

Programmanalyse 2002/I

→ Wandel der Unterhaltungsformate im Fernsehen bei robuster Spartenstruktur

Von Udo Michael Krüger und Thomas Zapf-Schramm*

Programmstrukturvergleich zeichnet Angebotsentwicklung nach

Mit dem Programmstrukturvergleich (Teil 1) wird die Angebotsentwicklung der fünf großen deutschen Fernsehprogramme ARD/Das Erste, ZDF und RTL, SAT.1 sowie ProSieben für das Gesamtjahr 2002 im Vergleich zu 2001 fortgeschrieben. (1) Die Daten des vorliegenden ersten Analyseteils wurden aus elektronischen Programmankündigungen und Informationen der Sender, Sendeprotokollen über die tatsächlich ausgestrahlten Sendungen und aus archivierten Programmdateien gewonnen. Hinzu kamen Programmaufzeichnungen aus dem IFEM-Videoarchiv. Die untersuchungsleitenden Fragestellungen lauteten:

Untersuchungsfragen

- Welche Sparten prägen die Programmprofile der Sender besonders deutlich und worin unterscheiden sie sich?
- Welche Sendungsformen verwenden die Programme insgesamt und in den verschiedenen Sparten?
- Welche Veränderungen gegenüber dem Vorjahr zeigen sich in den Sparten und Sendungsformen?
- Worauf sind diese Veränderungen zurückzuführen?
- Welche Sendereihen prägen als Marken insbesondere das Informationsangebot der Programme?
- Wie unterscheiden sich die Programme in Umfang, Formen, Sendereihen und Platzierung im Informationsangebot?
- Welche Folgen lassen sich daraus für die politisch und gesellschaftlich relevanten Programmleistungen erwarten?

Spartenprofile der öffentlich-rechtlichen und privaten Programme

Die Sparte Information umfasst klassische Sendungen der tagesaktuellen Berichterstattung und der politischen Informations- und Meinungsbildung, kulturelle und wissensorientierte Sendungen zu verschiedenen Sachgebieten, ferner die Sendungen zur alltagsnahen Realitätsdarstellung, teilweise auch mit Ratgeberfunktion, und ebenso die berichtenden Boulevardmagazine mit politikfernen Inhalten. (2) Die Unterhaltungsangebote umfassen die Fictionsendungen sowie nonfiktionale Unterhaltungs- und Musiksendungen, Sport- und Kindersendungen.

Auf Das Erste und das ZDF entfiel im Jahr 2002 durchschnittlich ein Informationsanteil von 42,5 Prozent; im Jahr 2001 waren es 43,0 Prozent. RTL, SAT.1 und ProSieben kamen im Durchschnitt auf einen Informationsanteil von 17,5 Prozent (vgl. Tabelle 1 und Abbildung 1). Bei der Unterhaltung sehen die Relationen folgendermaßen aus: Auf Fictionangebote entfielen bei RTL, SAT.1 und ProSieben im Durchschnitt 33,2 Prozent (2001: 36,0%) und auf nonfiktionale Unterhaltung 21,0 Prozent (2001: 20,0%). Das Erste und das ZDF kamen bei Fiction auf 26,5 Prozent (2001: 28,3%) und bei nonfiktionaler Unterhaltung auf 9,3 Prozent (2001: 9,1%). Ein systembedingter Unterschied zeigt sich beim Werbeanteil: Bei den mischfinanzierten öffentlich-rechtlichen Sendern machte Werbung im Durchschnitt nur 1,3 Prozent der Sendezeit aus, bei den ausschließlich aus Werbung finanzierten Privatsendern dagegen 17,6 Prozent. Vergleicht man die übrigen Programmsparten Sport, Musik, Kinderprogramm, so findet man dort beim Ersten und beim ZDF jeweils etwas größere Angebote als bei den Privaten.

ARD und ZDF auch 2002 mit Abstand führende Info-Anbieter

Soweit sich aus dem Jahresvergleich der Spartenprofile Veränderungen erkennen lassen, bestehen sie bei den öffentlich-rechtlichen Programmen in einem Zuwachs beim Sport, und zwar hauptsächlich zu Lasten der Fictionangebote. Der Zuwachs beim Sport erklärt sich in erster Linie aus ereignis-

Sportereignisse und Flutkatastrophe mit Auswirkungen auf Programmstruktur

① Spartenprofile bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001 und 2002

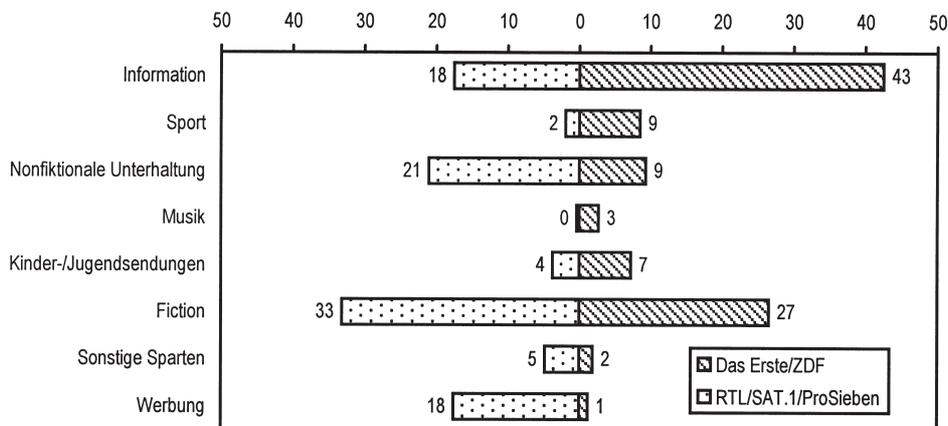
	Sendedauer Min./Tag				Sendedauer in %			
	öff.-rechtl.		privat		öff.-rechtl.		privat	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Information	609	604	249	252	43,0	42,5	17,3	17,5
Sport	91	121	23	27	6,4	8,5	1,6	1,9
Nonfiktionale Unterhaltung	129	133	287	303	9,1	9,3	20,0	21,0
Musik	37	38	6	5	2,6	2,7	0,4	0,3
Kinderprogramm	102	103	62	53	7,2	7,2	4,3	3,7
Fiction	402	377	519	478	28,3	26,5	36,0	33,2
Sonstiges	26	27	62	69	1,9	1,9	4,3	4,8
Werbung	21	18	232	253	1,5	1,3	16,1	17,6
Gesamt	1 418	1 422	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0

Basis: Sendeolumen.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

* Institut für empirische Medienforschung (IFEM), Köln.

Abb. 1 Spartenprofile von Das Erste/ZDF und RTL/SAT.1/ProSieben 2002
Sendedauer in %



Basis: Sendeolumen Gesamtjahr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

bedingten Einflüssen auf die Programme im Jahr 2002. Stärker als im Vorjahr wurde der Ereignishintergrund von großen internationalen Sportwettbewerben (Winter-Olympiade, Fußball-WM, Leichtathletik-EM) mit geprägt, deren Übertragungsrechte hauptsächlich bei ARD und ZDF lagen. Aber auch die Flutkatastrophe in den ostdeutschen Bundesländern und der Bundestagswahlkampf gehörten zu den besonderen Ereignissen mit Auswirkungen auf die Programmgestaltung der untersuchten Sender. Zum Teil lassen sich unterschiedlich gerichtete Substitutionseffekte aus diesen Ereignissen in den Programmsparten erwarten. Das Ausmaß solcher Effekte auf ein ganzes Programmjahr sollte bei zeitlich begrenzten Ausnahmesituationen, dies hat sich schon im Vorjahr anlässlich des Terroranschlags vom 11. September in New York gezeigt, allerdings nicht überschätzt werden. (3) Außergewöhnliche Ereignisse von dieser Art wirken sich deutlicher in der Themenstruktur aus, die nicht im Vordergrund dieser quantitativen Strukturanalyse steht. Nachhaltigere Wirkungen zeigen dagegen formale und inhaltliche Programmveränderungen auf festen Sendeplätzen, wenn sie zu einem Spartenwechsel führen. So zeigt sich schon beim ersten Blick auf die Veränderungen im Spartenprofil der Privaten, dass der starke Abbau von Fictionunterhaltung hauptsächlich dem Werbeangebot in Form des Teleshopping zugute kommt.

Vergleich einzelner Senderprofile

ARD/Das Erste: Zuwachs bei Sport wegen Groß- ereignissen

Im Vergleich der einzelnen Senderprofile zeigt sich: Das Profil von ARD/Das Erste blieb im Jahr 2002 in der Sparte Information (40,3%) gegenüber dem Vorjahr (40,4%) praktisch unverändert. Was auf der einen Seite bedingt durch Sport entfiel, wurde auf der anderen Seite durch die Berichterstattung über die Flutkatastrophe und Wahlen ausgeglichen. An zweiter Stelle rangierte die Sparte Fiction (27,1%), in weiterem Abstand folgten Sport (9,6%), nonfiktionale Unterhaltung (8,4%) und Kinderprogramm (7,9%). Musik war mit 3,8 Prozent, Sonstiges mit 1,7 Prozent und der Werbeanteil mit

1,2 Prozent im Programmangebot vertreten. Betrachtet man die Veränderungen gegenüber dem Vorjahr, zeigt sich beim Sport (eigenständige Sportsendungen mit durchschnittlich 136 Minuten pro Tag) der höchste Zuwachs. So strahlte das Erste im Jahr 2002 durchschnittlich 39 Minuten pro Tag mehr an Sportsendungen aus als im Jahr 2001. Für die Gesamtjahresbilanz bedeutet dies: Die hierfür benötigte Sendezeit wurde größtenteils den fiktionalen und nonfiktionalen Unterhaltungsangeboten entzogen (vgl. Tabellen 2 und 3 sowie Abbildungen 2 bis 6).

Das ZDF wies 2002 mit 44,7 Prozent den höchsten Informationsanteil auf, der knapp unter Vorjahresniveau (45,5%) lag. Auch hier rangierte an zweiter Stelle die Sparte Fiction (26,0%), gefolgt von nonfiktionaler Unterhaltung (10,3%), Sport (7,5%) und Kinderprogramm (6,6%). Musik machte 1,6 Prozent, Werbung 1,3 Prozent aus. Beim ZDF wurden Veränderungen gegenüber 2001 auf Spartenebene weniger durch Sportereignisse als durch programmstrategisch bedingte Substitutionen verursacht. Gegenläufig zum Ersten zeigte sich dies im Zuwachs der nonfiktionalen Unterhaltungsangebote, die im Jahr 2002 um durchschnittlich 14 Minuten höher lagen als 2001.

Die Spartenprofile der privaten Sender unterscheiden sich weiterhin nicht nur wesentlich von denen der öffentlich-rechtlichen Sender, sie weichen auch stärker als diese untereinander ab. Während bei RTL und SAT.1 die beiden Unterhaltungssparten Fiction und nonfiktionale Unterhaltung quantitativ ähnlich ausfallen, hat bei ProSieben die Fictionunterhaltung noch immer eindeutig den Vorrang. Gleichwohl zeigen sich hier bei ProSieben die auffälligsten Strukturveränderungen im Jahr 2002, und zwar beruhen sie auf der Substitution fiktionaler durch nonfiktionaler Unterhaltungsangebote. Dies führt damit zu einer weiteren Annäherung des Spartenprofils von ProSieben an RTL und SAT.1.

ZDF: Höchster Informationsanteil

Spartenprofile der Privaten unterscheiden sich deutlich

② Programmsparten bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001 und 2002

Sendedauer in Min. pro Tag

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Information	573	573	646	636	285	293	246	252	215	212
Sport	97	136	84	107	40	42	29	40	-	0
Nonfiktionale Unterhaltung	127	119	132	146	267	265	374	370	221	273
Musik	53	54	22	23	13	13	3	2	-	0
Kinder-/Jugendsendungen	114	112	90	94	69	46	48	46	70	68
Fiction	408	385	395	370	464	446	412	361	680	626
Sonstige Sparten	27	24	26	30	58	65	67	75	61	66
Werbung	20	18	23	18	243	270	261	294	193	195
Gesamt	1 418	1 420	1 418	1 424	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440

Basis: Sendevolumen.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

③ Programmsparten bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001 und 2002

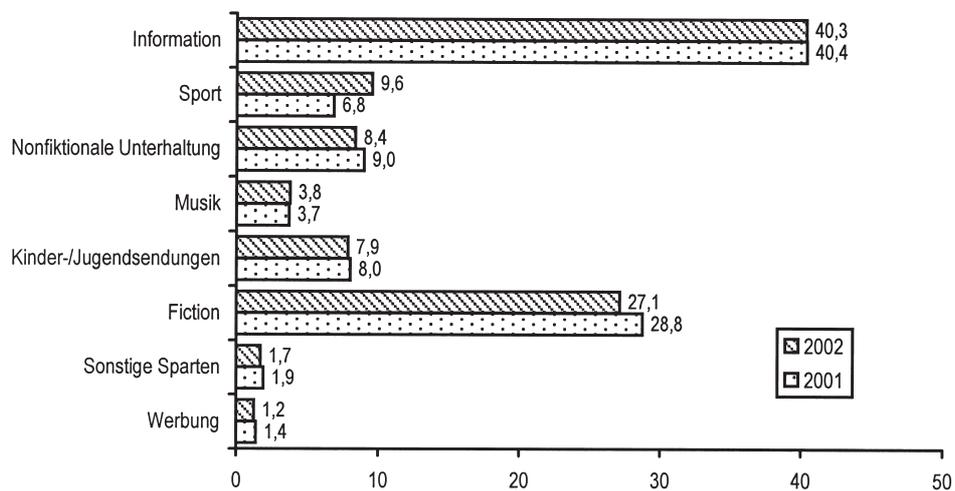
Sendedauer in %

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Information	40,4	40,3	45,5	44,7	19,8	20,3	17,1	17,5	14,9	14,8
Sport	6,8	9,6	6,0	7,5	2,8	2,9	2,0	2,8	-	0,0
Nonfiktionale Unterhaltung	9,0	8,4	9,3	10,3	18,6	18,4	25,9	25,7	15,4	19,0
Musik	3,7	3,8	1,5	1,6	0,9	0,9	0,2	0,1	-	0,0
Kinder-/Jugendsendungen	8,0	7,9	6,4	6,6	4,8	3,2	3,3	3,2	4,9	4,7
Fiction	28,8	27,1	27,9	26,0	32,2	31,0	28,6	25,1	47,2	43,5
Sonstige Sparten	1,9	1,7	1,8	2,1	4,0	4,5	4,6	5,2	4,2	4,6
Werbung	1,4	1,2	1,6	1,3	16,9	18,8	18,1	20,4	13,4	13,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Basis: Sendevolumen.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 2 ARD/Das Erste - Programmspartenprofile 2002 und 2001
Sendezeitanteile in %

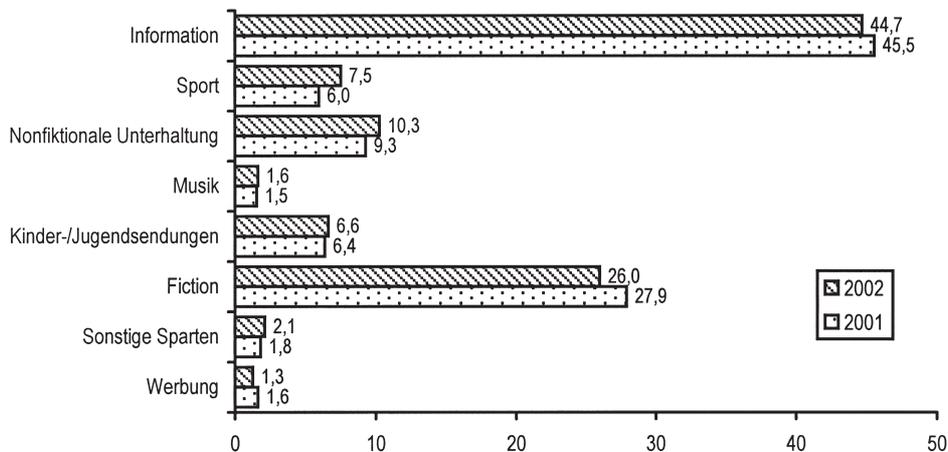


Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 3 ZDF - Programmspartenprofile 2002 und 2001

Sendezeitanteile in %

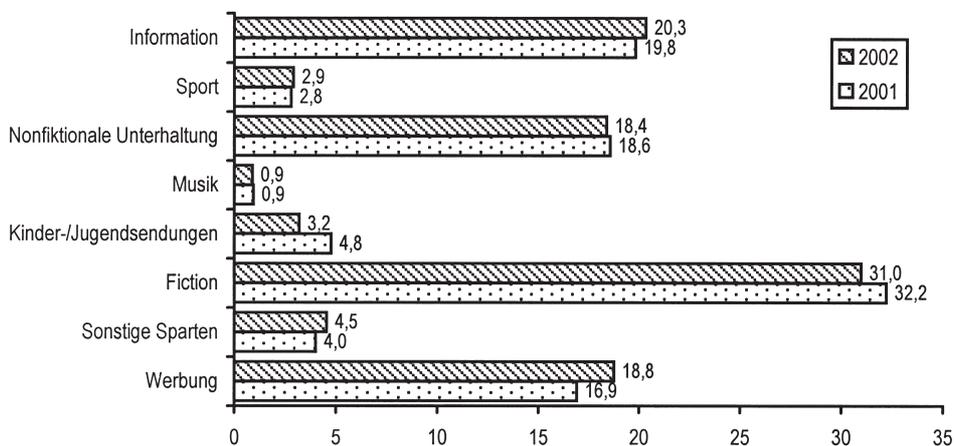


Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 4 RTL - Programmspartenprofile 2002 und 2001

Sendezeitanteile in %

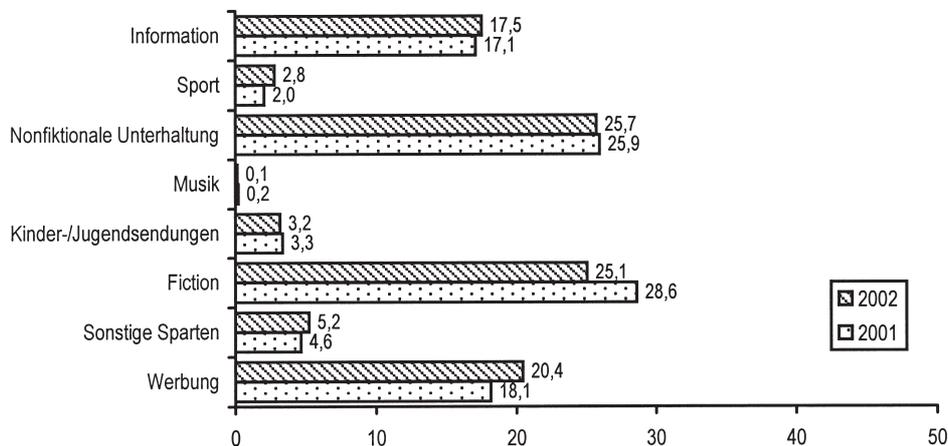


Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 5 SAT.1 - Programmspartenprofile 2002 und 2001

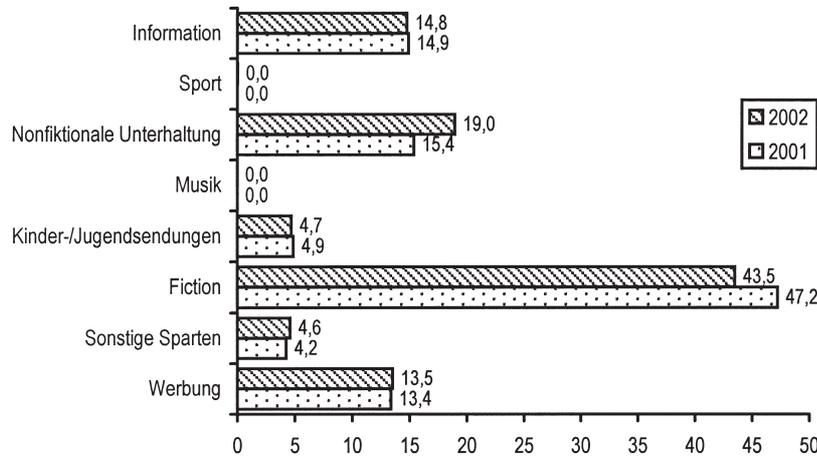
Sendezeitanteile in %



Basis: Sendevolumen im Gesamtjahr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 6 ProSieben - Programmspartenprofile 2002 und 2001
Sendezeitanteile in %



Basis: Sendevolumen im Gesamtjahr.
Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

RTL mit höchstem Info-Anteil unter den Privaten

RTL kam 2002 unter den Privatsendern auf den höchsten Informationsanteil (20,3%). Die Sparte Fiction (31,0%) fiel im RTL-Profil am höchsten aus, auf nonfiktionale Unterhaltung entfielen weitere 18,4 Prozent; Kinderprogramm (3,2%), Sport (2,9%) und Musik (0,9%) hatten nur geringe Anteile. Werbung (18,8%) dagegen übertraf im Jahr 2002 sogar knapp den Anteil nonfiktionaler Unterhaltung. Im Vergleich zum Vorjahr zeigte sich bei RTL, dass programmstrukturelle Veränderungen Substitutionen zwischen den Sparten Kinderprogramm, Fiction und Werbung verursachten. Während die Werbeangebote durchschnittlich um 27 Minuten pro Tag zunahm, gingen die Angebote beim Kinderprogramm um 22 Minuten und bei Fiction um 18 Minuten pro Tag zurück.

SAT.1: Fiction und Nonfiction näherten sich an

Bei SAT.1 lag der Informationsanteil bei 17,5 Prozent. SAT.1 wie RTL hatten einen leichten Zuwachs an Information zu verzeichnen, der vor allem auf die Flutkatastrophe und das Wahljahr zurückzuführen ist. Im Spartenprofil von SAT.1 haben sich die beiden Unterhaltungskomponenten Fiction (25,1%) und nonfiktionale Unterhaltung (25,7%) im Jahr 2002 noch weiter angeglichen. An dritter Stelle rangierte bereits die Werbung (20,4%) noch vor der Information. Kinderprogramm (3,2%), Sport (2,8%) und Musik (0,1%) fielen dagegen auch hier gering aus. Veränderungen im Spartenprofil zeigten sich bei SAT.1 am stärksten in der Substitution von Fiction durch Werbung. So findet man bei SAT.1 im Jahr 2002 ein um durchschnittlich 51 Minuten pro Tag verringertes Fictionangebot, dafür ein um 33 Minuten pro Tag erhöhtes Werbeangebot.

ProSieben weiterhin durch hohen Fiction-anteil geprägt

ProSieben kam mit 14,8 Prozent auf den geringsten Informationsanteil unter den drei Privatsendern. Das Spartenprofil von ProSieben wird nach wie vor am stärksten vom Fictionanteil (43,5 %) geprägt. Im Anteil nonfiktionaler Unterhaltung

(19,0 %) unterscheidet sich ProSieben kaum mehr von RTL. Auf Kindersendungen entfielen 4,6 Prozent, während die Sparten Sport und Musik auch weiterhin in diesem Programm keine Rolle spielten. Der Werbeanteil lag unverändert bei 13,5 Prozent des Sendevolumens. Im Unterschied zu RTL und SAT.1 strahlte ProSieben keine Teleshopsendungen aus. Die nennenswerten Veränderungen zum Vorjahr sind auf eine Verschiebung der Gewichte in den Sparten Fiction und nonfiktionale Unterhaltung zurückzuführen. Das Fictionangebot wurde um durchschnittlich 54 Minuten pro Tag reduziert, dafür das nonfiktionale Unterhaltungsangebot um 52 Minuten pro Tag erhöht.

Unterstellt man erstens, dass „Pendeleffekte“ wie beim Sport periodisch wiederkehren und nicht als programmstrategische Strukturveränderungen gesehen werden können, und zweitens, dass Schwankungen in den Spartenprofilen unterhalb von einem Prozentpunkt erst dann wesentlich erscheinen, wenn sie sich in kleineren Schritten über mehrere Jahre als stetiger Trend in die gleiche Richtung fortsetzen oder abrupt die Marke von 2 Prozent überschreiten, dann sind aus dem Vergleich der Spartenprofile zunächst folgende Befunde festzuhalten: 1. Für die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme lassen sich trotz der Auswirkungen großer Sportereignisse Kontinuität und Stabilität der Struktur als wesentliche Merkmale der Programmpolitik erkennen. 2. Im Verhältnis der Programmprofile zueinander ist der Abstand zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern bestehen geblieben. 3. Die schon früher bemerkbare Annäherung des Unterhaltungsprofils von ProSieben an die beiden größeren Privatsender setzt sich weiter fort.

Profile der Sendungsformen

Zur Beschreibung der Programmangebote nach Sendungsformen wird unterschieden zwischen
1. den nonfiktionalen Formen Nachrichten (als thematisch heterogene Sendungen), Magazine, berichtende Formen (Bericht, Dokumentation, Reportage

④ **Sendungsformen bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001 und 2002***Sendedauer in Min. pro Tag*

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Nachrichten	136	136	140	138	66	68	46	46	19	16
Magazin	296	294	363	347	197	198	215	232	184	190
Dokumentation/Bericht/Reportage	103	123	108	137	19	53	13	15	11	20
Ratgeber	14	12	14	18	-	-	-	-	-	-
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	95	97	41	87	126	103	191	124	189	168
Ereignisübertragung	94	121	80	80	40	26	12	4	1	1
Reality/Dokuinszenierung	-	-	55	40	29	64	43	128	-	8
Quiz/Gameshow	25	21	33	22	70	50	72	59	2	5
Darbietungsshow/Comedy/Nummern	75	70	40	39	51	51	55	53	24	75
Konzept. Kindersendung	44	44	40	47	0	2	-	-	-	-
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	277	277	211	218	94	87	123	114	343	374
Fernsehserie	201	176	235	198	438	404	337	292	407	320
Bühnenstück	0	-	1	2	-	-	-	-	-	-
Nichtredaktionelle Form	27	23	26	30	58	65	66	75	61	66
Werbeformen	20	18	23	18	243	270	261	294	193	195
Sonstiges/n.e.	10	9	8	3	8	0	4	2	5	2
Gesamt	1 418	1 420	1 418	1 424	1 440					

Basis: Sendevolumen.

Wahlspots in Sonstiges/n.e.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

u.a.), Ratgeber, verbale Formen (Diskussion, Talk u.a.), Ereignisübertragung, Reality/Dokuinszenierung, Quiz/Gameshow, darbietende Formen (Show, Comedy, Konzert u.a.), konzeptionelle Kindersendung;

2. den fiktionalen Formen Spielfilm/Fernsehfilm, Fernsehserie, Bühnenstück sowie

3. den nichtredaktionellen Formen (Trailer, Wahlspots u.a.) und den Werbeformen (einschließlich Teleshop).

Typische Unterschiede zwischen Öffentlich-rechtlichen und Privaten auch bei den Sendungsformen

An vorderster Stelle unter diesen Sendungsformen rangierten im Jahr 2002 insgesamt die Fernsehserien (19%), Magazine (18%) und Spielfilme/Fernsehfilme (15%). Diese Formen kennzeichnen am stärksten den Typ der Vollprogramme. Den Unterschieden zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern in den Spartenprofilen entsprechen auch typische Unterschiede in den redaktionellen Sendungsformen. Dies ergibt sich schon teilweise aus dem Zusammenhang zwischen Sparten und Formen, denn die Formen konstituieren zu einem erheblichen Teil die Sparten. (4) Dass die Sender von diesen Formen unterschiedlichen Gebrauch machen, liegt an ihrer unterschiedlichen publizistischen Grundorientierung, ferner in den ökonomischen Bedingungen der Produktion und Programmbeschaffung sowie den Möglichkeiten zur Mehrfachverwertung bestimmter Formen begründet. Beispiele hierfür liefern die relativ geringen Kosten pro Sendeminute von Serien und Talkshows.

Veränderungen der Programmstruktur treten bei Sendungsformen zum Teil deutlicher zutage

In den Profilen der Sendungsformen treten auch einige erwähnenswerte Veränderungen der Programmstruktur, die durch Formatwechsel zustande kommen, deutlicher hervor als in den Spartenprofilen (vgl. Tabellen 4 und 5).

Beim Ersten und beim ZDF entfiel 2002 die meiste Sendezeit auf Magazine, Spielfilme/Fernsehfilme, Serien, Nachrichten und Dokumentationen. Bei RTL und SAT.1 waren es Fernsehserien, Werbeformen, Magazine, Talkshows und Spielfilme. Bei ProSieben standen Spielfilme und Fernsehserien an der Spitze, gefolgt von Werbeformen, Magazinen und Talkshows. Während bei den öffentlich-rechtlichen Sendern somit weiterhin die typisch informationsorientierten Formen dominierten, erhielten bei den privaten Sendern die unterhaltungsorientierten Formen und Werbung den Vorrang.

Zwar bleiben die wesentlichen Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen über den Vergleichszeitraum hinweg auf der Spartenebene stabil, der höhere Differenzierungsgrad der Formen im Vergleich zu den Sparten zeigt jedoch schon, worin formale Veränderungen der Programmangebote liegen. So entfiel beim Ersten und beim ZDF im Jahr 2002 mehr Sendezeit auf Berichte, Dokumentationen und Ereignisübertragung. Dies ging einher mit einem Rückgang bei den Fernsehserien. Bei RTL ergab sich ein Zuwachs bei Berichten, Dokumentationen und Reality/Dokuinszenierungen sowie Werbeformen. Dem Zuwachs an Sendezeit für diese Formen stand ein Rückgang bei Talkshows, Quiz und Serien gegenüber. Bei SAT.1 ist ein deutlicher Anstieg von Reality/Dokuinszenierungen und Werbeformen und ein Rückgang bei Talkshows und Serien zu beobachten. Bei ProSieben wurden vor allem die darbietenden Formen Show und Comedy ausgeweitet, etwas auch das Filmangebot, während vor allem Serien und teilweise auch Talkshows an Gewicht verloren.

⑤ **Sendungsformen bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001 und 2002**

Sendedauer in %

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Nachrichten	9,6	9,6	9,9	9,7	4,6	4,7	3,2	3,2	1,3	1,1
Magazin	20,8	20,7	25,6	24,4	13,7	13,7	14,9	16,1	12,8	13,2
Dokumentation/Bericht/Reportage	7,3	8,6	7,6	9,6	1,3	3,7	0,9	1,1	0,8	1,4
Ratgeber	1,0	0,9	1,0	1,3	-	-	-	-	-	-
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	6,7	6,8	2,9	6,1	8,8	7,1	13,3	8,6	13,2	11,7
Ereignisübertragung	6,7	8,5	5,7	5,6	2,8	1,8	0,9	0,3	0,1	0,1
Reality/Dokuinszenierung	-	-	3,9	2,8	2,0	4,5	3,0	8,9	0,0	0,6
Quiz/Gameshow	1,8	1,5	2,3	1,6	4,9	3,5	5,0	4,1	0,2	0,4
Darbietungsshow/Comedy/Nummern	5,3	4,9	2,8	2,7	3,5	3,6	3,8	3,7	1,7	5,2
Konzept. Kindersendung	3,1	3,1	2,8	3,3	0,0	0,1	-	-	-	-
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	19,5	19,5	14,9	15,3	6,5	6,0	8,5	7,9	23,8	26,0
Fernsehserie	14,2	12,4	16,6	13,9	30,4	28,0	23,4	20,3	28,3	22,2
Bühnenstück	0,0	-	0,1	0,1	-	-	-	-	-	-
Nichtredaktionelle Form	1,9	1,6	1,8	2,1	4,0	4,5	4,6	5,2	4,2	4,6
Werbung	1,4	1,2	1,6	1,3	16,9	18,8	18,1	20,4	13,4	13,5
Sonstiges/n.e.	0,7	0,6	0,6	0,2	0,6	0,0	0,5	0,1	0,3	0,1
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gesamt Min. pro Tag	1 418	1 420	1 418	1 424	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440

Basis: Sendevolumen.

Wahlspots in Sonstiges/n.e.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Bei Privaten waren 2002 Formatwechsel auffällig

Betrachtet man diese Veränderungen unter Berücksichtigung des Ereignishintergrunds, ist bei ARD und ZDF der Sport ein wesentlicher Faktor. Bei den privaten Programmen hingegen lassen sich die Veränderungen vor allem durch Formatwechsel von fiktionalen zu nonfiktionalen Unterhaltungsformaten und von den Daily Talkshows zu den Gerichtsschows erklären. Ferner kommt der Ausbau von Teleshopsendungen hinzu, die bei werktäglicher Ausstrahlung am Vormittag und Wiederholung in der Nacht redaktionelle Sendungen von ihren Plätzen verdrängt haben.

Formen in den Sparten

Formen in der Sparte Information

Für das Programmjahr 2002, das sich in seinem Ereignishintergrund außer durch große internationale Sportereignisse vor allem durch die Flutkatastrophe und den Bundestagswahlkampf vom Vorjahr unterschied, ist die Frage nach den Informationsleistungen der Sender wieder von besonderem Interesse. Tabellen 6 und 7 zeigen die Formenprofile der Sender nach Sparten differenziert.

ARD/ZDF mit breitem Spektrum an Informationsformen

Das Erste und das ZDF blieben im Angebotsumfang an Informationssendungen weit überlegen und boten dem Zuschauer auch ein breiteres Spektrum an Sendungsformen. Dabei entfiel die meiste Sendedauer auf Magazine, Nachrichten und Berichte/Dokumentationen. RTL, SAT.1 und ProSieben gaben den Magazinen ebenfalls relativ gesehen die meiste Sendedauer. Allerdings fielen bei den Privaten die Nachrichten und noch mehr die Dokumentationen vom Umfang her weit hinter die öffentlich-rechtlichen Angebote zurück. Gerade das Angebot

an monothematischen und journalistisch tiefer greifenden Sendungen erwies sich somit wieder als besonderes Charakteristikum im Informationsangebot von ARD und ZDF. Dies hat sich bereits für den engeren Bereich der wahlrelevanten Informationsangebote gezeigt und lässt sich hier auch für das Gesamtjahr bestätigen. (5)

Bei den Nachrichtenangeboten (6) wiesen im Jahr 2002 das Erste (9,6%) und das ZDF (9,7%) jeweils mehr als doppelt so hohe Sendezeitanteile aus wie RTL (4,7%), der stärkste Nachrichtenanbieter unter den drei Privaten. SAT.1 (3,2%) und ProSieben (1,1%) haben als Nachrichtenanbieter eine erheblich geringere Bedeutung. (vgl. Abbildung 7). Unter dem Aspekt „profilprägender Sendermarken“ sind beim Ersten die „Tagesschau“ als Hauptnachrichtensendung um 20.00 Uhr, das Nachrichtenmagazin „Tagesthemen“ um 22.30 Uhr und das „Nachtmagazin“ nach 0.00 Uhr die herausragenden Sendungen, hinzu kommen weitere über den gesamten Tag verteilte Ausgaben der „Tagesschau“. Beim ZDF gehören zu den Sendermarken im Nachrichtenangebot die Hauptnachrichtenausgabe „heute“ um 19.00 Uhr, das Nachrichtenmagazin „heute journal“ um 21.45 Uhr und die Nachtausgabe „heute nacht“ um ca. 0.00 Uhr. Hinzu kommen auch hier weitere Ausgaben von „heute“ im Laufe des Tages. Bei RTL wird das Nachrichtenangebot von den Sendermarken „RTL aktuell“ um 18.45 Uhr und dem „RTL-Nachtjournal“ um ca. 0.00 Uhr geprägt. Über den Tag verteilen sich Kurznachrichten unter dem Titel „RTL News“. SAT.1 hat als Sendermarken die Hauptnachrichtensendung „18:30“ um 18.30 Uhr und das Nachtmagazin „Die Nacht“, dessen Sendeplatz um ca. 0.00 Uhr variiert. Bei ProSieben findet sich außer der Hauptnach-

„Sendermarken“ im Bereich aktueller Information

⑥ Sendungsformen nach Programmsparten bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001 und 2002

Sendedauer in Min. pro Tag

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Information	573	573	646	636	285	293	246	252	215	212
Nachrichten	136	136	140	138	66	68	46	46	19	16
Magazin	288	286	346	316	197	198	185	187	184	180
Dokumentation/Bericht/Reportage	103	99	108	118	9	20	10	14	11	15
Ratgeber	11	9	14	18	-	-	-	-	-	-
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	21	24	20	24	0	2	2	2	-	-
Ereignisübertragung	5	10	8	18	1	0	-	1	0	-
Reality/Dokuinszenierung	-	-	2	2	12	6	-	-	-	-
Darbietung/Show/Comedy/Nummern	-	-	-	0	-	-	-	-	0	-
Wetterinfo/Sonstiges	10	8	8	2	-	-	4	2	-	1
Sport	97	136	84	107	40	42	29	40	-	0
Nachrichten	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Magazin	8	7	18	31	0	-	18	38	-	-
Dokumentation/Bericht/Reportage	1	24	-	17	2	18	-	1	-	-
Gesprächsform	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-
Ereignisübertragung	89	105	67	58	38	24	11	1	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	127	119	132	146	267	265	374	370	221	273
Magazin	-	-	-	0	-	-	12	8	-	10
Dokumentation/Bericht/Reportage	-	-	-	1	8	16	4	0	-	5
Ratgeber	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-
Ereignisübertragung	0	5	2	4	1	1	0	2	1	1
Reality/Dokuinszenierung	-	-	53	39	17	59	43	128	-	8
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	75	73	21	62	126	101	189	122	189	168
Quiz/Game show	25	21	33	22	70	50	72	59	2	5
Darbietungsshow/Comedy/Nummern	23	17	22	18	37	38	53	51	24	75
Sonstige nonfiktionale Form	-	-	-	-	8	-	0	-	5	-
Musik	53	54	22	23	13	13	3	2	-	0
Dokumentation/Bericht/Reportage	-	0	-	2	-	-	-	-	-	-
Ereignisübertragung	1	1	4	-	0	-	1	-	0	-
Darbietungsshow	52	53	17	20	13	13	2	2	-	0
Bühnenstück	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	114	112	90	94	69	46	48	46	70	68
Konzept. Kindersendung	44	44	40	47	0	2	-	-	-	-
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	8	9	7	9	1	1	1	0	3	1
Fernsehserie	62	59	44	38	67	43	48	45	67	66
Fiction	408	385	395	370	464	446	412	361	680	626
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	269	268	204	209	93	86	122	114	340	373
Fernsehserie	139	118	191	160	371	361	290	247	340	253
Bühnenstück	0	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Sonstige Sparten	27	24	26	30	58	65	67	75	61	66
Nichtredaktionelle Form	27	23	26	30	58	65	66	75	61	66
Spot	-	1	-	0	-	0	-	0	0	0
Sonstiges/n.e.	0	0	-	0	-	-	0	0	-	0
Werbung	20	18	23	18	243	270	261	294	193	195
Werbung	20	18	23	18	243	270	261	294	193	195
Gesamt	1 418	1 420	1 418	1 424	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440

Basis: Sendevolumen.

Wahlspots in Sonstiges/n.e.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

richtensendung „ProSieben Nachrichten“ um 19.55 Uhr keine größere Sendung. Kurznachrichten kommen seltener vor als bei RTL und SAT.1.

ARD/ZDF bestreiten Hälfte des Info-Angebots mit Magazinen

Ungefähr die Hälfte ihres Informationsangebots bestritten die öffentlich-rechtlichen Programme 2002 mit Magazinen (vgl. Abbildung 8). Darin nahmen die werktätlich ausgestrahlten Magazine, allen voran die Morgenmagazine, den höchsten Anteil

ein, gefolgt vom Mittagsmagazin und den am Vorabend platzierten und nachts wiederholten Boulevardmagazinen. Wie die Nachrichten betonen diese Magazine vor allem die Aktualität des Tages bzw. tagesnahen Geschehens. Dabei reicht das Spektrum der Themen von Politik bis hin zu den Events des Showbusiness. Dagegen orientieren sich

⑦ **Sendungsformen nach Programmparten bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001 und 2002**

Sendedauer in %

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Information	40,4	40,3	45,5	44,7	19,8	20,3	17,1	17,5	14,9	14,8
Nachrichten	9,6	9,6	9,9	9,7	4,6	4,7	3,2	3,2	1,3	1,1
Magazin	20,3	20,2	24,4	22,2	13,7	13,7	12,8	13,0	12,8	12,5
Dokumentation/Bericht/Reportage	7,2	7,0	7,6	8,3	0,6	1,4	0,7	1,0	0,8	1,1
Ratgeber	0,8	0,6	1,0	1,3	-	-	-	-	-	-
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	1,5	1,7	1,4	1,7	0,0	0,1	0,1	0,2	-	-
Ereignisübertragung	0,3	0,7	0,5	1,3	0,1	0,0	-	0,1	0,0	-
Reality/Dokuinszenierung	-	-	0,2	0,1	0,8	0,4	-	-	-	-
Darbietung/Show/Comedy/Nummern	-	-	-	0,0	-	-	-	-	0,0	-
Wetterinfo/Sonstiges	0,7	0,6	0,6	0,2	-	-	0,2	0,1	-	0,1
Sport	6,8	9,6	6,0	7,5	2,8	2,9	2,0	2,8	-	0,0
Nachrichten	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0
Magazin	0,6	0,5	1,2	2,2	0,0	-	1,2	2,6	-	-
Dokumentation/Bericht/Reportage	0,0	1,7	-	1,2	0,1	1,2	-	0,1	-	-
Gesprächsform	-	-	-	0,0	-	-	-	-	-	-
Ereignisübertragung	6,2	7,4	4,7	4,1	2,7	1,7	0,8	0,1	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	9,0	8,4	9,3	10,3	18,6	18,4	25,9	25,7	15,4	19,0
Magazin	-	-	-	0,0	-	-	0,9	0,5	-	0,7
Dokumentation/Bericht/Reportage	-	-	-	0,0	0,6	1,1	0,2	0,0	-	0,3
Ratgeber	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Ereignisübertragung	0,0	0,4	0,1	0,3	0,1	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1
Reality/Dokuinszenierung	-	-	3,8	2,7	1,2	4,1	3,0	8,9	-	0,6
Talkshow	5,3	5,1	1,5	4,4	8,8	7,0	13,1	8,5	13,2	11,7
Quiz/Game-show	1,8	1,5	2,3	1,6	4,9	3,5	5,0	4,1	0,2	0,4
Darbietungsshow/Comedy/Nummern	1,6	1,2	1,6	1,3	2,6	2,7	3,7	3,5	1,7	5,2
Sonstige nonfiktionale Form	-	-	-	-	0,6	-	0,0	-	0,3	-
Musik	3,7	3,8	1,5	1,6	0,9	0,9	0,2	0,1	-	0,0
Dokumentation/Bericht/Reportage	-	0,0	-	0,1	-	-	-	-	-	-
Ereignisübertragung	0,1	0,1	0,3	-	0,0	-	0,0	-	0,0	-
Darbietungsshow	3,6	3,7	1,2	1,4	0,9	0,9	0,2	0,1	-	0,0
Bühnenstück	-	-	0,1	0,1	-	-	-	-	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	8,0	7,9	6,4	6,6	4,8	3,2	3,3	3,2	4,9	4,7
Konzept. Kindersendung	3,1	3,1	2,8	3,3	0,0	0,1	-	-	-	-
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	0,6	0,7	0,5	0,6	0,1	0,1	0,0	0,0	0,2	0,1
Fernsehserie	4,4	4,1	3,1	2,7	4,6	3,0	3,3	3,1	4,7	4,6
Fiction	28,8	27,1	27,9	26,0	32,2	31,0	28,6	25,1	47,2	43,5
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	19,0	18,8	14,4	14,7	6,4	5,9	8,5	7,9	23,6	25,9
Fernsehserie	9,8	8,3	13,5	11,2	25,8	25,0	20,1	17,2	23,6	17,6
Bühnenstück	0,0	-	-	0,0	-	-	-	-	-	-
Sonstige Sparten	1,9	1,7	1,8	2,1	4,0	4,5	4,6	5,2	4,2	4,6
Nichtredaktionelle Form	1,9	1,6	1,8	2,1	4,0	4,5	4,6	5,2	4,2	4,6
Spot	-	0,0	-	0,0	-	0,0	-	0,0	0,0	0,0
Sonstiges/n.e.	0,0	0,0	-	0,0	-	-	0,0	0,0	-	0,0
Werbung	1,4	1,2	1,6	1,3	16,9	18,8	18,1	20,4	13,4	13,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Basis: Sendeolumen.

Wahlspots in Sonstiges/n.e.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

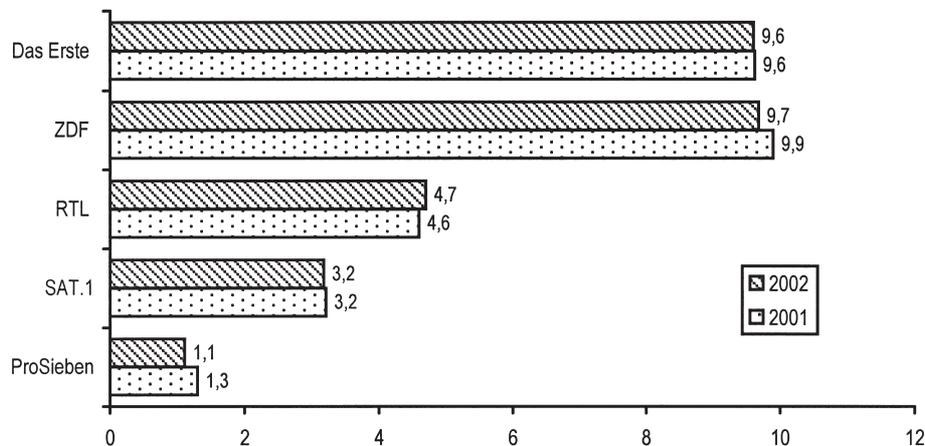
die wöchentlich oder in größeren Abständen ausgestrahlten Magazine mit längerer Recherchezeit stärker an einzelnen Ressorts wie Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Wissenschaft, denen sie meist auch in längeren Beiträgen tiefer und umfassender gerecht werden können als die tagesaktuellen Magazine.

Zu den profilprägenden Sendermarken des Ersten gehören hier nach wie vor die ARD-Politikmagazine (Fakt, Kontraste, Monitor, Panorama, Report aus Mainz und aus München, Bericht aus Berlin) sowie der „Weltspiegel“ und das „Europamagazin“, ferner die Magazine für die Sachbereiche Wirtschaft (Plusminus), Wissenschaft/Umwelt (Globus) und Kultur (Kulturreport, Kulturweltspiegel und Titel, Thesen, Temperamente). Mit Ausnahme des „Europamagazins“ und der acht verschiedenen Ratgeber-

Magazine im Angebot des Ersten

Abb. 7 Nachrichtensendungen 2002 und 2001

Sendezeitanteile in %

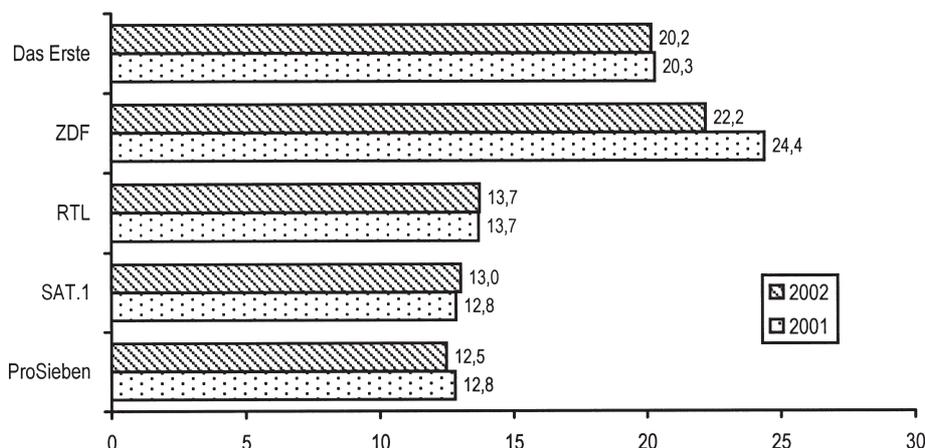


Basis: Sendevolumen im Gesamtjahr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 8 Magazine in der Sparte Information 2002 und 2001

Sendezeitanteile in %



Basis: Sendevolumen im Gesamtjahr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

magazine, die an Wochenendnachmittagen zu sehen sind, haben diese ARD-Magazine ihren Sendeplatz sämtlich im Haupt- oder Spätabendprogramm zwischen 19.00 und 23.00 Uhr, also in der nutzungsstarken Primetime. Hinzu kommen werktäglich das „ARD-Buffer“ als alltagsnahes Magazin mit Service- und Ratgeberfunktion am Mittag und „Brisant“ für den Bereich der Boulevardthemen am Vorabend sowie „Polylux“ als Zeitgeist-Magazin mit wöchentlicher Ausstrahlung auf einem Sendeplatz um Mitternacht.

Magazine beim ZDF

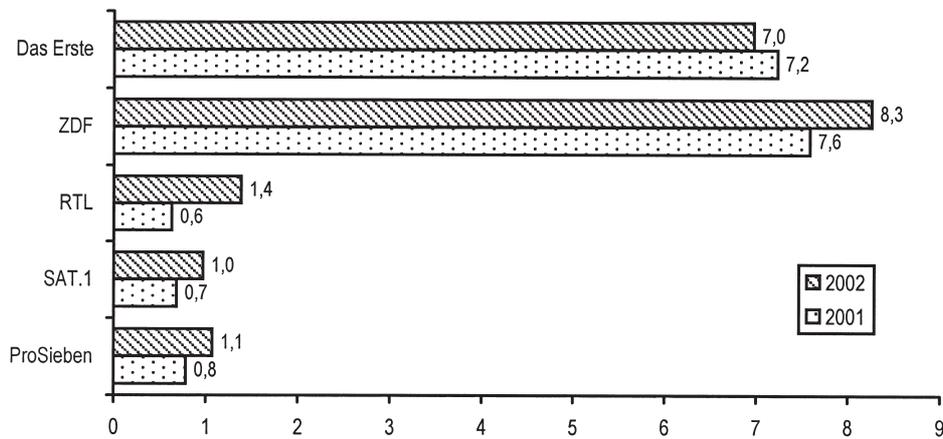
Beim ZDF finden sich als Sendermarken für den Themenbereich Politik und Gesellschaft eine Reihe verschiedener Politikmagazine (Berlin direkt, Frontal 21, ZDFreporter und Auslandsjournal). Weitere Magazine lassen sich hier für die Bereiche Wirtschaft (Wiso), Kirchliches und Soziales (Blickpunkt, ML Mona Lisa), Regionales (Länderspiegel), Kultur (Aspekte), Wissenschaft und Forschung (Abenteuer

Forschung, Abenteuer Wissen), Gesundheit (Praxis – Das Gesundheitsmagazin) und Umwelt (ZDFumwelt) anführen. Hinzu kommen die werktäglichen Ausgaben von „Volle Kanne Susanne“ als Magazin mit Ratgeberfunktion am Vormittag, „Drehscheibe Deutschland“ am Mittag und die Boulevardmagazine (Hallo Deutschland und Leute heute) am Vorabend. Wie beim Ersten liegen auch beim ZDF die Sendeplätze der Politik-, Wirtschafts- und Kulturmagazine sowie des Gesundheitsmagazins in der Primetime, während die alltagsnahen, regionalen und die themenspezifischen Magazine verschiedene, über den Tag verteilte Sendeplätze haben.

Stellt man den öffentlich-rechtlichen Magazinen die Angebote der privaten Programme gegenüber, ist zwar der quantitative Unterschied weniger deutlich als bei anderen Formen in der Sparte Informa-

**Vor allem qualitative
Profilunterschiede
bei den Privaten**

Abb. 9 Dokumentationen/Berichte/Reportagen in der Sparte Information 2002 und 2001
Sendezeitanteile in %



Basis: Sendevolumen im Gesamtjahr.
Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

tion, dafür sind aber die qualitativen Profilunterschiede unverkennbar. Denn die Hauptakzente der privaten Informationsangebote liegen einmal im Frühstücksfernsehen und zum anderen in den Boulevardmagazinen. Das bedeutet weniger Bezug zu den politisch und gesellschaftlich relevanten Sachthemen. Diese Lücke in den werktäglichen Magazinen wird auch in den wöchentlich ausgestrahlten Magazinen nicht ausgeglichen, denn die wenigen Formate dieser Art können weder vom Umfang noch von der Themenbreite her ein gleichwertiges Angebot machen.

Sendermarken von RTL bei den Magazinen

Bei RTL sind als Sendermarken weiterhin die werktäglichen Morgenmagazinausgaben (Punkt 6, Punkt 7 und Punkt 9) sowie das Frühstücksfernsehen (Guten Morgen Deutschland) und das Mittagsmagazin (Punkt 12) anzuführen. Einen herausragenden Stellenwert behalten die Boulevardmagazine (Explosiv und Exklusiv) mit Sendeplätzen am Vorabend. Für den Themenbereich Politik steht das „Spiegel TV-Magazin“, für Gesellschaftliches „Stern TV“ und für Kultur das Magazin „10 vor 11“ jeweils mit wöchentlicher Ausstrahlung. Andere Sachthemen werden in den Magazinen „Future Trend“, „Money Trend“ und „Natur Trend“ behandelt. Die Themenbereiche Gesellschaft und Lifestyle sind in unterhaltsam präsentierten Magazinen (Extra - Das RTL-Magazin und Life! - Die Lust zu leben) zu finden. Ähnlich wie bei den Nachrichtensendungen zeigt sich auch bei den Magazinen bei RTL eine von den öffentlich-rechtlichen Sendern abweichende Platzierungsstrategie. So finden sich die Sendeplätze der Magazine zu Politik, Gesellschaft und Lifestyle am Spätabend - keine dieser Sendungen beginnt vor 22.00 Uhr - und die Magazine zu den diversen Sachbereichen jeweils auf Sendeplätzen nach 23.00 Uhr.

SAT.1 bestreitet etwa die Hälfte seines Magazinangebots mit dem werktäglich ausgestrahlten Frühstücksfernsehen. Als Sendermarken etablierten sich ferner das Regionalmagazin „17:30 Live aus...“ und das Boulevardmagazin „Blitz“ am Vorabend. Dagegen hat sich „Schlag 6“ als Abendmagazin nicht auf Dauer im Programm gehalten. Ein eigenständiges Politikmagazin gibt es bei SAT.1 nicht. Gesellschaftliches findet sich in „Akte 02“, Kultur und Sachwissen werden in „News & Stories“ und „Planetopia“ thematisiert. Wie bei RTL ist auch bei SAT.1 keines dieser Magazine im Hauptabendprogramm platziert.

Magazinangebot bei SAT.1

Bei ProSieben lassen sich als Sendermarken unter den Magazinen in der Sparte Information die beiden werktäglich ausgestrahlten Boulevardmagazine (SAM und Taff) anführen, für den Bereich Gesellschaft steht „Focus TV“, für Verbraucherthemen „BIZZ“ und für populäres Wissen die Magazine „Galileo“ und „Welt der Wunder“. „Galileo“ und „Welt der Wunder“ belegen Sendeplätze in der frühen Primetime. „Focus TV“ und „BIZZ“ werden in der Zeit zwischen 22.30 und 23.30 Uhr ausgestrahlt. Die übrigen Titel laufen als Erstaussstrahlung am Vormittag oder Mittag.

Magazine bei ProSieben

Besonders und profilprägend ist die unterschiedlich starke Verwendung von Formaten der Kategorie Dokumentation/Berichte/Reportagen bei den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern (vgl. Abbildung 9). Im ZDF (8,3%) findet man den höchsten Anteil solcher Sendungen, und auch das Erste (7,0%) liegt mit seinen Dokumentationen und Berichten weit vor den Privatsendern RTL (1,4%), SAT.1 (1,0%) und ProSieben (1,1%). Bei einer durchschnittlichen Sendedauer von 15 Minuten pro Tag eröffnet sich für die Privatsender in dieser Kategorie kaum Spielraum für Vielfalt und Tiefe bei der Beschäftigung mit komplexeren Themen. Dass bei allen Privatsendern auf diese Sendungen im Jahr 2002 mehr Sendezeit entfiel als im Jahr 2001, war vor allem eine Folge der Bundestagswahl und der Flutkatastrophe.

ARD/ZDF besonders stark bei Doku/Bericht/Reportage

Zahlreiche regelmäßige Sendeplätze für Doku/Berichte

In den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen haben die Dokumentationen und Berichte in der Sparte Information überwiegend einen ereignisunabhängigen Stellenwert als fest etablierte Reihen im Programm. Dies macht diese Reihen auch zu bekannten Sendermarken. Beim Ersten gehörten hierzu im Jahr 2002 unter anderem die Reihen „Abenteuer Wildnis“, „ARD-Brennpunkt“, „ARD-Exklusiv“, „Bilderbuch Deutschland“, „Expeditionen ins Tierreich“, „Die Story“, „Legenden“, zahlreiche historische Dokumentationen, „Weltreisen“ sowie verschiedene Wahlsendungen. Beim ZDF waren es die Reihen „37 Grad“, „Abenteuer Wissen“, „Die ZDF-Dokumentation“, die „ZDF-Reportage“, „Discovery – Die Welt entdecken“, „History“, „Reiselust“, „Vor 30 Jahren“, „ZDF-Expedition“, „ZDF spezial“ und zahlreiche andere Titel. Bei RTL fanden sich 2002 unter anderem „Die große Reportage“, „Helden des Alltags“, „Exklusiv Spezial“ und – anlässlich der Bundestagswahl – „Kanzler, Krisen, Koalitionen“, Spezialausgaben des Nachrichtenmagazins RTL-Nachtjournal sowie von „Spiegel TV“ und „Stern TV“. Bei SAT.1 waren es die Reihen „24 Stunden“, „Spiegel TV Reportage“ und ebenfalls Spezialausgaben der Nachrichten zum Bundestagswahlkampf und zur Flutkatastrophe. Bei ProSieben lassen sich „Die Erben der Saurier“, „Dinosaurier – im Reiche der Giganten“, „Die ProSieben Reportage“ sowie „High Speed Impact“ und „Making Of...“ nennen.

Formen in der Sparte nonfiktionale Unterhaltung

Veränderungen im Bereich nonfiktionaler Unterhaltung beim ZDF

Betrachtet man einige Formen in der Sparte nonfiktionale Unterhaltung genauer, dann zeigt sich, welche Sendetitel hier zu den Veränderungen der Programmprofile besonders beigetragen haben. Beim Ersten sind kaum nennenswerte Effekte auszumachen. Im ZDF dagegen ist eine Verschiebung festzustellen. Die verbalen Formen (Diskussion, Gespräch, Talk) waren im Jahr 2002 um 41 Minuten pro Tag stärker vertreten als 2001. Umgekehrt verringerten sich die Formen Dokuinszenierung um 15 Minuten und Quiz/Gameshow um 11 Minuten pro Tag. Verfolgt man die Karriere einzelner Sendetitel genauer, zeigt sich, dass allein die Erhöhung der Ausstrahlungsfrequenz der „Johannes B. Kerner Show“ einen Anstieg von 14 auf 50 Minuten pro Tag bewirkt hat. Danach erklärt sich der Zuwachs von 41 Minuten bei den verbalen Formen vor allem durch den Zuwachs von 36 Minuten aus der Kerner-Show. Zugleich verringerten sich die Dokuinszenierungen durch Wegfall der Nachtwiederholung von „Streit um 3“ und die Quizshows durch Reduzierung der Sendung „Risiko“.

Ausbau der Dokuinszenierungen bei RTL und SAT.1

Bei RTL veränderten sich die Anteile der Formen der nonfiktionalen Unterhaltung in eine andere Richtung als beim ZDF, und zwar stieg hier die Dokuinszenierung um 42 Minuten pro Tag, während die verbalen Formen um 25 und Quiz um 20 Minuten zurückgingen. Diese Veränderungen beruhen im Wesentlichen auf Substitution von Talkshows (Bärbel Schäfer) durch Gerichtsshow (Das Jugendgericht, Das Familiengericht). Noch drastischer zeigt sich der gleiche Effekt bei SAT.1.

Die Dokuinszenierungen legten durch das Gewicht der Gerichtsshow (Richter Alexander Hold) und die Sendung „Zwei bei Kallwass“ um 85 Minuten pro Tag zu, Talkshows gingen um 68 Minuten und Quiz um 13 Minuten zurück. Auch bei ProSieben wurden die Talkshows reduziert. Im Unterschied zu den anderen Sendern wurden dafür allerdings bei ProSieben die darbietenden Formen (Show, Comedy, Nummern etc.) um 51 Minuten pro Tag erhöht.

Zusammenfassung und Fazit

Die Programmanalyse zeigt auf der abstrakten Ebene der Spartenprofile kaum nennenswerte Veränderungen beim Vergleich der Programmangebote 2002 und 2001. Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme sind gekennzeichnet durch Kontinuität und Stabilität ihrer informationsorientierten Angebotsstruktur. Die privaten Hauptprogramme blieben ebenfalls in ihren Grundorientierungen stabil, sie räumten der Unterhaltung den Vorrang ein. Information und Werbung machten dahinter etwa gleich große Anteile aus.

Die wenigen Veränderungen in Sparten und Formen sind zum einen auf medienexterne Ereignisse, zum anderen auf interne programmstrategische Entscheidungen der Sender zurückzuführen. Bei den öffentlich-rechtlichen Programmen wirkten sich hier als medienexterne Faktoren erwartungsgemäß die periodisch auftretenden internationalen Sportereignisse sowie der Bundestagswahlkampf 2002 aus. Bei den privaten Programmen hatte der Sport nicht diese Bedeutung, die Bundestagswahl machte sich jedoch ebenfalls bemerkbar.

Im Unterhaltungs- und Werbeangebot gab es Veränderungen. Dazu gehörte die Substitution zwischen fiktionalen und nonfiktionalen Formen auf der Ebene der Sparten sowie Substitutionen unterhalb der Spartenebene zwischen den Formen der nonfiktionalen Unterhaltung. Bei allen Programmen fand ein Rückgang der Fictionangebote, und zwar bei den Fernsehserien, statt. Beim Ersten wurde er durch Sport, beim ZDF durch Sport und Formatwechsel in der nonfiktionalen Unterhaltung verursacht, bei RTL und SAT.1 vor allem durch Ausbau der Teleshopsendungen und bei ProSieben durch Formatwechsel in der nonfiktionalen Unterhaltung.

Der Formatwechsel in der nonfiktionalen Unterhaltung weist einen Richtungsunterschied zwischen dem ZDF auf der einen Seite und RTL sowie SAT.1 auf der anderen Seite auf. Und auch ProSieben unterscheidet sich hierin von den anderen Privatsendern. Beim ZDF wurde die Talkshow am Spätabend ausgeweitet, bei RTL und SAT.1 wurden Daily Talkshows und Quiz teilweise durch Gerichtsshow, bei ProSieben Fiction und Talk durch Comedy ersetzt. Durch den Ausbau der Teleshopsendungen kam es bei RTL und SAT.1 zum Anstieg des Werbeanteils.

Auf Ebene der Spartenprofile keine großen Veränderungen

Bei ARD und ZDF Einfluss großer Sportereignisse erkennbar

Insgesamt Rückgang der Fictionangebote

Robuste Gesamtstrukturen, Programmanalyse erfasst aber auch Details des Programmwandels

Diese Befunde deuten darauf hin, dass die Grundstrukturen der Programme relativ robust sind. Zeitlich befristete Ereignisse von hoher Berichtserstattungsrelevanz wie die Flutkatastrophe oder der Wahlkampf werden weitgehend von den bestehenden Formaten auf festen Sendeplätzen aufgenommen und führen nur begrenzt zu programmstrukturellen Veränderungen. Ihre Auswirkungen dürften sich eher auf der Ebene der thematisch-inhaltlichen Struktur zeigen, indem andere Themen von der Agenda verdrängt werden. Auf das Programm des Gesamtjahres bezogen haben diese Ereignisse zu wenig Eigengewicht, um relevante Strukturveränderungen in den Sparten zu verursachen. Die Makroanalyse der Programmangebote erweist sich in der Verknüpfung der Sparten mit den Sendungsformen als ein ergiebiges Instrument, um auch Veränderungen im Detail zu erkennen, in denen sich Indikatoren für einen Programmwandel bei hoher Strukturstabilität zeigen können.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Krüger, Udo Michael/Thomas Zapf-Schramm: Programmanalyse 2001/I. Öffentlich-rechtliches und privates Fernsehen: Typische Unterschiede bleiben bestehen. In: Media Perspektiven 4/2002, S. 178-189.
- 2) Die Abgrenzung der Sparte Information von nonfunktionaler Unterhaltung wird hier restriktiver getroffen als bei der AGF-Sendungs-codierung. Kindersendungen bleiben ausgeschlossen und auch im Bereich Infotainment gibt es Unterschiede. So werden die beiden Polit-Talkshows „Sabine Christiansen“ und „Berlin Mitte“ mit politisch aktueller Sachthemenorientierung der Sparte Information und „Die Johannes B. Kerner Show“ ebenso wie „Boulevard Bio“ der Sparte nonfunktionale Unterhaltung zugeordnet. Daraus erklärt sich, dass der Umfang der Sparte Information etwas niedriger ausfällt als bei der AGF-Sendungs-codierung.
- 3) Vgl. Anm. 1.
- 4) Vgl. Gehrau, Volker: Fernsehgenres und Fernsehgattungen. Ansätze und Daten zur Rezeption, Klassifikation und Bezeichnung von Fernsehprogrammen. München 2001; Krüger, Udo Michael: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1991-2000, Baden-Baden 2001, S. 155-165 und 171-174.
- 5) Vgl. Krüger, Udo Michael/Thomas Zapf-Schramm: Wahlberichterstattung im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen. Ergebnisse des ARD/ZDF-Wahlmonitors 2002. In: Media Perspektiven 12/2002, S. 610-622.
- 6) Abweichend von der AGF-Codierung wurden wie schon im Jahr 2001 auch für das Jahr 2002 bei RTL und SAT.1 die Kurznachrichten aus den Frühmagazinen bzw. dem Frühstückfernsehen anteilig herausgerechnet und der Kategorie Nachrichten zugeordnet, um Vergleichbarkeit mit ARD und ZDF herzustellen. Die „Börse im Ersten“ wurde hier nicht als Nachrichtensendung codiert.

