

Programmanalyse 2002/II von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben

## → Inhalte und Gestaltung öffentlich-rechtlicher und privater Informationsangebote im Fernsehen

Von Udo Michael Krüger und Thomas Zapf-Schramm\*

**Programmanalyse 2002/I: Unterschiede im Spartenprofil ö.-r. und privater Programme ermittelt**

Wie unterscheiden sich die Informationsangebote öffentlich-rechtlicher und privater Sender in Deutschland? Dieser Frage geht der vorliegende zweite Teil der Programmanalyse 2002 nach. Der erste Teil wurde in Media Perspektiven 3/2003 veröffentlicht und untersuchte auf Basis einer Vollerhebung aller Sendungen des Jahres 2002 Spartenprofile und Sendungsformen der fünf Sender Das Erste/ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. (1) Diese Untersuchung förderte bereits deutliche Unterschiede zwischen den Programmen zutage.

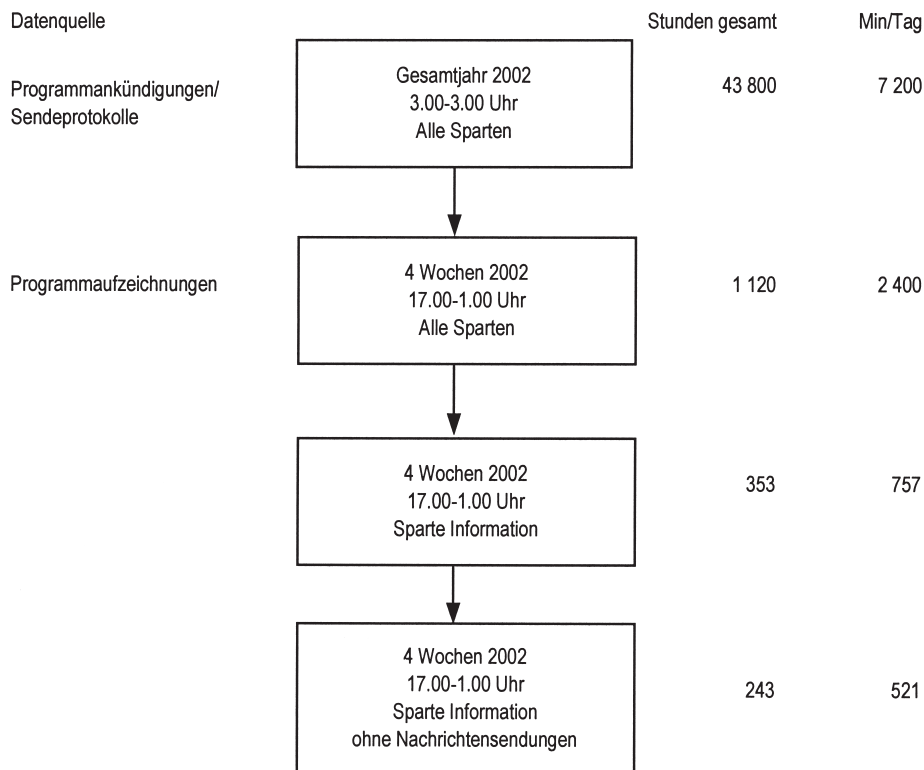
Teil 2 der Programmanalyse geht stärker in die Tiefe: Auf der Basis aller aufgezeichneten Sendungen während einer vierwöchigen Stichprobe wird untersucht, wie die Formen, Inhalte und Gestaltungsarten der öffentlich-rechtlichen und privaten Informationsangebote aussehen. Die Befunde sollen einerseits Aufschluss über die quantitativen und strukturellen Angebotsunterschiede zwischen den Sendern liefern und andererseits aufzeigen, ob es empirische Hinweise auf die oft behauptete Boulevardisierung gibt. (2)

Die vorliegende Analyse verbindet daher das Ziel der inhaltlich-thematischen Beschreibung der von den Sendern angebotenen Informationssendungen mit dem Ziel, die Inhalte mit Dimensionen ihrer Machart zu verknüpfen. Die Programmangebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben werden auf der Basis einer Stichprobe von vier aufgezeichneten Programmwochen (11. bis 17. März, 12. bis 18. August, 16. bis 22. September und 25. November bis 1. Dezember 2002) verglichen, und zwar für die Tageszeit von 17.00 bis 1.00 Uhr. Die Inhaltsanalyse analysiert detailliert jeden einzelnen Themenbeitrag der Informationsangebote – ausgenommen Nachrichtensendungen, bei denen sich die typischen Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen nicht nennenswert verändert haben. (3)

Die drei Bezugsgrößen der vierwöchigen Stichprobe der fünf Sender in der Zeit von 17.00 bis 1.00 Uhr sind (vgl. Abbildung 1): 1. das Gesamtpro-

**Programmanalyse 2002/II: Qualitative Unterschiede im Inhaltsprofil ö.-r. und privater Programme untersucht**

Abb. 1 Design: Programmanalyse 2002 - ARD, ZDF, RTL, SAT.1, ProSieben



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

\* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

① **Spartenprofile öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme im Jahresvergleich 2001/2002**

17.00-1.00 Uhr, Sendedauer in %

	Gesamt		ARD/ZDF		RTL/SAT.1/ ProSieben	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Information	30	32	39	44	25	24
Sport	3	6	5	8	2	4
Nonfikt. Unterhaltung	12	12	9	9	15	14
Musik	1	2	3	3	0	1
Fiction	36	33	38	30	35	34
Sonstige Sparten	3	3	2	2	4	4
Werbung	13	13	4	3	19	19
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2001: 26. März-1. April, 18.-24. Juni, 3.-9. September, 8.-14. Dezember;  
2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

② **Spartenprofile nach Sendern im Jahresvergleich 2001/2002**

17.00-1.00 Uhr, Sendedauer in %

	Gesamt		ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Information	30	32	39	42	40	45	29	29	24	25	20	18
Sport	3	6	5	8	5	9	2	7	5	6	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	12	12	14	11	4	8	11	11	22	20	10	12
Musik	1	2	3	3	2	3	1	1	0	0	-	-
Fiction	36	33	34	31	42	30	33	30	26	26	46	46
Sonstige Sparten	3	3	2	1	2	2	4	4	4	4	4	5
Werbung	13	13	4	4	4	3	19	19	19	19	18	19

Untersuchungszeitraum 2001: 26. März-1. April, 18.-24. Juni, 3.-9. September, 8.-14. Dezember; 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

gramm mit 2400 Minuten pro Tag, 2. das Angebot in der Sparte Information mit 757 Minuten pro Tag und 3. das Informationsangebot ohne Nachrichtensendungen mit 521 Minuten pro Tag.

**Gesamtangebotsstruktur von Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben zwischen 17.00 und 1.00 Uhr**

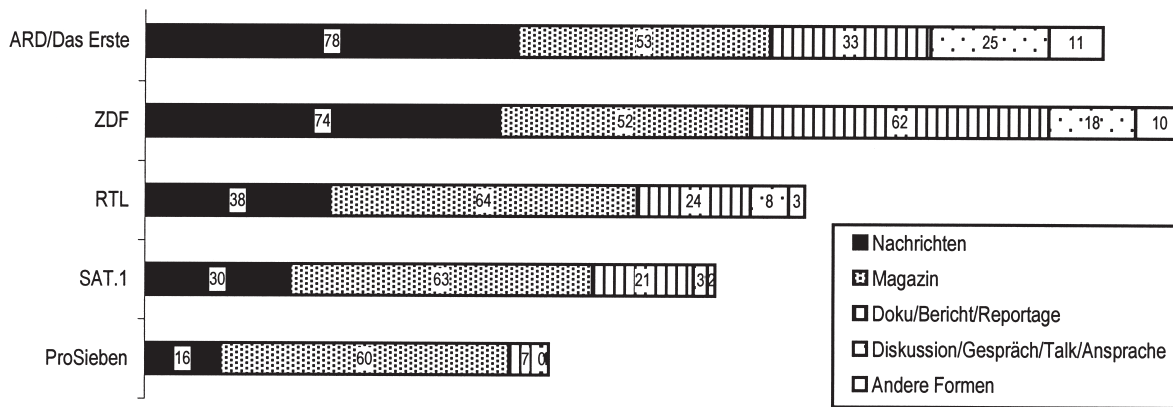
**Öffentlich-rechtliche dominierende Informationsanbieter**

Wie in den vergangenen Jahren liegen die Angebotsschwerpunkte zwischen 17.00 und 1.00 Uhr auch in 2002 auf Fiction- und Informationssendungen, wobei ebenfalls wie früher die öffentlich-rechtlichen Programme erheblich mehr Information anbieten als die privaten (vgl. Tabelle 1). Gegenüber dem Vorjahr erweisen sich die Angebotsprofile der Privatsender als relativ stabil. Bei den Öffentlich-rechtlichen ist eine Verschiebung zugunsten der Informationssendungen zu erkennen. Die Ursachen dafür liegen in zwei besonderen Ereignissen des Jahres 2002, nämlich der Flutkatastrophe in Ostdeutschland und dem Bundestagswahlkampf. Auf beide haben Das Erste und das ZDF stärker als die privaten Sender reagiert.

Die Veränderungen im Spartenprofil der einzelnen Programme in der Zeit zwischen 17.00 und 1.00 Uhr auf der Basis der vierwöchigen Stichprobe zeigt Tabelle 2: Das Erste bietet im Jahr 2002 mehr Information und mehr Sport zu Lasten von

nonfiktionaler Unterhaltung und Fiction. Das ZDF bietet ebenfalls mehr Information und Sport, überdies auch mehr nonfiktionale Unterhaltung, dafür sinkt der Fictionanteil um 12 Prozentpunkte. Hier wirkt sich die systematische Strukturveränderung durch die Ausweitung der Late-night-Talkshow „Johannes B. Kerner“ aus, die zur Verdrängung von Sendeplätzen für Fiction führte. Bei RTL wird in geringerem Maße Fiction durch Sport substituiert, bei SAT.1 nonfiktionale Unterhaltung durch Sport, und bei ProSieben ist im Jahresvergleich ein Rückgang an Information zugunsten von nonfiktionaler Unterhaltung und Werbung zu verzeichnen. Nach wie vor besteht also ein wesentlicher Unterschied zwischen den einzelnen Programmen im Umfang der Informationsangebote. Im Mittelpunkt steht daher im Folgenden die Frage, wie sich öffentlich-rechtliche und private Programme abgesehen vom quantitativen Unterschied auch in qualitativen Merkmalen unterscheiden, wenn sie in den meistgenutzten Tageszeiten Informationssendungen anbieten.

**Abb. 2 Sendungsformen der Informationsangebote 2002**  
17.00-1.00 Uhr, Min. pro Tag



Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

③ **Sendungsformen im Informationsangebot 2002**

17.00-1.00 Uhr, Sendedauer in %

	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro-Sieben
Gesamt Information	100	100	100	100	100	100
Nachrichten	31	39	34	28	25	19
Magazin	39	26	24	47	53	72
Doku/Bericht/Reportage	19	17	29	17	18	8
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	7	12	8	6	2	-
Andere Formen	4	6	5	2	1	2

Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Öffentlich-rechtliche  
Info mit mehr Vielfalt  
bei Sendungsformen**

**Sendungsformen des Informationsangebots**

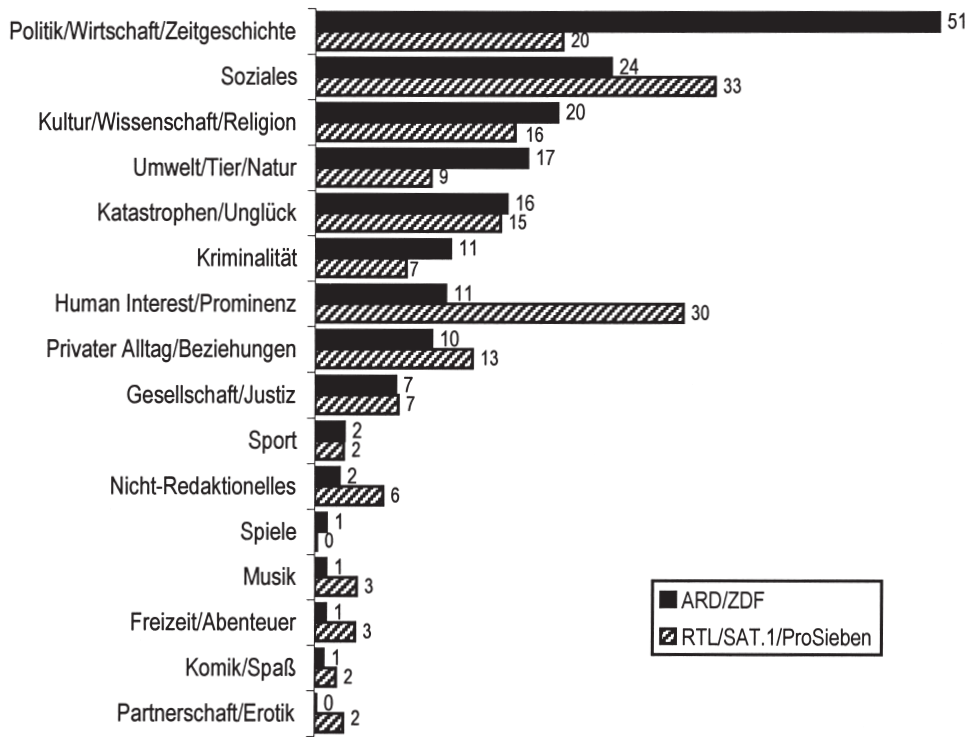
Ein erster Blick auf das Informationsangebot zeigt, dass es in der Zeit zwischen 17.00 und 1.00 Uhr auch deutliche Unterschiede bei den angebotenen Sendungsformen gibt, die sich in einer größeren Vielfalt bei den öffentlich-rechtlichen Programmen niederschlagen (vgl. Abbildung 2). Im Einzelnen tragen Nachrichtensendungen beim Ersten (78 Min./Tag, 39%) und beim ZDF (74 Min./Tag, 34%) am meisten zum Informationsangebot bei. Magazine machen ein weiteres Viertel aus. Hinzu kommen als monothematische Formen Dokumentationen, Berichte, Reportagen, Features, Porträts, die im Untersuchungszeitraum beim ZDF mit 62 Minuten pro Tag (29%) stärker vertreten sind als im Ersten mit 33 Minuten pro Tag (17%), was mit der größeren Anzahl von Naturdokumentationen zusammenhängt. Die Gesprächsformen haben als Informationssendungen einen vergleichsweise geringen Anteil, noch geringer ist der Anteil anderer Sendungsarten wie z.B. Ereignisübertragungen. Im Unterschied zu den öffentlich-rechtlichen bestreiten die privaten Programme den größten Teil ihres Informationsangebots nicht mit Nachrichten, sondern mit Magazinsendungen. Bei allen drei Sen-

dern machen Sendungen dieser Art jeweils rund 1 Stunde des Angebots zwischen 17.00 und 1.00 Uhr aus. Dass das gesamte Informationsangebot von RTL umfangreicher als das von SAT.1 und ProSieben ist, liegt an der höheren Zahl von Nachrichten und Dokumentationen (vgl. Tabelle 3).

**Themenprofile des Informationsangebots**

Der Vergleich der inhaltlichen Struktur der Informationsangebote basiert auf den Themen der Beiträge. Wie bereits erwähnt, bleiben hierbei die Nachrichtensendungen von der weiteren Analyse ausgeschlossen. Das Nachrichtenangebot ist formal einfach abzugrenzen und sowohl im Umfang als auch in der Themenstruktur hinlänglich bekannt. Für die nichttagesaktuellen Informationsangebote trifft dies weniger zu. Die Themen dieser Informationsbeiträge wurden anhand einer vorgegebenen Themenitem-Liste erfasst. Dabei konnten jedem Beitrag bis zu drei Themenitems zugeordnet werden. (4) Diese detaillierten Deskriptoren wurden zu Kategorien gruppiert und unter Berücksichtigung von Mehrfachnennungen ausgewertet. Die Mehrfachcodierung der Themen ermöglicht es, die Inhalte eines Beitrags durch verschiedene Themenaspekte zu beschreiben und dabei komplexe Zusammenhänge stärker zu berücksichtigen. (5) Da-

**Abb. 3 Themenstruktur des Informationsangebots (ohne Nachrichten) 2002**  
 Mehrfachnennungen, Sendedauer in %



Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

bei ergibt sich für das Informationsangebot (ohne Nachrichten) nachfolgend beschriebene Themenstruktur (vgl. Abbildung 3 und Tabelle 4).

**Inhalte des Infoangebots: Öffentlich-rechtliche sind die Politikvermittler**

Im Sendervergleich zeigen sich hier die bekannten charakteristischen Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Programmen bei der Themengewichtung. Am stärksten fällt die Rolle der Öffentlich-rechtlichen als Politikvermittler auf: Etwa die Hälfte des Informationsangebots enthält (unter Berücksichtigung der Mehrfachnennungen) beim Ersten und beim ZDF Themen zu Politik, Wirtschaft oder Zeitgeschichte. RTL folgt mit weniger als 30 Prozent an dritter Stelle, SAT.1 und ProSieben widmen der politischen Information nur ein Sechstel ihres ohnehin geringeren Informationsumfangs. Weitere Schwerpunkte liegen beim Ersten und beim ZDF bei der Kategorie Soziales – sie umfasst Themen zur Arbeitslosigkeit, Altersversorgung, Gesundheit, Kinderbetreuung, Spenden für Flutopfer u.a.m –, ferner Kultur/Wissenschaft/Religion, Umwelt/Natur, Katastrophen/Unglück und Kriminalität. Die Privatsender bevorzugen nahezu übereinstimmend Themen der Kategorien Soziales und Human Interest/Prominenz. Auch Themen des privaten Alltags und zwischenmenschlicher Beziehungen werden von allen Privatsendern bevorzugt, während sie in anderen Themenbereichen weniger übereinstimmend sind. Abgesehen davon, dass politische Themen bei RTL häufiger vorkommen, zeigen sich solche Profilunterschiede darin, dass ProSieben der Kategorie Kultur/Wissenschaft/Reli-

gion erheblich mehr Gewicht gibt als RTL und SAT.1. Hier wirkt sich das von ProSieben werktäglich ausgestrahlte Wissensmagazin aus, dem RTL und SAT.1 keine (im Umfang) vergleichbare Sendung entgegenstellen.

**Themenprofile des Informationsangebots nach unterschiedlichen Tageszeiten**

Zu welcher Zeit hat der Zuschauer die Möglichkeit, politische, kulturelle oder unterhaltsame Themen zu sehen? Trifft es zu, dass bei ARD und ZDF die „ernste“ Information in die Nacht verschoben worden ist, um die Primetime für Unterhaltung frei zu bekommen? Um dies zu analysieren, wurde der untersuchte Zeitraum dreifach unterteilt, und zwar in 17.00-20.00 Uhr, 20.00-23.00 Uhr und 23.00-1.00 Uhr.

Die nach diesen Zeiträumen differenzierten Ergebnisse machen deutlich, dass politische Informationen über den ganzen Abend hinweg angeboten werden, ihre Schwerpunkte jedoch im Hauptabend und Spätabend liegen. Über Kultur und Wissenschaft wird ebenfalls in allen Zeiträumen berichtet, ihr Schwergewicht fällt jedoch in den Spätabend. Soziales ist vor allem bei den öffentlich-rechtlichen Programmen jederzeit zu sehen, bei RTL und SAT.1 stärker im Spätabend und bei ProSieben mit Schwerpunkt im Spätabend. Die leichteren The-

**Information stärker am Haupt- und Spätabend vertreten**

④ Themenstruktur der Informationsangebote (ohne Nachrichten) 2002

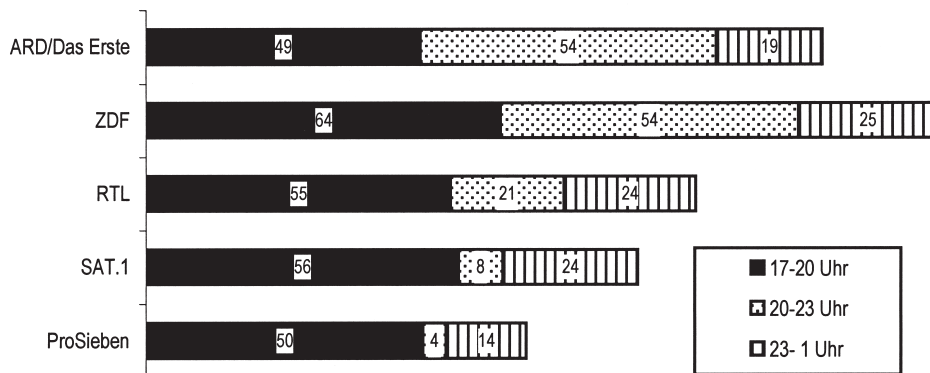
17.00-1.00 Uhr, Mehrfachnennungen, Sendedauer in %

	Gesamt	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben
Gesamt Info ohne Nachrichten	100	100	100	100	100	100
Politik, Wirtschaft, Zeitgeschichte	36	54	48	28	16	14
Gesellschaft/Justiz	7	7	6	5	7	9
Kultur/Wissenschaft/Religion	18	18	21	11	14	27
Soziales	28	24	24	33	32	32
Umwelt/Tier/Natur	13	15	19	7	8	14
Freizeit/Abenteuer	2	0	1	3	6	1
Privater Alltag/Beziehungen	11	9	10	11	15	13
Human Interest/Prominenz	20	9	12	34	27	28
Partnerschaft/Erotik	1	0	0	3	1	2
Katastrophen/Unglück	15	15	16	16	19	9
Kriminalität	9	13	9	10	4	8
Komik/Spaß	1	1	0	1	3	1
Spiele	1	1	1	0	0	-
Musik	2	1	1	4	5	1
Sport	2	2	3	2	3	3
Nicht-Redaktionelles	4	2	2	5	7	5

Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 4 Umfang der Informationsangebote zu unterschiedlichen Tageszeiten 2002  
Informationsangebote ohne Nachrichten, Min./Tag



Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

men der Kategorie Human Interest/Prominenz verteilen sich unterschiedlich bei den Sendern. Das Erste und ProSieben platzieren sie nur in den Vorabend und Spätabend, das ZDF hauptsächlich in den Vorabend und bei RTL und SAT.1 sind diese Themen in allen Zeiträumen relativ stark vertreten, ihr Schwergewicht liegt aber auch hier im Vorabend (vgl. Abbildungen 4, 5 und 6 sowie Tabellen 5 und 6).

Das Informationsangebot am Vorabend hat also bei allen Sendern eine relativ breite und heterogene Themenstruktur. Prägend sind darin bei den öffentlich-rechtlichen Programmen neben Politik die Themen der Kategorien Soziales, Umwelt/Natur, Katastrophen/Unglück und Human Interest/Promi-

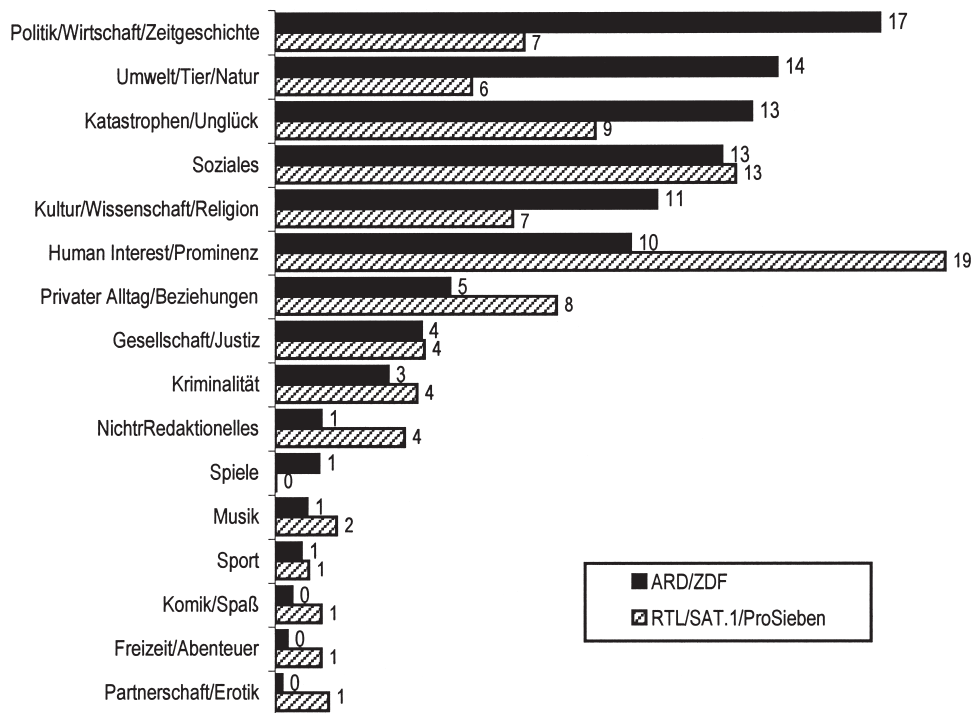
nenz. Die Privaten konzentrieren sich stärker auf Human Interest/Prominenz, Soziales und Katastrophen/Unglück. ProSieben bietet zudem Themen zu Kultur/Wissenschaft, Politikthemen haben hier weniger Gewicht.

Die Schwerpunkte des Hauptabends sind beim Ersten (74%) und beim ZDF (63%) Themen zu Politik, Wirtschaft und Zeitgeschichte. Erst mit weitem Abstand folgt bei ihnen an zweiter Stelle Soziales (26%). Wenn RTL zu dieser Zeit Informationssendungen anbietet, berichten sie etwa zur Hälfte über Politik (46%) und Soziales (41%) gefolgt von Human Interest/Prominenz und Katastrophen. SAT.1 bietet vorrangig Soziales (42%), ferner Politik, privater Alltag und Katastrophen, ProSieben Umwelt/Natur, ferner Katastrophen, Politik und Soziales.

**Politik am Hauptabend Domäne der Öffentlich-rechtlichen**

**Abb. 5 Themenprofil öffentlich-rechtlicher und privater Informationsangebote 2002**

17.00-20.00 Uhr, Senderdurchschnitt, Min./Tag

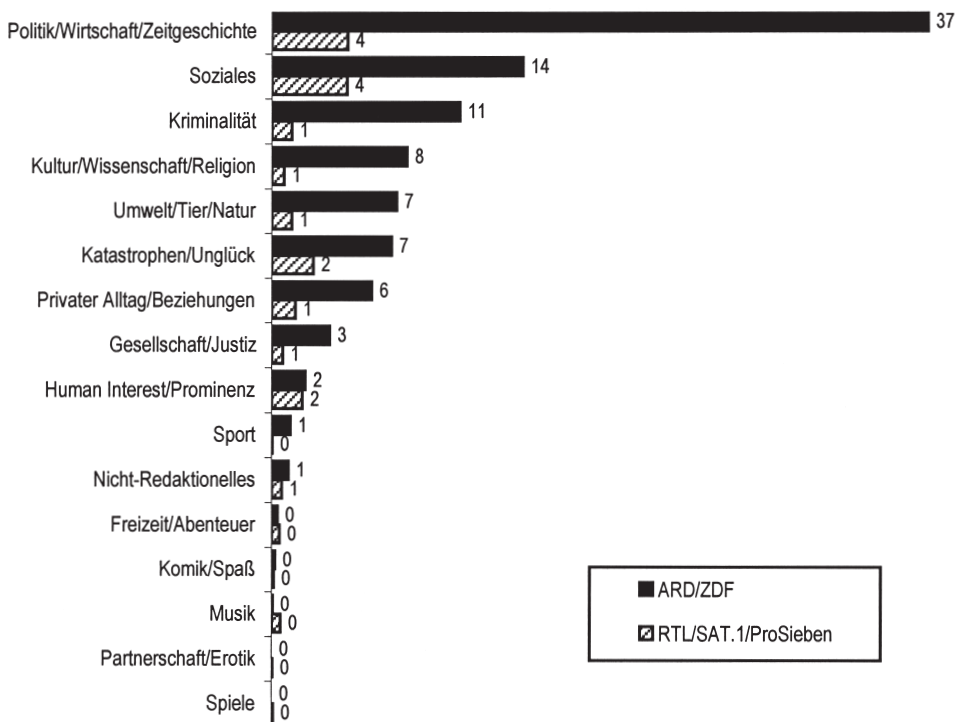


Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 6 Themenprofil öffentlich-rechtlicher und privater Informationsangebote 2002**

20.00-23.00 Uhr, Senderdurchschnitt, Min./Tag



Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

⑤ Themenprofile von ARD/Das Erste und ZDF zu unterschiedlichen Tageszeiten 2002

Mehrfachnennungen, Sendedauer in %

	17.00-20.00 Uhr	20.00-23.00 Uhr	23.00-1.00 Uhr
<b>ARD/Das Erste</b>			
Gesamt	100	100	100
Politik, Wirtschaft, Zeitgeschichte	28	74	63
Gesellschaft/Justiz	11	4	3
Kultur/Wissenschaft/Religion	19	13	33
Soziales	23	26	22
Umwelt/Tier/Natur	18	12	12
Freizeit/Abenteuer	1	0	-
Privater Alltag/Beziehungen	12	6	8
Human Interest/Prominenz	17	1	15
Partnerschaft/Erotik	0	-	-
Katastrophen/Unglück	18	16	4
Kriminalität	7	22	1
Komik/Spaß	1	0	3
Spiele	2	-	-
Musik	1	0	3
Sport	1	-	9
Nicht-Redaktionelles	2	2	3
<b>ZDF</b>			
Gesamt	100	100	100
Politik, Wirtschaft, Zeitgeschichte	31	63	57
Gesellschaft/Justiz	5	8	8
Kultur/Wissenschaft/Religion	19	15	36
Soziales	22	26	24
Umwelt/Tier/Natur	30	14	4
Freizeit/Abenteuer	1	1	4
Privater Alltag/Beziehungen	6	15	9
Human Interest/Prominenz	19	6	5
Partnerschaft/Erotik	0	-	-
Katastrophen/Unglück	28	8	-
Kriminalität	4	17	5
Komik/Spaß	1	0	-
Spiele	2	-	-
Musik	2	-	-
Sport	2	4	4
Nicht-Redaktionelles	3	2	1

Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Politikangebot beim Ersten und beim ZDF über den ganzen Abend**

Auch im Spätabend rangiert beim Ersten (63%) und beim ZDF (57%) Politik mit Abstand an erster Stelle, gefolgt von Kultur/Wissenschaft und ferner Soziales. Aus dieser Sicht konzentriert sich das Politikangebot bei beiden Sendern also nicht auf eine bestimmte Tageszeit, sondern erstreckt sich über den ganzen Abend. Bei RTL ist die Rangfolge anders, hier rangiert Soziales vor Politik, Kultur und Human Interest/Prominenz. Ähnlich ist die Themenstruktur bei SAT.1 und ProSieben.

Wenn ein Fernsehzuschauer zwischen 20.00 und 23.00 Uhr nichttagesaktuelle Informationsangebote zu Politik, Wirtschaft oder Zeitgeschichte nutzen möchte, findet er sie demnach hauptsächlich beim Ersten und beim ZDF (vgl. Abbildung 7).

**Themenprofile der Politikmagazine und Boulevardmagazine**

Den unterschiedlichen Themenschwerpunkten – Politik, Wirtschaft, Zeitgeschichte einerseits und Human Interest/Prominenz andererseits – entspricht auch eine unterschiedliche Bedeutung der Formate im Informationsangebot der öffentlich-rechtlichen und privaten Sender. Dies wird am klarsten in der Gegenüberstellung von Politikmagazinen und Boulevardmagazinen. Durch welches Themenprofil zeichnen sich die Boulevardmagazine bzw. die Politikmagazine aus?

Boulevardmagazine (6) machen mit durchschnittlich 125 Minuten pro Tag ein Viertel des untersuchten Informationsangebots aus. Bei ProSieben spielen Sendungen dieser Art mit fast 50 Prozent des Informationsangebots die größte Rolle. Bei RTL und SAT.1 werden fast ein Drittel bzw. ein Viertel der Zeit für Informationssendungen mit Boulevard-

**Boulevardmagazine**

## ⑥ Themenprofile von RTL, SAT.1 und ProSieben zu unterschiedlichen Tageszeiten 2002

Mehrfachnennungen, Sendedauer in %

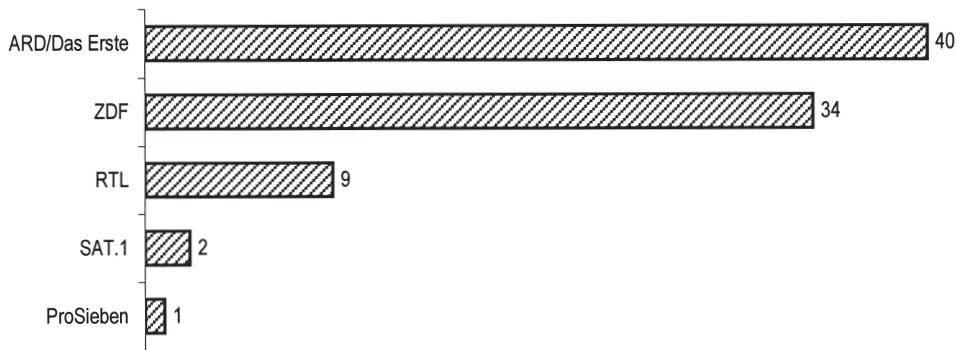
	17.00-20.00 Uhr	20.00-23.00 Uhr	23.00-1.00 Uhr
<b>RTL</b>			
Gesamt	100	100	100
Politik, Wirtschaft, Zeitgeschichte	18	46	37
Gesellschaft/Justiz	6	3	2
Kultur/Wissenschaft/Religion	6	5	28
Soziales	26	41	45
Umwelt/Tier/Natur	9	4	7
Freizeit/Abenteuer	3	3	1
Privater Alltag/Beziehungen	14	7	8
Human Interest/Prominenz	44	20	23
Partnerschaft/Erotik	3	0	6
Katastrophen/Unglück	19	18	7
Kriminalität	9	11	12
Komik/Spaß	1	-	1
Spiele	-	1	-
Musik	4	7	1
Sport	2	-	3
Nicht-Redaktionelles	5	6	3
<b>SAT.1</b>			
Gesamt	100	100	100
Politik, Wirtschaft, Zeitgeschichte	13	28	21
Gesellschaft/Justiz	7	15	6
Kultur/Wissenschaft/Religion	6	12	33
Soziales	23	42	49
Umwelt/Tier/Natur	9	6	8
Freizeit/Abenteuer	3	5	11
Privater Alltag/Beziehungen	16	26	10
Human Interest/Prominenz	32	12	20
Partnerschaft/Erotik	2	-	0
Katastrophen/Unglück	22	22	11
Kriminalität	4	9	2
Komik/Spaß	5	4	-
Spiele	0	-	1
Musik	4	-	7
Sport	2	1	4
Nicht-Redaktionelles	9	4	2
<b>ProSieben</b>			
Gesamt	100	100	100
Politik, Wirtschaft, Zeitgeschichte	9	23	29
Gesellschaft/Justiz	11	-	7
Kultur/Wissenschaft/Religion	27	-	34
Soziales	23	21	66
Umwelt/Tier/Natur	14	47	5
Freizeit/Abenteuer	1	7	1
Privater Alltag/Beziehungen	15	12	6
Human Interest/Prominenz	29	-	35
Partnerschaft/Erotik	3	-	-
Katastrophen/Unglück	9	34	2
Kriminalität	9	7	3
Komik/Spaß	1	-	-
Spiele	-	-	-
Musik	1	-	-
Sport	1	-	9
Nicht-Redaktionelles	6	1	3

Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.



**Abb. 7 Umfang der Thematisierung von Politik/Wissenschaft/Zeitgeschichte am Hauptabend 2002**  
*Informationsangebote (ohne Nachrichten), 20.00-23.00 Uhr, Min./Tag*



Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

magazinen bestritten. Und beim Ersten und beim ZDF erreichen die entsprechenden Anteile mit etwa 17 Prozent den niedrigsten Wert.

**Boulevardmagazine: hauptsächlich Prominenz und Human-Interest**

Alle fünf Sender berichten in ihren Boulevardmagazinen hauptsächlich über Prominente und Human-Interest-Themen. Diese Kategorie macht beim Ersten und beim ZDF etwas weniger als die Hälfte und bei RTL, SAT.1 und ProSieben etwas mehr als die Hälfte des Gesamtumfangs der Boulevardmagazine aus. In der weiteren Rangfolge nehmen nach weitem Abstand Soziales, Katastrophen/Unglück, Privater Alltag/zwischenmenschliche Beziehungen und Kriminalität die vorderen Plätze ein. Danach folgen Umwelt/Natur, Gesellschaft/Justiz, Kultur/Wissenschaft/Religion und Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte mit Anteilen um 10 Prozent und weniger. Alle übrigen Themen, so Musik, Partnerschaft/Erotik, Komik/Spaß, Freizeit/Abenteuer, Sport und Spiele überschreiten nicht die 5-Prozentmarke. Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Boulevardmagazinen liegen am ehesten darin, dass Das Erste und das ZDF, wie bereits erwähnt, weniger Sendezeit für Human Interest/Prominenz, dafür mehr Sendezeit für Katastrophen/Unglück, Umwelt/Natur und Kultur/Wissenschaft/Religion als RTL, SAT.1 und ProSieben aufwenden (vgl. Abbildung 8).

Dabei zeigt der Blick in die konkreten Themen, dass die stärkere Gewichtung von Themen zu Katastrophen/Unglück und Umwelt/Natur beim Ersten und beim ZDF im Jahr 2002 nicht den normalen Ereignisbedingungen entspricht, sondern hier auf die Flutkatastrophe zurückzuführen ist. Sie fand in den öffentlich-rechtlichen Boulevardmagazinen mehr Beachtung als in den privaten.

**Politik- und Wirtschaftsmagazine**

**Öffentlich-rechtliche bei Politik- und Wirtschaftsmagazinen nahezu konkurrenzlos**

Aus dem Themenprofil der Politik- und Wirtschaftsmagazine lässt sich zunächst erkennen, dass den öffentlich-rechtlichen Angeboten nur ein äußerst geringes Konkurrenzangebot der Privatsender gegenübersteht. Dieses beschränkt sich auf RTL mit „Spiegel TV-Magazin“. Magazine mit hinreichenden

Politikanteilen gibt es bei SAT.1 und ProSieben nicht. Die Sendung „Spiegel TV Reportage“ ist kein Magazinformat, und „Akte 2002“ – beide in SAT.1 – sowie „Focus“ bei ProSieben erfüllen nicht den Mindestanteil an Politik-/Wirtschaftsthemen, um als politisches Magazin eingestuft zu werden (vgl. Abbildung 9).

Geprägt wird das Profil der Politik- und Wirtschaftsmagazine am stärksten von Themen zu Politik, Wirtschaft und Zeitgeschichte, die weit vor den Themen der Kategorie Soziales liegen. Unübersehbar ist ferner, dass daneben auch den Themen der Kategorien Kriminalität und Gesellschaft/Justiz relativ große Beachtung zuteil wird. In diesen Magazinen werden offenbar häufig politische und gesellschaftliche Probleme thematisiert, die im Zusammenhang mit Korruption und Wirtschaftskriminalität stehen. Ausgespart bleiben in diesen Magazinen dagegen die typischen Themen des Soft-Boulevardjournalismus.

**Merkmale der Präsentation und Gestaltung**

Erfasst wurden in diesem Untersuchungskomplex für jeden Beitrag in den Informationssendungen u.a. die Darbietungsform, der Modus der Präsentation, ausgewählte Gestaltungselemente, die emotionale Grundstimmung und die Art der narrativen Aufbereitung (vgl. Tabelle 7).

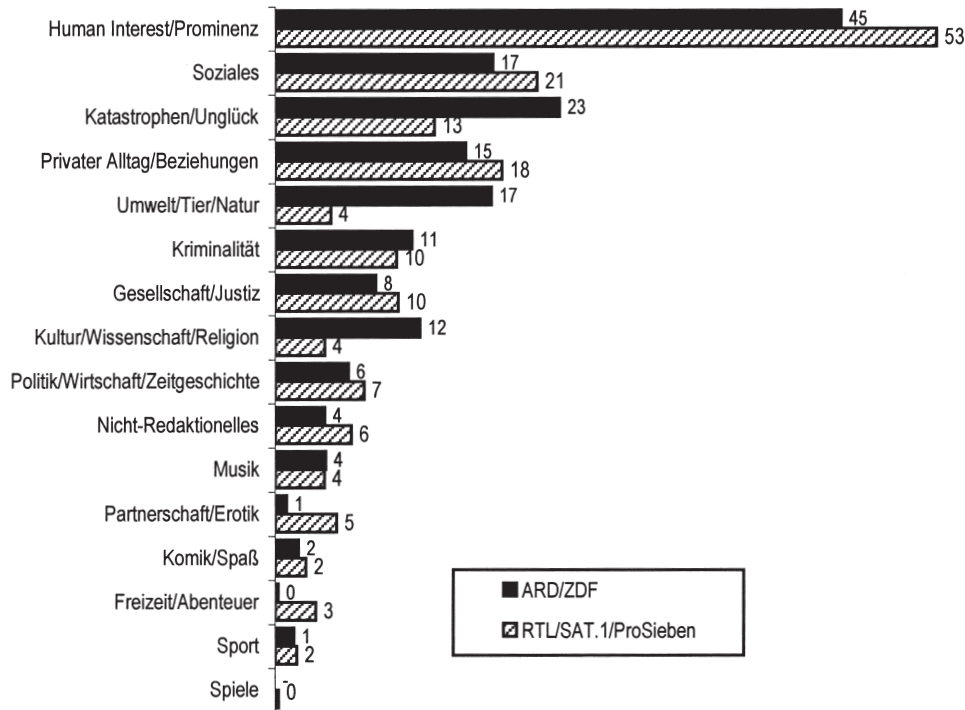
Knapp 70 Prozent des untersuchten Informationsangebots bestehen aus Filmberichten, der übrige Teil hauptsächlich aus Studiosgesprächen und sonstigen Darbietungsformen. Die Visualisierung in filmischer Darbietung ist bei den Privaten stärker ausgeprägt als bei den Öffentlich-rechtlichen. Am meisten unterscheiden sich hierin ProSieben (86%) und Das Erste (58%).

**Filmberichte dominieren**

Vergleicht man, welche Gestaltungselemente von den Sendern bevorzugt verwendet werden, zeigt sich, dass neben dem Einsatz von Filmbeiträgen und Akteuren, die im O-Ton selbst zu Wort kommen, fast die Hälfte des Informationsangebots mit Musik untermalt wird. Andere Gestaltungselemente – Archiv-Dokumentation, Grafik, Live-Übertragung, Publikumspräsenz oder Schaltgespräch –

**Private verwenden mehr Musikkuntermalung**

**Abb. 8 Themenstruktur der Boulevardmagazine 2002**  
Sendedauer in %



Untersuchungszeitraum: 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

sind bei nicht mehr als einem Zehntel aller Beiträge anzutreffen. Die Sender unterscheiden sich auch hier wieder auf charakteristische Weise. Während die Öffentlich-rechtlichen mehr Archiv-Dokumentationen, Grafiken und Schaltungsgespräche verwenden, erhalten bei RTL, SAT.1 und ProSieben untermalende Musiksequenzen ein stärkeres Gewicht. Betrachtet man die Verwendung von Musik im Informationsangebot als Indikator für „soft information“, die mehr auf Stimmung und Gefühl als auf Fakten und Wissen zielt, findet hier am auffälligsten eine Trennung zwischen öffentlich-rechtlicher und privater Informationsgestaltung statt. Beim Ersten (38%) und beim ZDF (36%) fällt der Musikanteil deutlich geringer aus als bei RTL (48%), SAT.1 (60%) und ProSieben (71%).

**Publikumspräsenz spielt kaum eine Rolle**

Publikumspräsenz (7%) hat im Informationsangebot nur einen geringen Stellenwert als Gestaltungsfaktor. Wenn Publikum in den Sendungen erscheint, dann handelt es sich bei allen Programmen meistens um Themen zu Politik, Soziales und Kultur. Im Vergleich haben Das Erste und das ZDF aufgrund der Polit-Talksendungen und spezieller Wahlsendungen größere Anteile an Publikumspräsenz als RTL und SAT.1, während ProSieben keine Beiträge dieser Art aufweist.

**Wird Infoangebot vermehrt unterhaltend aufbereitet?**

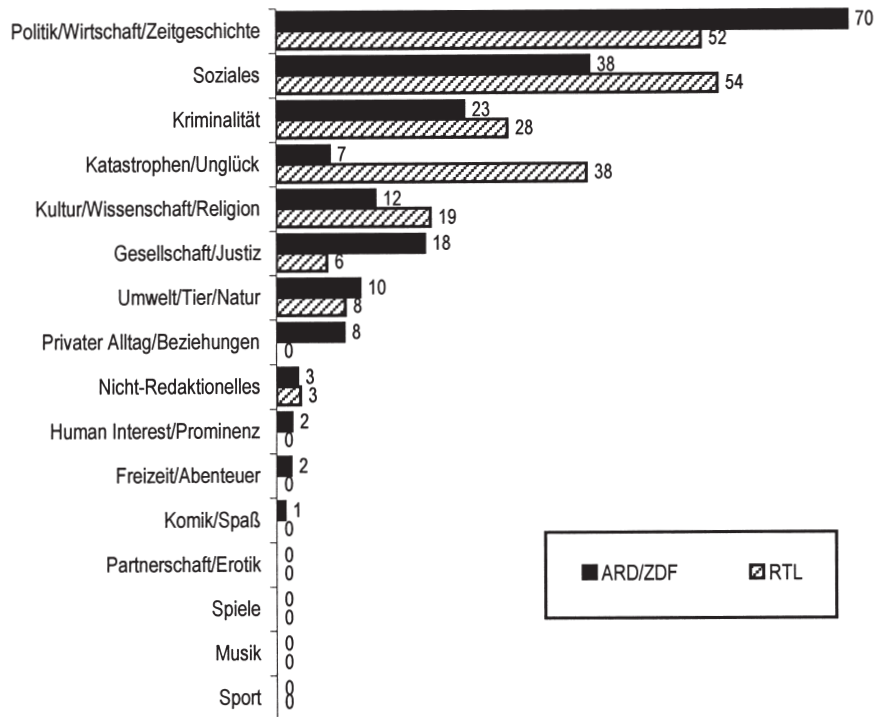
Bisweilen wird kritisiert, dass Informationssendungen verstärkt unterhaltend aufbereitet würden. Obwohl diese Kritik vor allem mit Blick auf die Boulevardmagazine formuliert wird, stellt sich die

Frage, ob und inwieweit diese Kritik insgesamt auf das Informationsangebot im Fernsehen zutrifft. (7) Verwendet man zur Beantwortung dieser Frage die Kategorien Ernst, Ironie/Sarkasmus, Satire/Humor, reißerisch und Sonstiges, lassen sich insgesamt drei Viertel des Informationsangebots als ernst/sachlich einstufen. In der Regel werden die Themen in Ereignisberichten, Sachbeschreibungen und Ratgebern sowie in den meisten Dokumentationen seriös aufbereitet und präsentiert. Reißerische Beiträge gibt es eher in Boulevardmagazinen und Reality-Sendungen, Formen der Satire oder des Humors findet man zum Beispiel als Glossen, die zur ernstesten Information bewusst Gegenakzente setzen, in den öffentlich-rechtlichen Politikmagazinen.

Im Vergleich erreichen Das Erste (87%) und das ZDF (84%) höhere Anteile an ernst/sachlicher Präsentation als SAT.1 (72%), ProSieben (64%) und RTL (62%). Umgekehrt fallen bei den Privaten die Beiträge in reißerischer Machart höher aus als bei den Öffentlich-rechtlichen. Symptomatisch für Veränderungen im Stil ist ferner die Tendenz, die Inhalte durch Verfremdungs- und Inszenierungseffekte unterhaltsamer zu machen. Es liegt auf der Hand, dass sich insbesondere die Boulevard- und Lifestylemagazine dieser Mittel bedienen. Auch hierin überwiegen die Privatsender, am deutlichsten ProSieben.

**Die meisten Beiträge werden sachlich präsentiert**

**Abb. 9 Themenstruktur der Politik- und Wirtschaftsmagazine**  
Sendedauer in %



Untersuchungszeitraum: 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Emotionale Grundstimmung bei ARD/ZDF-Beiträgen ausgewogen, bei privaten Beiträgen eher positiv**

Stuft man die Informationsbeiträge nach ihrer emotionalen Grundstimmung ein und verwendet hierzu als negative Kategorien Aggressivität/Hass, Angst/Bedrohung, Leid/Trauer sowie als positive Kategorien Harmonie, Freude/Heiterkeit und Rührung/Glück (8), ergibt sich insgesamt ein moderater und relativ ausgewogener Emotionalisierungsgrad. Hierbei verwundert nicht, dass viele Beiträge, die sich mit politischen Unruhen, Gewalt oder auch den Folgen der Flutkatastrophe befassen, im Tenor ihrer Emotionalität im negativen Spektrum der Kategorien liegen, während für die leichteren Beiträge in Boulevard- und Lifestylemagazinen die positiven Kategorien zutreffen. Vier Fünftel des gesamten Informationsangebots lassen sich durch die Abwesenheit emotionalisierender Stilmittel charakterisieren. Keines der genannten Stilmittel überschreitet die 13-Prozentmarke. Vergleicht man die Programme, zeigen sich allerdings Unterschiede: Das Informationsangebot des Ersten erscheint als das sachlichste, während das von RTL, SAT.1 und ProSieben als stärker emotionalisiert eingestuft wird. Bedeutsamer als der Grad ist jedoch der Unterschied bei der Richtung der Emotionalisierung. Während beim Ersten und beim ZDF positive und negative Grundstimmungen ausgewogen sind, überwiegen bei RTL, SAT.1 und ProSieben die positiven Grundstimmungen im Informationsangebot. Die

Informationsangebote der privaten Programme vermitteln somit ein anderes Stimmungsklima als die öffentlich-rechtlichen. Welche Voraussetzungen, Begleiterscheinungen und Konsequenzen damit verbunden sind, ergibt sich allerdings erst, wenn man alle Faktoren im Zusammenhang betrachtet.

Informationsbeiträge lassen sich unter dem Aspekt des Sachbezugs und unter dem Aspekt der dramaturgischen Erzählform betrachten. Die Wahl eines narrativen Konzepts gewinnt vor allem in den nichttagesaktuellen Informationsangeboten, die auf einem Plot aufbauen, an Bedeutung. Unterschieden wird im Folgenden zwischen Sachdarstellung und personalisierter Fallgeschichte als Varianten der narrativen Form bei der Informationsvermittlung. Der Sachdarstellung wird im allgemeinen mehr instrumentelle und analytische Qualität zugeschrieben, während sich personalisierte Fallgeschichten mehr durch Anschaulichkeit auszeichnen, indem sie das Thema an einem konkreten Fall einer Person (oder Personengruppe) festmachen.

Insgesamt überwiegen bei allen fünf Programmen die Sachdarstellungen: Über die Hälfte des Informationsangebots zeichnet sich durch eine auf die Sache bezogene Wiedergabe des jeweiligen Geschehens aus. Der Einsatz von personalisierten Fallbeispielen ist jedoch weniger gleich verteilt: Besonders bei RTL und SAT.1 spielt dieses Stilmittel eine ebenso große Rolle wie die Sachdarstellung. Beim Ersten und beim ZDF, aber auch bei ProSieben beschränken sich entsprechende Fallbei-

**ARD/ZDF präsentieren weniger personalisierte Fallgeschichten als RTL/SAT.1**

⑦ Merkmale der Präsentation und Gestaltung des Informationsangebots 2002

Sendedauer in %

	Gesamt	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben
Gesamt Info ohne Nachrichten, in Min.	521	122	143	99	89	69
in %	100	100	100	100	100	100
<b>Darbietungsform</b>						
Meldung	4	6	3	3	3	7
Filmbericht	69	58	65	72	72	86
Kommentar	0	1	-	-	0	-
Studiogespräch	10	17	10	7	10	1
Moderation	1	0	1	2	3	1
Schaltgespräch	2	3	3	1	2	2
Sonstiges	10	12	14	11	6	1
n.z.	3	2	2	4	3	3
<b>Modus</b>						
Ernst	76	87	84	62	72	64
Ironie/Sarkasmus	1	2	1	2	2	1
Satire/Humor	2	2	1	2	5	2
reisserisch	5	0	2	13	4	6
Sonstiges/n.e.	12	6	8	17	12	23
n.z.	4	3	4	5	5	4
<b>Gestaltungselemente (Mehrfachnennungen)</b>						
Archiv-Dokumentation	8	11	14	4	5	3
Film	82	77	76	88	84	95
Graphik	11	17	11	7	9	7
Livebertragung	9	13	11	11	4	1
Musik	47	38	36	48	60	71
O-Ton-Akteur	82	83	84	87	81	69
Publikum	7	12	9	8	4	-
Schalt-Gespräch	9	15	12	6	5	2
<b>Emotionen (Mehrfachnennungen)</b>						
Aggression	2	1	3	2	3	1
Angst/Bedrohung	7	6	8	9	5	9
Leid	9	6	10	14	7	10
Harmonie	13	11	6	18	16	19
Freude	11	2	12	12	24	12
Rührung	1	0	1	2	2	0
<b>Sachthema/Pers.Fallgeschichte (Mehrfachnennungen)</b>						
Pers. Fallgeschichte	36	28	30	47	46	37
Sachthema	55	51	64	49	51	59

Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

spiele dagegen auf 28 bis 37 Prozent des Informationsangebots. Am häufigsten werden Themen der Kategorien privater Alltag, Sport, Freizeit/Abenteuer, Gesellschaft/Justiz, Human Interest/Prominenz mit einer Fallgeschichte verknüpft. Dabei zeigt sich die höchste Übereinstimmung zwischen den Sendern bei Themen zu privatem Alltagsleben, Freizeit und Human Interest/Prominenz. Am geringsten ist der Anteil personalisierter Fallgeschichten bei Themen zu Politik, Kultur, Umwelt/Natur und Komik/Spaß. Unterschiede zwischen den Programmen bestehen darin, dass die Privaten stärker als die Öffentlich-rechtlichen diese Form auch bei Themen der Kategorien Gesellschaft/Justiz und Kriminalität nutzen und RTL überdies auch bei Katastrophen/Unglück.

Nicht nur die Präsentation und Gestaltung, sondern auch inhaltliche Indikatoren lassen sich in Zusammenhang mit Themen und Sendungsformen sehen. Dies leitet zur Frage, welche Faktoren in welchem Mischungsverhältnis bestimmte Formate der Programme konstituieren und deren Unterschiede erklären können.

Drei Arten von Aufmerksamkeitsfaktoren sollen näher betrachtet werden. Hierbei handelt es sich um die sichtbare Darstellung von Erotik, Gewalt und Opfern/Betroffenen. In der Annahme, dass Erotik und Gewalt auch in Informationsangeboten zur Aufmerksamkeitserregung eingesetzt werden, ist es von Interesse festzustellen, wie die Programme hiervon Gebrauch machen.

**Aufmerksamkeitsfaktoren: Erotik, Gewalt und Opfer**

⑧ **Aufmerksamkeitsfaktoren im Informationsangebot 2002**

*Anteil am gesamten Informationsangebot, Sendedauer in %*

	Gesamt	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben
Erotik	3	1	0	6	6	5
Gewalt	5	5	7	5	3	3
Opfer	15	15	20	10	16	10

Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Erotik spielt kaum eine Rolle**

Eine Auszählung dieser Merkmale ergibt folgendes Bild (vgl. Tabellen 8 und 9): Erotik wird zwar in den Informationsangeboten insgesamt äußerst sparsam verwendet (3%), ist aber hauptsächlich bei den Privatsendern zu sehen. Dort erscheint sie vor allem beim Thema Partnerschaft/Erotik, selten im Zusammenhang mit Human Interest/Prominenz und nur sporadisch bei Themen der Kategorien Freizeit, Komik, Soziales, privater Alltag und Kultur. Da ARD und ZDF Erotik noch seltener als die Privatsender einsetzen, ist das Spektrum der Themen auch entsprechend schmaler.

**Gewalthandlungen und Opferdarstellungen bei ARD/ZDF fast ausschließlich im Kontext politischer Berichterstattung**

Auch die sichtbare Darstellung von Gewalthandlungen (5%) kommt insgesamt nur wenig vor. Im Sendervergleich wird deutlich, dass ARD, ZDF und RTL etwas häufiger Gewaltdarstellungen zeigen als SAT.1 und ProSieben. Hier wirken sich insbesondere bei ARD und ZDF einige zeitgeschichtliche Dokumentationen über den 2. Weltkrieg sowie einige Beiträge in den Politikmagazinen, bei RTL Reportagen aus. Zudem unterscheiden sich die Sender darin, dass Gewaltdarstellungen bei den öffentlich-rechtlichen stärker mit ereignisbedingten Politikthemen und Kriminalität zusammenhängen und bei den privaten Sendern stärker mit den Themenbereichen Soziales und Kriminalität. Allen Programmen ist gemeinsam, dass Gewaltdarstellungen bei Berichten über Kriminalität, Politik, Kultur und Human Interest vorkommen, während bei Themen zu Freizeit, Partnerschaft/Erotik, Komik und Musik keine Gewalt zu sehen ist.

Der Anteil der Beiträge, in denen Opfer (15%) dargestellt werden, ist dreimal so hoch wie bei Gewaltdarstellungen, und zwar am stärksten beim ZDF und am schwächsten bei RTL und ProSieben. Ähnlich wie bei den Gewaltdarstellungen sind bei ARD und ZDF die Opferdarstellungen häufiger im Kontext von Berichten und Dokumentationen über Politik und Zeitgeschichte einerseits und Umwelt/Natur im Zuge der umfangreichen Thematisierung von Wetterkatastrophen zu finden als bei den Privatsendern. Opferdarstellungen verteilen sich annähernd auf die gleichen Themen wie Gewalt, aber in anderer Gewichtung. Die höchsten Anteile an Opferdarstellungen hat der Themenbereich Katastrophen/Unglück (53%), gefolgt von Umwelt/Natur (29%) und Kriminalität (24%).

Insgesamt zeigen die referierten Befunde, dass es durchaus empirische Hinweise auf eine Boulevardisierung des Informationsangebots im deutschen Fernsehen gibt, die aber je nach Programm und dem thematischen Kontext der einzelnen Beiträge unterschiedlich ausfällt.

**Fazit**

Die Ergebnisse der Analyse der Informationsangebote lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Im Jahr 2002 lag die Sendezeit für Information bei den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen fast doppelt so hoch wie bei den drei Privatsendern. Darüber hinaus boten die öffentlich-rechtlichen Programme Information in vielfältigeren Sendungsformen an als die Privaten.

- Beim Ersten und beim ZDF werden in der Hälfte des nichttagesaktuellen Informationsangebots Themen aus Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte behandelt, bei den Privatsendern durchschnittlich nur in einem Fünftel. Entgegengesetzt ist das Verhältnis im Bereich der nichtpolitischen und eher dem Boulevard nahe stehenden Themen. Bei den Privatsendern werden je in einem Drittel des Informationsangebots Themen zu Soziales und Human Interest/Prominenz behandelt, beim Ersten und beim ZDF sind diese Themen nur in einem Viertel bzw. einem Zehntel zu finden.

- Unterscheidet man nach einzelnen Tageszeiten, zeigt sich: Bei den Öffentlich-rechtlichen ist das Informationsangebot am Vorabend und Hauptabend etwa gleich groß, bei den Privaten erreicht es am Hauptabend nur noch ein Fünftel vom Vorabend.

- Das Informationsangebot am Hauptabend wird beim Ersten und beim ZDF hauptsächlich mit Themen zu Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte bestritten. Auch in allen anderen Themenbereichen ausgenommen Human Interest/Prominenz liegen die Öffentlich-rechtlichen weit vor den Privaten.

- Die Informationsangebote werden hauptsächlich im ernst/sachlichen Modus präsentiert, selten sind sie verfremdet/inszeniert oder reißerisch und noch seltener ironisch/satirisch/humoresk. Bei den Öffentlich-rechtlichen ist der seriöse Modus stärker ausgeprägt als bei den Privaten. Letztere haben mehr reißerische und verfremdete/inszenierte Anteile als die Öffentlich-Rechtlichen.

**Öffentlich-rechtlichen bieten mehr und vielfältiger aufbereitete Information**

**Politikberichterstattung ist das dominierende Thema bei Öffentlich-rechtlichen**

**Private verabschieden sich am Hauptabend von politischer Info außerhalb der Nachrichten**

9 Verteilung der Aufmerksamkeitsfaktoren im Informationsangebot 2002

Anteil an der Inhaltskategorie, Sendedauer in %

	Erotik						Gewalt					
	Gesamt	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro- Sieben	Gesamt	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro- Sieben
Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte	1	0	-	1	3	3	8	9	13	0	1	7
Gesellschaft/Justiz	2	-	-	-	3	5	4	5	3	-	8	4
Kultur/Wissenschaft/Religion	2	4	0	6	1	1	6	9	3	2	16	2
Soziales	3	2	-	4	3	4	4	2	-	11	6	1
Umwelt/Tier/Natur	0	-	-	-	2	1	1	-	1	3	4	-
Freizeit/Abenteuer	6	-	-	21	3	-	-	-	-	-	-	-
Privater Alltag/Beziehungen	3	-	1	7	1	5	1	-	2	3	1	1
Human Interest/Prominenz	11	5	4	13	18	10	5	1	3	4	8	4
Partnerschaft/Erotik	78	-	52	83	77	78	-	-	-	-	-	-
Katastrophen/Unglück	0	-	-	1	1	-	2	-	-	9	2	2
Kriminalität	2	-	-	8	-	-	18	24	15	21	10	1
Komik/Spaß	5	-	-	-	11	-	-	-	-	-	-	-
Spiele	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Musik	0	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	14	-

	Opfer					
	Gesamt	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro- Sieben
Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte	13	14	17	6	5	7
Gesellschaft/Justiz	11	6	13	11	15	14
Kultur/Wissenschaft/Religion	13	22	10	8	17	5
Soziales	18	18	26	18	17	7
Umwelt/Tier/Natur	29	23	46	13	11	15
Freizeit/Abenteuer	15	-	-	16	22	18
Privater Alltag/Beziehungen	8	7	3	3	20	9
Human Interest/Prominenz	4	6	1	6	3	5
Partnerschaft/Erotik	-	-	-	-	-	-
Katastrophen/Unglück	53	42	69	37	56	68
Kriminalität	24	33	27	13	20	11
Komik/Spaß	-	-	-	-	-	-
Spiele	-	-	-	-	-	-
Musik	-	-	-	-	-	-
Sport	3	-	-	16	-	1

Untersuchungszeitraum 2002: 11.-17. März, 12.-18. August, 16.-22. September, 25. Nov.-1. Dez.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Lesebeispiel: 78 % der Sendedauer zum Thema Partnerschaft/Erotik enthält auch sichtbare Erotik, aber weder Gewalt noch Opfer.

- Erotische Darstellungen in Informationssendungen werden - wenn auch insgesamt auf niedrigem Niveau - bei den Privaten häufiger eingesetzt als bei den öffentlich-rechtlichen. Gewaltdarstellungen und solche von Opfern sind hingegen etwas häufiger beim Ersten und beim ZDF zu sehen, was vor allem mit der umfangreicheren Berichterstattung über politische Themen zusammenhängt.

**Fazit: Weiter große Distanz zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Informationsangeboten**

Zieht man ein Fazit aus diesen Einzelbefunden im Hinblick auf die quantitativen und qualitativen Informationsprofile öffentlich-rechtlicher und privater Sender, bestätigt sich, ähnlich den Befunden und Folgerungen einiger neuerer Arbeiten zur Konvergenzthese (9), dass sich die Distanz zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Informations-

angeboten nicht im Sinne publizistischer Funktionsverluste verändert hat.

Anmerkungen:

- 1) Krüger, Udo Michael und Thomas Zapf-Schramm: Programmanalyse 2002/I. Wandel der Unterhaltungsformate im Fernsehen bei robuster Spartenstruktur. In: Media Perspektiven 3/2003, S. 102-114.
- 2) Für eine ausführliche Betrachtung des Boulevardjournalismus als einer Form des Sensationsjournalismus siehe Dulinski, Ulrike: Sensationsjournalismus in Deutschland. Konstanz 2003.
- 3) So betrug der für Politik/Wirtschaft und Gesellschaft/Justiz ermittelte Sendezeitanteil in den Jahren 1991, 1996, 1998 und 2000 in der „Tagesschau“ und in „heute“ im Durchschnitt ca. 70% und in

- „RTL aktuell“ sowie „SAT.1 18:50“ ca. 48 %, dies entspricht einer Differenz von 22 Prozentpunkten. Siehe hierzu Krüger, Udo Michael: *Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1991-2000*. Schriftenreihe Media Perspektiven Bd. 15. Baden-Baden 2001, S. 205ff. Dem würde tendenziell auch der komplementäre Befund einer im Auftrag der Landesmedienanstalten durchgeführten Studie über Nachrichtenfaktoren entsprechen, wonach der Anteil der unpolitischen Themen in den Hauptnachrichten der Privatsender im Jahr 2001 deutlich über 50 Prozent lag. Siehe Ruhrmann, Georg/Jens Woelke/Michaela Maier/Nicole Dielmann: *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen*. Schriftenreihe Medienforschung der LfM, Band 45. Opladen 2003, S. 69-70.
- 4) Eine Auflistung der verwendeten Deskriptoren findet sich bei Krüger, Udo Michael: *Programmanalyse 2001/II* von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. Inhaltsprofile öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme im Vergleich. In: *Media Perspektiven* 10/2002, S. 514.
  - 5) In den früheren Analysen wurde nur die Erstcodierung für die Darstellung der Themenstruktur verwendet. Die Zweit- und Drittcodierungen wurden zwar zur Klärung spezieller Fragen ausgewertet, sie gingen jedoch nicht anteilig in die Themenstruktur ein. Behandelte ein Beitrag einen politischen Korruptionsskandal oder Wirtschaftskriminalität, ging nur die Erstcodierung – also entweder Politik oder Verbrechen, Wirtschaft oder Kriminalität – in die Themenstruktur ein. Das hier angewandte Verfahren beruht auf einer multiplen Auswertung der codierten Themenkategorien und bringt dabei alle einem Beitrag zugeordneten Themenaspekte in der Themenstruktur zur Geltung. Die Einzelkategorien in der Themenstruktur fallen daher als Summe höher aus als die zugrunde liegende Gesamtsendedauer. Die in den mit „mehrfach“ gekennzeichneten Tabellen und Abbildungen ausgewiesenen Werte für Minuten und Prozentanteile summieren sich daher nicht zum Gesamt bzw. nicht zu 100 Prozent, sondern sie ergeben bei Aufsummierung höhere Gesamtwerte. In diesen Fällen gilt zum Beispiel als Lesart: Die Themenkategorie Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte ist mit 36 Prozent, die Themenkategorie Kriminalität mit 9 Prozent im Gesamt (100%; 521 Minuten/Tag) enthalten. Beide Themenkategorien können sich in den Beiträgen überschneiden. Wegen der geänderten Verfahrensweise ist kein direkter Vergleich mit dem Vorjahr möglich.
  - 6) Beim Ersten „Brisant“, beim ZDF „Hallo Deutschland“ und „Leute heute“, bei RTL „Explosiv – Das Magazin“ und „Exclusiv“ einschließlich der „Weekend“-Ausgaben, bei SAT.1 „Blitz“ und bei ProSieben „taff“.
  - 7) Vgl. hierzu die Langzeitanalyse politischer Fernsehmagazine von Wegener, Claudia: *Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung*. Wiesbaden 2001.
  - 8) Vgl. hierzu Krüger, Udo Michael: *Boulevardisierung der Information im Privatfernsehen*. Nichttagesaktuelle Informations- und Infotainmentsendungen bei ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1995. In: *Media Perspektiven* 7/1996, S. 373.
  - 9) Siehe Wegener (Anm. 7), S. 210 ff. Vgl. hierzu auch Maier, Michaela: *Zur Konvergenz des Fernsehens in Deutschland*. Ergebnisse qualitativer und repräsentativer Zuschauerbefragungen. Konstanz 2002, S. 323 ff.

