

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

## → Sparten, Sendungsformen und Inhalte im deutschen Fernsehangebot 2006

Von Udo Michael Krüger und Thomas Zapf-Schramm\*

Die Programmanalyse 2006 schreibt die Angebotsentwicklung der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme auf dem deutschen Fernsehmarkt fort. Verglichen werden die Gesamtangebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Zeitschnitt von 3.00 bis 3.00 Uhr. (1) Diese strukturelle Analyse, deren Einheiten aus ganzen Sendungen, Werbeinseln und Trailerblöcken bestehen, zeigt, wo die Angebotsschwerpunkte liegen und worin sich die öffentlich-rechtlichen von den privaten Hauptprogrammen wesentlich unterscheiden. Im Einzelnen werden die Sparten, die Sendungsformen und die inhaltlichen Schwerpunkte der Sendungen sowie die Herkunft der Fictionangebote untersucht.

**Strukturanalyse des Gesamtprogramms und vertiefende Themenanalyse des Informationsangebots**

Diese Vollerhebung wird ergänzt durch eine Analyse der Themenprofile des Informationsangebots bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL und SAT.1 auf der Basis einer vierwöchigen Stichprobe, die den Tageszeitabschnitt von 17.00 bis 1.00 Uhr umfasst. Im Unterschied zur Programmstrukturanalyse des Gesamtjahres auf Sendungsebene bestehen die Einheiten der vertiefenden Themenanalyse aus den Einzelbeiträgen der Informationssendungen. Für die Themenanalyse wurden im Jahr 2006 die Wochen vom 27. März bis 2. April, 10. bis 16. Juli, 18. bis 24. September und 4. bis 10. Dezember ausgewählt.

### Spartenprofile

Vergleicht man die Angebotsentwicklung des Gesamtjahres 2006 auf der Ebene von Sparten anhand der acht Hauptkategorien 1. Information (ohne Sport), 2. Sport, 3. nonfiktionale Unterhaltung, 4. Musik, 5. Kinder-/Jugendprogramm, 6. Fiction (ohne Kinderprogramm), 7. Sonstiges und 8. kommerzielle Werbung, zeigen sich wie in den Vorjahren die typischen Angebotsschwerpunkte der Sender. Auch im Jahr 2006 dominieren in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen wieder die Informationsangebote und in den privaten Hauptprogrammen Unterhaltung und Werbung (vgl. Abbildung 1).

**Hohe Informationsanteile bei ARD und ZDF**

Das ARD-Spartenprofil enthält einen Informationsanteil von 41,8 Prozent der Gesamtsendedauer, dies entspricht im Durchschnitt 602 Minuten täglich. Der zweitgrößte Anteil entfällt hier auf das Fictionangebot mit 34,7 Prozent. An dritter Stelle

folgt der Sport mit 8,0 Prozent. Das übrige Programmangebot des Ersten verteilt sich auf Kinderprogramm (6,0%), nonfiktionale Unterhaltung (4,4%), Musik (1,3%), Sonstiges (2,3%) und Werbung (1,5%). Das ZDF-Spartenprofil weist einen Informationsanteil von 47,8 Prozent auf. Der Fictionanteil liegt bei 28,6 Prozent, und auf Sport entfallen 7,5 Prozent der Gesamtsendedauer. Nonfiktionale Unterhaltung und Kinderprogramm kommen auf 5,7 bzw. 5,5 Prozent, Musik auf 1,2 Prozent, Sonstiges auf 2,2 und Werbung auf 1,4 Prozent.

Die Privaten wenden wesentlich weniger Sendezeit als die Öffentlich-rechtlichen für das Informationsangebot auf, mehr Sendezeit räumen sie stattdessen den Unterhaltungsangeboten und der Werbung ein. Das RTL-Spartenprofil ist durch eine Verteilung der Sendedauer auf die vier Sparten Information (25,6%), Fiction (24,8%), nonfiktionale Unterhaltung (18,6%) und Werbung (21,0%) gekennzeichnet. Fiktionale und nonfiktionale Unterhaltungsangebote machen hier zusammen 44 Prozent der Gesamtsendedauer aus. Von der restlichen Sendezeit entfallen auf Sport 2,3 Prozent, auf Musik 1,1 Prozent, auf Kinderprogramm 1,2 Prozent und auf Sonstiges 5,3 Prozent.

Das SAT.1-Spartenprofil entspricht weitgehend dem von RTL, es enthält jedoch noch weniger Informationsangebote zugunsten der beiden Unterhaltungssparten. Hier rangieren nonfiktionale Unterhaltung mit 27,7 Prozent und Fiction mit 27,3 Prozent auf den beiden ersten Plätzen und machen zusammen mehr als die Hälfte des Gesamtprogramms aus. Die Werbung folgt mit 20,2 Prozent an dritter Stelle vor den Informationsangeboten mit 18,3 Prozent der Gesamtsendedauer. Auf Musik entfallen 0,7 Prozent, auf Sport 0,2 Prozent und auf Kinderprogramm 0,1 Prozent.

Im ProSieben-Spartenprofil dominiert der Fictionanteil mit 32,1 Prozent. An zweiter Stelle rangiert das Informationsangebot mit 25,7 Prozent, gefolgt von nonfiktionaler Unterhaltung mit 18,2 Prozent und Werbung mit 15,3 Prozent. Ähnlich wie SAT.1 bestreitet auch ProSieben über die Hälfte seines Programms mit fiktionaler und nonfiktionaler Unterhaltung. Die übrige Sendezeit verteilt sich hier auf Kinderprogramm mit 2,7 Prozent, Musik 0,4 Prozent und Sonstiges mit 5,5 Prozent. Sportsendungen gibt es bei ProSieben nicht.

Auch wenn systembedingt die Profilunterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern bereits seit einigen Jahren relativ stabil sind, kommt es immer wieder zu Schwankungen in einzelnen Sparten. Welche Programmbereiche davon am deutlichsten betroffen sind und welche Ursachen dabei eine Rolle spielen, zeigt sich hier im Dreijahresvergleich (vgl. Tabelle 1).

Zu periodischen Schwankungen kommt es in den Spartenprofilen der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme vor allem durch internationale Sportereignisse, an denen ARD und ZDF die Übertragungsrechte haben. Sie beeinflussen in Zweijahresintervallen den Programmablauf mit Auswirkungen bis

**Unterhaltung und Werbung dominieren bei Privatsendern**

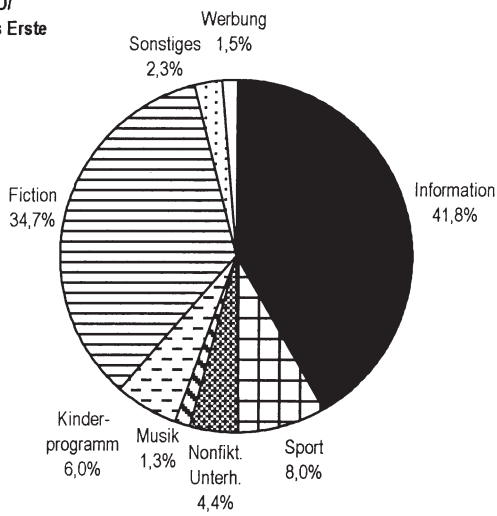
**Dreijahresvergleich: Schwankungen innerhalb stabiler Senderprofile**

**Temporäre Verschiebungen durch große Sportereignisse**

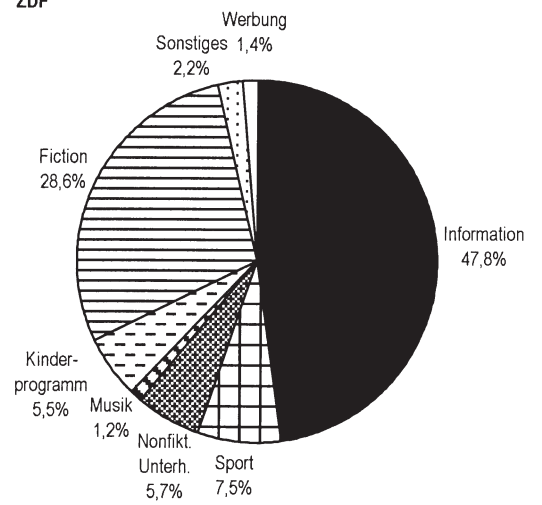
\* IPFM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 1 Programmsparten 2006**  
Anteil an der Sendedauer in %

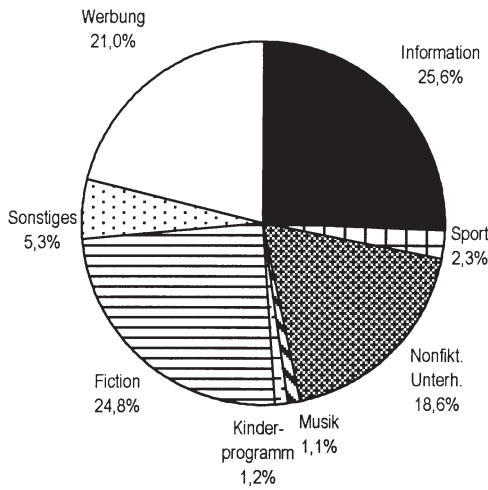
**ARD/  
Das Erste**



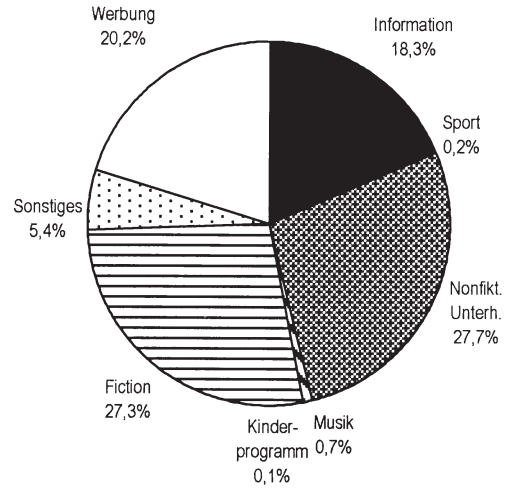
**ZDF**



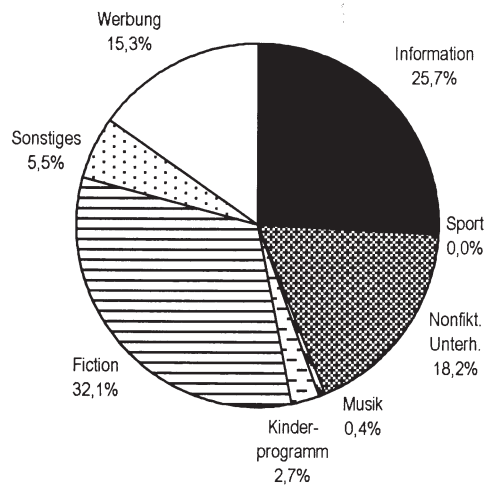
**RTL**



**SAT.1**



**ProSieben**



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2006.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

① **Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2004 bis 2006**

	Sendedauer			in %		
	in Min./Tag			2004	2005	2006
<b>ARD/Das Erste</b>						
Information	601	620	602	41,7	43,0	41,8
Sport	138	97	115	9,6	6,8	8,0
Nonfiktionale Unterhaltung	118	99	64	8,2	6,9	4,4
Musik	23	22	19	1,6	1,5	1,3
Kinder-/Jugendsendungen	89	82	86	6,2	5,7	6,0
Fiction	414	464	499	28,7	32,2	34,7
Sonstiges	36	34	34	2,5	2,4	2,3
Werbung	22	20	22	1,5	1,4	1,5
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>ZDF</b>						
Information	697	702	689	48,4	48,8	47,8
Sport	108	79	108	7,5	5,5	7,5
Nonfiktionale Unterhaltung	87	80	83	6,1	5,6	5,7
Musik	24	15	17	1,6	1,1	1,2
Kinder-/Jugendsendungen	85	72	80	5,9	5,0	5,5
Fiction	385	440	412	26,7	30,5	28,6
Sonstiges	36	33	32	2,5	2,3	2,2
Werbung	18	18	20	1,3	1,3	1,4
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>RTL</b>						
Information	344	363	369	23,9	25,2	25,6
Sport	32	30	33	2,2	2,1	2,3
Nonfiktionale Unterhaltung	297	286	268	20,6	19,9	18,6
Musik	24	24	16	1,7	1,7	1,1
Kinder-/Jugendsendungen	24	20	18	1,6	1,4	1,2
Fiction	355	342	357	24,7	23,8	24,8
Sonstiges	76	78	77	5,3	5,4	5,3
Werbung	288	296	303	20,0	20,5	21,0
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>SAT.1</b>						
Information	242	255	263	16,8	17,7	18,3
Sport	9	8	3	0,6	0,5	0,2
Nonfiktionale Unterhaltung	454	457	399	31,5	31,7	27,7
Musik	8	8	10	0,6	0,5	0,7
Kinder-/Jugendsendungen	23	3	2	1,6	0,2	0,1
Fiction	332	347	394	23,1	24,1	27,3
Sonstiges	72	68	78	5,0	4,7	5,4
Werbung	299	295	290	20,8	20,5	20,2
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>ProSieben</b>						
Information	431	399	371	29,9	27,7	25,7
Sport	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	255	300	262	17,7	20,8	18,2
Musik	25	8	6	1,7	0,6	0,4
Kinder-/Jugendsendungen	53	34	39	3,7	2,4	2,7
Fiction	389	413	462	27,0	28,7	32,1
Sonstiges	76	77	79	5,3	5,4	5,5
Werbung	210	209	221	14,6	14,5	15,3
Gesamt	1440	1440	1440	100,0	100,0	100,0

Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

in die Sparten. Sowohl im Jahr 2004 als auch im Jahr 2006 gab es mit der Fußball-Europameisterschaft und der Fußball-Weltmeisterschaft sowie den olympischen Sommer- und Winterspielen neben anderen internationalen Großveranstaltungen zusätzliche Anlässe, das Sportangebot auszuweiten. Hierdurch werden Informations- wie auch Unterhaltungsangebote temporär von ihren regulären Sendeplätzen verdrängt. Bei der ARD zeigt sich dieser Effekt in leichten Schwankungen der Sparten Sport und Information um ca. 1 Prozentpunkt. In den beiden starken Sportjahren 2004 und 2006 erreicht das Sportangebot höchste Werte, während das Informationsangebot auf rund 600 Minuten pro Tag sinkt. Ohne den Einfluss dieser internationalen Sportereignisse im Jahr 2005 beläuft sich das Informationsangebot dagegen auf 620 Minuten pro Tag. Programmstrukturell gesehen scheint jedoch dieser Effekt eher überschätzt zu werden. Denn auf das ganze Jahr bezogen verändert sich der Informationsanteil der ARD nur um gut einen Prozentpunkt: 2004 lag er bei 41,7 Prozent, 2005 bei 43,0 Prozent und 2006 bei 41,8 Prozent. Und auch beim ZDF macht dieser Effekt nur einen Prozentpunkt aus. Hier lag der Informationsanteil 2004 bei 48,4 Prozent, 2005 bei 48,8 Prozent und 2006 wiederum bei 47,8 Prozent. Der Informationsanteil in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen erweist sich somit als elastisch gegenüber planmäßigen temporären Großereignissen des Sports, jedoch langfristig als strukturell stabil.

Neben diesen periodischen Schwankungen zeichnen sich aber auch gerichtete Veränderungen in den Sparten ab. Lässt man die im Jahresvergleich bei ARD und ZDF nur gering besetzten Sparten Kinderprogramm, Sonstiges und Werbung unbeachtet und betrachtet die Entwicklung der übrigen Programmsparten, dann zeigt sich bei der ARD eine Tendenz zur Verringerung der nonfiktionalen Unterhaltungsangebote bei gleichzeitiger Ausweitung der fiktionalen Unterhaltungsangebote. Die nonfiktionale Unterhaltung nimmt von 8,2 Prozent 2004 auf 4,4 Prozent 2006 ab, während der Fictionanteil von 28,7 Prozent auf 34,7 Prozent steigt. Beim ZDF zeigen die Schwankungen in der Struktur des Unterhaltungsangebots nicht eine solch eindeutige Tendenz.

Bei RTL finden sich in einigen Sparten ebenfalls längerfristige Veränderungen, allerdings erscheinen sie in schwächerer Ausprägung. Auch hier sinkt das nonfiktionale Unterhaltungsangebot, und zwar von 20,6 Prozent 2004 auf 18,6 Prozent 2006. Umgekehrt steigen der Informationsanteil von 23,9 auf 25,6 Prozent und der Werbeanteil von 20,5 auf 21,0 Prozent.

Bei SAT.1 erklären sich die Veränderungen des Spartenprofils einerseits aus geringen programmlichen Umschichtungen und andererseits durch eine Änderung in der Codierung einiger so genannter Hybridformate. Zu den programmlichen Veränderungen gehört der geringe, aber kontinuierliche Anstieg des Informationsangebots, das von 16,8 Pro-

**Das Erste: Nonfiktionale Unterhaltung rückläufig**

**RTL ebenfalls mit weniger Unterhaltung**

**SAT.1 trotz leichter Steigerung mit geringstem Info-Anteil**

zent im Jahr 2004 auf 18,3 Prozent im Jahr 2006 erhöht wurde. Trotz dieses Anstiegs bleibt SAT.1 auch weiterhin der schwächste Informationsanbieter unter den Hauptprogrammen. Nahezu bedeutungslos sind hier die Sparten Sport und Kinderprogramm.

Ein codierbedingter Effekt wirkt sich bei SAT.1 im Jahr 2006 auf die Relation der beiden Unterhaltungssparten nonfiktionaler Unterhaltung und Fiction aus. Der Anteil an nonfiktionaler Unterhaltung sinkt von 31,7 Prozent 2005 auf 27,7 Prozent 2006. Umgekehrt steigt der Fictionanteil von 24,1 Prozent auf 27,3 Prozent im Jahr 2006. Dies wird wesentlich dadurch bewirkt, dass die Hybridformate mit den Titeln „K 11 – Kommissare im Einsatz“, „Niedrig und Kuhnt – Kommissare ermitteln“ und „Lenßen & Partner“ in dieser Programmanalyse nicht mehr wie in den Vorjahren und wie bei der AGF/GfK-Codierung auch im Jahr 2006 als Doku-Formate der nonfiktionalen Unterhaltung zugeordnet werden, sondern wegen ihres hohen Inszenierungsgehalts und ihrer seriellen Produktion (2) hier wie fiktionale Vorabendserien codiert werden. Damit verschiebt sich die Grenze zwischen nonfiktionaler und fiktionaler Unterhaltung, aber nicht die Grenze zwischen Unterhaltung und Information.

**Mehr Fiction,  
weniger Information  
bei ProSieben**

Bei ProSieben zeigen sich Strukturveränderungen am deutlichsten in den Sparten Information und Fiction. Der Informationsanteil sinkt von 29,9 Prozent im Jahr 2004 auf 25,7 Prozent im Jahr 2006. Umgekehrt steigt der Fictionanteil von 27,0 Prozent auf 32,1 Prozent.

Im Ganzen gesehen lässt sich also auf der Ebene des Spartenvergleichs festhalten, dass die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme trotz periodischer Schwankungen, die sich hauptsächlich aus den Sportereignissen erklären, den Umfang der Informationsangebote nahezu konstant halten. Vergleicht man damit die Angebotsentwicklung der privaten Hauptprogramme, ist bei RTL und SAT.1 ein geringer Zuwachs, dagegen bei ProSieben ein Rückgang des Informationsangebots zu verzeichnen. Die Veränderungen im Unterhaltungsangebot bestehen hauptsächlich im Austausch nonfiktionaler durch fiktionale Sendungen.

**Sendungsformen**

**Analyse anhand von  
14 Sendungsformen**

Beim Vergleich der Programmangebote auf der Ebene von Sendungsformen lassen sich die Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen differenzierter betrachten. Dazu werden die Sendungsformen nach folgenden Kategorien unterschieden: 1. Nachrichtensendungen (tagesaktuelle, thematisch heterogene Einzelbeiträge), 2. Magazine als moderierte Sendungen mit eigenständigen Beiträgen, einschließlich solcher mit Ratgeberfunktion, 3. berichtende Formen, die primär der Realitätsdarstellung dienen (Dokumentation, Bericht, Reportage, Porträt u.ä.), 4. dokumentarische Formen, die Realität mit dramaturgischer Inszenierung vermischen (Doku-Inszenierung, Doku-Soap), 5. Ereignisübertragung (senderexterne Ereignisse und Fremdveranstaltungen als Live- oder

zeitlich versetzte Übertragung), 6. Gesprächsformen (Diskussion, Talk, Ansprache), 7. unterhaltende Formen mit Spiel- und Wettbewerbscharakter sowie Publikumsbeteiligung (Quiz, Gameshow u.ä.), 8. unterhaltend-darbietende Formen mit künstlerisch-professionellem Hintergrund (Showauftritt, Konzert, Comedy, Sketch, Nummer u.ä.). Zu diesen nonfiktionalen Formen kommen als fiktionale Sendungsformen hinzu: 9. Spielfilm, 10. Fernsehfilm/Reihen/TV-Movie, 11. Fernsehserien und 12. Kurzfilm. Die übrigen Programmteile werden zusammengefasst als 13. sonstige Sendungsformen (Programmpräsentationen, Überleitungen, Zeitfüller, Zeitlücken sowie Gewinnzahlen und Nonprofit-Spots) und 14. Werbeformen (Werbeblöcke, Tele-shop und Sponsorwerbung).

Die öffentlich-rechtlichen Sender verwenden für klassische journalistische Formen der Berichterstattung und Meinungsbildung wesentlich mehr Sendezeit als die privaten Sender. Auf Nachrichten (9,3%), Magazine (24,8%) und Dokumentationen, Berichte, Reportagen (11,2%) entfallen im Jahr 2006 zusammengenommen bei der ARD 45 Prozent (vgl. Tabelle 2). Beim ZDF summieren sich Nachrichten (9,3%), Magazine (29,3%) und Dokumentationen, Berichte, Reportagen (11,6%) auf 50 Prozent des Gesamtprogramms.

Die Privatsender bieten die klassisch-journalistischen Sendungsformen in geringerem Umfang an. RTL kommt bei den Nachrichtensendungen (3,8%), Magazinen/Ratgebern (14,0%), Dokumentationen/Berichten/Reportagen (8,9%) zusammengenommen auf 27 Prozent des Gesamtprogramms. Bei SAT.1 beträgt das Angebot der Nachrichten (3,2%), Magazine/Ratgeber (13,3%) und Dokumentationen/Berichte/Reportagen (1,7%) zusammen 18 Prozent des Gesamtprogramms. ProSieben kommt mit einem sehr geringen Nachrichtenanteil (1,1%), dafür aber höherem Anteil bei Magazinen/Ratgebern (16,7%) und Dokumentationen/Berichten/Reportagen (8,1%) auf insgesamt 26 Prozent.

Im Unterschied zu ARD und ZDF bevorzugen die Privaten stärker solche Formate, in denen Dokumentarisches inszeniert und mit Fiktionalem vermischt wird. Damit erschließen sich mehr Möglichkeiten zu dramaturgischen Eingriffen, um das Darstellungspotenzial für Emotionalisierung und Spannung zu erweitern und die Sendungen zielgruppengenaue gestalten zu können. Dies zeigt sich besonders in den hohen Sendezeitanteilen, die RTL (9,8%) und SAT.1 (8,9%) für Doku-Inszenierungen und Doku-Soaps verwenden, während ARD und ZDF diesen Formen nur marginale Bedeutung beimessen. Auch die Talkformate sind bei den Privatsendern (SAT.1 6,4%; ProSieben 7,5%) stärker vertreten als bei den öffentlich-rechtlichen Sendern (ARD 2,5%; ZDF 4,8%). Dagegen haben die öffentlich-rechtlichen Sender mehr Ereignisübertragungen in ihren Programmen.

**Klassische journalistische Formen machen beim Ersten und ZDF fast die Hälfte des Programms aus**

**Mehr Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen bei Privaten**

② **Sendungsformen<sup>1)</sup> von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2006**

in Min./Tag und %

	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro Sieben	Gesamt
<b>in Min./Tag</b>						
Nachrichten <sup>2)</sup>	134	134	54	46	16	370
Magazin/Ratgeber	357	422	202	191	240	1427
Reportage/Dokumentation	162	167	128	25	117	599
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	7	7	141	128	20	304
Ereignisübertragung	70	68	20	2	5	165
Talk/Diskussion/Ansprache	36	69	49	92	108	353
Ratespiel/Quiz/Gameshow	20	17	15	100	49	202
Show/Darbietung	45	35	73	90	88	333
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	292	234	89	106	314	1035
Fernsehserie	252	232	286	289	182	1240
Sonstige redakt. Formen <sup>3)</sup>	10	3	3	2	1	19
Sonstiges <sup>4)</sup>	33	31	77	78	79	298
Werbung	22	20	303	290	221	856
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	7 200
<b>in %</b>						
Nachrichten <sup>2)</sup>	9,3	9,3	3,8	3,2	1,1	5,1
Magazin/Ratgeber	24,8	29,3	14,0	13,3	16,7	19,8
Reportage/Dokumentation	11,2	11,6	8,9	1,7	8,1	8,3
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,5	0,5	9,8	8,9	1,4	4,2
Ereignisübertragung	4,9	4,7	1,4	0,2	0,3	2,3
Talk/Diskussion/Ansprache	2,5	4,8	3,4	6,4	7,5	4,9
Ratespiel/Quiz/Gameshow	1,4	1,2	1,1	7,0	3,4	2,8
Show/Darbietung	3,2	2,4	5,1	6,3	6,1	4,6
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	20,3	16,3	6,2	7,4	21,8	14,4
Fernsehserie	17,5	16,1	19,9	20,1	12,6	17,2
Sonstige redakt. Formen <sup>3)</sup>	0,7	0,2	0,2	0,1	0,1	0,3
Sonstiges <sup>4)</sup>	2,3	2,2	5,3	5,4	5,5	4,1
Werbung	1,5	1,4	21,0	20,2	15,3	11,9
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Sparte Kinderprogramm aufgelöst.  
 2) Nachrichten einschließlich Kurznachrichten aus Frühstücksfernsehen.  
 3) Einschließlich Wetterinfo.  
 4) Trailer, Überleitungen, Restzeitfüller.  
 Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember, 5.00-5.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Private zeigen auch mehr konventionelle Unterhaltung und Serien**

Dass auch die konventionellen Formen der nonfiktionalen Unterhaltung bei den Privaten umfangreicher als bei den öffentlich-rechtlichen Sendern anzutreffen sind, ist schon deshalb naheliegend, weil dieser Programmbereich wesentlich zum Selbstverständnis kommerzieller Hauptprogramme gehört. Besonders SAT.1 bevorzugt mit Abstand vor allen anderen Sendern Ratespiel/Quiz/Gameshow (7%). Bei den Formaten der Kategorie Show/Darbietung liegen alle drei Privatsender vor den öffentlich-rechtlichen Sendern. Ebenso gibt es typische Unterschiede bei den fiktionalen Sendungsformen. Während ARD und ZDF ein annähernd ausgeglichenes Angebot an Spielfilm, Fernsehfilm, Reihe einerseits und Fernsehserien andererseits aufweisen, setzen RTL und SAT.1 vorrangig auf Fernsehserien.

**Sendungsformen der Sparten**

Im Folgenden geht es darum, genauer zu untersuchen, ob und wie sich die Hauptprogramme unterhalb der Spartenebene in den Sendungsformen unterscheiden und welche Sendungen dazu wesentlich beitragen.

Die Sparte Information wird bei allen Sendern hauptsächlich von den Formen Nachrichten, Magazin, Dokumentation/Bericht/Reportage geprägt, während Doku-Inszenierung und Doku-Soap, Ereignisübertragung, Talk/Diskussion/Ansprache und Wetterinfo hier nur einen geringen Stellenwert haben. Das Übergewicht der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme in Bezug auf Informationsangebote beruht in erster Linie darauf, dass ARD und ZDF in allen klassischen Formen der journalistischen Berichterstattung wesentlich mehr Sendungen als RTL, SAT.1 und ProSieben anbieten (vgl. Tabelle 3).

**Sendungsformen in der Sparte Information**

## ③ Sparten und Formen 2004 bis 2006

	Sendedauer in Min./Tag														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Information	601	620	602	697	702	689	344	363	369	242	255	263	431	399	371
Nachrichten <sup>1)</sup>	137	138	134	135	138	133	58	58	54	45	46	46	15	16	16
Magazin	300	301	298	380	385	385	209	202	200	182	186	191	305	281	235
Morgenmagazine/Frühstücksfernsehen <sup>2)</sup>	129	130	129	129	130	128	33	33	48	95	97	80	-	-	-
Boulevardmagazin	32	35	36	45	50	48	53	52	68	30	35	30	122	131	101
Andere Magazine/Ratgeber	139	135	134	208	206	209	123	118	84	57	54	80	184	150	134
Dokumentation/Bericht/Reportage	118	126	122	132	120	127	76	100	110	13	17	24	109	90	116
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	2	4	7	6	6	7	-	-	0	-	-	-	-	10	0
Ereignisübertragung	10	16	8	18	24	15	1	3	1	0	1	0	1	2	2
Talk/Diskussion/Ansprache	24	28	26	24	27	19	0	0	0	1	2	0	-	0	0
Wetterinfo	9	7	7	2	2	3	-	1	3	2	2	2	0	1	1
Sport	138	97	115	108	79	108	32	30	33	9	8	3	-	-	-
Sportberichterstattung	55	38	54	50	38	56	15	12	14	5	3	1	-	-	-
Übertragung	83	59	61	57	41	52	17	18	18	5	4	2	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	118	99	64	87	80	83	297	286	268	454	457	399	255	300	262
Journalistische Unterhaltungsformen	71	49	16	55	56	49	56	53	54	147	108	91	106	118	108
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	3	3	6	-	-	-	2	0	5	2	-	-	-	-	-
Talk/Gespräch	68	45	9	55	56	49	54	53	48	145	108	91	106	118	108
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0	0	-	7	0	-	161	177	141	188	199	128	57	76	20
Konventionelle Unterhaltungsformen	46	50	48	25	24	33	81	56	74	120	150	180	92	106	134
Quiz/Gameshow/Spiele	25	26	20	9	11	16	37	16	15	44	95	100	1	23	47
Show/Darbietungen/Übertragung	21	24	28	16	13	17	43	39	59	77	55	80	91	83	87
Musik	23	22	19	24	15	17	24	24	16	8	8	10	25	8	6
Show/Konzert	23	22	19	23	15	17	23	24	15	8	8	10	21	7	3
Sonstiges	-	-	-	0	-	-	1	-	0	-	-	-	5	2	2
Kinder-/Jugendprogramm	89	82	86	85	72	80	24	20	18	23	3	2	53	34	39
Nonfikt. Kindersendungen	45	43	40	35	25	25	-	-	-	-	0	0	1	2	6
Fiktionale Kindersendungen	44	39	45	50	47	54	24	20	18	23	2	1	52	32	33
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen/Kurzfilm	8	6	7	10	6	6	6	4	2	7	2	1	8	5	2
Fernsehserie	36	34	38	40	40	48	18	17	15	17	-	-	44	27	31
Fiction	414	464	499	385	440	412	355	342	357	332	347	394	389	413	462
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	253	271	284	197	219	228	71	85	87	111	103	105	278	293	311
Fernsehserie	161	192	213	188	221	184	285	257	271	221	243	289	111	120	151
Sonstiges	-	1	1	-	0	-	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Sonstige Sparten	36	34	34	36	33	32	76	78	77	72	68	78	76	77	79
Werbung	22	20	22	18	18	20	288	296	303	299	295	290	210	209	221
Werbblock/Sponsorspot	22	20	22	18	18	20	206	212	215	213	210	211	210	209	191
Teleshopping/Sonst. Werbeformen	-	-	-	-	-	-	82	84	88	86	86	80	0	0	30
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440

(Fortsetzung nächste Seite)

**Nachrichten:** Allein auf die über den gesamten Tag verteilten **Weitaus größeres Angebot der Öffentlich-rechtlichen** Nachrichten entfällt bei ARD/Das Erste etwa ein Zehntel der Gesamtsendezeit, dies ist ein Viertel des Informationsangebots. Die ZDF-Nachrichten machen ebenfalls rund ein Zehntel des Programms aus. RTL kommt auf rund 4 Prozent, SAT.1 auf 3 Prozent und ProSieben nur auf 1 Prozent. Rein quantitativ gesehen bieten die Öffentlich-rechtlichen fast das Zehnfache an Nachrichten wie ProSieben. Der Vorsprung von ARD und ZDF im Nachrichtenangebot kommt durch eine höhere An-

zahl an Nachrichtenausgaben pro Tag und durch das Gewicht der Nachrichtenmagazine in der Hauptsendezeit zustande. Zum Nachrichtenangebot der ARD tragen wesentlich die Ausgaben der „Tageschau“ und die beiden Nachrichtenmagazine „Tagesthemen“ und „Nachtmagazin“ bei. Im ZDF wird das Nachrichtenangebot entsprechend von den Ausgaben der Sendungen „heute“, „heute-journal“ und „heute nacht“ geprägt. Bei RTL entfällt die meiste

③ Sparten und Formen 2004 bis 2006 (Fortsetzung)

	Sendedauer in %														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Information	41,7	43,0	41,8	48,4	48,8	47,8	23,9	25,2	25,6	16,8	17,7	18,3	29,9	27,7	25,7
Nachrichten <sup>1)</sup>	9,5	9,6	9,3	9,4	9,6	9,2	4,0	4,0	3,8	3,1	3,2	3,2	1,0	1,1	1,1
Magazin	20,8	20,9	20,7	26,4	26,8	26,7	14,5	14,0	13,9	12,6	12,9	13,3	21,2	19,5	16,3
Morgenmagazine/Frühstücksfernsehen <sup>2)</sup>	8,9	9,0	8,9	8,9	9,0	8,9	2,3	2,3	3,3	6,6	6,7	5,6	-	-	-
Boulevardmagazin	2,2	2,5	2,5	3,0	3,4	3,3	3,7	3,6	4,7	2,1	2,4	2,1	8,4	9,1	7,0
Andere Magazine/Ratgeber	9,6	9,4	9,3	14,4	14,3	14,5	8,6	8,2	5,9	3,9	3,8	5,6	12,8	10,4	9,3
Dokumentation/Bericht/Reportage	8,2	8,7	8,5	9,2	8,5	8,8	5,3	6,9	7,6	0,9	1,2	1,6	7,6	6,2	8,0
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,2	0,2	0,5	0,4	0,4	0,5	-	-	0,0	-	-	-	-	0,7	0,0
Ereignisübertragung	0,7	1,1	0,6	1,3	1,7	1,1	0,1	0,2	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
Talk/Diskussion/Ansprache	1,7	2,0	1,8	1,7	1,9	1,3	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	-	0,0	0,0
Wetterinfo	0,6	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	-	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,0	0,0	0,1
Sport	9,6	6,8	8,0	7,5	5,5	7,5	2,2	2,1	2,3	0,6	0,5	0,2	-	-	-
Sportberichterstattung	3,8	2,6	3,7	3,5	2,6	3,9	1,1	0,9	1,0	0,3	0,2	0,1	-	-	-
Übertragung	5,8	4,1	4,2	4,0	2,9	3,6	1,2	1,2	1,3	0,3	0,3	0,1	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	8,2	6,9	4,4	6,1	5,6	5,7	20,6	19,9	18,6	31,5	31,7	27,7	17,7	20,8	18,2
Journalistische Unterhaltungsformen	4,9	3,4	1,1	3,8	3,9	3,4	3,9	3,7	3,7	10,2	7,5	6,3	7,4	8,2	7,5
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	0,2	0,2	0,4	-	-	-	0,1	0,0	0,4	0,1	-	-	-	-	-
Talk/Gespräch	4,7	3,2	0,6	3,8	3,9	3,4	3,7	3,7	3,3	10,1	7,5	6,3	7,4	8,2	7,5
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,0	0,0	-	0,5	0,0	-	11,2	12,3	9,8	13,0	13,8	8,9	4,0	5,3	1,4
Konventionelle Unterhaltungsformen	3,2	3,5	3,3	1,7	1,7	2,3	5,6	3,9	5,1	8,3	10,4	12,5	6,4	7,3	9,3
Quiz/Gameshow/Spiele	1,7	1,8	1,4	0,6	0,7	1,1	2,6	1,1	1,0	3,0	6,6	7,0	0,1	1,6	3,3
Show/Darbietungen/Übertragung	1,5	1,7	1,9	1,1	0,9	1,2	3,0	2,7	4,1	5,3	3,8	5,6	6,3	5,7	6,0
Musik	1,6	1,5	1,3	1,6	1,1	1,2	1,7	1,7	1,1	0,6	0,5	0,7	1,7	0,6	0,4
Show/Konzert	1,6	1,5	1,3	1,6	1,1	1,2	1,6	1,7	1,1	0,6	0,5	0,7	1,4	0,5	0,2
Sonstiges	-	-	-	0,0	-	-	0,1	-	0,0	-	-	-	0,3	0,1	0,1
Kinder-/Jugendprogramm	6,2	5,7	6,0	5,9	5,0	5,5	1,6	1,4	1,2	1,6	0,2	0,1	3,7	2,4	2,7
Nonfikt. Kindersendungen	3,1	3,0	2,8	2,4	1,7	1,8	-	-	-	-	0,0	0,0	0,1	0,1	0,4
Fiktionale Kindersendungen	3,0	2,7	3,2	3,5	3,2	3,8	1,6	1,4	1,2	1,6	0,2	0,1	3,6	2,2	2,3
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen/Kurzfilm	0,5	0,4	0,5	0,7	0,4	0,4	0,4	0,3	0,1	0,5	0,2	0,1	0,5	0,3	0,2
Fernsehserie	2,5	2,3	2,7	2,8	2,8	3,3	1,2	1,2	1,1	1,2	-	-	3,1	1,9	2,1
Fiction	28,7	32,2	34,7	26,7	30,5	28,6	24,7	23,8	24,8	23,1	24,1	27,3	27,0	28,7	32,1
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	17,6	18,8	19,7	13,7	15,2	15,8	4,9	5,9	6,0	7,7	7,2	7,3	19,3	20,3	21,6
Fernsehserie	11,2	13,4	14,8	13,1	15,3	12,8	19,8	17,9	18,8	15,4	16,9	20,1	7,7	8,3	10,5
Sonstiges	-	0,1	0,1	-	0,0	-	-	-	-	-	0,0	-	-	-	-
Sonstige Sparten	2,5	2,4	2,3	2,5	2,3	2,2	5,3	5,4	5,3	5,0	4,7	5,4	5,3	5,4	5,5
Werbung	1,5	1,4	1,5	1,3	1,3	1,4	20,0	20,5	21,0	20,8	20,5	20,2	14,6	14,5	15,3
Werbeblock/Sponsorspot	1,5	1,4	1,5	1,3	1,3	1,4	14,3	14,7	14,9	14,8	14,6	14,6	14,6	14,5	13,3
Teleshopping/Sonst.Werbeformen	-	-	-	-	-	-	5,7	5,9	6,1	6,0	6,0	5,5	0,0	0,0	2,1
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Einschließlich Nachrichten aus dem Frühstücksfernsehen.

2) Ohne Nachrichten.

Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Sendezeit für Nachrichten auf die Hauptnachrichten „RTL aktuell“ und „RTL aktuell – Weekend“ sowie auf das „RTL-Nachtjournal“, bei SAT.1 auf die Hauptnachrichtensendung „SAT.1 News“ und das Nachrichtenmagazin „SAT.1 News – Die Nacht“. Bei ProSieben kommt das Nachrichtenangebot hauptsächlich durch die Hauptnachrichten-

ausgabe „Newstime“ zustande, während die „ProSieben Spätnachrichten“ und weitere Kurznachrichten nur wenig dazu beitragen.

Am Umfang des Nachrichtenangebots hat sich in den letzten drei Jahren nichts nennenswert verändert. Die Nachrichten bilden in den Jahren 2004 bis 2006 bei allen Sendern ungeachtet ihres unterschiedlichen Gesamtumfangs somit eine stabile Größe im Informationsangebot und im Gesamtprogramm.

**Magazine bei allen Sendern mit größtem Anteil am Info-Angebot**

Die Magazine repräsentieren, bedingt durch Länge und Ausstrahlungshäufigkeit, bei allen Sendern den Hauptanteil des Informationsangebots. Bei der ARD entfallen auf diese Magazine 20,7 Prozent der Gesamtsendezeit, dies entspricht etwa der Hälfte des Informationsangebots. Beim ZDF machen die Magazine mit 26,7 Prozent des Gesamtsendevolumens sogar mehr als die Hälfte des Informationsangebots aus. Dazu tragen wesentlich die gemeinsam ausgestrahlten Morgen- und Mittagsmagazine von ARD und ZDF, ferner die werktäglichen Ratgeber- und Servicemagazine im Vormittags- bzw. Tagesprogramm sowie die Boulevardmagazine am Vorabend, aber ebenso die wöchentlich und mehrwöchentlich ausgestrahlten Politik-, Kultur-, Wissens- und Lifestylemagazine im Haupt- und Spätabendprogramm bei. Demgegenüber hat das Magazinangebot der Privatsender einen geringeren Umfang und auch eine geringere Vielfalt an Sendetiteln. Bei RTL entfallen in der Sparte Information auf Magazine 13,9 Prozent, bei SAT.1 13,3 Prozent, etwas höher liegt der Anteil bei ProSieben mit 16,3 Prozent. Betrachtet man die Entwicklung im Verlauf der letzten drei Jahre, hat sich das Magazinangebot in der Sparte Information weder bei ARD und ZDF noch bei RTL und SAT.1 nennenswert verändert. Lediglich ProSieben hat seinen hohen Anteil von 21,2 Prozent im Jahr 2004 schrittweise auf 16,3 Prozent im Jahr 2006 reduziert, was sich bereits im Spartenprofil von ProSieben gezeigt hat.

**Mix der Magazinarten beim Ersten und ZDF stabil**

Differenziert man zwischen Morgenmagazin/Frühstücksfernsehen, Boulevardmagazin und anderen Magazinen einschließlich Ratgeber und vergleicht, worauf die Sender ihren Schwerpunkt legen, kommen weitere Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Informationsangeboten zum Vorschein. Die werktäglich ausgestrahlten Morgenmagazine erreichen bei ARD und ZDF mit 8,9 Prozent etwa den gleichen Umfang wie die Nachrichtenangebote. Die anderen Magazine und Ratgeber kommen bei der ARD auf 9,3 Prozent und beim ZDF auf 14,5 Prozent. Bei der ARD gehören hierzu die auf verschiedene Wochentage verteilten Politikmagazine mit Schwerpunkt im Hauptabendprogramm („Bericht aus Berlin“, „Fakt“, „Kontraste“, „Monitor“, „Panorama“, „Report Mainz“, „Report München“, „Weltspiegel“, „Europamagazin“) und das Wirtschaftsmagazin „Plusminus“, ferner die Kulturmagazine „Kulturreport“, „Kulturweltspiegel“, „Titel, Thesen, Temperamente“ und „Druckfrisch“ am Spätabend sowie das Wissensmagazin „W wie Wissen“ und das Lifestylemagazin „Polylux“. Dazu kommen das Serviceangebot der werktäglich ausgestrahlten Sendung „ARD-Buffer“ zur Mittagszeit und das traditionelle Angebot an „ARD-Ratgeber“-Magazinen zu diversen Sachbereichen (Auto/Verkehr, Bauen/Wohnen, Geld, Gesundheit, Heim/Garten, Recht, Reise, Technik) im Nachmittagsprogramm am Wochenende. Beim ZDF sind es die Politikmagazine „Berlin direkt“, „Frontal 21“ und „auslandsjournal“, ferner die überwiegend mit gesellschaftlich relevanten Themen befassten „ZDFreporter“, „ZDFumwelt“, „blickpunkt“, „Län-

derspiegel“ und „dreh Scheibe Deutschland“, ebenso „ML Mona Lisa“, die Wissensmagazine „Abenteuer Wissen“, „Joachim Bublath“ sowie das wöchentliche Kulturmagazin „Aspekte“ am Spätabend. Dazu kommt als Ratgebermagazin die werktägliche Servicesendung „Volle Kanne – Service täglich“.

Den geringsten Anteil unter den Magazinen der öffentlich-rechtlichen Sender haben die Boulevardmagazine mit 2 bis 3 Prozent, und zwar „Brisant“ bei der ARD sowie „hallo Deutschland“ und „Leute heute“ beim ZDF im Vorabendprogramm. In den letzten drei Jahren haben sich die quantitativen Relationen der Magazinarten des öffentlich-rechtlichen Angebots nicht nennenswert geändert. Im Gesamtumfang und in der thematischen Vielfalt des Magazinangebots lässt sich daher ein weiterer Stabilitätsfaktor der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme sehen.

Bei den Privatsendern haben die Morgenmagazine und Boulevardmagazine leicht zugenommen, während der Anteil anderer Magazine/Ratgeber etwas zurückgegangen ist. RTL wendet für seine Morgenmagazine „Punkt 6“, „Punkt 7“ und „Punkt 9“ 3,3 Prozent der Gesamtsendezeit auf. Etwas mehr an Sendezeit erhalten die Boulevardmagazine „Explosiv“ und „Exklusiv“ einschließlich Extra-Ausgaben mit 4,7 Prozent. Den höchsten Anteil haben die anderen Magazine und Ratgeber mit 5,9 Prozent. Hierzu gehören werktäglich „Punkt 12“ als Servicemagazin am Mittag, „Guten Abend RTL“ am Vorabend sowie die wöchentlich im Abendprogramm ausgestrahlten Sendungen „Extra – Das RTL-Magazin“, „Stern TV“, das Politikmagazin „Spiegel TV-Magazin“ sowie die Kulturmagazine „10 vor 11“ und „Prime Time – Spätausgabe“.

Bei SAT.1 tragen Frühstücksfernsehen und andere Magazine/Ratgeber mit je etwa 6 Prozent der Gesamtsendezeit am meisten zum Magazinangebot bei. Das Boulevardmagazin „Blitz“ kommt nur auf 2,1 Prozent. Die anderen Magazine und Ratgeber lagen 2004 bei 3,9 Prozent und 2006 bei 5,6 Prozent und verzeichnen somit einen leichten Zuwachs. Dazu gehören „SAT.1 am Mittag“, „SAT.1 am Abend“, „Das SAT.1-Automagazin“, ferner im Abendprogramm „Akte 2006“, das Wissensmagazin „Planetopia“ und das Kulturmagazin „News & Stories“.

ProSieben sendet kein typisches Frühstücksfernsehen, hier besteht das Magazinangebot aus Boulevardmagazinen (7,0%) und diversen anderen Magazinen und Ratgebern (9,3%). Die Boulevardmagazine sind in den drei letzten Jahren geringfügig, die anderen Magazine von 12,8 Prozent auf 9,3 Prozent zurückgegangen. Bei ProSieben wird das Magazinangebot am stärksten vom Wissensmagazin „Galileo“, dem Boulevardmagazin „Taff“ und dem boulevardnahen „SAM“, ferner dem Lifestylemagazin „Avenzio – Schöner leben!“ sowie von „Focus TV“ als Gesellschaftsmagazin und von „Wunderwelt Wissen“ geprägt.

**Magazinangebote der Privatsender**



**Monothematische Sendungen: Dokumentation, Bericht, Reportage**

Ein beachtliches Gewicht in der Sparte Information kommt auch der Sendungsform Dokumentation/Bericht/Reportage zu. Der Anteil dieser monothematischen Formate macht bei ARD, ZDF, RTL und ProSieben 8 bis 9 Prozent der Gesamtsendezeit aus und trägt zum Informationsangebot der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme etwa soviel bei wie die Nachrichtensendungen. Auch hier zeigen die Verweise auf die wichtigsten Sendungen, welche Rolle die Sender diesen Formaten bei der Informationsvermittlung geben.

Bei der ARD kommen Dokumentationen, Reportagen, Berichte und Features als Reihen und Einzelsendungen vor. Sie behandeln ein breites Spektrum an politischen und diversen anderen Themen. Zu dieser Kategorie von Sendungen tragen wesentlich die Ausgaben des „ARD-Brennpunkts“, ferner die Reihen „ARD-exklusiv“, „Bilderbuch Deutschland“, „Weltreisen“ und verschiedene Tiersendungen bei. Beim ZDF gehören hierzu neben den aktuellen Ausgaben von „ZDF spezial“ und zahlreichen Einzelsendungen die zeitgeschichtliche Reihe „Vor 30 Jahren“, ferner die Reihen „ZDF Expedition“, „ZDFreportage“, „37 Grad“ und „Wunderbare Welt“ sowie Alltagsreportagen und Tiersendungen am Nachmittag.

RTL bestreitet sein Angebot an Dokumentationen und Reportagen hauptsächlich mit den Reihen „Die große Reportage“, „Einsatz in vier Wänden“, „Unsere erste gemeinsame Wohnung“, „Unser neues Zuhause“, „Mein Baby“ und „Die SuperNanny“. Bei SAT.1 werden diese Formate nur in geringem Umfang angeboten, 2004 betrug ihr Anteil 0,9 Prozent, 2006 sind es 1,6 Prozent. Der vergleichsweise geringe Umfang an Dokumentationen/Berichten/Reportagen besteht größtenteils aus Sendungen der Reihen „24 Stunden“ und „Das Making of“, mit geringeren Anteilen kommen hinzu „Focus TV-Reportage“, „Spiegel TV-Reportage“ sowie „Unser neues Leben“ und „Hilfe! Zu Hause sind die Teufel los“. Unter den Dokumentationen/Reportagen bei ProSieben entfällt die meiste Sendezeit auf die Reihen „We are Family! So lebt Deutschland“, „Do It Yourself - S.O.S.“, „Frank - der Weddingplaner“, „ProSieben Reportage“ und „Lebe dein Leben! - Life-Coaching mit Detlef D! Soost“.

**Andere Sendungsformen mit nur geringen Anteilen am Info-Angebot**

Im Vergleich zu den drei dominierenden Sendungsformen - Nachrichten, Magazine und Dokumentationen - haben die übrigen Formen für das Informationsangebot nur eine geringe Bedeutung. In den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen überschreitet der jeweilige Anteil von Doku-Inszenierung/Doku-Soap, Ereignisübertragung, Talk/Diskussion/Ansprache und Wetterinfo im Jahr 2006 nicht die 2-Prozent-Marke, bei den Privatsendern werden 0,5-Prozent nicht überschritten. (3)

**Beispiele für Ereignisübertragungen im Informationsbereich**

Sendungsbeispiele für Ereignisübertragungen der ARD in der Sparte Information sind im Jahr 2006 unter anderem „Bundestag live“, „Der Papst in

Bayern“, evangelische und katholische Gottesdienste. Der Kategorie Doku-Inszenierungen sind unter anderem historische und zeitgeschichtliche Sendungen wie „Die großen Schlachten“ oder „Hitler - eine Karriere“ zugeordnet. Als Beispiele für Talk/Diskussion/Ansprache lassen sich die Sendungen „Presseclub“, „Sabine Christiansen“, „Menschen bei Maischberger“ und „Das Wort zum Sonntag“ anführen.

Ähnlich wie bei der ARD gehen auch im ZDF die Übertragungen in der Sparte Information meist auf politische oder kirchliche Anlässe zurück. Dazu gehören Ausgaben der Sendung „Heute im Parlament“, Wahlereignisse sowie evangelische und katholische Gottesdienste, ferner im Jahr 2006 der Papstbesuch in Bayern. Maßgeblichen Anteil an den Gesprächsformen haben beim ZDF „Berlin Mitte“ und „nachtstudio“.

In der Sparte Sport lassen sich pauschal Formen der Berichterstattung und Übertragungen von Sportdarbietungen unterscheiden. ARD und ZDF als führende Sportanbieter unter den Hauptprogrammen sind sowohl mit Berichten als auch mit Übertragungen stärker vertreten als die Privatsender. Bei der ARD überwiegen die Übertragungen von Sportdarbietungen, beim ZDF überwiegt geringfügig die Berichterstattung. Die Sportberichterstattung wird bei der ARD zu einem wesentlichen Teil in den Ausgaben der „Sportschau“ vermittelt. Dem entspricht im ZDF „das aktuelle sportstudio“. Die Sportreportagen und die Sportübertragungen verteilen sich auf ein breites Spektrum an Sportdisziplinen, unter denen bei ARD und ZDF im Jahr der Fußball-WM in Deutschland der Fußball noch stärker als Olympia und andere Sportarten die Angebotsformen mitbestimmte. Im deutlich geringeren Sportangebot bei RTL überwiegen die Übertragungen mit Schwerpunkt „Formel 1“. Bei SAT.1 erübrigt sich eine nähere Betrachtung wegen des geringen Sportangebots.

Das nonfiktionale Unterhaltungsangebot gilt als Domäne der Privatsender. Im Wesentlichen bestimmen drei Kategorien von Sendungsformen - journalistische Unterhaltungsformen (Bericht/Talk), Doku-Inszenierung/Doku-Soap und konventionelle Unterhaltungsformen (Show/Darbietung) - das Angebot an nonfiktionaler Unterhaltung. Auf die journalistischen Unterhaltungsformen entfällt bei SAT.1 und ProSieben mit 6,3 bzw. 7,5 Prozent etwa doppelt soviel Sendezeit wie bei RTL und ZDF, während es bei der ARD nur 1,1 Prozent sind. Dass der Anteil journalistischer Unterhaltungsformen beim ZDF höher ausfällt als bei der ARD, ist auf die werktäglich ausgestrahlte Talkshow „Johannes B. Kerner“ am Spätabend zurückzuführen, der bei der ARD mit „Beckmann“ nur eine wöchentliche Late-Talkshow gegenübersteht.

Ein Großteil der journalistischen Unterhaltungsformen bei den Privatsendern besteht aus den werktäglichen Talkshows im Tagesprogramm, die bei SAT.1 und ProSieben häufiger als bei allen anderen Sendern vertreten sind. RTL sendet in diesem Format nur noch „Die Oliver Geissen Show“.

**Sendungsformen im Sport**

**Nonfiktionale Unterhaltung: Drei Sendungsformen**

Bei SAT.1 werden diesen nonfiktionalen Unterhaltungsformen die Sendungen „Britt – Der Talk um Eins“ und „Zwei bei Kallwass“ und bei ProSieben „Das Geständnis – heute sage ich alles“ zugerechnet.

Formate der Kategorie Doku-Inszenierung/Doku-Soap werden bei RTL und SAT.1 mit einem Anteil von rund 10 bzw. 9 Prozent der Gesamtsendezeit angeboten, während sie bei ProSieben nur mit 1,4 Prozent vertreten sind und bei ARD und ZDF in dieser Form gar nicht vorkommen. Dieser Kategorie sind die inszenierten Gerichtsshow zugeordnet, bei RTL „Das Familiengericht“, „Das Jugendgericht“, „Das Strafgericht“ und bei SAT.1 „Richter Alexander Hold“ und „Richterin Barbara Salesch“.

**SAT.1 und ProSieben mit höchstem Anteil an konventionellen Unterhaltungsformen**

Auch bei den konventionellen Unterhaltungsformaten liegen SAT.1 (12,5%) und ProSieben (9,3%) im Jahr 2006 vor allen übrigen Sendern. Bei RTL machen diese Angebote nur 5,1 Prozent der Gesamtsendezeit aus, noch geringer sind die Anteile bei ARD (3,3%) und ZDF (2,3%). Zu den tragenden Kategorien konventioneller Unterhaltung gehören weiterhin Quiz, Gameshow und Ratespiele. Für die ARD ist in diesem Bereich die Sendung „Das Quiz mit Jörg Pilawa“, für das ZDF „Sudoku – Das Quiz“ anzuführen, bei RTL weiterhin „Wer wird Millionär?“. Auf Quiz/Gameshow/Spiele entfallen bei SAT.1 7,0 Prozent an Sendezeit, wesentlichen Anteil daran hat die Sendung „Quiznight“, ferner „Genial daneben – Die Comedy Arena“. Bei ProSieben steht hierfür der Titel „ProSieben Night-Loft“. Über die drei letzten Jahre gesehen hat der Anteil der Kategorie Quiz/Gameshow/Spiele bei SAT.1 und ProSieben zugenommen.

Einen wesentlichen Anteil am konventionellen Unterhaltungsangebot haben nach wie vor diverse Formen der Shows und Nummernprogramme. Hier findet man unter anderem die zahlreichen Superlativ-Formate, so etwa bei RTL „Upps – Die Superpannenshow“, „Deutschland sucht den Superstar“, „Die 10 peinlichsten Fehltritte“, bei SAT.1 „Die dreisten Drei“, „Mensch Markus“, „Sechserpack“, bei ProSieben „TV Total“, „Germany's Next Topmodel“, „Die 100 nervigsten Deutschen 2006“. Bei der ARD wird diesem Unterhaltungsbereich unter anderem „Verstehen Sie Spaß?“, aber ebenso die „Harald Schmidt“-Show und im ZDF „Der ZDF-Fernsehgarten“ zugerechnet. Diese Sendungen deuten an, wie breit das qualitative Spektrum der nonfiktionalen Unterhaltung ist.

**Bei allen Sendern nur geringer Anteil an Musiksendungen**

Der geringe Anteil an Musiksendungen besteht fast ausschließlich aus Musikshows und Konzerten. Unter den Musikshows spielen bei der ARD die Sendungen „Immer wieder sonntags“, „Musikantenstadl“ und verschiedene Feste der Volksmusik eine herausgehobene Rolle. Dem entspricht beim ZDF „Willkommen bei Carmen Nebel“. Darüber hinaus gibt es diverse Ausgaben der „ZDF-Kultnacht“ zu Pop und Rock. Die Konzerte in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen umfassen sowohl klassische als auch populäre Musiksendungen. Bei RTL findet man weiterhin „Top of the Pops“ und „Die ultimative Chart Show“.

Das hauptsächlich von ARD und ZDF angebotene Kinderprogramm besteht aus nonfiktionalen und fiktionalen Sendungen. Nonfiktionalen Kindersendungen werden fast nur noch von ARD und ZDF angeboten. Die Privatsender bevorzugen fiktionale Kindersendungen und dabei hauptsächlich Serien.

Beim Fictionangebot zeigt sich, dass ARD und ZDF Spielfilmen, Fernsehfilmen und Reihen den Vorzug vor Serien geben, während RTL und SAT.1 das Schwergewicht auf Serien legen. ProSieben bleibt auch im Jahr 2006 knapp vor der ARD größter Spielfilmanbieter (21,6%), auf Serien entfällt nur halb soviel Sendezeit (10,5%).

Die von den fünf Sendern ausgestrahlte Werbung hat ihren Schwerpunkt bei den konventionellen Werbespots in Blockform. Zusammen mit geringen Anteilen an Sponsorsspots liegt ihr Anteil am Gesamtprogramm bei RTL (14,9%) und SAT.1 (14,6%) etwas höher als bei ProSieben (13,3%). Bei ARD und ZDF sind es 1,5 bzw. 1,4 Prozent. Auf Teleshopping und sonstige Werbeformen entfallen bei RTL 6,1 und bei SAT.1 5,5 Prozent. Auch ProSieben hat diesen Formen in geringerem Umfang (2,1%) im Jahr 2006 erstmals Sendezeit eingeräumt. Vergleicht man die Entwicklung der Werbeformen in den vergangenen Jahren, ist bei RTL in den Werbespots wie auch im Teleshopping ein leichter Anstieg zu erkennen, während die Werte bei SAT.1 minimal rückläufig sind. Bei ProSieben wird der etwas geringere Werbespotanteil im Jahr 2006 durch Teleshopping mehr als ausgeglichen.

**Inhaltliche Schwerpunkte der Programmsparten**

Ähnlich wie nach Sendungsformen lassen sich die Programmsparten auch nach inhaltlichen Schwerpunkten differenzierter darstellen. Dazu werden die nonfiktionalen Sendungen (ohne Sport) nach Inhaltskategorien und die Fictionsendungen nach Genrekategorien gruppiert. Auch wenn dies auf Sendungsebene mit Einbußen an Trennschärfe verbunden ist und vielfach nur Annäherungen möglich sind, zeigen sich hierbei strukturelle Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen, die auf der Ebene der Sendungsformen allein nicht sichtbar werden. Das Nonfictionangebot wird nach fünf Inhaltskategorien aufgeschlüsselt, nämlich 1. Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte, 2. Kultur/Wissenschaft/Religion, 3. Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe, 4. Alltag/Soziales/Freizeit/zwischenmenschliche Beziehungen und 5. Mischform diverser Themen.

Diese Aufschlüsselung führt zu dem Befund, dass das öffentlich-rechtliche Informationsangebot seinen inhaltlichen Schwerpunkt in den Themen zu Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte hat. Auf diesen Themenkomplex entfallen bei der ARD 17,0 Prozent und beim ZDF 17,6 Prozent der Gesamtsendezeit (vgl. Tabelle 4). Diese politisch und gesellschaftlich relevanten Informationsange-

**Nonfiktionalen Kindersendungen fast nur bei ARD und ZDF**

**Fiction: Mehr Filme bei ARD/ZDF und ProSieben, mehr Serien bei RTL und SAT.1**

**Werbeformen**

**Analyse nach fünf Inhaltskategorien**

**Erhebliche Unterschiede im Themenfeld Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte zwischen ö.-r. und privaten Sendern**

④ Sparten und Inhalte 2004 bis 2006

	Sendedauer in Min./Tag														
	ARD			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Information	601	620	602	697	702	689	344	363	369	242	255	263	431	399	371
Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte	264	275	245	276	277	253	105	104	96	48	50	50	25	26	21
Kultur/Wissenschaft/Religion	96	103	106	125	120	124	10	20	9	18	20	20	69	72	98
Alltag/Soziales/Freizeit/menschl.Beziehungen	65	51	60	96	96	101	100	103	121	6	3	4	97	74	97
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	4	5	6	4	5	5	2	7	5	0	1	0	-	2	1
Diverse Themen*	173	178	178	197	202	203	128	129	134	169	178	187	240	224	153
Wetter**	-	7	7	-	2	3	-	1	3	-	2	2	-	1	0
Sport	138	97	115	108	79	108	32	30	33	9	8	3	-	-	-
Sportberichterstattung	55	38	54	50	38	56	15	12	14	5	3	1	-	-	-
Übertragung	83	59	61	57	41	52	17	18	18	5	4	2	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	118	99	64	87	80	83	297	286	268	454	457	399	255	300	262
Politik/Wirtschaft/Gesell./Zeitgeschichte	2	2	2	0	-	0	1	3	-	0	-	-	1	-	-
Kultur/Wissenschaft/Religion	10	8	10	4	4	6	5	2	7	4	4	3	5	3	12
Alltag/Soziales/Freizeit/menschl.Beziehungen	17	19	18	20	14	12	43	39	48	130	110	123	147	156	84
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	-	-	-	6	0	-	155	175	142	182	197	128	-	-	-
Diverse Themen*	88	70	33	56	62	65	92	68	72	138	146	145	103	140	167
Musik	23	22	19	24	15	17	24	24	16	8	8	10	25	8	6
Pop/Rock/Schlager	8	8	7	16	9	11	24	24	16	8	8	10	25	8	6
Volksmusik	14	14	11	5	4	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	1	1	1	3	3	4	-	-	-	-	-	0	-	-	-
Kinderprogramm	89	82	86	85	72	80	24	20	18	23	3	2	53	34	39
Nonfiktionale Kindersendungen	45	43	40	35	25	25	-	-	-	-	0	0	1	2	6
Fiktionale Kindersendungen	44	39	45	50	47	54	24	20	18	23	2	1	52	32	33
Kinderfilme/Serien	11	2	10	16	10	14	8	7	7	4	1	0	6	3	1
Zeichentrick/Puppentrick	33	37	35	34	36	40	16	13	11	19	2	1	46	29	32
Fiction	414	464	499	385	440	412	355	342	357	332	347	394	389	413	462
Spannung	110	116	138	159	173	171	107	101	126	157	124	177	177	184	188
Unterhaltung	284	324	345	213	250	229	239	233	225	169	216	210	199	222	266
Anspruch	19	24	16	14	17	11	3	3	0	4	4	3	2	2	2
Animation	1	-	0	-	-	1	7	6	6	2	3	3	11	4	6
Sonstiges	36	34	34	36	33	32	76	78	77	72	68	78	76	77	79
Werbung	22	20	22	18	18	20	288	296	303	299	295	290	210	209	221
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440

(Fortsetzung nächste Seite)

bote kommen durch Nachrichten, Politik- und Wirtschaftsmagazine, monothematische Berichte, Reportagen und Porträts, zeitgeschichtliche Dokumentationen und Sondersendungen zustande, deren Themen überwiegend als politik- und gesellschaftsnah zu betrachten sind, weil sie sich mit öffentlichen Angelegenheiten von allgemeinem Interesse befassen. Die Privatsender haben solche Angebote nicht im gleichen Umfang zu erbringen, daher ist ihr Defizit hier systembedingt. Bei RTL entfallen auf Sendungen in diesem Themenbereich 6,7 Prozent der Sendedauer. Als weitgehend entpolitisiert sind die Informationsangebote von SAT.1 und ProSieben einzustufen. SAT.1 kommt bei Hinzurechnung der Nachrichten im Frühstücksfernsehen auf einen Politikanteil i.w.S. (Politik, Wirt-

schaft, Gesellschaft, Justiz, Zeitgeschichte) von 3,5 Prozent, ProSieben nur auf 1,4 Prozent.

Zur Domäne öffentlich-rechtlicher Sender gehören ebenfalls die Sendungen zu den Themen Kultur, Wissenschaft und Religion. Diese Angebote sind zwar im Umfang deutlich geringer als die politiknahen Angebote, auch sie erreichen aber bei ARD/Das Erste (7,4%) und ZDF (8,6%) wesentlich höhere Anteile als bei RTL (0,7%) und SAT.1 (1,4%). Lediglich ProSieben (6,8%) kommt in die Nähe der Werte von ARD und ZDF.

Geringer sind dagegen die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern in den Themenbereichen, die weder als politiknah noch als kulturnah gelten. Dies ist zum einen das breite Themenfeld Alltag/Soziales/Freizeit/zwischenmenschliche Beziehungen, das in monothemati-

**Themenfeld Kultur/Wissenschaft/Religion**

**Alltag/Soziales/Freizeit/zwischenmenschliche Beziehungen**

## ④ Sparten und Inhalte 2004 bis 2006 (Fortsetzung)

	Sendedauer in %														
	ARD			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Information	41,7	43,0	41,8	48,4	48,8	47,8	23,9	25,2	25,6	16,8	17,7	18,3	29,9	27,7	25,7
Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte	18,3	19,1	17,0	19,2	19,3	17,6	7,3	7,2	6,7	3,3	3,5	3,5	1,7	1,8	1,4
Kultur/Wissenschaft/Religion	6,7	7,2	7,4	8,7	8,3	8,6	0,7	1,4	0,7	1,2	1,4	1,4	4,8	5,0	6,8
Alltag/Soziales/Freizeit/menschl.Beziehungen	4,5	3,5	4,2	6,7	6,6	7,0	6,9	7,1	8,4	0,4	0,2	0,3	6,7	5,1	6,7
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,1	0,5	0,4	0,0	0,1	0,0	-	0,1	0,1
Diverse Themen*	12,0	12,4	12,3	13,7	14,0	14,1	8,9	8,9	9,3	11,8	12,3	13,0	16,6	15,6	10,6
Wetter**	-	0,5	0,5	-	0,2	0,2	-	0,1	0,2	-	0,2	0,1	-	0,0	0,0
Sport	9,6	6,8	8,0	7,5	5,5	7,5	2,2	2,1	2,3	0,6	0,5	0,2	-	-	-
Sportberichterstattung	3,8	2,6	3,7	3,5	2,6	3,9	1,1	0,9	1,0	0,3	0,2	0,1	-	-	-
Übertragung	5,8	4,1	4,2	4,0	2,9	3,6	1,2	1,2	1,3	0,3	0,3	0,1	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	8,2	6,9	4,4	6,1	5,6	5,7	20,6	19,9	18,6	31,5	31,7	27,7	17,7	20,8	18,2
Politik/Wirtschaft/Gesell./Zeitgeschichte	0,1	0,1	0,1	0,0	-	0,0	0,1	0,2	-	0,0	-	-	0,0	-	-
Kultur/Wissenschaft/Religion	0,7	0,6	0,7	0,3	0,3	0,4	0,3	0,2	0,5	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,8
Alltag/Soziales/Freizeit/menschl.Beziehungen	1,2	1,4	1,2	1,4	1,0	0,8	3,0	2,7	3,3	9,0	7,7	8,5	10,2	10,9	5,8
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	-	-	-	0,4	0,0	-	10,8	12,1	9,9	12,6	13,7	8,9	-	-	-
Diverse Themen*	6,1	4,9	2,3	3,9	4,3	4,5	6,4	4,7	5,0	9,6	10,1	10,1	7,2	9,7	11,6
Musik	1,6	1,5	1,3	1,6	1,1	1,2	1,7	1,7	1,1	0,6	0,5	0,7	1,7	0,6	0,4
Pop/Rock/Schlager	0,5	0,5	0,5	1,1	0,6	0,8	1,7	1,7	1,1	0,6	0,5	0,7	1,7	0,6	0,4
Volksmusik	1,0	1,0	0,8	0,4	0,3	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	0,1	0,0	0,1	0,2	0,2	0,2	-	-	-	-	-	0,0	-	-	-
Kinderprogramm	6,2	5,7	6,0	5,9	5,0	5,5	1,6	1,4	1,2	1,6	0,2	0,1	3,7	2,4	2,7
Nonfiktionale Kindersendungen	3,1	3,0	2,8	2,4	1,7	1,8	-	-	-	-	0,0	0,0	0,1	0,1	0,4
Fiktionale Kindersendungen	3,0	2,7	3,2	3,5	3,2	3,8	1,6	1,4	1,2	1,6	0,2	0,1	3,6	2,2	2,3
Kinderfilme/Serien	0,8	0,2	0,7	1,1	0,7	1,0	0,5	0,5	0,5	0,3	0,0	0,0	0,4	0,2	0,1
Zeichentrick/Puppentrick	2,3	2,6	2,4	2,4	2,5	2,8	1,1	0,9	0,8	1,3	0,1	0,1	3,2	2,0	2,2
Fiction	28,7	32,2	34,7	26,7	30,5	28,6	24,7	23,8	24,8	23,1	24,1	27,3	27,0	28,7	32,1
Spannung	7,6	8,1	9,6	11,0	12,0	11,9	7,4	7,0	8,8	10,9	8,6	12,3	12,3	12,8	13,1
Unterhaltung	19,7	22,5	24,0	14,8	17,4	15,9	16,6	16,2	15,6	11,7	15,0	14,6	13,8	15,4	18,5
Anspruch	1,3	1,6	1,1	0,9	1,2	0,7	0,2	0,2	0,0	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Animation	0,1	-	0,0	-	-	0,1	0,5	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2	0,8	0,3	0,4
Sonstiges	2,5	2,4	2,3	2,5	2,3	2,2	5,3	5,4	5,3	5,0	4,7	5,4	5,3	5,4	5,5
Werbung	1,5	1,4	1,5	1,3	1,3	1,4	20,0	20,5	21,0	20,8	20,5	20,2	14,6	14,5	15,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* stark geprägt von Frühstückfernsehen und Boulevardmagazinen.

\*\* 2004 nicht als Inhalt codiert.

Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

schen Sendungen bei ZDF, RTL und ProSieben ähnliche Sendezeitanteile aufweist, beim Ersten geringer ausfällt und bei SAT.1 kaum nennenswert zu Buche schlägt.

Umfangreich sind in allen Hauptprogrammen die Sendungen mit diversen Themen. Sie machen bei der ARD 12,3 Prozent, beim ZDF 14,1 Prozent, bei SAT.1 14,0 Prozent aus; bei RTL sind es 9,3 und bei ProSieben 10,6 Prozent. Hierbei handelt es sich hauptsächlich um die Morgenmagazine bzw. das Frühstückfernsehen sowie die Boulevardmagazine. (4)

#### Inhaltliche Unterschiede in der Unterhaltung

In der Sparte nonfiktionale Unterhaltung werden die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen zum einen bei alltags-

nahen Themen und bei Themen der Verletzung gesellschaftlicher Normen sichtbar. Für Themen der Kategorie Alltag/Soziales/Freizeit/zwischenmenschliche Beziehungen wenden SAT.1 (8,5%) und ProSieben (5,8%) mehr Sendezeit auf als RTL (3,3%), während ARD und ZDF nur auf jeweils rund 1 Prozent kommen. Auf Themen der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe entfällt bei RTL (9,9%) und SAT.1 (8,9%) fast ein Zehntel ihrer jeweiligen Gesamtsendezeit. Diese Themenkomplexe kommen in erster Linie aus Daily-Talkshows und Gerichtsschows im Tagesprogramm. Soweit es sich nicht um monothematische Sendungen handelt, wird das übrige nonfiktionale Unterhaltungs-

⑤ Produktionsländer der Fictionangebote 2004 bis 2006 (ohne Kinderprogramm)

	ARD			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
<b>in Min./Tag</b>															
Deutschland/Deutschl. u. andere Länder	250	307	334	225	268	248	184	170	177	174	214	257	33	33	55
Europäische Länder	54	46	48	49	59	54	8	4	2	5	7	5	13	12	7
USA	94	99	104	93	89	91	159	157	167	139	120	125	300	322	361
Sonstiges	16	13	13	18	24	19	5	12	12	13	6	6	43	45	39
Gesamt	414	464	499	385	440	412	355	342	357	332	347	394	389	413	462
<b>in %</b>															
Deutschland/Deutschl. u. andere Länder	60,4	66,0	66,8	58,5	60,9	60,2	51,9	49,6	49,4	52,4	61,7	65,3	8,5	8,0	11,8
Europäische Länder	13,1	10,0	9,7	12,7	13,5	13,2	2,1	1,0	0,6	1,6	1,9	1,4	3,3	2,9	1,6
USA	22,7	21,2	20,8	24,2	20,3	22,0	44,7	46,0	46,7	42,0	34,6	31,8	77,1	78,1	78,1
Sonstiges	3,8	2,8	2,7	4,6	5,4	4,6	1,3	3,4	3,3	4,0	1,8	1,5	11,1	11,0	8,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00–3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

angebot unter diversen Themen ausgewiesen, denen SAT.1 und ProSieben mit je einem Zehntel ihrer Gesamtsendezeit mehr Gewicht in ihrem Programm geben als RTL, ZDF und ARD.

**Inhalte der Musikangebote**

Vergleicht man die Musikangebote nach inhaltlichen Präferenzen der Sender, zeigt sich bei nur sehr geringem Gesamtumfang, dass die öffentlich-rechtlichen Sender im Genrespektrum etwas vielfältiger als die Privaten erscheinen. Während sich die Privatsender nur auf Popmusik beschränken, finden sich bei ARD und ZDF außerdem auch Volksmusik und klassische Musik.

**Generell wenig anspruchsvolle Fiction**

Zur inhaltlichen Strukturierung des Fictionangebots bieten sich die Genrekategorien Action/Spannung, leichte Unterhaltung und Anspruch (Literaturverfilmung o.ä.) an. Alle Sender bevorzugen die leichte Unterhaltung vor den spannungsbetonnten Genres. Führend im Angebot leichter Unterhaltungsgenres (Komödie, Familienserien, Liebesfilm etc.) ist die ARD/Das Erste mit knapp einem Viertel ihres Gesamtsendevolumens. Der Anteil spannungsbetonnter Genres (Action, Krimi, Thriller etc.) bewegt sich bei allen Sendern um 10 Prozent. Anspruchsorientierte Fictionsendungen sind nur in sehr geringem Umfang anzutreffen. In den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen macht ihr Anteil etwa 1 Prozent aus, in den privaten Programmen überschreitet er 0,2 Prozent nicht.

**Produktionsländer des Fictionangebots**

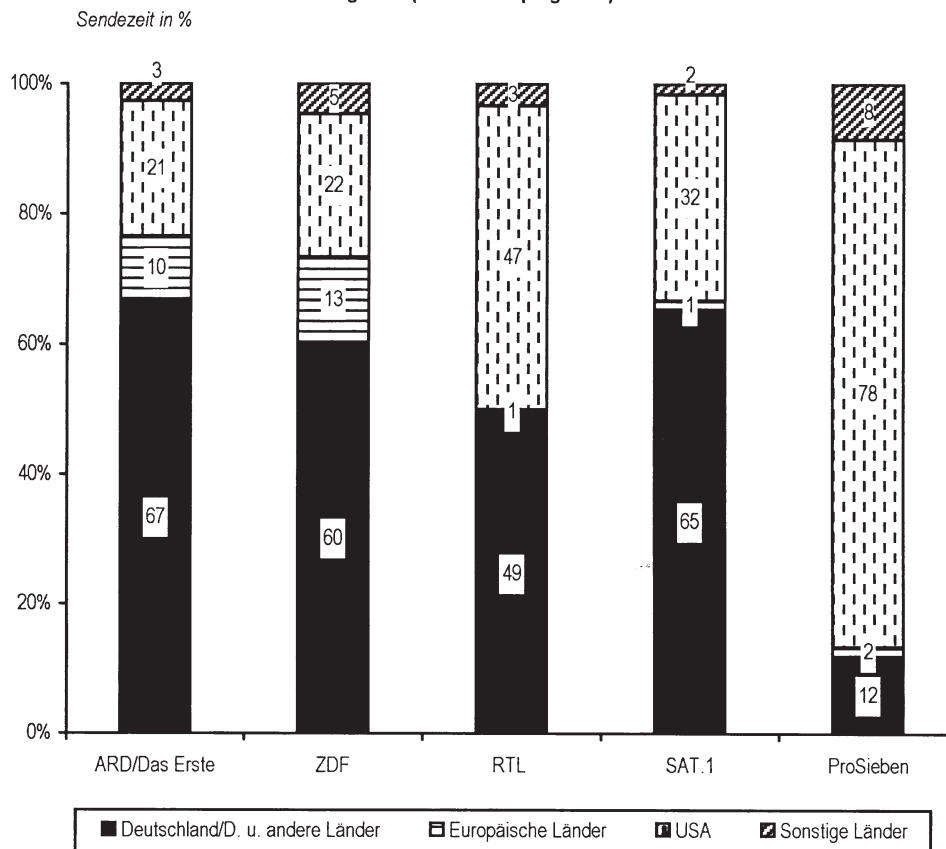
In der Diskussion über die Rolle Europas als Standort für Fernsehproduktionen im Vergleich zu anderen Ländern, insbesondere den USA, bleibt die Frage nach den Herkunftsländern der Fictionangebote angesichts ihrer wirtschaftlichen und kulturellen Konsequenzen auch weiterhin von Bedeutung. Mit der Anforderung der EU-Fernsehrichtlinie in Bezug auf Mindestquoten europäischer Produktion

sehen sich die Fernsehsender in der Pflicht, entsprechende Anteile an Produktionen europäischer Herkunft auszuweisen. Wie im Vorjahr werden hier die Produktionsländer der Fictionangebote in folgenden Kategorien unterschieden: 1. Deutschland, 2. europäische Länder, 3. USA und 4. sonstige Länder.

Vergleicht man die Produktionsländer der Fictionangebote in diesen Kategorien, entfallen im Ersten auf deutsche Produktionen und deutsche Koproduktionen im Jahr 2006 66,8 Prozent des Fictionvolumens von 499 Minuten pro Tag (vgl. Tabelle 5 und Abbildung 2). Weitere 9,7 Prozent stammen aus europäischen Ländern, 20,8 Prozent aus den USA und die restlichen 2,7 Prozent aus anderen Ländern. Ähnlich verteilen sich die Herkunftsländer des Fictionangebots beim ZDF. Hier entfallen 60,2 Prozent auf deutsche Produktionen und deutsche Koproduktionen, 13,2 Prozent auf europäische Länder und 22,0 Prozent auf die USA sowie 4,6 Prozent auf andere Länder. Unter den Privatsendern kommt SAT.1 der Verteilung in den öffentlich-rechtlichen Sendern am nächsten. Knapp zwei Drittel des SAT.1-Fictionangebots sind deutscher Herkunft oder deutsche Koproduktionen (65,3%) und ein Drittel US-Produktionen (31,8%). Aus europäischen und aus anderen Ländern stammen nur 1,4 bzw. 1,5 Prozent des Fictionangebots. Bei RTL macht der Anteil deutscher Produktionen und deutscher Koproduktionen 49,4 Prozent und der Anteil aus europäischen Ländern 1,0 Prozent aus. Der geringere Umfang deutscher und europäischer Produktionen kommt den US-Produktionen zugute, die mit 46,7 Prozent fast genauso stark vertreten sind wie die heimischen. Hinzu kommen 3,3 Prozent aus anderen Ländern. Weitaus stärker als bei allen anderen Sendern ist das Gewicht der US-Produktionen bei ProSieben. Sie machen dort 78,1 Prozent des Fictionangebots aus, so dass sich der Anteil deutscher Produktionen auf nur 11,8 Prozent reduziert. Weitere 1,6 Prozent entfallen auf europäische Länder und 8,5 Prozent auf sonstige Länder.

**Dominanz von US-Produktionen nur bei ProSieben**

Abb. 2 Produktionsländer der Fictionangebote (ohne Kinderprogramm) 2006



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2006.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Gegenüber dem Vorjahr haben sich damit die Verhältnisse bezüglich der Herkunft der Fernsehproduktionen kaum verändert. Die minimalen Verschiebungen bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL und ProSieben liegen im Bereich von 1 Prozentpunkt. Der Zuwachs deutscher Produktionen bei SAT.1 ist allein darauf zurückzuführen, dass die Serien „Lenßen & Partner“, „K 11 - Kommissare ermitteln“ und „Niedrig & Kuhnt“ im Jahr 2006 nicht mehr als dokumentarisches Format der nonfiktionalen Unterhaltung, sondern den Fictionangeboten zugerechnet werden.

**ARD, ZDF und SAT.1 erfüllen EU-Fernschriftlinie uneingeschränkt**

Diese Ergebnisse zeigen, dass ARD, ZDF und SAT.1 die EU-Fernschriftlinie uneingeschränkt erfüllen, RTL im Grenzbereich liegt und ProSieben weiterhin deutlich unterhalb der Forderung bleibt, den Hauptteil des Fictionbedarfs mit heimischen bzw. europäischen Produktionen zu bestreiten.

**Vierwöchige Analyse der Einzelbeiträge aller Informations-sendungen zwischen 17.00 und 1.00 Uhr**

**Analyse der Informationsangebote auf Vier-Wochen-Basis**  
Im Unterschied zur Strukturanalyse auf Basis des ganzjährigen Gesamtangebots beschränkt sich die vertiefende Analyse der Informationsangebote auf eine vierwöchige Stichprobe (27.3. bis 2.4., 10. bis 16.7., 18. bis 24.9., 4. bis 10.12.2006) in der Tageszeit von 17.00 bis 1.00 Uhr. In diese Stichprobe werden nur ARD, ZDF, RTL und SAT.1 einbezogen. Ausgewertet werden dabei die Einzelbeiträge aller Sendungen, die in der Programmstrukturanalyse der

Sparte Information zugeordnet wurden. Die daraus gewonnenen Profile der Sendungsformen und Themen zeigen, welche Art von Information die großen öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehsender den Zuschauern zur meist genutzten Tageszeit anbieten.

Der Umfang dieser Informationsangebote beträgt in der Stichprobe des Jahres 2006 insgesamt 300 Sendestunden und fällt damit geringer als im Vorjahr (2005: 312 Stunden) aus. Auf Tagesdurchschnittswerte umgerechnet ergeben sich im Jahr 2006 insgesamt 644 Minuten pro Tag. Davon entfallen auf ARD/Das Erste 182 Minuten, auf das ZDF 194 Minuten, auf RTL 160 Minuten und auf SAT.1 108 Minuten pro Tag. Der Gesamtumfang verteilt sich zu 58 Prozent auf die öffentlich-rechtlichen und zu 42 Prozent auf die privaten Hauptsender. In der Zeitspanne von 17.00 bis 1.00 Uhr (8 Stunden bzw. 480 Minuten/Tag) machen die Informationssendungen beim Ersten 38 Prozent, beim ZDF 40 Prozent, bei RTL 33 Prozent und bei SAT.1 23 Prozent des Programmangebots aus. Bei allen Sendern ausgenommen RTL ist 2006 gegenüber dem Vorjahr ein geringer Rückgang zu verzeichnen, der allerdings weniger durch strukturbedingte Angebotseinschränkungen im Jahr 2006 als durch die besonderen Ereignisse, die im Jahr 2005 zu temporären Ausweitungen führten, zustande kommt.

**300 Sendestunden einbezogen**

⑥ **Sendungsformen der Informationsprogramme 2004 bis 2006**

*vier Wochen, 17.00–1.00 Uhr*

	ARD			ZDF			RTL			SAT.1		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
<b>in Min./Tag</b>												
Nachrichtensendung <sup>1)</sup>	67	70	64	67	73	64	40	41	38	31	37	31
Magazin	67	64	53	75	75	72	91	82	78	58	60	60
Dokumentation/Bericht/Reportage	25	34	37	31	38	37	7	10	5	5	14	13
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	9	9	15	16	12	10	1	-	2	3	2	0
Ereignisübertragung	2	2	-	2	2	-	0	-	-	-	-	-
Doku-Inszenierung/Doku-Soap/Doku-Film	-	2	7	6	8	6	5	22	35	-	-	3
Sonstige nonfiktionale Form <sup>2)</sup>	8	6	6	4	4	5	2	2	1	1	1	1
<b>Gesamt</b>	<b>179</b>	<b>186</b>	<b>182</b>	<b>202</b>	<b>212</b>	<b>194</b>	<b>146</b>	<b>157</b>	<b>160</b>	<b>98</b>	<b>114</b>	<b>108</b>
<b>in %</b>												
Nachrichtensendung <sup>1)</sup>	37,7	37,7	35,2	33,3	34,6	33,1	27,1	25,9	23,7	31,6	32,6	28,4
Magazin	37,6	34,3	29,0	37,1	35,5	37,0	62,3	52,1	48,9	59,3	53,0	55,1
Dokumentation/Bericht/Reportage	13,9	18,2	20,2	15,5	17,8	19,1	4,6	6,4	3,3	5,3	12,0	12,3
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	4,9	4,7	8,4	7,9	5,9	5,4	1,0	-	1,1	3,3	1,7	0,1
Ereignisübertragung	1,4	1,2	-	1,1	0,8	-	0,2	-	-	-	-	-
Doku-Inszenierung/Doku-Soap/Doku-Film	-	0,8	3,9	2,9	3,8	3,1	3,5	14,3	22,0	-	-	3,0
Sonstige nonfiktionale Form <sup>2)</sup>	4,6	3,0	3,2	2,2	1,7	2,4	1,3	1,3	0,9	0,5	0,7	1,0
<b>Gesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

1) Ohne eigenständige Wetternachrichten.

2) Kurzinfos, Wettersendungen.

Untersuchungszeitraum: 29. März–4. April, 12.–18. Mai, 9.–15. September, 5.–9. Dezember 2004; 29. März–4. April, 8.–14. Juni, 22.–29. September, 3.–9. Dezember 2005; 27. März–2. April, 10.–16. Juli, 18.–24. September, 4.–10. Dezember 2006.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Struktur des untersuchten Informationsangebotes**

Die öffentlich-rechtlichen Informationsangebote zwischen 17.00 und 1.00 Uhr bestehen auch im Jahr 2006 hauptsächlich aus Nachrichtensendungen, Magazinen und monothematischen Dokumentationsendungen, Berichten und Reportagen. Der Umfang und das relativ ausgewogene Verhältnis, in dem diese drei klassischen Sendungsformen hier angeboten werden, schaffen die Voraussetzungen für redaktionelle Vielfalt und ein breites Spektrum journalistischer Teilhabe an der Informationsentstehung und Vermittlung (vgl. Tabelle 6 und Abbildung 5). Weniger Sendezeit entfällt dagegen auf Doku-Inszenierungen, Doku-Soaps und Gesprächsformen und noch weniger auf Ereignisübertragungen. In den privaten Hauptprogrammen dominieren bei insgesamt geringerem Umfang der Informationsangebote die Magazine deutlich vor den Nachrichtensendungen. Ein vergleichsweise geringes Gewicht erhalten hier die klassischen Dokumentationen, Berichte und Reportagen. Bei RTL werden stattdessen zunehmend Reality-Formate bzw. Doku-Soaps bevorzugt, die im Jahr 2006 in etwa dem Anteil der Nachrichten gleichkommen. Gesprächsformate und Ereignisübertragungen haben im untersuchten Informationsangebot zwischen 17.00 und 1.00 Uhr weder bei RTL noch bei SAT.1 einen dauerhaften Sendeplatz. (5)

Betrachtet man die Entwicklung der Sendungsformen im Dreijahresvergleich von 2004 bis 2006 und klammert dabei die ereignisbedingten Auswei-

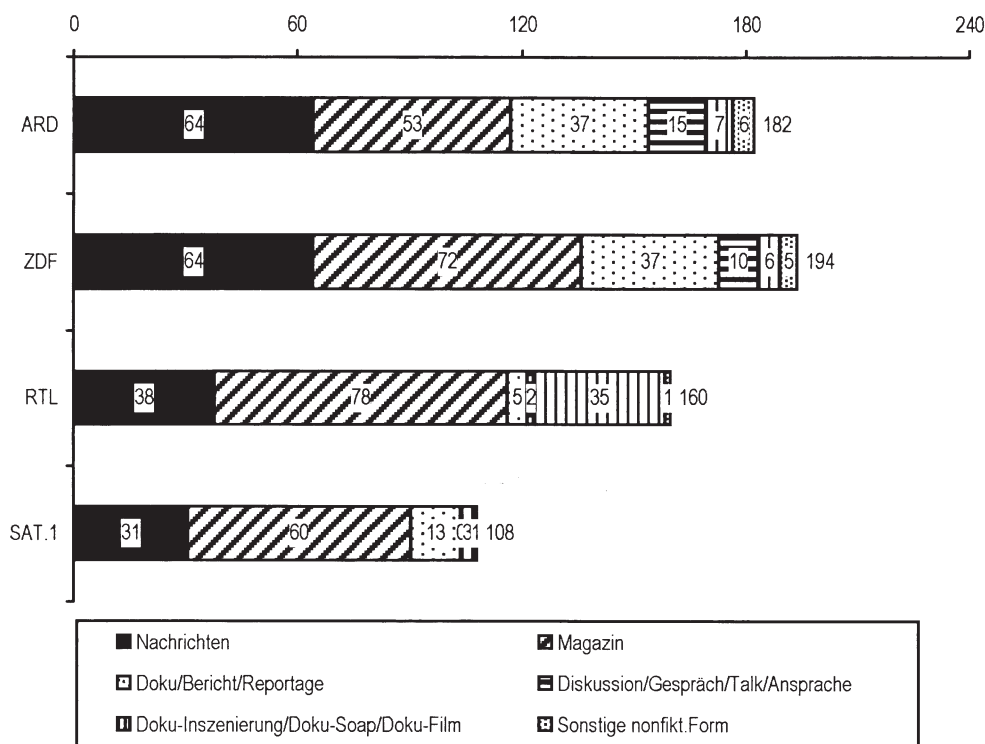
tungseffekte des Jahres 2005 aus, zeigen sich bei den öffentlich-rechtlichen Sendern nur geringe Veränderungen, die im Zuwachs der Dokumentationen, Berichte und Reportagen bestehen. Bei den privaten Sendern findet man Veränderungen in der Struktur der Sendungsformen deutlicher bei RTL als bei SAT.1 ausgeprägt. Mit dem Ausbau der Doku-Soaps im Abendprogramm hat RTL einen Formattrend verstärkt, durch den auch die Inhaltsstruktur des abendlichen Informationsangebots nachhaltig beeinflusst wird.

Vergleicht man im Blick auf inhaltliche Schwerpunkte die Themenstruktur des Nachrichtenangebots der Sender zwischen 17.00 und 1.00 Uhr insgesamt ohne Unterscheidung nach Typ der Sendung, zeigen sich auch 2006 wie im Vorjahr wesentliche Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen.

Das Nachrichtenangebot aus der vierwöchigen Stichprobe, in das auch die Nachtmagazine einbezogen sind, zeigt exemplarisch, dass die öffentlich-rechtlichen Sender ihre Themenschwerpunkte in den Nachrichten an einem anderen Relevanzbegriff orientieren als die privaten Sender. (6) Sichtbar wird dies an der Relation von politischer und nichtpolitischer Berichterstattung in den Nachrichten. Während die öffentlich-rechtlichen Sender den Schwerpunkt der Nachrichten auf die politiknahe Berichterstattung legen, verkürzen die privaten Sender ihre Politikberichterstattung zugunsten anderer Themenbereiche. So kommen ARD (63,3%) und ZDF (57,7%) im Jahr 2006 in der Kategorie Politik i.w.S. (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz und Zeitge-

**Ö.-r. Nachrichten pflegen anderen Relevanzbegriff**

**Abb. 3 Sendungsformen des Informationsangebots 2006: ARD/Das Erste, ZDF, RTL und SAT.1**  
vier Wochen, 17.00 bis 1.00 Uhr, in Min./Tag



Untersuchungszeitraum 2006: 27. März - 2. April, 10.-16. Juli, 18.-24. September, 4.-10. Dezember.  
Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

schichte) auf wesentlich höhere Anteile als RTL (34,2%) und SAT.1 (33,4%) (vgl. Tabelle 7). Dafür räumen RTL und SAT.1 den Themen Alltagsleben, Human Interest/Prominenz/Showbiz, Katastrophen/Unglück, Kriminalität und Sport jeweils mehr Sendezeit ein als ARD und ZDF.

**Dreijahresvergleich:  
Ohne Sonder-  
ereignisse stabile  
Themenstrukturen  
bei ARD/ZDF**

Betrachtet man auch hier die Entwicklung im Dreijahres-Vergleich, fällt zunächst der außergewöhnlich hohe Anteil der Kategorie Kultur/Wissenschaft/Religion im Jahr 2005 auf, der durch die Berichterstattung über den Tod des Papstes entstand und bei allen Sendern fast ein Fünftel der Nachrichtezeit erreichte, die größtenteils der Politikberichterstattung Sendezeit entzog. (7) Ohne Berücksichtigung dieses Jahres lässt sich aus dem Vergleich der Untersuchungsperioden 2004 und 2006 entnehmen, dass die Nachrichtenprofile von ARD und ZDF, insbesondere den Politikanteil betreffend, nahezu unverändert stabil bleiben. In den Nachrichtenprofilen der beiden großen Privatsender sinkt dagegen der politiknahe Anteil, und zwar bei RTL von 41,0 Prozent im Jahr 2004 auf 34,2 Prozent im Jahr 2006 um 6,8 Prozentpunkte und bei SAT.1 von 39,0 Prozent auf 33,4 Prozent um 5,6 Prozentpunkte. Die der Politikberichterstattung entzogene Sendezeit kommt 2006 in den Nachrichtensendungen der Privaten vorwiegend den Themenbereichen Alltag, Human Interest, Katastrophen/Unglück und Sport zugute.

Auch für den Teil der Informationsangebote außerhalb der Nachrichtensendungen trifft zu, dass

sich öffentlich-rechtliche und private Sender im Hinblick auf die Berücksichtigung politisch und gesellschaftlich relevanter Themen erheblich unterscheiden. Dass es sich hierbei nicht um eine kurzfristige Erscheinung, sondern um ein systembedingtes Merkmal handelt, wird deutlich, wenn man die politischen und die nichtpolitischen Informationsanteile der öffentlich-rechtlichen und der privaten Sender langfristig im Blick behält.

Abgesehen von Schwankungen in einzelnen Untersuchungs-jahren, die auf besondere Ereignisse wie Wahlen, Irakkrieg, Papsttod und anderes zurückzuführen sind und alle Sender betreffen, kann man die Relation von Politik zu Nicht-Politik sowohl bei den öffentlich-rechtlichen als auch bei den privaten Sendern als relativ stabil ansehen. Unter „normalen“ Bedingungen wie etwa im Jahr 2006 beträgt der Politikanteil des Informationsangebots ohne Nachrichten bei ARD und ZDF ein Drittel, bei RTL sind es 6 Prozent und bei SAT.1 5 Prozent (vgl. Abbildung 4).

Wird die Themenstruktur nach den einzelnen Kategorien ausdifferenziert, zeigt sich, welchen nicht-politischen Themenbereichen die Privatsender mehr Sendezeit geben.

**Politik und gesellschaftlich  
Relevantes  
haben beim Ersten  
und ZDF höheren  
Stellenwert**



⑦ Themenstruktur der Nachrichtensendungen<sup>1)</sup>

ohne eigenständige Wetternachrichten, vier Wochen, 17.00–1.00 Uhr

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
in Min./Tag												
Politik i. w.S. <sup>2)</sup>	43	39	41	40	35	37	16	12	13	12	8	10
Soziales	4	2	3	5	2	3	2	2	1	2	2	1
Kultur/Wissenschaft/Religion	4	12	3	4	14	3	2	8	1	2	6	1
Umwelt/Tier/Natur	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1
Alltag/Beziehungen/Freizeit	1	0	0	1	1	1	3	1	3	1	1	3
Human Interest/Prominenz/Showbiz	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	6	3
Katastrophen/Unglück	1	4	4	2	5	5	2	3	4	1	3	3
Kriminalität	2	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2
Sport	5	4	4	6	6	5	5	5	7	4	5	4
Wetter	3	2	3	2	1	1	2	0	1	1	1	0
Sonstiges	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	1	1
Gesamt	67	70	64	67	73	64	40	41	38	31	37	31
in %												
Politik i. w.S. <sup>2)</sup>	63,7	55,6	63,3	58,8	47,2	57,7	41,0	30,2	34,2	39,0	21,1	33,4
Soziales	5,7	3,3	4,5	7,6	3,2	4,8	5,2	5,7	3,3	6,2	5,5	4,6
Kultur/Wissenschaft/Religion	5,8	17,5	4,2	5,8	19,6	5,2	4,3	19,0	2,7	6,7	17,5	4,5
Umwelt/Tier/Natur	0,7	0,5	0,9	0,7	1,3	1,7	0,9	1,2	1,2	1,5	1,6	2,4
Alltag/Beziehungen/Freizeit	1,7	0,5	0,7	1,5	1,7	1,7	8,1	3,0	7,1	4,3	4,0	9,6
Human Interest/Prominenz/Showbiz	3,2	2,7	3,7	3,7	3,2	3,8	3,9	8,3	6,8	4,9	16,7	10,3
Katastrophen/Unglück	1,6	5,4	5,7	3,4	7,1	7,8	4,1	8,5	11,6	4,1	8,4	11,3
Kriminalität	2,3	0,7	1,7	1,6	2,0	1,8	5,6	6,1	7,1	6,6	5,6	6,3
Sport	6,9	6,1	6,2	8,3	7,7	8,0	12,4	11,4	17,4	14,3	12,6	12,2
Wetter	4,6	3,5	4,0	2,7	1,8	2,1	6,2	0,8	2,4	3,6	3,1	1,2
Sonstiges	3,8	4,2	5,2	5,9	5,2	5,3	8,3	5,9	6,2	8,8	4,0	4,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Alle Nachrichten inkl. Hauptnachrichten, ausführliche Nachrichten, Kurznachrichten, Nachrichtenmagazine, Nachtmagazine, Sonderausgaben.

2) Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Justiz/Zeitgeschichte.

Untersuchungszeitraum: 29. März - 4. April, 12.-18.Mai, 9.-15. September, 3.-9. Dezember 2004; 29. März - 4. April, 8.-14. Juni, 22.-29. September, 3.-9. Dezember 2005; 27. März - 2. April, 10.-16. Juli, 18.-24. September, 4.-10. Dezember 2006.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Alltag, Human Interest und Showbiz bei RTL und SAT.1 wichtigste Themenfelder**

Bei RTL entfällt 2006 fast die Hälfte der Sendezeit in den Informationsangeboten auf Themen der Kategorie Alltagsleben (47,1%) und über ein weiteres Fünftel auf Human-Interest-Themen und Showbiz (22,2%) (vgl. Tabelle 8). Auch bei SAT.1 erhalten diese Themenbereiche die meiste Sendezeit. Dort machen die Alltagsthemen ein Drittel und die Human-Interest-Themen mehr als ein Viertel des Informationsangebots aus. Die Informationsangebote von RTL und SAT.1 thematisieren somit überwiegend Formen individueller Betroffenheit, sie begleiten das private Alltagsleben, bieten Lebenshilfe, liefern Projektionsflächen zur Identifikation, sorgen auch für Ablenkung und Zerstreuung. Themen, die über den privaten Alltag hinausgehen und das öffentliche Leben in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft behandeln, werden von beiden Privatsendern in geringerem Umfang behandelt. An dieser Gewichtung hat sich in den vergangenen Jahren nichts wesentlich verändert.

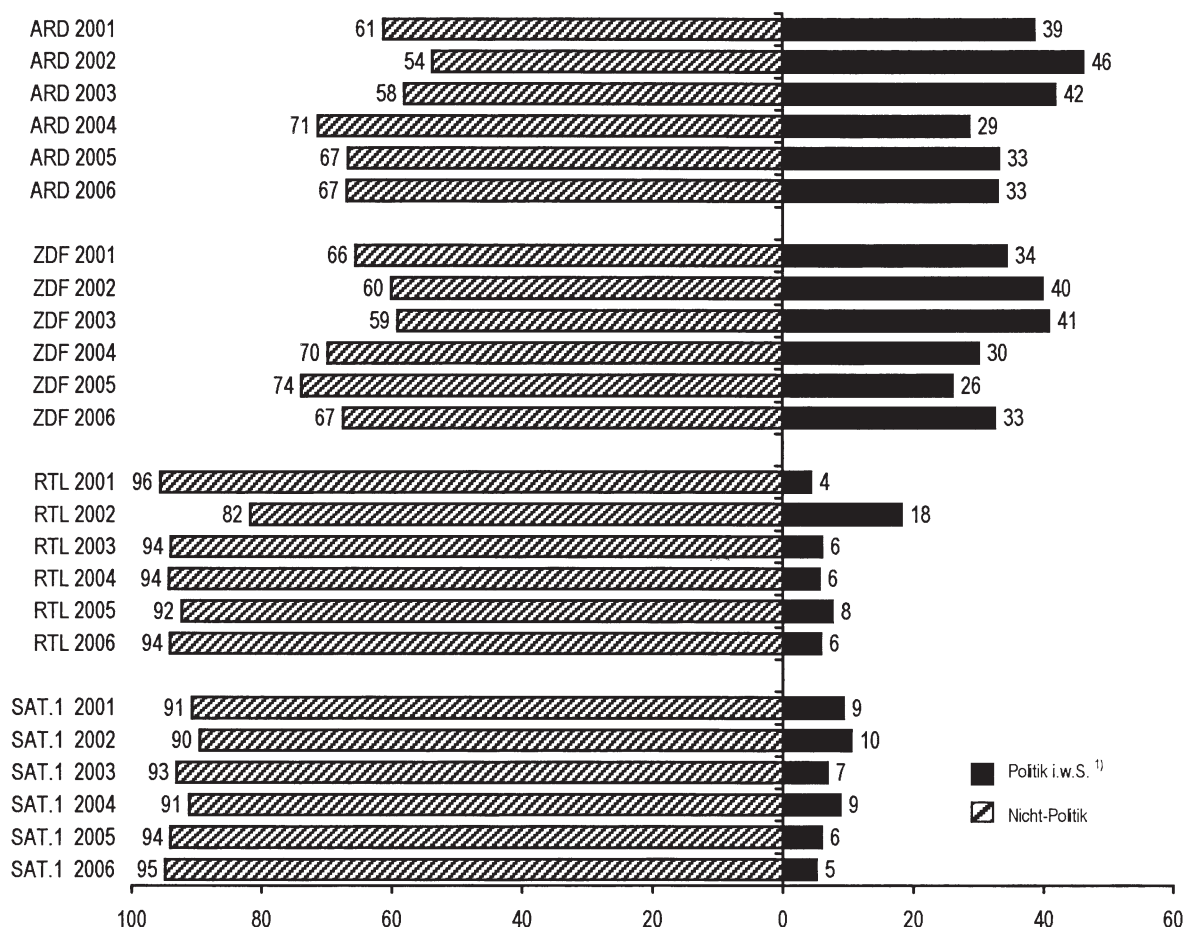
In einem weiteren Analyseschritt, bei dem die Themenprofile der Informationsangebote aus dem Jahr 2006 nach Sendungsformen aufgeschlüsselt werden, sind die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern noch deutlicher sichtbar.

In allen Sendungsformen werden die öffentlich-rechtlichen Sender als Hauptanbieter politisch und gesellschaftlich relevanter Themen bestätigt, die Privatsender dagegen als führende Anbieter alltagsnaher Themen. Am stärksten ist die Dominanz der öffentlich-rechtlichen Sender mit politiknahen und zeitgeschichtlichen Themen in den Sendungsformen Dokumentationen/Berichte/Reportagen und Diskussionen/Gespräche/Talk, in denen die Privaten so gut wie kein vergleichbares Angebot haben (vgl. Tabelle 9). In den Magazinen bieten ARD und ZDF ebenfalls erheblich mehr Politikthemen an als RTL und SAT.1. In dieser Sendungsform mit dem größten Angebotsumfang fällt die Diskrepanz jedoch weniger stark ins Gewicht, denn hier ist auch das Angebot der Privatsender größer. So stehen den öffentlich-rechtlichen Politik-, Wirtschafts- und Gesellschaftsmagazinen seitens der Privaten eine Reihe von Einzelbeiträgen vor allem aus den Ma-

**Themenprofile nach Sendungsformen**

**Abb. 4 Themenstruktur der Informationsangebote (ohne Nachrichten) 2001 bis 2006**

vier Wochen, 17.00-1.00 Uhr, Sendedauer in %



1) Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte/Gesellschaft.

Untersuchungszeitraum 2006: 27. März - 2. April, 10.-16. Juli, 18.-24. September, 4.-10. Dezember.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

gazines „Spiegel TV“, „Stern TV“, „Focus TV“ und „Akte 06“ sowie aus den privaten Regionalmagazinen gegenüber. Der Anteil solcher Beiträge fällt jedoch im Vergleich zu anderen Themenbereichen gering aus. Berücksichtigt man alle Magazinformate, erweisen sich die Privatsender nicht nur als führende Anbieter von Alltagsthemen, sondern auch der Themen zu Human Interest/Prominenz/Showbiz.

Das Themenspektrum der Informationsangebote in den unterschiedlichen Sendungsformen, die durch ihre Ausstrahlungsfrequenz, ihre Sendungs- und Beitragslänge sowie ihre tageszeitliche Platzierung unterschiedliche Funktionen haben und für unterschiedliche Nutzungschancen sorgen, verdeutlicht auf der Ebene abstrakter Inhaltskategorien die Strukturunterschiede.

#### Fazit

Die Befunde der Programmanalyse des Gesamtjahres 2006 sowie der Informationsangebote einer vierwöchigen Untersuchungsphase lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Die Fernsehangebote der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme unterscheiden sich 2006 klar in der Struktur der Programmsparten. ARD und ZDF bestreiten ihr Gesamtjahresangebot fast zur Hälfte mit Informationssendungen unterschiedlicher Art. Im Unterhaltungsbereich dominiert Fiction vor anderen Unterhaltungssparten. RTL, SAT.1 und ProSieben verteilen ihre Gesamt-sendezeit gleichmäßiger auf die Sparten Fiction, nonfiktionaler Unterhaltung, Information und Werbung. Damit wird das Informationsangebot geringer und die Unterhaltungs- sowie Werbeangebote umfangreicher.

2. Auch in den Sendungsformen innerhalb der verschiedenen Sparten unterscheiden sich die öffentlich-rechtlichen Sender von den Privaten weiterhin. Das umfangreichere Informationsangebot bei ARD und ZDF kommt vor allem den klassi-

**Programmprofile vom ö.-r. und privaten Fernsehen unterscheiden sich deutlich**

⑧ Themenstruktur der Informationssendungen (ohne Nachrichten)

vier Wochen, 17.00–1.00 Uhr

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
in Min./Tag												
Politik i. w. S. <sup>1)</sup>	33	38	39	41	36	42	6	10	7	6	6	4
Soziales	12	9	6	14	10	3	8	10	6	5	4	1
Kultur/Wissenschaft/Religion	13	18	11	20	27	12	5	10	4	8	12	9
Umwelt/Tier/Natur	5	2	5	1	3	2	1	3	1	1	1	2
Alltag/Beziehungen/Freizeit	14	18	10	18	20	23	35	41	57	16	16	26
Human Interest/Prominenz/Showbiz	14	15	19	24	21	20	31	16	27	16	20	22
Katastrophen/Unglück	2	3	5	1	4	7	6	2	2	3	3	1
Kriminalität	4	5	11	6	11	10	4	12	6	4	3	3
Sport	2	0	6	0	0	4	1	2	5	1	2	2
Wetter	5	4	4	2	3	3	1	3	2	1	1	2
Sonstiges	7	4	2	7	4	2	8	7	5	7	8	5
Gesamt	111	116	118	135	139	130	106	116	122	67	77	77
in %												
Politik i. w. S. <sup>1)</sup>	29,3	33,2	33,0	30,2	26,1	32,6	5,8	8,8	5,9	8,8	7,6	5,2
Soziales	10,8	7,4	4,8	10,4	7,3	2,3	7,7	8,2	4,7	7,4	5,2	0,6
Kultur/Wissenschaft/Religion	12,0	15,3	9,1	14,8	19,5	9,5	5,1	8,9	3,3	11,7	16,0	12,0
Umwelt/Tier/Natur	4,9	1,5	4,4	1,0	2,5	1,5	0,5	2,5	0,5	1,1	0,9	3,2
Alltag/Beziehungen/Freizeit	12,6	15,8	8,7	13,3	14,2	18,0	33,0	35,7	47,1	23,5	20,7	33,6
Human Interest/Prominenz/Showbiz	12,4	13,0	16,2	17,6	14,9	15,4	29,2	14,2	22,2	23,1	25,5	28,2
Katastrophen/Unglück	1,7	2,5	4,5	1,0	3,1	5,6	6,1	1,4	1,8	4,0	4,3	1,2
Kriminalität	3,4	4,2	8,9	4,6	7,6	7,9	3,5	10,3	4,8	6,4	4,2	4,3
Sport	1,6	0,4	5,3	0,4	0,2	2,9	0,7	2,1	4,2	1,8	2,9	2,9
Wetter	4,9	3,5	3,7	1,8	1,8	2,5	0,7	2,2	1,5	1,6	1,9	2,3
Sonstiges	6,5	3,2	1,5	4,8	2,8	1,8	7,8	5,8	3,9	10,5	10,7	6,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Justiz/Zeitgeschichte.

Untersuchungszeitraum: 29. März–4. April, 12.–18. Mai, 9.–15. September, 3.–9. Dezember 2004; 29. März–4. April, 8.–14. Juni, 22.–29. September, 3.–9. Dezember 2005; 27. März–2. April, 10.–16. Juli, 18.–24. September, 4.–10. Dezember 2006.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

schen journalistischen Sendungsformen Nachrichten, Magazine und Dokumentationen/Berichte/Reportagen zugute. Das Fictionangebot verteilt sich annähernd gleichmäßig auf Spielfilm/Fernsehfilm und Serien. Bei den Privatsendern werden im Informationsbereich neben den klassischen Formen zunehmend auch Doku-Soaps angeboten. Im Fictionbereich liegt bei RTL und SAT.1 das Schwergewicht auf Serien.

3. Die Privatsender bleiben auch 2006 führend im nonfiktionalen Unterhaltungsangebot. Dieses besteht im Wesentlichen aus Talkshow, Comedy, Darbietungsshow und Quiz sowie Gerichtsshow und Real-Life-Show. Die Öffentlich-rechtlichen bevorzugen weiterhin die konventionellen Unterhaltungsformate Talkshow, Nummernprogramm, Ratespiel/Quiz, Satire/Kabarett.

4. Auch im Jahr 2006 behaupten sich ARD und ZDF als führende Sportanbieter. Dazu tragen Fußball und Wintersport am meisten bei.

5. In den Informationsangeboten während der Zeit zwischen 17.00 und 1.00 Uhr sind ARD und ZDF mit einem umfangreicheren und ausgewogeneren Angebot an Nachrichten, Magazinen und klassischen Dokumentationen und Berichten vertreten als RTL und SAT.1. Die Privatsender hingegen setzen mehr auf Magazine als auf Nachrichten und Dokumentationen. Von den dokumentarischen Formaten nutzt insbesondere RTL verstärkt Doku-Soaps.

6. Auch inhaltlich bleibt das öffentlich-rechtliche Informationsprofil deutlich erkennbar. Sowohl in den Nachrichten als auch in allen klassischen Sendungsformen bieten die öffentlich-rechtlichen Sender wesentlich mehr politisch und gesellschaftlich relevante Themen an und reflektieren damit zugleich auch die politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Institutionen des öffentlichen Lebens. Die Privatsender berücksichtigen weniger die politischen und gesellschaftlichen Themen, stattdessen setzen sie einen Schwerpunkt auf nichtpolitische Inhalte des Alltagslebens. Typische Boulevardthemen aus dem Spektrum Human Interest, Prominenz, Kriminalität, Unfälle, die es in begrenztem Umfang auch bei ARD und ZDF gibt, tragen wesentlich zum Informationsangebot von RTL und SAT.1 bei.

**Klare Profilunterschiede auch im Informationsangebot**

## ⑨ Themenstruktur nach Sendungsformen der Informationsangebote 2006 (ohne Nachrichten)

vier Wochen, 17.00–1.00 Uhr

	in Min./Tag				in %			
	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	ARD	ZDF	RTL	SAT.1
Magazin	53	72	78	60	44,8	55,3	64,1	77,0
Politik i.w.S. <sup>1)</sup>	13	17	6	4	10,9	12,9	5,0	5,2
Soziales	3	3	5	1	2,7	2,3	3,7	0,6
Kultur/Wissenschaft/Religion	7	5	4	9	6,2	3,9	3,3	11,4
Umwelt/Tier/Natur	2	0	1	1	1,6	0,3	0,5	1,1
Alltagsleben	3	12	20	13	2,3	9,3	16,3	16,5
Human Interest/Prominenz/Showbiz	11	18	27	22	9,2	13,9	22,2	27,9
Katastrophen/Unglück	5	4	2	1	4,1	3,3	1,7	1,2
Kriminalität	6	9	4	3	5,4	7,1	3,2	4,3
Sport	1	1	5	1	0,8	0,6	4,2	1,6
Wetter	0	–	0	1	0,2	–	0,3	0,9
Sonstiges	2	2	4	5	1,4	1,8	3,7	6,3
Dokumentation/Bericht/Reportage	37	37	5	13	31,2	28,5	4,4	17,2
Politik i.w.S. <sup>1)</sup>	13	11	0	–	11,3	8,7	0,1	–
Soziales	2	–	1	–	2,1	–	1,0	–
Kultur/Wissenschaft/Religion	3	6	–	0	2,5	4,5	–	0,5
Umwelt/Tier/Natur	2	2	–	2	1,3	1,2	–	2,1
Alltagsleben	5	9	4	10	4,0	7,1	3,3	13,1
Human Interest/Prominenz/Showbiz	6	2	–	0	4,8	1,5	–	0,3
Katastrophen/Unglück	1	3	0	–	0,4	2,3	0,0	–
Kriminalität	4	1	–	–	3,6	0,8	–	–
Sport	2	3	0	1	1,3	2,3	0,0	1,3
Wetter	–	–	0	–	–	–	0,0	–
Sonstiges	–	0	–	0	–	0,1	–	0,0
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	15	10	2	0	13,0	8,0	1,4	0,2
Politik i.w.S. <sup>1)</sup>	11	10	1	–	9,5	8,0	0,8	–
Kultur/Wissenschaft/Religion	0	–	–	0	0,4	–	–	0,2
Alltagsleben	1	–	1	–	0,9	–	0,7	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	3	–	–	–	2,2	–	–	–
Sonstiges	0	–	–	0	0,0	–	–	0,0
Reality/Doku-Soap/Dokumentarfilm	7	6	35	3	6,0	4,6	28,9	4,2
Politik i.w.S. <sup>1)</sup>	–	4	–	–	–	3,0	–	–
Umwelt/Tier/Natur	2	–	–	–	1,5	–	–	–
Alltagsleben	2	2	33	3	1,4	1,6	26,9	4,1
Katastrophen/Unglück	–	–	0	–	–	–	0,1	–
Kriminalität	–	–	2	–	–	–	1,6	–
Sport	4	–	–	–	3,2	–	–	–
Sonstiges	–	–	0	0	–	–	0,2	0,1
Sonstige nonfiktionale Form	6	5	1	1	4,9	3,6	1,2	1,4
Politik i.w.S. <sup>1)</sup>	2	–	–	–	1,3	–	–	–
Kultur/Wissenschaft/Religion	–	1	–	–	–	1,1	–	–
Wetter	4	3	1	1	3,5	2,5	1,2	1,4
Sonstiges	0	0	–	–	0,1	0,0	–	–
<b>Gesamt</b>	<b>118</b>	<b>130</b>	<b>122</b>	<b>77</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

1) Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Justiz/Zeitgeschichte.

Untersuchungszeitraum: 29. März–4. April, 12.–18. Mai, 9.–15. September, 3.–9. Dezember 2004; 29. März–4. April, 8.–14. Juni, 22.–29. September, 3.–9. Dezember 2005; 27. März–2. April, 10.–16. Juli, 18.–24. September, 4.–10. Dezember 2006.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

## Anmerkungen:

- 1) Aufbereitet und ausgewertet werden die von der ZDF-Medienforschung zur Verfügung gestellten Sendungslisten der AGF/GfK-Sendungscodierung. Die Zuordnung der Sendungen zu Sparten, Formen und Inhalten nach den Kategorien und Kriterien der ARD/ZDF-Programmanalyse weicht in mehreren Punkten von der AGF/GfK-Codierung ab.
  - 2) Vgl. hierzu auch die Serienbegleitung im Internet.
  - 3) Diese Anteile ergeben sich, wenn man bei der Angebotsanalyse des Gesamtjahres den Einstufungen der dokumentarischen Formate folgt, die von den Sendern selbst vorgenommen werden.
  - 4) Allerdings gibt es auch hier, insbesondere in den Frühmagazinen, deutliche Unterschiede zwischen ARD/ZDF und den Privaten.
- Vgl. Krüger, Udo Michael: Frühstückfernsehen bei ARD/ZDF, RTL und SAT.1. Formen und Inhalte öffentlich-rechtlicher und privater Frühmagazine. In: Media Perspektiven 12/2006, S. 607–621.
- 5) Eine Ausnahme davon sind die RTL-Sommergespräche mit deutschen Spitzenpolitikern.
  - 6) Umfassender und differenzierter werden die Nachrichtenprofile in den Einzelvergleichen der wichtigsten Nachrichtensendungen auf Basis des Gesamtjahres im InfoMonitor 2006 dargestellt. Vgl. Krüger, Udo Michael: InfoMonitor 2006: Fernsehrichten bei ARD, ZDF, RTL und SAT.1. Strukturen, Themen und Politikerpräsenz. In: Media Perspektiven 2/2007, S. 58–82.
  - 7) Hier wirkt sich aus, dass in einer der vier Untersuchungswochen im Jahr 2005 der Tod des Papstes zu Sendeplatzveränderungen und Überlängen führte.

