der vier natürlichen Wochen. So wurden zur Ermittlung der Programmprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben die 13. Woche vom 27. März bis 2. April sowie die 26. Woche vom 26. Juni bis 2. Juli jeweils ganz und die 39./40. Woche vom 28. September bis 4. Oktober sowie die 50./51. Woche vom 14. bis 20. Dezember 2000 jeweils zur Hälfte einbezogen. Durch die Halbierung der beiden Wochen wurde erreicht, dass das starke Gewicht des Sports bei den beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen angemessen in die Untersuchung eingeht und zudem beiden Sendern der Programmrealität entsprechend in etwa gleich stark zufällt.

Untersuchungs-
wochen 2000

Aufschluss über die Datenqualität der ARD/ZDF-Programmanalyse liefert zum einen die interne Kontrolle der Codierung durch einen Reliabilitätstest. (2) Zum anderen bietet sich bei weitgehend ähnlichen Konventionen der Programmcodierung die Möglichkeit einer externen Validierung durch Vergleich der Programmdateien aus der vierwöchigen ARD/ZDF-Programmanalyse mit den Programmdateien aus der ganzjährigen AGF-Sendungs-codierung an. (3) Führt man einen solchen Vergleich für die zentralen Eckwerte auf der Ebene von Programmsparten durch und gruppiert hierzu die ARD/ZDF-Programmdateien nach den Vorgaben der AGF-Sparten, gelangt man zu folgendem Befund: Die durchschnittliche Abweichung zwischen den Vergleichswerten der beiden voneinander unabhängigen Programmcodierungen beträgt 1,2 Prozentpunkte (vgl. Tabelle 1). Auf der Ebene der Programmsparten ergibt sich für die Vergleichswerte somit ein relativ hoher Übereinstimmungsgrad, den man als Beleg für die Validität der Wochenauswahl sowie für die Programmcodierung der Sparten interpretieren kann.

Datenqualität

Zentrale Ergebnisse

Die zentralen Befunde der ARD/ZDF-Programmanalyse für das Jahr 2000 lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Die außergewöhnlichen Sportereignisse wirken sich erkennbar auf die Programmstruktur von ARD/Das Erste und ZDF aus. In den Programmprofilen werden diese Sporteffekte im Ersten insbesondere im Rückgang der Sparte Information sichtbar. Beim Fictionangebot werden diese Sporteffekte teilweise durch anderweitige Ausweitungen des Fictionangebots kompensiert. Beim ZDF wird dagegen ein Rückgang der Sparte Fiction sichtbar. Sport-

* Institut für empirische Medienforschung (IFEM), Köln.

① Vergleich zwischen AGF-Sendungscodierung* und ARD/ZDF-Programmanalyse 2000 für Programmsparten**

Sendedauer in %

	ARD			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	AGF	ARD/ ZDF-PA	Diff.	AGF	ARD/ ZDF-PA	Diff.	AGF	ARD/ ZDF-PA	Diff.	AGF	ARD/ ZDF-PA	Diff.	AGF***	ARD/ ZDF-PA	Diff.
Information/Info- tainment (mit Kinderanteil)	43,6	41,8	-1,8	51,2	50,5	-0,7	21,9	22,0	0,1	20,6	18,5	-2,1	15,3	13,4	-1,9
Fiction (mit Kinderanteil)	31,5	30,9	-0,6	29,4	26,4	-3,0	36,0	36,2	0,2	36,9	33,7	-3,2	56,0	54,0	-2,0
Unterhaltung (mit Musik)	12,8	12,6	-0,2	7,9	8,2	0,3	24,5	21,8	-2,7	23,6	22,4	-1,2	15,2	15,1	-0,1
Sport	10,7	11,1	0,4	10,1	10,9	0,8	2,5	0,9	-1,6	2,6	3,4	0,8	0,0	0,0	0,0

* Quelle: ZDF-Medienforschung. Datenbasis der AGF-Sendungs codierung ist eine Vollerhebung des gesamten Jahres.

** Datenbasis der ARD/ZDF-Programmanalyse sind vier über die Quartale verteilte Wochen.

*** Ohne Talkshows, die in der AGF-Sendungs codierung bei ProSieben, von den anderen Sendern abweichend, als Informationssendungen ausgewiesen werden. Der Talkshowanteil wird hier der Sparte Unterhaltung zugerechnet.

effekte in der Sparte Information werden zum Teil durch Ausweitung verschiedener nichtpolitischer Informationssendungen mit Wiederholungen im Nachtprogramm ausgeglichen.

2. Auf der makroanalytischen Ebene der Programmsparten bleiben die wesentlichen Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern unverändert bestehen. Sie zeigen sich nach wie vor am deutlichsten darin, dass das Schwergewicht der Angebote von ARD/Das Erste und ZDF in der Sparte Information liegt, während es bei den Angeboten von RTL, SAT.1 und ProSieben in der Sparte Fiction zu finden ist.
3. Die Programmveränderungen bei den privaten Sendern deuten darauf hin, dass sich SAT.1 weiter auf Anpassungskurs zu RTL befindet. Bei RTL zeichnet sich ein Ende des Talkshowbooms ab, die neuen Quiz-Formate und die Mitverwertung von „Big Brother“ schlagen sich im Jahr 2000 erst begrenzt in der Programmstruktur nieder. Allerdings wird dabei bereits die Tendenz zu einer extensiven Event-Programmierung erkennbar.
4. Auf der mikroanalytischen Ebene der Inhaltsstrukturen des nichttagesaktuellen Informationsangebots der Sender bestätigt sich erneut der Unterschied zwischen ARD/Das Erste und ZDF gegenüber RTL, SAT.1 und ProSieben in der redaktionellen Themenorientierung, vor allem in der unterschiedlichen Gewichtung von Politikthemen und Boulevardthemen. Löst man dieses Angebotssegment nach Sendetiteln auf und vergleicht die wichtigsten Sendereihen, zeigt sich anschaulich die qualitative Kluft zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern.

Spartenprofile in der Gesamtsendezeit

Sendevolumen konstant Im Sendevolumen der fünf großen Sender zeigt sich keine Veränderung zum Vorjahr. Alle großen nationalen Sender bieten bis auf minimale Restzeitlücken ein 24-Stunden-Programm an. Die Ausschöpfung des natürlichen Tageszeitbudgets betrug im Jahr 2000 bei RTL, SAT.1 und ProSieben jeweils

100 Prozent und bei ARD und ZDF jeweils 98,9 Prozent. Da der größte Teil des Nachtprogramms mit kurzfristigen Wiederholungssendungen bestritten wird, könnte man die bei ARD und ZDF noch verbliebene Restzeitlücke von ca. 15 Minuten auch als zeitlichen Puffer für die Koordination von Formaten auf nächtlichen Sendeplätzen ansehen.

Die öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme unterscheiden sich weiterhin deutlich in ihrer Programmstruktur. Tabelle 2 zeigt die Entwicklung der Spartenprofile für den Dreijahreszeitraum von 1998 bis 2000 zur Gesamtsendezeit und zur Hauptsendezeit von 19.00 bis 23.00 Uhr. Vergleicht man die Verteilung des Sendevolumens auf die Programmsparten im Jahr 2000 mit den Vorjahren, bestätigen sich die unterschiedlichen Prioritäten bei den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern in der zeitlichen Gewichtung von Information, Unterhaltung und Werbung. Darüber hinaus wird der bereits erwähnte Pendeleffekt von Sportereignissen auf die Programmstruktur des Ersten und des ZDF erkennbar.

In den Spartenprofilen der ARD zur Gesamtsendezeit (3.00-3.00 Uhr) zeichnet sich deutlich ab, dass die großen Sportevents vor allem zu Lasten der Informationsprogramme gingen. In der Stichprobe des Jahres 2000 beträgt der Informationsanteil bei ARD/Das Erste 38,3 Prozent, 6,3 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Das Sportangebot fiel dagegen um 6,2 Prozentpunkte größer aus. In den übrigen Programmsparten lassen sich kaum nennenswerte Veränderungen feststellen. Der Fictionanteil (27,3%) blieb als Hauptkomponente der Unterhaltung unverändert. Auf das nonfiktionale Unterhaltungsangebot, die zweite Säule der Unterhaltung, entfielen 8,9 Prozent und auf Musikangebote 3,7 Prozent. Die Kinder- und Jugendsendungen lagen bei 7,2 Prozent, auf Sonstige Sparten entfielen 2 Prozent und auf Werbung 1,5 Prozent des Sendevolumens.

Unterschiede in den Programmstrukturen der Systeme bestätigt

Sporteffekte des Jahres 2000 beim Ersten

② **Programmsparten von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1998 bis 2000 im Überblick**

Sendedauer in %

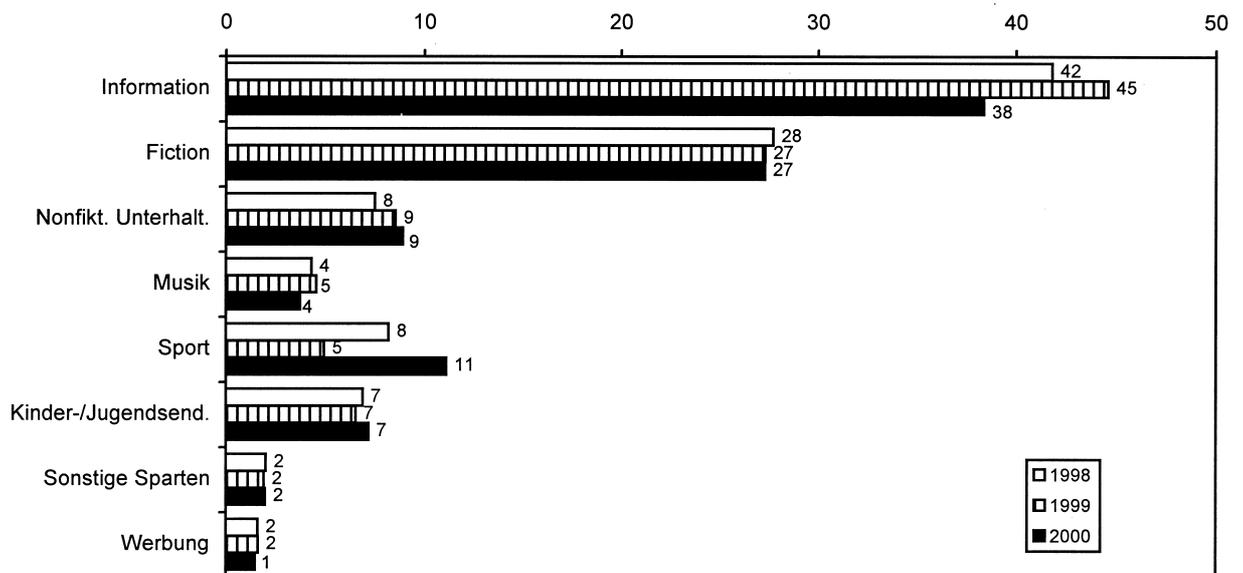
	Gesamtsendezeit ^{a)}				Hauptsendezeit 19.00–23.00 Uhr			
	1998	1999	2000	Diff. 00–99	1998	1999	2000	Diff. 00–99
ARD								
Information	41,8	44,6	38,3	-6,3	37,0	39,3	35,4	-3,9
Fiction	27,7	27,3	27,3	-0,0	28,6	35,7	31,2	-4,5
Nonfiktionale Unterhaltung	7,5	8,5	8,9	0,4	10,1	10,5	12,1	1,6
Musik	4,3	4,5	3,7	-0,8	6,6	6,4	2,0	-4,4
Sport	8,2	4,9	11,1	6,2	11,0	1,2	13,3	12,0
Kinder-/Jugendsendungen	6,9	6,5	7,2	0,6	-	-	-	-
Sonstige Sparten	2,0	1,9	2,0	0,1	3,0	2,9	2,5	-0,4
Werbung	1,6	1,6	1,5	-0,2	3,8	4,0	3,6	-0,4
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1.420	1.424	1.424	0	240	240	240	-
ZDF								
Information	42,3	45,7	47,2	1,5	46,4	45,4	41,3	-4,1
Fiction	27,7	27,2	23,1	-4,1	26,6	31,2	30,0	-1,2
Nonfiktionale Unterhaltung	10,2	7,9	6,3	-1,6	7,7	10,8	9,9	-0,8
Musik	2,2	2,1	1,9	-0,3	3,2	3,3	3,3	-0,1
Sport	6,4	6,0	10,9	4,9	10,3	3,6	10,1	6,5
Kinder-/Jugendsendungen	6,9	6,5	6,6	0,1	-	-	-	-
Sonstige Sparten	2,7	2,8	2,4	-0,5	2,2	1,6	1,5	-0,0
Werbung	1,6	1,7	1,7	-0,0	3,7	4,1	3,8	-0,3
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1 418	1.422	1.423	1	240	240	240	-
RTL								
Information	20,2	23,2	21,4	-1,8	25,5	24,7	24,0	-0,7
Fiction	29,1	27,6	30,5	2,8	39,7	45,3	41,6	-3,7
Nonfiktionale Unterhaltung	21,9	21,5	20,9	-0,6	7,8	5,6	10,0	4,4
Musik	0,7	0,9	0,9	0,0	0,7	-	-	-
Sport	3,5	1,9	0,9	-1,0	4,0	0,6	-	-0,6
Kinder-/Jugendsendungen	6,0	5,8	6,3	0,5	-	-	-	-
Sonstige Sparten	4,7	3,9	4,5	0,6	4,0	3,8	4,4	0,6
Werbung	13,9	15,3	14,8	-0,5	18,3	20,0	20,0	0,0
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1.440	1.440	1.439	-1	240	240	240	-
SAT.1								
Information	16,7	19,2	18,5	-0,7	9,2	20,8	16,4	-4,4
Fiction	37,8	35,6	30,5	-5,1	50,5	39,9	35,0	-4,9
Nonfiktionale Unterhaltung	18,2	19,3	22,4	3,1	4,0	10,8	15,4	4,5
Musik	0,3	0,4	-	-0,4	-	-	-	-
Sport	4,7	2,8	3,4	0,6	9,7	4,2	6,7	2,5
Kinder-/Jugendsendungen	2,2	2,9	3,2	0,2	-	-	-	-
Sonstige Sparten	4,1	3,9	5,8	1,9	3,2	3,0	6,0	3,0
Werbung	16,0	15,9	16,2	0,2	23,4	21,2	20,6	-0,6
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1.439	1.438	1.440	2	240	240	240	-
ProSieben								
Information	8,6	13,3	13,4	0,1	21,6	24,0	18,6	-5,4
Fiction	50,0	43,5	47,7	4,2	49,9	47,6	50,2	2,6
Nonfiktionale Unterhaltung	10,2	15,3	15,1	-0,3	4,9	4,4	7,1	2,7
Musik	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	-	0,0	-	-0,0	-	0,2	-	-0,2
Kinder-/Jugendsendungen	11,0	7,9	6,3	-1,6	-	-	-	-
Sonstige Sparten	4,9	4,1	4,2	0,1	3,9	3,4	3,7	0,3
Werbung	15,4	15,8	13,4	-2,4	19,7	20,4	20,3	-0,1
Gesamtsendevolumen	100,1	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1.438	1.439	1.438	-1	240	240	240	0

1) Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember 6.00-6.00 Uhr

Untersuchungszeitraum 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember 3.00-3.00 Uhr

Untersuchungszeitraum 2000: 27. März - 2. April, 26. Juni - 2. Juli, 28. September - 4. Oktober, 14.-20. Dezember, 3.00-3.00 Uhr

Abb. 1 ARD/Das Erste - Programmspartenprofile 1998-2000
Sendezeitanteile in %, Basis: Sendevolumen



1998: 2.-8. März, 29. Juni-5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.

2000: 27. März-2. April, 26. Juni-2. Juli, 28. September-4. Oktober, 14.-20. Dezember.

Der Zusammenhang zwischen den großen Sportevents und den Veränderungen in der ARD-Programmstruktur kommt noch deutlicher zum Vorschein, wenn man das Spartenprofil von ARD/Das Erste im Jahr 2000 nicht nur mit dem des sportneutralen Vorjahres, sondern ebenso mit dem des sportintensiven Jahres 1998 vergleicht, in dem ebenfalls Sporteffekte durch großflächige Übertragungen von internationalen Ereignissen auftraten. 1998 betrug der Informationsanteil der ARD 41,8 Prozent und der Sportanteil 8,2 Prozent. Abgesehen von den Differenzen beim Informations- (-3,5 %-Punkte) und beim Sportanteil (+2,9 %-Punkte), die sich nahezu ausgleichen, fallen in allen übrigen Programmsparten die Anteile 1998 und 2000 ähnlich aus. Berücksichtigt man zudem die Bedeutung der Wahlereignisse, die 1998, aber nicht im Jahr 2000, als leicht kompensierender Faktor eine Rolle spielten, so erweist sich die Grundtendenz der Schwankungen im ARD-Spartenprofil als plausibel (vgl. Abbildung 1).

Sporteffekte beim ZDF

Auch beim ZDF zeigt sich ein Sporteffekt, und zwar vor allem in Bezug auf das Fictionangebot. Das ZDF erreichte im Jahr 2000 einen Informationsanteil von 47,2 Prozent mit einem Zuwachs von 1,5 Prozentpunkten. Diese stetige Steigerung seit 1998 erklärt sich aus der Einführung neuer Sendungen mit werktäglicher Ausstrahlung, darunter hauptsächlich unterhaltsame Infosendungen wie zum Beispiel „Volle Kanne Susanne“, mit Wiederholung in der Nacht, oder die Gerichtssendung „Streit um Drei“. Der Sportanteil fiel beim ZDF mit 10,9 Prozent des Sendevolumens ebenso hoch aus wie bei der ARD. Die vom Sport verdrängten Infosendungen wurden jedoch auf anderen Sendeplätzen kompensiert. Stattdessen sank der Fiction-

anteil auf 23,1 Prozent. Damit verringerte er sich etwa um den gleichen Anteil (-4,1 Prozentpunkte), den der Sport (4,9 Prozentpunkte) zulegte. Relativ gering und tendenziell rückläufig war das nonfiktionaler Unterhaltungsangebot (6,3%). Geringer als bei der ARD war beim ZDF auch das Musikangebot (1,9%). In den übrigen Sparten – Kinder/Jugendsendungen (6,6%), Sonstige Sparten (2,4%) und Werbung (1,7%) – zeigen sich keine nennenswerten Veränderungen (vgl. Abbildung 2).

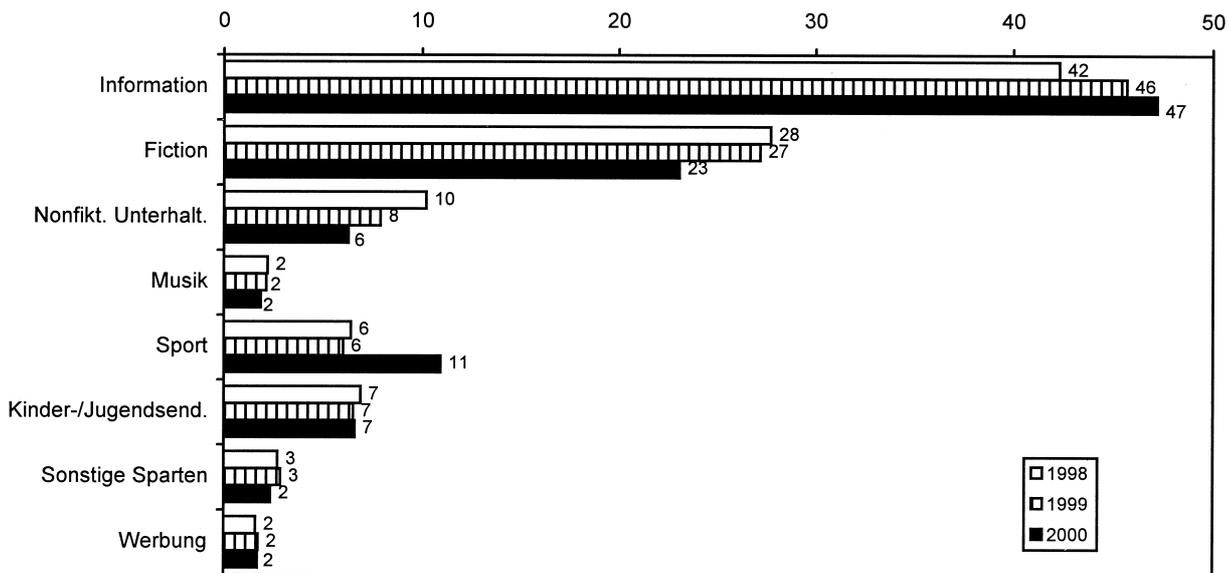
Das RTL-Profil weist auf der Spartenebene die geringsten Veränderungen auf. RTL reduzierte seinen Informationsanteil geringfügig um 1,8 Prozentpunkte auf 21,4 Prozent und erhöhte sein Fictionangebot um 2,8 Prozentpunkte auf 30,5 Prozent. Das nonfiktionaler Unterhaltungsangebot blieb bei RTL mit 20,9 Prozent nahezu unverändert groß. Musikangebote (0,9%) behielten weiterhin ihren marginalen Stellenwert. Sportangebote (0,9%) sind relativ gering vertreten. Da RTL sich auf großflächige Sendeplätze für Formel-1-Events konzentriert – die Champions League blieb stichprobenbedingt unberücksichtigt –, ist Sport in diesem Spartenprofil unterrepräsentiert. In den übrigen Sparten – Kinderprogramm (6,3%), Sonstige Sparten (4,5%) und Werbung (14,8%) – waren bei RTL keine nennenswerten Veränderungen gegenüber dem Vorjahr zu beobachten (vgl. Abbildung 3).

Veränderungen von programmstrategischer Bedeutung gab es dagegen auch im Jahr 2000 wieder bei SAT.1, sichtbar in Anpassungsprozessen an den

RTL-Spartenprofil stabil

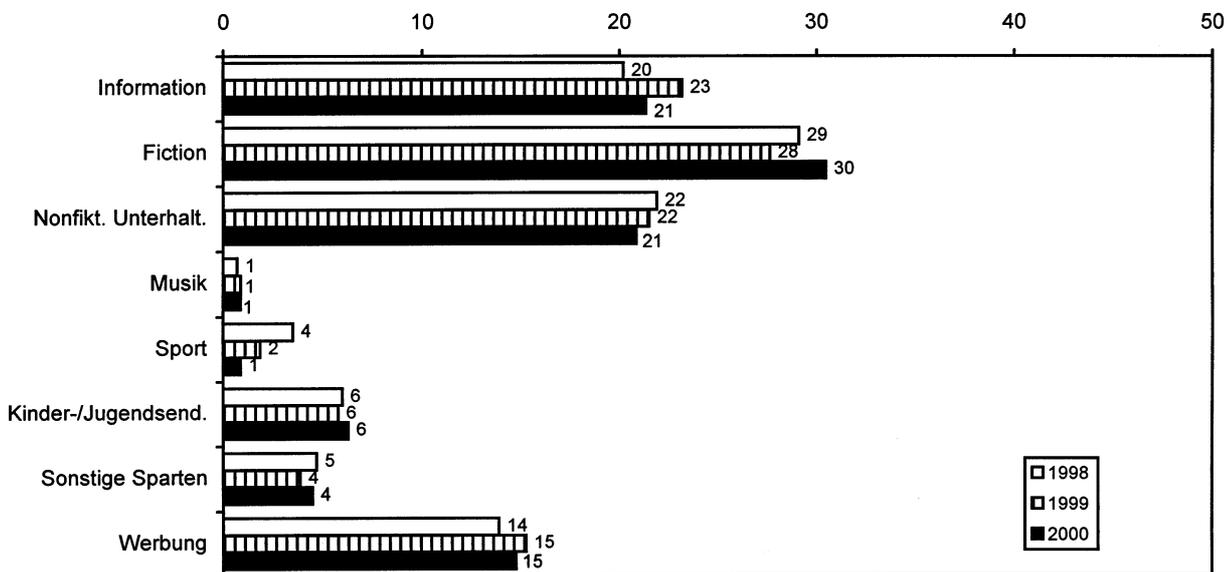
Spartenprofil von SAT.1 wird dem von RTL immer ähnlicher

Abb. 2 ZDF - Programmspartenprofile 1998-2000
Sendezeitanteile in %, Basis: Sendevolumen



1998: 2.-8. März, 29. Juni-5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.
 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.
 2000: 27. März-2. April, 26. Juni-2. Juli, 28. September-4. Oktober, 14.-20. Dezember.

Abb. 3 RTL - Programmspartenprofile 1998-2000
Sendezeitanteile in %, Basis: Sendevolumen

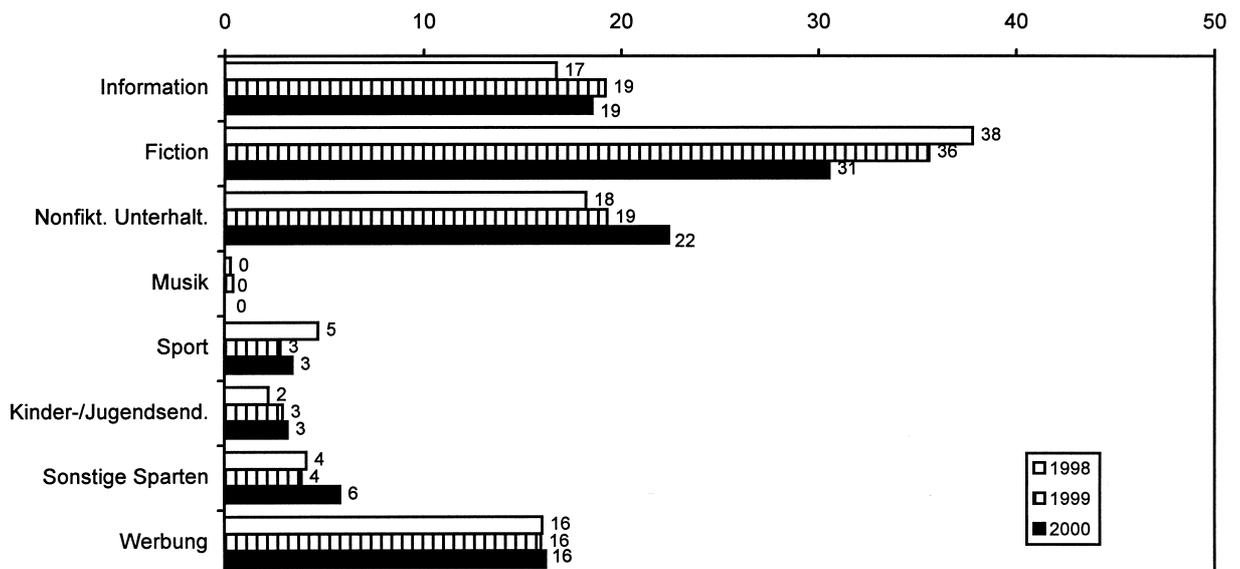


1998: 2.-8. März, 29. Juni-5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.
 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.
 2000: 27. März-2. April, 26. Juni-2. Juli, 28. September-4. Oktober, 14.-20. Dezember.

Marktführer RTL. Die beiden großen Privatsender hatten im Jahr 2000 nicht nur einen ähnlich großen Informationsanteil (SAT.1: 18,5%; RTL: 21,4%), sondern sie glichen sich infolge der programmlichen Veränderungen bei SAT.1 auch

immer mehr im Unterhaltungsangebot. So reduzierte SAT.1 seinen Fictionanteil um weitere 5,1 Prozentpunkte und zog mit 30,5 Prozent im Jahr 2000 mit RTL gleich. Das nonfiktionale Unterhaltungsangebot stieg im Gegenzug um 3,1 Prozentpunkte auf 22,4 Prozent. Musiksendungen gab es in den Untersuchungsperioden des Jahres 2000 bei SAT.1 nicht. Die Anteile in den anderen Sparten – Sport (3,4%), Kinder-/Jugendsendungen (3,2%),

Abb. 4 SAT.1 - Programmspartenprofile 1998-2000
Sendezeitanteile in %, Basis: Sendevolumen



1998: 2.-8. März, 29. Juni-5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.

2000: 27. März-2. April, 26. Juni-2. Juli, 28. September-4. Oktober, 14.-20. Dezember.

Sonstige Sparten (5,8%) und Werbung (16,2%) - blieben im wesentlichen unverändert (vgl. Abbildung 4).

Spartenprofil von ProSieben

ProSieben hielt 2000 seinen Informationsanteil mit 13,4 Prozent auf dem - gegenüber 1998 um fast 5 Prozentpunkte erhöhten - Vorjahresniveau. Der Fictionanteil, der 1999 stark rückläufig war, stieg wieder um 4,2 Prozentpunkte auf 47,7 Prozent. Nahezu unverändert blieb der ebenfalls im Vorjahr merklich erhöhte Anteil an nonfiktionaler Unterhaltung mit 15,1 Prozent. Das Angebot an Kinder- und Jugendsendungen sank auf 6,3 Prozent. Musik- und Sportangebote in eigenständigen Sendungen gab es auch im Jahr 2000 nicht. Während der Anteil an Sonstigen Sparten (4,2%) unverändert blieb, ging der Werbeanteil um 2,4 Prozentpunkte auf 13,4 Prozent zurück. Die schon in den Vorjahren bei ProSieben erkennbare Grundtendenz der programmstrukturellen Anpassung an die beiden großen Privatsender ist somit auch für das Jahr 2000 gültig (vgl. Abbildung 5).

Spartenprofile in der Hauptsendezeit

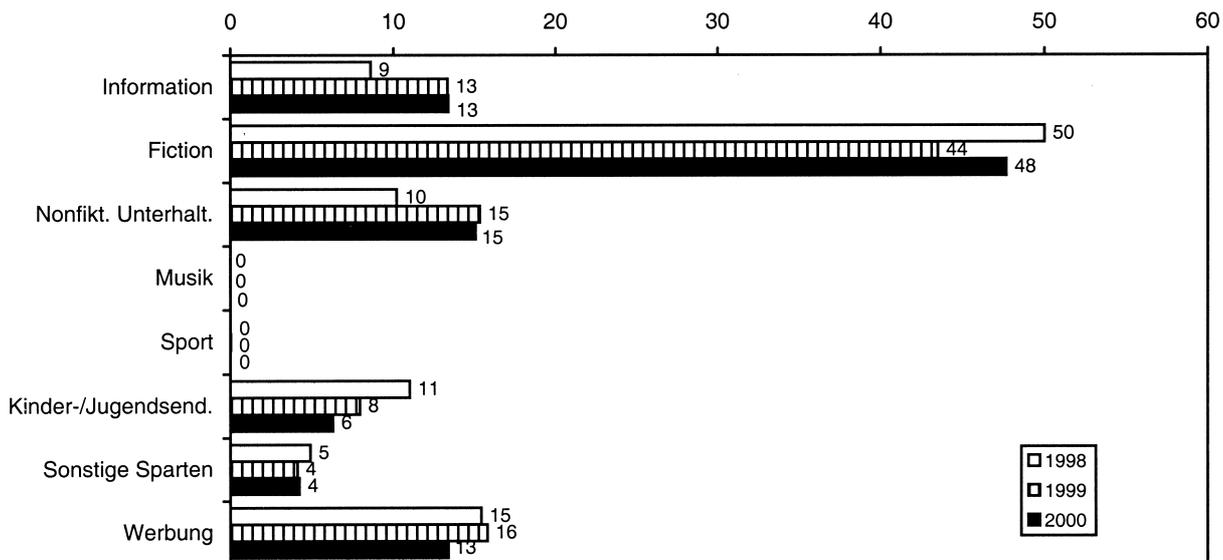
ARD/Das Erste wegen Sportereignissen 2000 weniger Info, Fiction und Unterhaltung im Abendprogramm

In der Hauptsendezeit von 19.00 bis 23.00 Uhr betrug der Informationsanteil bei ARD/Das Erste im Jahr 2000 35,4 Prozent (- 3,9 %-Punkte) (vgl. Tabelle 2). Der Fictionanteil lag bei 31,2 Prozent, 4,5 Prozentpunkte niedriger als im Vorjahr. Für nonfiktionaler Unterhaltung ergaben sich 12,1 Prozent (+1,6 Prozentpunkte) und für Musikangebote nur noch 2 Prozent (- 4,4 Prozentpunkte). Das Sportangebot erreichte mit einem Zuwachs von 12 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr einen Anteil von 13,3 Prozent. Anders als zur Gesamtsendezeit ging das starke Sportangebot in der

Hauptsendezeit nicht nur zu Lasten der Information, sondern auch auf Kosten der Unterhaltungsangebote.

Das ZDF hatte im Jahr 2000 in der Hauptsendezeit einen Informationsanteil von 41,3 Prozent, dies waren 4,1 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Im Vergleich hierzu blieben der Fictionanteil mit 30,0 Prozent (- 1,2 Prozentpunkte) und der Anteil an nonfiktionaler Unterhaltung (- 0,8 Prozentpunkte) sowie Musik mit 3,3 Prozent relativ konstant. Der Sportanteil war mit 10,1 Prozent beim ZDF nicht nur etwas niedriger als bei der ARD, sondern er verdrängte beim ZDF in der Hauptsendezeit vorwiegend Informationssendungen. Die Informationsangebote von ARD und ZDF wurden damit in der Hauptsendezeit etwa gleichstark durch Sporteffekte eingeschränkt, die Unterhaltungsangebote waren bei der ARD stärker betroffen als beim ZDF. Da die ARD zur Hauptsendezeit in weniger von Sportereignissen bestimmten Jahren stets mehr Unterhaltungsanteile hatte als das ZDF, führte der Sporteffekt im Jahr 2000 zu einer größeren Ähnlichkeit zwischen den Spartenprofilen von ARD und ZDF. Vergleicht man beim ZDF die Profile von 1998 und 2000, zeigt sich, dass die sportbedingten Verdrängungseffekte in den beiden Jahren unterschiedlich ausfielen. 1998 wurden beim ZDF Unterhaltungsangebote verdrängt, im Jahr 2000 hingegen überwiegend Informationsangebote.

Abb. 5 ProSieben - Programmspartenprofile 1998-2000
Sendezeitanteile in %, Basis: Sendevolumen



1998: 2.-8. März, 29. Juni-5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.
 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.
 2000: 27. März-2. April, 26. Juni-2. Juli, 28. September-4. Oktober, 14.-20. Dezember.

RTL: Info am Hauptabend stabil, weniger Fiction, mehr Unterhaltung

Bei den Privatsendern, die nicht von Sporteffekten betroffen waren, verschoben sich zur Hauptsendezeit einige Gewichte. Bei RTL blieb der Informationsanteil mit 24,0 Prozent nahezu konstant, jedoch änderten sich hier die Anteile der fiktionalen und nonfiktionalen Unterhaltung. So reduzierte RTL den Fictionanteil im Jahr 2000 auf 41,6 Prozent (-3,7 Prozentpunkte), zugleich stieg das nonfiktionaler Unterhaltungsangebot auf 10,0 Prozent (+4,4 Prozentpunkte). Hierin deutete sich der im Jahr 2000 einsetzende Boom der Quizsendung „Wer wird Millionär?“ sowie der Reality Show „Big Brother“ an, an der auch RTL partizipierte. Der Werbeanteil betrug unverändert 20 Prozent der Sendezeit zwischen 19.00 und 23.00 Uhr.

tionsanteil schrumpfte um 5,4 Prozentpunkte auf 18,6 Prozent. Erhöht wurde stattdessen der Fictionanteil um 2,6 Prozentpunkte auf 50,2 Prozent und der Anteil nonfiktionaler Unterhaltung auf 7,1 Prozent (+2,7 Prozentpunkte). Der Werbeanteil blieb konstant bei 20,3 Prozent.

Insgesamt bestätigt sich mit diesen Befunden:
 1. ARD/Das Erste und ZDF bleiben auch in der Hauptsendezeit trotz der Sporteffekte die dominanten Informationsanbieter.
 2. Die Angebote des Ersten und des ZDF unterscheiden sich von RTL, SAT.1 und ProSieben schon auf Spartenebene durch größere Vielfalt.
 3. Im wesentlichen beschränkt sich die Programmstruktur der drei Privatsender zur Hauptsendezeit auf die drei Sparten Fiction, Information und nonfiktionaler Unterhaltung.

SAT.1 und ProSieben: Infoanteil in Hauptsendezeit wieder rückläufig

Bei SAT.1 sank im Jahr 2000 der Informationsanteil wieder um 4,4 Prozentpunkte auf 16,4 Prozent. Der schon 1999 stark reduzierte Fictionanteil ging weiter bis auf 35,0 Prozent (-4,9 Prozentpunkte) zurück. Gegenläufig hierzu stieg die nonfiktionaler Unterhaltung weiter an und erreichte bei einem Zuwachs von 4,5 Prozentpunkten im Jahr 2000 einen Anteil von 15,4 Prozent. Das Sportangebot betrug bei SAT. 1 zur Hauptsendezeit 6,7 Prozent. Der schon länger rückläufige Werbeanteil, der nach der Einstellung der Werbegameshow „Glücksrad“ 1999 bereits um 6,3 Prozentpunkte gesunken war, lag im Jahr 2000 bei 20,6 Prozent.

Unterschiede im Informationsangebot 2000

Betrachtet man zunächst die nach formalen und inhaltlichen Kriterien der Informationsfunktion zugerechneten Sendungen, zeigen sich innerhalb dieser Sparte typische Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern (vgl. Tabellen 3 bis 6). Sie beruhen nicht nur darauf, dass wegen des Unterschieds im Angebotsumfang bei den Privatsendern auch ein durchgängig kleineres Angebot in den Einzelkategorien erscheint. Es zeigen sich auch andere Schwerpunkte im Informationsangebot.

Unterschiedliche Schwerpunkte ö.-r. und privater Sender

Bei ProSieben sank das in den Vorjahren stetig gestiegene Informationsangebot zur Hauptsendezeit im Jahr 2000 erstmals wieder. Der Informa-

Bei den Nachrichtensendungen behaupten ARD/Das Erste (9,6%) und ZDF (9,8%) weiterhin ihre führende Position vor RTL (6,5%). Die beiden anderen Privatsender, SAT.1 (2,6%) und ProSieben (1,1%), fallen mit ihrem geringen Nachrichtenangebot deutlich dahinter zurück. Auch bei den ta-

Nachrichten und Frühmagazine

gesaktuellen Frühmagazinen (ohne Nachrichten) dominieren trotz einer geringen Substitution durch Sportübertragungen weiterhin ARD (7,9 %) und ZDF (7,9 %) vor SAT.1 (5,8 %). RTL weist mit 0,7 Prozent in dieser Kategorie deshalb einen so geringen Anteil aus, weil die meiste Sendezeit am Morgen in Form eines Nachrichtenmagazins präsentiert wird und deshalb dem Nachrichtenangebot zugerechnet wird. ProSieben sendete im Jahr 2000 kein tagesaktuelles Morgenmagazin.

Mittagsmagazine

Mit dem gemeinsamen Mittagsmagazin zu Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft setzen ARD/Das Erste (2,0 %) und ZDF (2,3 %) weiterhin einen Informationsakzent in der Tagesmitte. Auch hier ist der leichte Rückgang auf einen Verdrängungseffekt durch Sportübertragungen zurückzuführen. Bei RTL (2,0 %) rückte der inhaltliche Schwerpunkt des Mittagsmagazins durch stärkere Gewichtung diverser nichtpolitischer Themen, leichter Servicethemen – insbesondere im Bereich Gesundheit – und des Faktors Prominenz schon 1999 in eine unterhaltungsorientierte Richtung, die im Jahr 2000 anhielt. Vergleichbare Mittagsmagazine gibt es weder bei SAT.1 noch bei ProSieben. Nichtpolitische Themen und leichter Boulevardjournalismus kennzeichnen die Sendung „SAM“ bei ProSieben. Sie wurde daher wie schon im Vorjahr den boulevard- bzw. unterhaltungsorientierten Infosendungen zugeordnet.

Politische Informationssendungen: Domäne von ARD/Das Erste und ZDF

Politische Informationssendungen erweisen sich auch im Jahr 2000 als eine Domäne von ARD (6,0 %) und ZDF (4,1 %) verglichen mit den Angeboten von RTL (0,7 %), SAT.1 (0,2 %) und ProSieben (0 %). Etablierte Wirtschaftssendungen bei ARD und ZDF sind „Plusminus“ und „Wiso“. Die von ProSieben neu eingeführte und hier als Wirtschaftssendung eingestufte Sendung „BIZZ“ richtet sich in Themenwahl und Präsentation an ein jüngeres Publikum. Regionalsendungen mit Bezug zu einzelnen Bundesländern strahlen weiterhin alle Sender mit Ausnahme von ProSieben aus. Doch zeigt sich an den Themen, dass diese Sendungen relativ stark boulevardisiert sind. Zeitgeschichtliche Sendungen sind gegenüber 1999, dem Jahr mit vielen Sendungen zur Jahrhundert- bzw. Jahrtausendwende, allgemein zurückgegangen und nur noch bei ARD (0,5 %) und vor allem ZDF (2,2 %) zu finden, nachdem ProSieben die Reihe „History“ eingestellt hat.

Kulturelle Informationssendungen und Wissenschaftssendungen

Kulturelle Informationssendungen strahlen auch im Jahr 2000 alle Sender aus. Auch hier liegen ARD (1,9 %) und ZDF (2,1 %) trotz eines Rückgangs gegenüber 1999 weiterhin vor RTL (0,4 %), SAT.1 (1,0 %) und ProSieben (0,8 %). Bei RTL und SAT.1 bestehen die Kultursendungen fast ausschließlich aus dctp-Beiträgen, bei ProSieben handelt es sich überwiegend um Kinopromotion. Ähnlich ist die Angebotssituation bei Wissenschaftssendungen, wenn man ARD (0,5 %) und ZDF (1,6 %) mit RTL (0,2 %) und SAT.1 (0 %) vergleicht. ProSieben (2,1 %) bestritt in diesem Seg-

ment mit seinen Reihen „Galileo“ und „Welt der Wunder“ auch im Jahr 2000 ein quantitativ vergleichsweise starkes Angebot.

In der Kategorie der Alltags- und Ratgebersendungen unterscheiden sich die Anteile bei ARD (2,8 %) und ZDF (7,7 %) im Jahr 2000 deutlich voneinander. Dies liegt zum einen an den unterschiedlichen Verdrängungseffekten der Sportangebote zu Lasten von ARD-Ratgebersendungen und zum anderen auch am starken Gewicht der im Nachtprogramm wiederholten ZDF-Sendung „Volle Kanne Susanne“. Vergleichbare Alltags- und Ratgebersendungen von RTL (0,9 %), SAT.1 (0,3 %) und ProSieben (0,1 %) gibt es nur in geringerem Umfang.

Zu den wenigen Programmkategorien, die bei der ARD/Das Erste im Jahr 2000 nicht geringer ausfallen als im Vorjahr, gehören die Tiersendungen (2,2 %). Sie gibt es ferner beim ZDF (0,5 %) und weiterhin auch bei ProSieben (0,1 %). Gesellschaftsorientierte Sendungen, die sich mit sozialen Themen in Form von Reportagen und Dokumentationen befassen, findet man im Jahr 2000 nur in geringem Umfang bei ARD, ZDF, SAT.1 und ProSieben.

Boulevardorientierte Infosendungen – bei ARD (2,2 %) und ZDF (2,3 %) eine unter vielen Angebotsrichtungen – bilden weiterhin einen Schwerpunkt in der Struktur der Informationsangebote der Privatsender. In der Mischung von Themen zu Human Interest, Prominenz, Kriminalität, Unglück, Showbusiness, Erotik stellen diese meist in Magazinform präsentierten Sendungen bei RTL (3,4 %), SAT.1 (3,3 %) und ProSieben (7,7 %) eine charakteristische Form des nichtpolitischen Informationsangebots dar.

Thematisch zum Teil mit den Boulevardmagazinen verwandt sind die in der Form breiter streuenden unterhaltungsorientierten Infosendungen mit überwiegend „weichen“ Themen. Im Anteil solcher Sendungen unterscheiden sich ARD (0,8 %) und ZDF (5,0 %) erheblich, weil dieser Kategorie aufgrund der Themen und ihrer unterhaltsamen Aufbereitung die ZDF-Gerichtssendung „Streit um drei“ mit einem Gewicht von 4,0 Prozent zugeordnet worden ist. Zum Teil erklärt sich hieraus der Abstand zwischen ARD und ZDF im Informationsangebot auf Spartenebene. Unterhaltungsorientierte Infosendungen erhalten auch bei RTL (4,5 %) ein vergleichsweise starkes Gewicht, das durch eine größere Vielfalt an Sendetiteln mit Betonung auf Lifestylethemen zustande kommt. Bei SAT.1 betrug der Anteil 2,2 Prozent, im wesentlichen bestimmt durch die Gerichtssendung „Richterin Barbara Salesch“.

Reality TV im Stil der Sendungen „Aktenzeichen xy – ungelöst“, „Notruf“, „Echt wahr!“ oder „Fahndungsakte“ waren auch im Jahr 2000 bei ZDF (0,2 %), RTL (0,8 %) und SAT.1 (1,4%) zu finden.

Alltags- und Ratgebersendungen

Boulevardorientierte Info bei Privatsen- dern prägend für Informationsangebot

Unterhaltungsorien- tierte Information

③ Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1999 und 2000

Gesamtsendezeit 3.00–3.00 Uhr, Sendedauer in Minuten pro Tag

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000
Information	635	546	650	672	334	307	276	267	192	192
Nachrichtensendungen	153	137	129	139	101	94	39	38	20	17
Aktuelle Wettersendungen	6	9	5	7	4	5	5	5	2	1
Frühmagazine (ohne Nachrichten)	126	113	120	113	15	10	86	83	-	-
Mittagsmagazine	38	29	37	33	32	28	-	-	-	-
Politische Informationssendungen	89	86	77	58	13	11	3	2	2	0
Wirtschaftssendungen	11	7	7	6	-	-	-	-	-	4
Regionalsendungen	10	7	4	2	14	13	15	14	-	-
Zeitgeschichtliche Sendungen	16	7	35	31	1	-	-	1	7	-
Kulturelle Infosendungen	31	26	39	30	5	6	9	14	9	12
Wissenschafts-/Techniksendungen	2	7	25	22	2	3	5	-	31	31
Alltags-/Ratgebersendungen	76	40	57	110	15	13	4	4	-	2
Natur- u.Tiersendungen	21	32	18	7	-	-	-	-	3	2
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	6	4	18	6	-	-	-	4	14	13
Boulevardorientierte Infosendungen	45	32	34	32	49	49	57	48	88	111
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	8	12	43	72	73	64	27	32	16	-
Reality TV	-	-	2	2	10	12	24	20	-	-
Fiction	389	388	386	328	398	439	512	440	626	685
Spielfilm	184	191	152	121	47	61	128	94	260	282
Fernsehfilm	64	75	80	67	10	23	49	30	40	59
Fernsehserie	141	122	148	140	342	354	335	316	325	345
Bühnenstück	-	-	6	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	122	127	112	89	310	300	277	323	220	217
Talkshows	74	78	28	25	260	224	201	219	166	158
Spiele/Shows/Sonstiges	47	49	84	65	50	76	76	103	54	59
Musik	65	53	30	26	13	13	6	-	-	-
U-Musik	63	53	30	25	13	13	6	-	-	-
E-Musik	2	0	0	1	-	-	-	-	-	-
Sport	70	158	85	156	27	13	40	49	0	-
Sport-Information	37	19	30	39	4	0	39	44	0	-
Sport-Darbietung	33	139	55	117	23	12	1	5	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	93	102	93	94	83	90	42	46	114	90
Non-Fiction/Fiction gemischt	50	50	41	47	9	9	-	-	-	-
Fiction	43	52	51	47	75	81	42	46	114	90
Sonstige Sparten	27	28	40	33	56	65	55	83	59	61
Kirchliche Sendungen	1	2	9	9	-	0	1	1	-	-
Sonstiges	5	4	6	3	2	1	3	1	2	1
Programmorschau	22	22	26	22	54	64	52	81	57	60
Werbung	23	21	25	24	220	212	229	233	227	192
Werbespots	19	16	22	21	208	203	217	219	219	188
andere Werbeformen	4	4	3	3	12	9	13	14	8	5
Gesamt	1 424	1 424	1 422	1 423	1 440	1 439	1 438	1 440	1 439	1 438

Untersuchungszeitraum 1999: 22.–28. März, 21.–27. Juni, 20.–26. September, 6.–12. Dezember.

Untersuchungszeitraum 2000: 27. März – 2. April, 26. Juni – 2. Juli, 28. September – 4. Oktober, 14.–20. Dezember.

ARD/Das Erste und ZDF decken mit ihrem Informationsangebot über die tagesaktuelle Berichterstattung hinaus sämtliche Bereiche des politischen, gesellschaftlichen, kulturellen und alltagspraktischen Lebens ab. Das Angebot der privaten Sender bleibt außerhalb der tagesaktuellen Nachrichten-

sendungen in diesen Bereichen lückenhaft, sie geben dafür Boulevard- und unterhaltsamen Infosendungen einen größeren Raum.

Fictionangebote

Nachdem die privaten Sender in den vergangenen Jahren ihre Fictionangebote stetig verringerten, während bei ARD/Das Erste und ZDF das Fictionangebot relativ stabil blieb, gibt es in diesem Bereich der Unterhaltungsangebote nur noch ge-

Unterschiede auf Gattungs- und Genreebene

④ Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1999 und 2000

Gesamtsendezeit 3.00–3.00 Uhr, Sendedauer in %

	ARD 1999	ARD 2000	ZDF 1999	ZDF 2000	RTL 1999	RTL 2000	SAT.1 1999	SAT.1 2000	ProSieben 1999	ProSieben 2000
Information	44,6	38,3	45,7	47,2	23,2	21,4	19,2	18,5	13,3	13,4
Nachrichtensendungen	10,7	9,6	9,0	9,8	7,0	6,5	2,7	2,6	1,4	1,1
Aktuelle Wettersendungen	0,4	0,7	0,3	0,5	0,2	0,4	0,4	0,4	0,1	0,1
Frühmagazine (ohne Nachrichten)	8,8	7,9	8,4	7,9	1,0	0,7	6,0	5,8	-	-
Mittagsmagazine	2,6	2,0	2,6	2,3	2,2	2,0	-	-	-	-
Politische Informationssendungen	6,2	6,0	5,4	4,1	0,9	0,7	0,2	0,2	0,1	-
Wirtschaftssendungen	0,7	0,5	0,5	0,4	-	-	-	-	-	0,3
Regionalsendungen	0,7	0,5	0,3	0,1	1,0	0,9	1,1	1,0	-	-
Zeitgeschichtliche Sendungen	1,1	0,5	2,5	2,2	0,1	-	-	0,0	0,5	-
Kulturelle Infosendungen	2,1	1,9	2,7	2,1	0,3	0,4	0,7	1,0	0,6	0,8
Wissenschafts-/Techniksendungen	0,1	0,5	1,8	1,6	0,1	0,2	0,4	-	2,2	2,1
Alltags-/Ratgeberndungen	5,3	2,8	4,0	7,7	1,0	0,9	0,3	0,3	-	0,1
Natur- u. Tiersendungen	1,5	2,2	1,3	0,5	-	-	-	-	0,2	0,1
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	0,4	0,3	1,3	0,5	-	-	-	0,3	1,0	0,9
Boulevardorientierte Infosendungen	3,1	2,2	2,4	2,3	3,4	3,4	3,9	3,3	6,1	7,7
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	0,5	0,8	3,0	5,0	5,1	4,5	1,9	2,2	1,1	-
Reality TV	-	-	0,2	0,2	0,7	0,8	1,7	1,4	-	-
Fiction	27,3	27,3	27,2	23,1	27,6	30,5	35,6	30,5	43,5	47,7
Spielfilm	12,9	13,4	10,7	8,5	3,2	4,3	8,9	6,5	18,1	19,6
Fernsehfilm	4,5	5,3	5,6	4,7	0,7	1,6	3,4	2,1	2,8	4,1
Fernsehserie	9,9	8,6	10,4	9,9	23,7	24,6	23,3	22,0	22,6	24,0
Bühnenstück	-	-	0,4	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	8,5	8,9	7,9	6,3	21,5	20,9	19,3	22,4	15,3	15,1
Talkshows	5,2	5,5	2,0	1,7	18,0	15,6	14,0	15,2	11,5	11,0
Spiele/Shows/Sonstiges	3,3	3,4	5,9	4,5	3,5	5,3	5,3	7,2	3,8	4,1
Musik	4,5	3,7	2,1	1,9	0,9	0,9	0,4	-	-	-
U-Musik	4,4	3,7	2,1	1,8	0,9	0,9	0,4	-	-	-
E-Musik	0,1	0,0	0,0	0,1	-	-	-	-	-	-
Sport	4,9	11,1	6,0	10,9	1,9	0,9	2,8	3,4	0,0	-
Sport-Information	2,6	1,3	2,1	2,7	0,3	0,0	2,7	3,0	0,0	-
Sport-Darbietung	2,3	9,8	3,9	8,2	1,6	0,9	0,1	0,4	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	6,5	7,2	6,5	6,6	5,8	6,3	2,9	3,2	7,9	6,3
Non-Fiction/Fiction gemischt	3,5	3,5	2,9	3,3	0,6	0,6	-	-	-	-
Fiction	3,0	3,6	3,6	3,3	5,2	5,7	2,9	3,2	7,9	6,3
Sonstige Sparten	1,9	2,0	2,8	2,4	3,9	4,5	3,9	5,8	4,1	4,2
Kirchliche Sendungen	0,0	0,1	0,6	0,6	-	0,0	0,1	0,1	-	-
Sonstiges	0,3	0,3	0,4	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1
Programmorschau	1,5	1,6	1,8	1,5	3,7	4,4	3,6	5,6	3,9	4,2
Werbung	1,6	1,5	1,7	1,7	15,3	14,8	15,9	16,2	15,8	13,4
Werbespots	1,3	1,2	1,5	1,5	14,4	14,1	15,1	15,2	15,2	13,0
andere Werbeformen	0,3	0,3	0,2	0,2	0,8	0,6	0,9	1,0	0,6	0,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Untersuchungszeitraum 1999: 22.–28. März, 21.–27. Juni, 20.–26. September, 6.–12. Dezember.

Untersuchungszeitraum 2000: 27. März – 2. April, 26. Juni – 2. Juli, 28. September – 4. Oktober, 14.–20. Dezember.

ringe quantitative Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den beiden großen Privatsendern. Lediglich ProSieben hebt sich noch deutlich als größter Fictionanbieter von den übrigen Sendern ab. Unterschiede gibt es allerdings auf Gattungs- und Genreebene. So zeigt sich im Jahr 2000 weiterhin bei ARD und ZDF eine annähernd ausgewogene Verteilung auf die Gattungen Spielfilm (13,4 % bzw. 8,5 %), Fernsehserie (8,6 % bzw. 9,9 %) und Fernsehfilm (5,3 % bzw.

4,7 %). Bei RTL und SAT.1 konzentriert sich das Fictionangebot unverändert auf Fernsehserien (24,6 % bzw. 22,0 %), während die Anteile für Spielfilm (4,3 % bzw. 6,5 %) sowie für Fernsehfilm (1,6 % bzw. 2,1 %) unter denen von ARD und ZDF liegen. Lediglich ProSieben sendete neben einem hohen Serienangebot (24,0 %) auch ein umfang-

⑤ **Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1999 und 2000**

Hauptsendezeit 19.00–23.00 Uhr, Sendedauer in Minuten pro Tag

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000
Information	94	85	109	99	59	58	50	39	58	45
Nachrichtensendungen	39	36	41	40	8	6	0	–	15	14
Aktuelle Wettersendungen	2	2	2	2	–	–	–	–	1	1
Politische Informationssendungen	37	29	24	20	5	4	–	2	2	–
Wirtschaftssendungen	4	3	6	6	–	–	–	–	–	1
Regionalsendungen	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Zeitgeschichtliche Sendungen	2	3	4	4	–	–	–	–	2	–
Kulturelle Infosendungen	2	3	6	8	–	–	–	–	–	–
Wissenschafts-/Techniksendungen	1	2	3	3	–	–	1	–	20	19
Alltags-/Ratgeber sendungen	1	1	7	5	–	–	1	1	–	1
Natur- u. Tiersendungen	3	6	7	3	–	–	–	–	–	–
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	2	–	4	–	–	–	–	–	3	3
Boulevardorientierte Infosendungen	1	–	–	2	26	25	17	24	10	6
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	–	–	3	4	11	13	14	3	4	–
Reality TV	–	–	2	2	8	9	17	10	–	–
Fiction	86	75	75	72	109	100	96	84	114	121
Spielfilm	7	9	3	6	32	22	28	29	69	72
Fernsehfilm	20	21	26	33	10	15	30	12	15	10
Fernsehserie	58	45	46	33	67	63	38	43	30	38
Bühnenstück	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Nonfiktionale Unterhaltung	25	29	26	24	13	24	26	37	11	17
Talkshows	–	–	2	–	–	–	–	–	2	–
Spiele/Shows/Sonstiges	25	29	24	24	13	24	26	37	9	17
Musik	15	5	8	8	–	–	–	–	–	–
U-Musik	15	5	8	8	–	–	–	–	–	–
E-Musik	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sport	3	32	9	24	1	–	10	16	0	–
Sport-Information	1	4	6	14	–	–	10	14	0	–
Sport-Darbietung	2	28	3	11	1	–	0	2	–	–
Kinder-/Jugend sendungen	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Non-Fiction/Fiction gemischt	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Fiction	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sonstige Sparten	7	6	4	4	9	11	7	14	8	9
Kirchliche Sendungen	1	0	–	–	–	–	–	–	–	–
Sonstiges	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0
Programmvorschau	5	4	3	3	9	10	7	14	8	9
Werbung	10	9	10	9	48	48	51	49	49	49
Werbespots	8	7	9	8	46	46	50	47	48	48
andere Werbeformen	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1
Gesamt	240									

Untersuchungszeitraum 1999: 22.–28. März, 21.–27. Juni, 20.–26. September, 6.–12. Dezember.

Untersuchungszeitraum 2000: 27. März–2. April, 26. Juni–2. Juli, 28. September–4. Oktober, 14.–20. Dezember.

reiches Spielfilmangebot (19,6%), während Fernsehfilme (4,1%) geringer ausfielen. Bei keinem der fünf Sender fand sich im Untersuchungszeitraum 2000 noch ein Bühnenstück.

Ähnlich wie in den Fictiongattungen unterschieden sich die Sender auch in den Fictiongenres, gruppiert nach den drei Kategorien Action/

Spannung, leichte Unterhaltung und Anspruch (vgl. Tabelle 7). Bei ARD und ZDF bestand etwa die Hälfte des Fictionangebots aus leichten Unterhaltungsgenres, rund vier Zehntel waren spannungsorientierte Genres. Der übrige Teil entfällt auf Anspruchsgenres. RTL favorisierte mit etwa drei Viertel seines Fictionangebots die leichten Unterhaltungsgenres, während gut ein Viertel auf spannungsorientierte Genres entfiel. SAT.1 gab hingegen ähnlich wie ProSieben den Actiongenres mehr Gewicht als den leichten Unterhaltungsgen-

⑥ Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1999 und 2000

Hauptsendezeit 19.00–23.00 Uhr, Sendedauer in %

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000
Information	39,3	35,4	45,4	41,3	24,7	24,0	20,8	16,4	24,0	18,6
Nachrichtensendungen	16,3	14,9	17,0	16,7	3,1	2,4	0,2	-	6,1	6,0
Aktuelle Wettersendungen	0,9	0,9	0,9	0,8	-	-	-	-	0,6	0,6
Politische Informationssendungen	15,5	12,1	10,2	8,5	2,3	1,8	-	0,7	0,7	-
Wirtschaftssendungen	1,6	1,4	2,5	2,5	-	-	-	-	-	0,3
Regionalsendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zeitgeschichtliche Sendungen	0,6	1,3	1,6	1,5	-	-	-	-	1,0	-
Kulturelle Infosendungen	1,0	1,1	2,3	3,5	-	-	-	-	-	-
Wissenschafts-/Techniksendungen	0,4	0,8	1,2	1,3	-	-	0,5	-	8,5	7,7
Alltags-Ratgebersendungen	0,4	0,4	2,9	2,2	-	-	0,3	0,3	-	0,6
Natur- u. Tiersendungen	1,3	2,5	3,1	1,2	-	-	-	-	-	-
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	0,6	-	1,6	-	-	-	-	-	1,4	1,2
Boulevardorientierte Infosendungen	0,4	-	-	0,6	11,0	10,6	6,9	10,1	4,2	2,3
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	-	-	1,2	1,5	4,7	5,5	5,7	1,1	1,5	-
Reality TV	-	-	1,0	0,9	3,5	3,6	7,2	4,2	-	-
Fiction	35,7	31,2	31,2	30,0	45,3	41,6	39,9	35,0	47,6	50,2
Spielfilm	3,0	3,9	1,4	2,7	13,4	9,0	11,7	12,1	28,9	30,1
Fernsehfilm	8,4	8,7	10,8	13,7	4,1	6,2	12,5	4,8	6,0	4,3
Fernsehserie	24,3	18,6	19,0	13,6	27,9	26,4	15,8	18,0	12,7	15,8
Bühnenstück	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	10,5	12,1	10,8	9,9	5,6	10,0	10,8	15,4	4,4	7,1
Talkshows	-	-	0,6	-	-	-	-	-	0,7	-
Spiele/Shows/Sonstiges	10,5	12,1	10,1	9,9	5,6	10,0	10,8	15,4	3,7	7,1
Musik	6,4	2,0	3,3	3,3	-	-	-	-	-	-
U-Musik	6,4	2,0	3,3	3,3	-	-	-	-	-	-
E-Musik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	1,2	13,3	3,6	10,1	0,6	-	4,2	6,7	0,2	-
Sport-Information	0,5	1,6	2,5	5,7	-	-	4,0	6,0	0,2	-
Sport-Darbietung	0,7	11,6	1,1	4,4	0,6	-	0,2	0,7	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Non-Fiction/Fiction gemischt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fiction	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstige Sparten	2,9	2,5	1,6	1,5	3,8	4,4	3,0	6,0	3,4	3,7
Kirchliche Sendungen	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstiges	0,7	0,7	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1
Programmorschau	1,9	1,6	1,3	1,3	3,7	4,3	2,9	5,9	3,2	3,6
Werbung	4,0	3,6	4,1	3,8	20,0	20,0	21,2	20,6	20,4	20,3
Werbespots	3,4	3,0	3,7	3,5	19,3	19,1	20,6	19,7	19,8	19,9
andere Werbeformen	0,6	0,5	0,4	0,3	0,7	0,9	0,6	0,9	0,6	0,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Untersuchungszeitraum 1999: 22.–28. März, 21.–27. Juni, 20.–26. September, 6.–12. Dezember.

Untersuchungszeitraum 2000: 27. März–2. April, 26. Juni–2. Juli, 28. September–4. Oktober, 14.–20. Dezember.

res. Bei keinem der Privatsender überschritten die Anspruchsgenres die 1-Prozent-Marke. Schon aus dem Übergewicht der Serien bei den Privatsendern lässt sich entnehmen, dass hier eine andere Unterhaltungskonzeption die Zusammensetzung des Fictionangebots bestimmt.

Nonfiktionale Unterhaltung

Bei den Privatsendern erheblich höhere Talkshowanteile

Die nonfiktionalen Unterhaltungsangebote umfassen Talkshows (ausgenommen Polit-Talks), Darbietungsshow, Wettbewerbsspiele, Gameshows, Klein-

kunstformen und Unterhaltungssendungen im Magazinform. Bündelt man die unterschiedlichen Formen grob in den zwei Kategorien Talkshows und Spiele/Shows/Sonstiges, liegen bei ARD/Das Erste (5,5% und 3,4%) und ZDF (1,7% und 4,5%) nicht nur die Anteile dieses Unterhaltungsbereichs wesentlich niedriger als bei den Privatsendern,

⑦ **Fictiongenres (ohne Kinder-/Jugendsendungen) 1999 und 2000**

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000
Minuten/Tag										
Action/Spannung	135	156	159	131	103	115	313	263	338	384
leichte Unterhaltung	215	199	201	154	295	322	195	177	280	297
Anspruch	39	34	26	43	0	2	4	0	7	4
Fiction Gesamt	389	388	386	328	398	439	512	440	626	685
Sendeolumen	1 424	1 424	1 422	1 423	1 440	1 439	1 438	1 440	1 439	1 438
% von Fiction										
Action/Spannung	34,8	40,1	41,1	40,0	26,0	26,1	61,1	59,8	54,1	56,1
leichte Unterhaltung	55,2	51,3	52,2	47,0	74,0	73,5	38,1	40,2	44,7	43,4
Anspruch	10,0	8,6	6,8	13,0	-	0,4	0,8	-	1,2	0,5
Fiction Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
% von Sendevolumen										
Action/Spannung	9,5	10,9	11,2	9,2	7,2	8,0	21,8	18,3	23,5	26,7
leichte Unterhaltung	15,1	14,0	14,2	10,8	20,5	22,4	13,6	12,3	19,5	20,7
Anspruch	2,7	2,4	1,8	3,0	-	0,1	0,3	-	0,5	0,3
Fiction Gesamt	27,3	27,3	27,2	23,1	27,6	30,5	35,6	30,5	43,5	47,7

sondern sie erscheinen auch in einer ausgewogeneren Mischung. Bei den Privatsendern entsteht ein Übergewicht der nonfiktionalen Unterhaltungsangebote durch die weiterhin dominierenden Talkshows. Gegenüber dem Vorjahr hat RTL seinen Talkshowanteil im Jahr 2000 etwas verringert (15,6%) und liegt nun mit SAT.1 (15,2%) gleich auf, gefolgt von ProSieben (11,0%).

Bei Spielen/Shows nur geringe Unterschiede

Im Angebot an Spielen, Shows und anderen nonfiktionalen Unterhaltungsformaten unterscheiden sich die privaten von den öffentlich-rechtlichen Sendern quantitativ nur geringfügig, wenngleich bei allen Privatsendern im Jahr 2000 ein leichter Anstieg zu erkennen ist. SAT.1 (7,2%) rangierte vor RTL (5,3%) und ProSieben (4,1%). Abgesehen von einigen Sendetiteln, die gegen andere ausgetauscht wurden – so verschwand beispielsweise bei RTL „Die Karl Dall Show“, dafür gab es „Big Brother – Die Entscheidung“ und „Wer wird Millionär?“, bei SAT.1 kam unter anderem „Die Quizshow“ hinzu – blieb es bei den meisten Sendungen des Vorjahres. Der einsetzende Quizboom wirkte sich noch nicht in dem Maße aus, wie sich dies bei der Vollerhebung erst im Verlauf des vierten Quartals 2000 zeigt.

Musik

Insgesamt geringe Anteile; bei Privaten hat nur RTL Musik im Programm

Die Musiksendungen hatten auch im Jahr 2000 nur eine Nebenrolle im Unterhaltungsangebot der großen Sender. Das geringe und zudem rückläufige Musikangebot bestand fast nur noch aus U-Musiksendungen, die hauptsächlich bei ARD (3,7%) (Wunschbox und Volksmusik) und ZDF

(1,8%) zu finden waren und vor allem auf ältere Zielgruppen gerichtet sind. Von den privaten Sendern strahlte nur RTL (0,9%) in geringem Umfang U-Musiksendungen (Top of the Pops) aus. E-Musiksendungen waren im Jahr 2000 auch bei ARD und ZDF (Justus Frantz spielt Mozart) in den Hauptprogrammen so gut wie verschwunden und eher zu kulturellen Requisiten für das Feiertagsprogramm geworden.

Sport

Sportangebote erweisen sich als Garanten für hohe Zuschauerquoten und beeinflussen die Programmgestaltung immer stärker. Sommer- und Winterolympiaden, Tennisturniere, hochrangige Fußballmeisterschaften und Formel-1-Autorennen werden von den Sendern immer häufiger als „Sport-Shows“ mit journalistischem Rahmenprogramm angeboten. Daher erscheint es sinnvoll, diese Entwicklung auch so weit wie möglich in der Programmstruktur abzubilden. Während sich die Anteile der Sportinformation bei ARD/Das Erste (1,3%) und ZDF (2,7%) nur wenig vom Vorjahr unterschieden, entfielen auf Sportdarbietungen (vor allem Live-Übertragungen) bei der ARD 9,8 Prozent und beim ZDF 8,2 Prozent. Die stärksten Anteile hieran hatten bei ARD und ZDF die Fußball-Europameisterschaft in Belgien und den Niederlanden und die Olympischen Spiele in Sydney. Bei RTL steht dem in wesentlich geringerem Umfang die Formel 1 als internationales Großereignis gegenüber, das hier mit 0,9 Prozent zu Buche schlägt. Soweit es im Jahr 2000 Übertragungen von der Champions League gab, fielen sie stichprobenbedingt nicht in die vier Untersuchungswochen. Bei SAT.1 lag der Schwerpunkt des Sports auf der Fußball-Bundesliga, die überwiegend in Mischform aus Berichten und Darbietungsteilen präsentiert wird. Bei ProSieben erscheinen Sportbeiträge nur als Nachrichten.

Sportangebote beeinflussen Programmstrukturen immer stärker

Ausgewogene Mischung im Kinder- und Jugendprogramm von ARD und ZDF

Kinder-/Jugendprogramm

Im Kinder- und Jugendprogramm bieten ARD und ZDF eine annähernd ausgewogene Mischung aus nonfiktionalen und fiktionalen Sendungen, während bei den Privatsendern fiktionale Angebote dominieren. Diese bestehen bei allen Sendern größtenteils aus Zeichentrick.

Sonstige Sparten

Die sonstigen Sparten umfassen religiöse Sendungen, deren Anteil beim ZDF (0,6 %) durch „Gottesdienstübertragungen“ vergleichsweise am höchsten ausgeprägt ist und bei ARD/Das Erste, SAT.1 und RTL 0,1 Prozent nicht übersteigt. Ferner gehören zu dieser Sparte die Nonprofit-Spots, Lotto-/Toto-Service und, gesondert ausgewiesen, Programmüberleitungen und Programmvorschau. Auf diese Sendereigenwerbung bzw. Programmpromotion entfielen auch im Jahr 2000 bei ARD (1,6 %) und ZDF (1,5 %) geringere Anteile als bei RTL (4,4 %), SAT.1 (5,6 %) und ProSieben (4,2 %).

Werbung

Blockwerbung weiterhin dominierende Werbeform

Die klassische Form der Blockwerbung war auch im Jahr 2000 bei allen Sendern weiterhin die dominierende Form der kommerziellen Werbeangebote. Bei ARD/Das Erste und ZDF entfielen auf Blockwerbung 1,2 bzw. 1,5 Prozent des Sendevolumens, bei den Privatsendern macht diese Form etwa das Zehnfache aus. Während bei RTL (14,1 %) und SAT.1 (15,2 %) der Umfang konstant blieb, sank der Anteil der Werbespots bei ProSieben (13,0 %). Auf Sendeplätzen im Nachtprogramm, die noch in früheren Jahren mit Werbespots besetzt waren, findet man häufig nur noch Programmpromotion.

Nachdem in den vergangenen Jahren die großflächigen Werbegameshows aus den privaten Hauptprogrammen verschwanden und in die kleineren Privatprogramme verlagert worden sind, entfallen auf andere Werbeformen nur noch sehr geringe Sendezeitanteile. Bei ARD und ZDF bestehen die „Anderen Werbeformen“ (0,3 bzw. 0,2 %) aus Sponsorhinweisen und Werbung für redaktionelle Begleitmedien. Bei RTL (0,6 %) sind es neben Sponsorwerbung vor allem Gewinnspielvarianten und Merchandising. Bei SAT.1 (1,0 %) war nur noch „Gottschalk kommt“ als Dauerwerbesendung verblieben, die jedoch ebenfalls im Jahr 2000 aus dem Programm genommen wurde. Am häufigsten erscheinen daneben Sponsorwerbung, Merchandising und Sonstiges. Auch ProSieben (0,3 %) sendet Sponsorwerbung und andere Varianten der freien Werbeformen.

Inhaltsprofile im nichttagesaktuellen

Informationsangebot

Informationssendungen nach 13 Inhaltskategorien untersucht

Die in der Sparte Information nach Programmkategorien unterschiedenen Sendungen decken ein breites Spektrum an Inhalten ab. Wie sich bei der Betrachtung der Einzelkategorien dieser Sparte gezeigt hat, gehören hierzu klassische Formen der journalistischen Berichterstattung bis hin zu leichten Formen und Inhalten des Infotainments. Will man die qualitativen Unterschiede im Informa-

tionsverständnis der Sender genauer bestimmen, liefert die Analyse der Themen auf der Ebene der einzelnen Beiträge der Sendungen genaueren Aufschluss. Seit 1997 werden die Themen aller nonfiktionalen Sendungen (außer Nachrichtensendungen und Magazinen am Morgen) erfasst und die thematischen Beiträge nach Inhaltskategorien codiert. Auf der Grundlage dieser Codierung lässt sich die Inhaltsstruktur in folgenden 13 Kategorien darstellen: Politik/Wirtschaft, Gesellschaft/Justiz, Kultur/Wissenschaft, Soziales/Gesundheit, Tier/Natur, Freizeit/Sport, Alltagsleben/Beziehungskonflikte, Human Interest/Prominenz, Partnerschaft/Erotik, Katastrophen/Unglücke, Kriminalität, Sonstiges, Mischformen.

Die wesentlichen Unterschiede zwischen den Sendern treten deutlicher hervor, wenn man diese Inhaltskategorien wie folgt gruppiert: 1. Politik/Wirtschaft, 2. Gesellschaft/Justiz, 3. Sachgebiete (Kultur/Wissenschaft, Tier/Natur), 4. Alltag/ Soziales (Soziales/Gesundheit, Freizeit, Alltags-/Beziehungskonflikte), 5. Boulevardthemen (Human Interest/Prominenz, Partnerschaft/Erotik, Katastrophen/Unglück, Kriminalität), 6. Mischform/Sonstiges.

Vom gesamten nichttagesaktuellen Informationsangebot der fünf Sender entfallen auf Themen aus Politik und Wirtschaft im Jahr 2000 15 Prozent, auf Gesellschaft/Justiz 10 Prozent, auf Sachthemen 26 Prozent, auf Alltag/Soziales 13 Prozent, auf Boulevardthemen 25 Prozent und Mischform/Sonstiges 11 Prozent (vgl. Tabelle 8). Hinter dieser relativ ausgewogenen Themenstruktur verbergen sich sehr unterschiedliche Themenprofile der einzelnen Sender: Am größten ist die Übereinstimmung zwischen den Sendern im Themenbereich Alltag/Soziales, dagegen sind die Unterschiede am stärksten bei Themen aus Politik und Wirtschaft und bei Boulevardthemen. Auf Politik und Wirtschaft entfällt in den Themenprofilen von ARD/Das Erste (25 %) und ZDF (23 %) etwa ein Viertel der nichttagesaktuellen Informationsangebote, während RTL (4 %), SAT.1 (4 %) und ProSieben (2 %) diesen Bereich von allen Themenbereichen am wenigsten abdecken. Die Boulevardthemen dominieren dafür mit Abstand in den Themenprofilen der privaten Sender. Die führende Position hat hier RTL (47 %) vor ProSieben (39 %) und SAT.1 (31 %). Auch ARD (13 %) und ZDF (15 %) bieten solche Themen an, jedoch in geringerem Umfang. Dabei liegt das Schwergewicht der Boulevardthemen auf den eher „weichen“ Themen zu Human Interest/Prominenz und Partnerschaft/Erotik. Erheblich geringer sind demgegenüber die Anteile der „harten“ Boulevardthemen zu Kriminalität und Katastrophe/Unglück. In der Inhaltsstruktur der nichttagesaktuellen Informationsangebote zeigen und bestätigen sich somit in etwa die gleichen unterschiedlichen Programmkonzepte bei öffentlich-rechtlichen und pri-

Unterschiede zwischen ö.-r. und privaten Sendern vor allem bei Politik/Wirtschaft und Boulevardthemen

⑧ Inhaltsstruktur der nichttagesaktuellen Informationssendungen 1999 und 2000

Sendungen der Sparte Information auf Beitragsebene ohne Nachrichten und Morgenmagazine

Sendedauer in Minuten pro Tag und in %

	ARD			ZDF			RTL		
	1999	2000	Diff. 00-99	1999	2000	Diff. 00-99	1999	2000	Diff. 00-99
Minuten pro Tag									
Politik/Wirtschaft	95	75	-20	119	97	-22	9	8	- 1
Gesellschaft/Justiz	16	16	0	48	67	19	2	5	3
Sachthemen	70	88	17	97	82	-15	16	17	1
Alltag/Soziales	77	59	-18	59	89	30	42	37	- 5
Boulevardthemen	38	38	- 1	52	64	11	105	96	- 9
Mischform/Sonstiges*	61	20	-41	37	25	-12	39	40	1
Gesamt	358	295	-62	412	423	12	213	202	- 11
Prozent									
Politik/Wirtschaft	27	25	- 1	29	23	- 6	4	4	- 0
Gesellschaft/Justiz	5	5	1	12	16	4	1	2	1
Sachthemen	20	30	10	24	19	- 4	8	9	1
Alltag/Soziales	21	20	- 2	14	21	7	20	18	- 2
Boulevardthemen	11	13	2	13	15	2	49	47	- 2
Mischform/Sonstiges*	17	7	-10	9	6	- 3	18	20	1
Gesamt	100	100	-	100	100	-	100	100	-

	SAT.1			ProSieben			Gesamt		
	1999	2000	Diff. 00-99	1999	2000	Diff. 00-99	1999	2000	Diff. 00-99
Minuten pro Tag									
Politik/Wirtschaft	10	6	- 3	9	3	- 5	241	190	-51
Gesellschaft/Justiz	7	28	20	3	4	1	77	119	42
Sachthemen	23	20	- 3	37	25	-13	244	231	-12
Alltag/Soziales	26	22	- 3	27	42	15	230	249	19
Boulevardthemen	68	45	-23	82	68	-14	345	310	-35
Mischform/Sonstiges*	13	25	11	13	32	18	163	141	-23
Gesamt	146	145	- 1	171	173	2	1 300	1 240	-60
Prozent									
Politik/Wirtschaft	7	4	- 2	5	2	- 3	19	15	- 3
Gesellschaft/Justiz	5	19	14	2	2	1	6	10	4
Sachthemen	16	14	- 2	22	14	- 8	19	19	- 0
Alltag/Soziales	17	15	- 2	16	24	8	18	20	2
Boulevardthemen	46	31	-16	48	39	- 9	27	25	- 2
Mischform/Sonstiges*	9	17	8	8	18	11	13	11	- 1
Gesamt	100	100	-	100	100	-	100	100	-

* Die Kategorie Mischformen/Sonstiges enthält nicht entscheidbare Fälle sowie thematisch nicht aufgelöste Sendungen bzw. Sendungsbestandteile wie z.B. regionale Nachrichtenblöcke oder Kurzinformationen in Spotform.

Untersuchungszeitraum 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.

Untersuchungszeitraum 2000: 27. März - 2. April, 26. Juni - 2. Juli, 28. September - 4. Oktober, 14.-20. Dezember.

vaten Sendern, wie sie schon auf der Sendungsebene in den Programmkategorien des Programmstrukturvergleichs dargestellt worden sind.

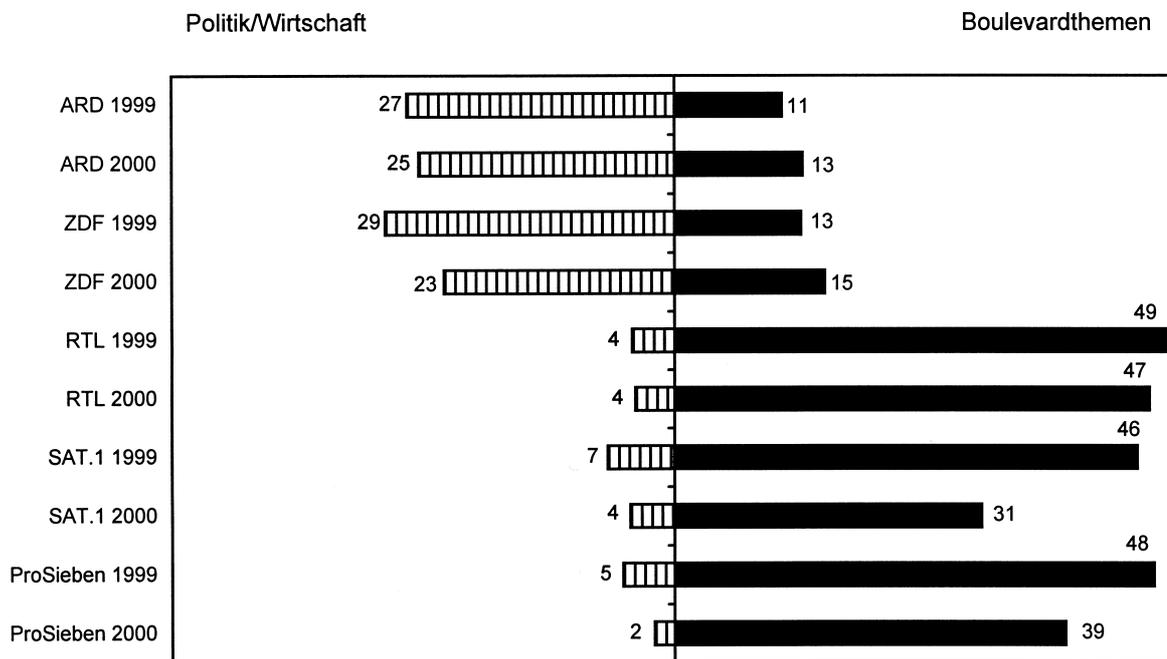
Noch augenfälliger wird die Kluft in der Themenorientierung zwischen ARD und ZDF auf der einen Seite gegenüber RTL, SAT.1 und ProSieben auf der anderen Seite, wenn man die Anteile der Themen zu Politik und Wirtschaft den Boulevardthemen direkt gegenüberstellt (vgl.

Abbildung 6). An diesem schon in den Vorjahren erkennbaren Befund, dass sich die Sender in ihrem Informationsangebot nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ unterscheiden, hat sich somit im Jahr 2000 grundsätzlich kaum etwas geändert.

Zwar zeigt sich im Jahresvergleich bei SAT.1 und ProSieben ein Rückgang der Boulevardanteile, in beiden Fällen handelt es sich jedoch um Verschiebungen, die nicht den politisch bzw. gesellschaftlich relevanten Themenbereichen zugute kommen.

90 % des Angebotes zu Politik/Wirtschaft stammen vom Ersten und vom ZDF

**Abb. 6 Nichttagesaktuelle Informationsangebote (ohne Nachrichten und Morgenmagazine)
ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1999 und 2000 ***
Politik/Wirtschaft vs. Boulevardthemen **
Sendezeitanteile in %



* 1999: 22.-28. März, 21. Juni-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.

2000: 27. März-2. April, 26. Juni-2. Juli, 28. September-4. Oktober, 14.-20. Dezember.

** Katastrophen/Unglücke, Human Interest/Prominenz, Erotik.

Setzt man das nichttagesaktuelle Angebot aller Sender zu Politik und Wirtschaft (190 Minuten pro Tag) gleich 100 Prozent, stammen davon im Jahr 2000 von ARD und ZDF zusammen 90 Prozent und von RTL, SAT.1 und ProSieben zusammen 10 Prozent.

Inhaltsprofile ausgewählter Sendereihen

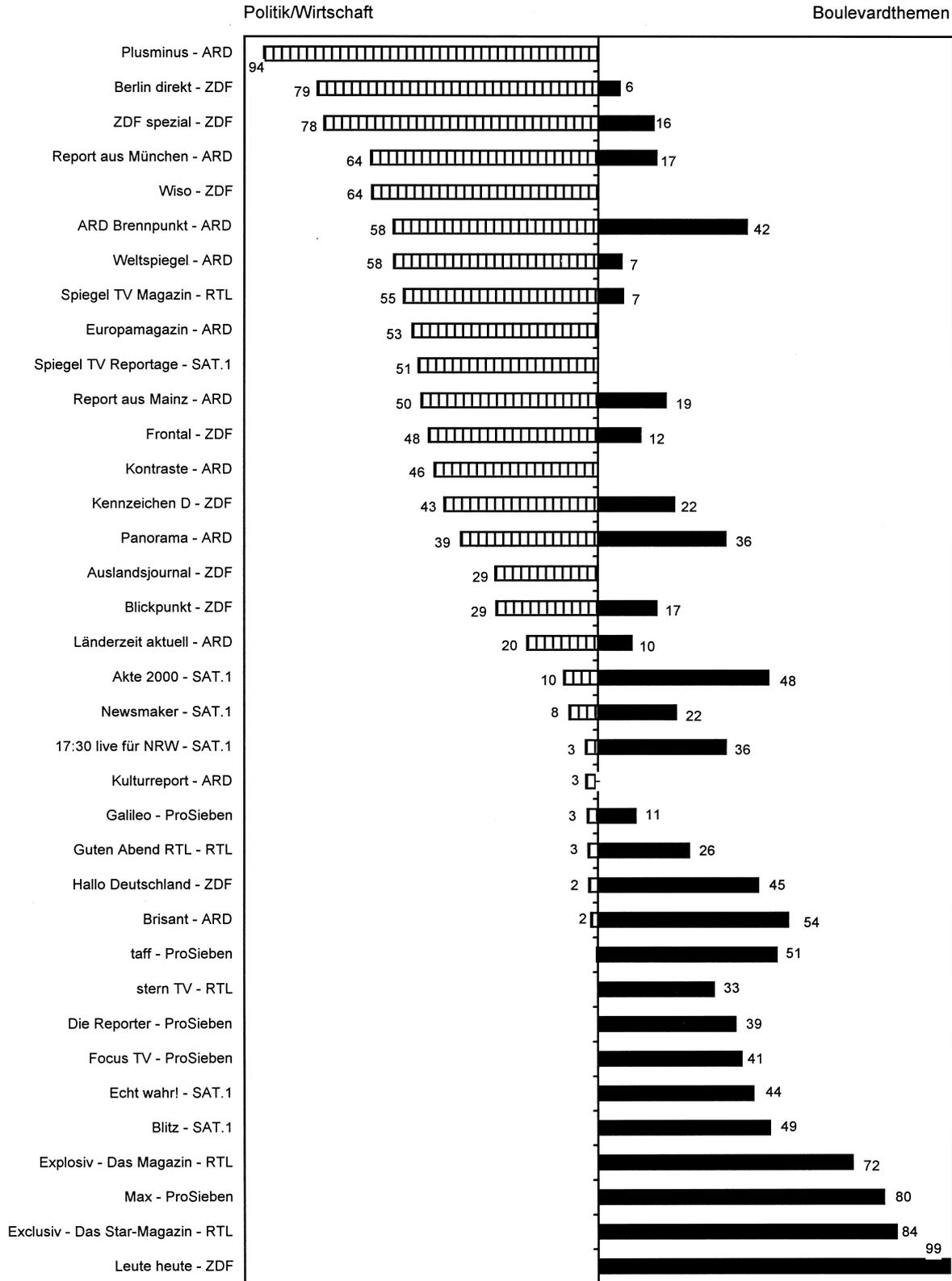
Vertiefung der Analyse durch Themenprofile
Die Betrachtung der Inhaltsstrukturen der Sender lässt sich vertiefen, wenn man die Themenprofile einzelner Sendereihen vergleicht. Dabei zeigt sich zum einen, welches Gewicht einzelne Sendereihen am nichttagesaktuellen Informationsangebot der Sender insgesamt haben, zum anderen wird im Vergleich zu 1999 erkennbar, ob die Themenprofile der Sendereihen in etwa stabil geblieben sind oder sich wesentlich verändert haben. Dieser Untersuchungsaspekt ist allerdings nur für Sendereihen mit hoher Ausstrahlungsfrequenz sinnvoll interpretierbar, da bei geringer Fallzahl zufällige ereignisbedingte Schwankungen überinterpretiert werden könnten.

39 Sendereihen einbezogen
Grundlage dieser Betrachtung sind im Jahr 2000 39 Sendereihen. Sie decken 36 Prozent des nichttagesaktuellen Informationsangebots ab. Bei der ARD/Das Erste sind es elf Sendereihen, davon entfällt auf das Boulevardmagazin „Brisant“ der höchste Sendezeitanteil. Beim ZDF sind es ebenfalls elf Sendereihen, davon entfällt auf die Gerichtssendung „Streit um Drei“ die meiste Sendezeit. Bei RTL sind es fünf Sendereihen mit relativ

ähnlicher Gewichtung. Bei SAT.1 sind es sieben Sendereihen, davon entfällt auf das Boulevardmagazin „Blitz“ die meiste Sendezeit. Bei ProSieben sind es fünf Sendereihen, davon entfällt die meiste Sendezeit auf das Boulevardmagazin „taff“. Mit Ausnahme der beiden Gerichtssendungen „Streit um Drei“ (ZDF) und „Richterin Barbara Salesch“ (SAT.1), die im Jahr 2000 beide einen Sendepplatz im Nachmittagsprogramm hatten, wurden alle übrigen Sendereihen im Vorabend- und Abendprogramm ausgestrahlt. Der hohe Anteil dieser Sendungen resultiert aus der werktäglichen Ausstrahlung, bei den Boulevardmagazinen kommt noch hinzu, dass sie im Nachtprogramm wiederholt wurden.

Auch wenn bei begrenzter Ausstrahlungsfrequenz der meisten Sendereihen nicht zu erwarten ist, dass sich ein völlig gleichartiges Themenprofil in den beiden Vergleichsjahren finden lässt, spricht doch das redaktionelle Konzept einer Sendereihe für eine gewisse Grundlinie in der Themenwahl, die der Sendung ihre Identität gibt und sie als „Marke“ von anderen Sendetiteln abhebt. Durch kontinuierliche Beobachtung der Themenprofile von Sendereihen lässt sich unabhängig von deren schwankender Ausstrahlungsfrequenz ermitteln, welche Themen in neuen Sendereihen bevorzugt werden und in welche Richtungen sich die bestehenden Sendereihen verändern.

**Abb. 7 Ausgewählte Sendereihen nichttagesaktueller Informationsangebote
ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Programmjahr 2000 ***
Politik/Wirtschaft vs. Boulevardthemen **
Sendezeitanteile in %



* 27. März-2. April, 26. Juni-2. Juli, 28. September-4. Oktober, 14.-20. Dezember.

** Katastrophen/Unglücke, Human Interest/Prominenz, Erotik.

⑨ Inhaltsprofile für ausgewählte Sendereihen der nichttagesaktuellen Informationsangebote 2000

in %

Sender/Sendereihe	Sendedauer in Min.	Politik/ Wirtschaft	Gesellschaft/ Justiz	Sachthemen	Alltag/ Soziales	Boulevard- themen*	Mischformen/ Sonstiges**	Gesamt
ARD								
ARD Brennpunkt	29	58	-	-	-	42	-	100
Brisant	887	2	5	10	22	54	7	100
Europamagazin	91	53	4	15	25	-	3	100
Kontraste	89	46	37	-	17	-	-	100
Kulturreport	169	3	7	83	3	-	4	100
Länderzeit aktuell	191	20	5	28	23	10	14	100
Panorama	85	39	-	-	25	36	-	100
Plusminus	172	94	-	-	6	-	-	100
Report aus Mainz	90	50	30	-	-	19	1	100
Report aus München	89	64	-	-	17	17	2	100
Weltspiegel	280	58	17	15	2	7	1	100
ZDF								
Aspekte	28	-	-	100	-	-	-	100
Auslandsjournal	76	29	19	7	44	-	1	100
Berlin direkt	60	79	13	-	-	6	2	100
Blickpunkt	53	29	23	7	22	17	2	100
Frontal	122	48	-	25	9	12	6	100
Hallo Deutschland	864	2	4	7	29	45	12	100
Kennzeichen D	95	43	2	30	-	22	2	100
Leute heute	177	-	-	-	1	99	1	100
Streit um Drei	1 613	-	100	-	-	-	-	100
Wis0	169	64	1	4	26	-	5	100
ZDF spezial	170	78	-	-	7	16	-	100
RTL								
Exklusiv - Das Star-Magazin	263	-	-	-	5	84	11	100
Explosiv - Das Magazin	492	-	1	3	10	72	14	100
Guten Abend RTL	388	3	1	14	16	26	42	100
Spiegel TV Magazin	302	55	14	-	4	7	20	100
stern TV	529	-	13	15	36	33	4	100
SAT.1								
17:30 - NRW live	407	3	2	12	16	36	31	100
Akte 2000	142	10	-	6	21	48	15	100
Blitz	1 183	-	4	3	16	49	28	100
Echt wahr!	509	-	2	13	30	44	11	100
Newsmaker	32	8	29	-	38	22	3	100
Richterin Barbara Salesch	699	-	100	-	-	-	-	100
Spiegel TV Reportage	120	51	-	-	49	-	-	100
ProSieben								
Die Reporter	371	-	6	-	32	39	23	100
Focus TV	371	-	11	6	34	41	8	100
Galileo	565	3	-	45	33	11	9	100
Max	133	-	-	10	6	80	4	100
taff	783	0	2	5	20	51	23	100

* Katastrophen/Unglücke, Human Interest/Prominenz, Erotik.

** Hohe Werte in der Kategorie Mischformen/Sonstiges ergeben sich durch thematisch nicht aufgelöste regionale Nachrichtenblöcke und Kurzinformationen in Spotform.

Untersuchungszeitraum 2000: 27. März - 2. April, 26. Juni - 2. Juli, 28. September - 4. Oktober, 14.-20. Dezember.

Polarisierende Themenkategorien
Politik und Boulevard gegen-übergestellt

Anknüpfend an die in den Vorjahren festgestellte Tendenz zur Erweiterung der nichtpolitischen Informationssendungen bleibt die Frage nach einer Zunahme der Boulevardisierung als Strategie der Aufmerksamkeitserzeugung weiterhin von Interesse. Tendenzen zur Boulevardisierung waren schon 1995 auffällig bei den Privatsendern zu beobachten und konnten auch in den folgenden Jahren bestätigt werden. Interpretiert man den Anteil der Inhaltskategorien Human Interest/Prominenz, Erotik, Krimi-

nalität und Unglück/Katastrophe summarisch als Indikator für den Boulevardisierungsgrad einer Sendung, lässt sich dieser Anteil auch für einzelne Sendereihen ermitteln und in Kontrast zum jeweiligen Anteil der Themen zu Politik und Wirtschaft darstellen. Die Gegenüberstellung der beiden am stärksten polarisierenden Themenkategorien, nämlich der Politikthemen und der Boulevardthemen, führt zu folgenden Befunden (vgl. Abbildung 7).

ARD/ZDF-Sendereihen mit hohem Politikanteil

Bei ARD und ZDF haben die meisten Sendereihen einen hohen Politikanteil, der zwar im Jahresvergleich schwankt, aber weder auf eine tendenzielle Verringerung noch auf Identitätswechsel einer Sendung hindeutet. Zu den öffentlich-rechtlichen Sendungen, die neben dem Politikangebot auch einen nennenswerten Anteil an Boulevardthemen aufweisen, gehören neben dem ARD-Brennpunkt die investigativen Politikmagazine. Hierbei handelt es sich in der Regel um „harte“ Boulevardthemen, zum Beispiel zu politischer Korruption, Wirtschaftskriminalität, Skandalen und Katastrophen.

Fast alle Sendereihen der Privaten mit hohem Boulevardanteil; Ausnahme: Spiegel TV

In diesem Bereich der politisch und gesellschaftlich relevanten Themen findet man von privater Anbieterseite nur die dctp-Sendereihen „Spiegel TV Magazin“ bei RTL und „Spiegel TV Reportage“ bei SAT.1. Alle übrigen Sendereihen der Privaten sind nahezu politikfrei und mit einem hohen Anteil an Boulevardthemen durchsetzt. „Weichere“ Boulevardthemen beispielsweise im Bereich Human Interest/Prominenz werden von öffentlich-rechtlicher Anbieterseite vor allem in den im Vorabendprogramm ausgestrahlten und nachts wiederholten Boulevardmagazinen „Brisant“, „Hallo Deutschland“ und „Leute heute“ abgedeckt (vgl. Tabelle 9).

Fazit

Keine funktionale Gleichwertigkeit ö.-r. und privater Vollprogramme

Die Programmstrukturprofile der hier untersuchten öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme haben sich trotz der im Jahr 2000 deutlich erkennbaren Sporteffekte bei ARD/Das Erste und ZDF in Relation zueinander kaum verändert. Entsprechend der allgemeinen Charakterisierung als Vollprogramme decken die untersuchten öffentlich-rechtlichen und privaten Programme ein breites Funktionsspektrum ab. Wäre dies nicht so, wären sie auch kaum akzeptanzfähig. Schon auf der Makroebene zeigt sich aber der typische Gewichtungunterschied: Die öffentlich-rechtlichen Programme geben den Informationsangeboten mehr Gewicht als die privaten Programme, und die privaten Sender geben den Unterhaltungsangeboten mehr Gewicht als die öffentlich-rechtlichen Programme. Bei näherer Betrachtung der

verschiedenen Segmente des Programmangebots zeigen sich zudem erhebliche Unterschiede im Informationsangebot: Während die öffentlich-rechtlichen Sender mit ihrem umfangreichen Informationsangebot eine Basis für Orientierung, Meinungsäußerung und demokratischen Diskurs schaffen, geben die privaten Sender diesem Angebot ein deutlich geringeres Gewicht. Sie räumen stattdessen den fiktionalen und nonfiktionalen Unterhaltungsangeboten den Vorrang ein. Diese strukturellen Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern bleiben damit so stark, dass Behauptungen einer funktionalen Gleichwertigkeit empirisch nicht belegbar sind.

Beim Wechsel von der Makroebene auf die Mikroebene bestätigt sich diese unterschiedliche Funktionsorientierung am Beispiel des nonfiktionalen Programmangebots. In den nichttagesaktuellen Informationsmeldungen sind trotz einer gemeinsamen Schnittmenge die Unterschiede unübersehbar. Sowohl für die nichttagesaktuellen Infosendungen insgesamt, als auch für eine Auswahl der bekanntesten Sendereihen, die in nutzungsstarker Sendezeit ausgestrahlt werden, lässt sich dies als „Boulevardisierungskluft“ veranschaulichen. Während in den Sendereihen von ARD/Das Erste und ZDF der Politikanteil hoch ist, bestimmen in den Sendereihen der drei untersuchten Privatsender mit wenigen Ausnahmen Boulevardthemen das Bild. An diesem Grundtatbestand ändern auch geringe Schwankungen zwischen einzelnen Jahren wenig.

Analyse der Informations-sendungen zeigt Boulevardisierungskluft

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Krüger, Udo Michael: Unterschiedliches Informationsverständnis im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen. Programmanalyse 1999: ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Vergleich. In: Media Perspektiven 7/2000, S. 278-295.
- 2) Der Reliabilitätstest basiert auf einer Zufallsauswahl von 167 redaktionellen Programmeinheiten, die einer Zweitcodierung für programmstrukturelle Variablen unterzogen wurden. Als Maß der Inter-coderreliabilität (%-Übereinstimmung zwischen Erst- und Zweitcodierung) ergaben sich für diese Variablen folgende Werte: Programmsparten .98, Programmkategorien .90, Form .88, Inhalt .76, Hauptfunktion/Intention .88. Vgl. hierzu auch Lauf, Edmund: „96 nach Holsti“. Zur Reliabilität von Inhaltsanalysen und deren Darstellung in kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschriften. In: Publizistik, März 2001, S. 57-68.
- 3) AGF-Datenaufbereitung der ZDF-Medienforschung. Vgl. hierzu auch Gerhards, Maria, Andreas Grajczyk und Walter Klingler: Programmangebote und Spartennutzung im Fernsehen 2000. Eine Analyse auf Basis der GfK-Sendungs-codierung. In: Media Perspektiven 5/2001, S. 253.

