

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

→ Sparten, Sendungsformen und Inhalte im deutschen Fernsehangebot 2007

Von Udo Michael Krüger und Thomas Zapf-Schramm*

Fortschreibung der Analyse von Programmsparten, Sendungsformen und Inhaltsschwerpunkten

Gegenstand der Programmanalyse 2007 ist die Angebotsentwicklung der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme auf dem deutschen Fernsehmarkt. Wie in den vorausgegangenen Jahren werden die Gesamtangebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben aus dem Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember im Tageszeitchnitt von 3.00 bis 3.00 Uhr untersucht. (1) Analyseeinheiten sind alle mit Sendetitel oder als Werbung bzw. Trailer ausgewiesenen Programmeinheiten. Der Programmstrukturvergleich zeigt, welche Angebotsschwerpunkte die Sender kennzeichnen und worin sich öffentlich-rechtliche und private Hauptprogramme wesentlich unterscheiden. Verglichen werden Programmsparten, Sendungsformen und inhaltliche Schwerpunkte der Sendungen sowie die Herkunft der Fictionangebote.

Detailanalyse der Themenprofile im Info-Angebot

Mit der Analyse des Gesamtsendeangebots wird wieder eine Detailanalyse der Themenprofile des Informationsangebots bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL und SAT.1 auf der Basis einer vierwöchigen Stichprobe verknüpft. Sie beschränkt sich auf die Tageszeitphase von 17.00 bis 1.00 Uhr, in der die Fernsehangebote am meisten genutzt werden. Im Unterschied zur Programmstrukturanalyse des Gesamtjahres werden bei dieser Themenanalyse alle Einzelbeiträge der Informationssendungen erfasst. Vor allem die inhaltlichen Profile von Nachrichtensendungen und Magazinen, die in diesem Programmsegment den Angebotsschwerpunkt bilden, lassen sich auf diese Weise differenziert darstellen. Für die Themenanalyse wurden im Jahr 2007 die Wochen vom 12. bis 18. März, 18. bis 24. Juni, 24. bis 30. September und 3. bis 9. Dezember ausgewählt.

Spartenprofile

Langfristig relativ stabile Spartenanteile

Die Angebotsentwicklung der Fernsehprogramme erschließt sich im ersten Schritt der Programmstrukturanalyse anhand eines über die Jahre gleichbleibend verwendeten Spartenmodells, in dem alle Sendungen acht Hauptkategorien zugeordnet werden: 1. Information (ohne Sport), 2. Sport, 3. nonfiktionale Unterhaltung, 4. Musik, 5. Kinder-/Jugendprogramm, 6. Fiction (ohne Kinderprogramm), 7. Sonstiges und 8. kommerzielle Werbung. (2) Die in den Vergleichsjahren nur geringfügig abweichenden Spartenanteile der Sender verweisen auf eine ausgesprochene Strukturstabilität. Je langfristiger man die Spartenprofile der Sender vergleicht,

desto deutlicher zeigt sich, dass vermeintliche Veränderungen bei ARD und ZDF in vielen Fällen nur als Schwankungen in Zwei-Jahresintervallen bestehen und dann meist Effekte von Großereignissen und internationalen Sportveranstaltungen sind. Schwankungen dieser Art lassen sich daher nicht als Tendenz eines Programmstrukturwandels interpretieren, sie sprechen vielmehr für die Kontinuität der Programmleistungen.

Im Jahr 2007 enthält das ARD-Spartenprofil einen Informationsanteil von 43,1 Prozent der Gesamtsendedauer, dies entspricht im Durchschnitt 621 Minuten täglich (vgl. Abbildung 1). Dem Informationsangebot steht als zweitgrößte Sparte das Fictionangebot mit 36,1 Prozent (520 Min. pro Tag) gegenüber. Information und Fiction machen zusammen fast vier Fünftel des ARD-Gesamtangebots aus. Das übrige Fünftel verteilt sich auf Sport (6,0%), Kinderprogramm (5,0%), nonfiktionale Unterhaltung (4,3%), Musik (1,6%), Sonstiges (2,5%) und Werbung (1,4%). Im ZDF-Spartenprofil erreicht der Informationsanteil im Jahr 2007 49,5 Prozent (713 Min. pro Tag). Der Fictionanteil macht hier nur 28,0 Prozent aus. Die übrige Sendedauer verteilt sich ähnlich wie bei der ARD auf Sport (5,9%), nonfiktionale Unterhaltung (6,3%), Kinderprogramm (5,2%) und Musik (1,4%), hinzukommen die Anteile für Sonstiges (2,3%) und Werbung (1,4%).

Die Spartenprofile der privaten Sender weichen deutlich von denen der öffentlich-rechtlichen ab. Alle drei Privatsender verteilen ihre Sendedauer gleichförmiger über die vier Sparten Information, nonfiktionale Unterhaltung, Fictionunterhaltung und Werbung und geben damit der Unterhaltungs- und Werbefunktion den Vorrang. Im RTL-Spartenprofil entfallen im Jahr 2007 auf Information 27,5 Prozent, auf Fiction 24,4 Prozent, auf nonfiktionale Unterhaltung 18,0 Prozent und auf Werbung 20,8 Prozent. Die übrige Sendezeit verteilt sich mit geringen Anteilen auf Sport (1,8%), Musik (1,7%), Kinderprogramm (1,2%) und Sonstiges (4,7%).

Im SAT.1-Spartenprofil erhält der Informationsanteil (18,9%) weniger als ein Fünftel der Gesamtsendedauer. Am meisten Sendezeit entfällt auch hier auf die beiden Sparten nonfiktionale Unterhaltung (31,1%) und Fiction (26,0%), die zusammen mit 57,1 Prozent den entsprechenden Anteil bei RTL weit übertreffen. Unter den drei Privatsendern erweist sich SAT.1 wieder als unterhaltungsstärkster Programmanbieter. Die übrigen Sparten mit redaktionellen Angeboten, Sport (0,7%), Musik (0,6%) und Kinderprogramm (0,2%), liegen jeweils unter 1 Prozent der Gesamtsendedauer, und auf Sonstiges entfallen 5,3 Prozent. Der Werbeanteil fällt mit 17,2 Prozent geringer als im Vorjahr aus.

Das ProSieben-Spartenprofil enthält einen Informationsanteil von 28,3 Prozent, der Fictionanteil liegt bei 29,1 Prozent, auf nonfiktionale Unterhaltung entfallen weitere 17,6 Prozent und auf Werbung 15,4 Prozent. Damit steht ProSieben dem Spar-

ARD mit 43,1 % und ZDF mit 49,5 % haben hohe Informationsanteile

Private: Info, Unterhaltung, Fiction und Werbung gleich stark vertreten

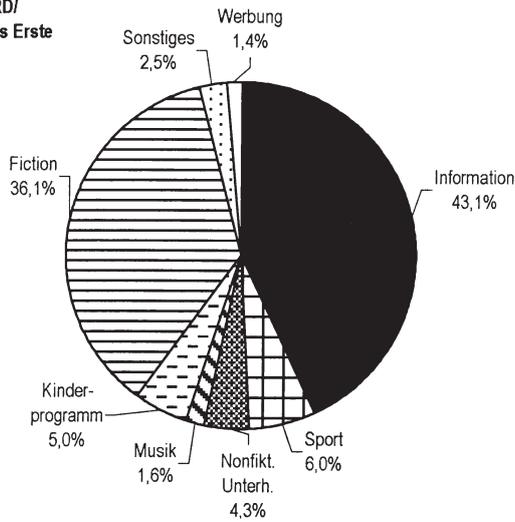
SAT.1: Größte Anteile bei Unterhaltung und Fiction

ProSieben und RTL: Etwas höherer Informationsanteil als SAT.1

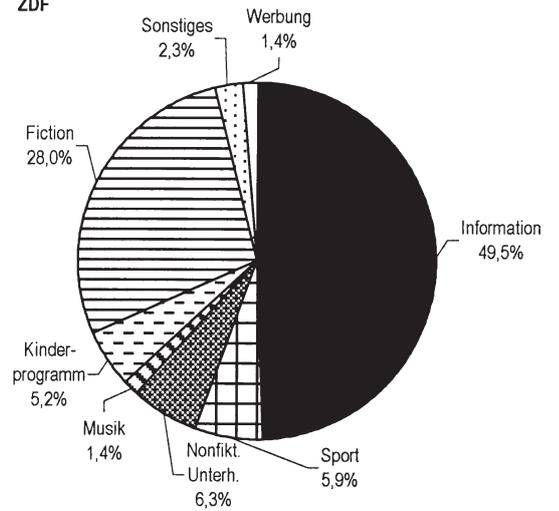
* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 1 Programmsparten 2007
Anteil an der Sendedauer in %

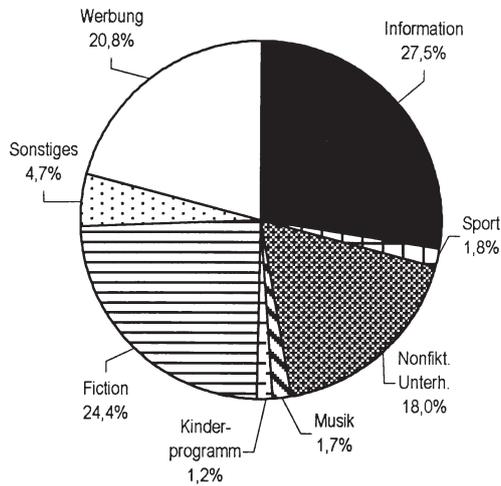
**ARD/
Das Erste**



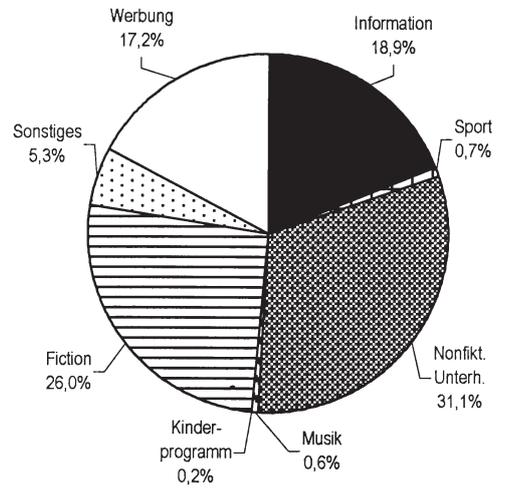
ZDF



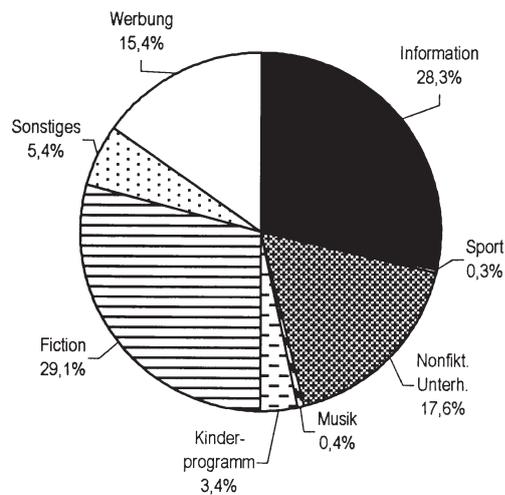
RTL



SAT.1



ProSieben



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2007.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

tenprofil von RTL näher als dem von SAT.1. Die übrige Sendezeit verteilt sich hier auf Kinder-/Jugendprogramm (3,4%), Musik (0,4%) und erstmals auch in marginalem Umfang auf Sport (0,3%). Auf Sonstiges entfällt ein Sendezeitanteil von 5,4 Prozent.

ARD: Einfluss wichtiger Sportereignisse

Vergleicht man die Spartenprofile der Sender über den Zeitraum von 2005 bis 2007, zeigt sich bei der ARD eine auffällige Schwankung des Informationsanteils im Zwei-Jahresintervall (vgl. Tabelle 1). Sie lässt sich vor allem durch den zeitweiligen Einfluss wichtiger Sportereignisse auf die Programmgestaltung erklären: Dazu gehören insbesondere die Fußball-Europameisterschaft und die Fußball-Weltmeisterschaft, die Olympischen Sommer- und Winter-spiele und die Tour de France, also Sportübertragungen mit großen Zeitflächen, in denen reguläre Sendungen hauptsächlich im Tagesprogramm zeitweilig von ihren Sendeplätzen verdrängt werden. Die Effekte dieser Sportereignisse lassen sich vorwiegend in den Schwankungen der Sendezeitanteile von Information, Unterhaltungssparten und Sport in den Jahren mit gerader Zahl beobachten, während die Jahre mit ungerader Zahl eher dem normalen Programmangebot entsprechen. So umfasst beispielsweise das Informationsangebot der ARD im Jahr 2007 621 Minuten pro Tag, 2005 waren es 620 Minuten pro Tag. Im Jahr 2006 waren es bedingt durch den Sport nur 602 Minuten und im Jahr 2004 601 Minuten pro Tag. Die übereinstimmenden Werte im Zwei-Jahresintervall sprechen hier deutlich für die schon erwähnte Struktur-stabilität und damit auch Kontinuität der Informationsangebote. Strukturelle Veränderungen zeigen sich bei der ARD dagegen innerhalb des Unterhaltungssektors im Zuwachs der Fictionangebote. Die hier erkennbare Ausweitung der Fiction geht nicht zu lasten des Informationsangebots, sondern sie kommt vorwiegend durch Austausch gegen nonfiktionale Unterhaltungsangebote zustande.

ZDF: Veränderungen durch neue Unterhaltungsformate

Auch beim ZDF finden ähnliche Schwankungen im Sportangebot mit Auswirkungen auf die anderen Sparten statt, allerdings nicht in der gleichen Regelmäßigkeit wie bei der ARD. So ist auch der Anstieg des Informationsanteils im Jahr 2007 nur teilweise mit dem Pendeleffekt des Sports zu erklären. Die geringen Veränderungen im ZDF-Spartenprofil kommen eher durch neue nonfiktionale Unterhaltungsformate auf Sendeplätzen von Fiction zustande.

Auffälliger Rückgang der Werbung bei SAT.1

Im Blick auf die Entwicklung bei RTL ist ein Zuwachs des Informationsanteils von 25,2 Prozent im Jahr 2005 auf 27,5 Prozent im Jahr 2007 zu verzeichnen, während der Anteil der Sparte nonfiktionale Unterhaltung rückläufig ist. Dies deutet auf einen Austausch von Unterhaltungssendungen gegen neue Formate hin, die nun der Informations-sparte zugeordnet werden. Alle übrigen Sparten bleiben nahezu unverändert. Auch bei SAT.1 ist in den ver-

gangenen Jahren ein leichter Zuwachs des Informationsangebots zu verzeichnen. Doch auch das Fictionangebot ist in den beiden letzten Jahren höher als im Jahr zuvor. Auffällig ist bei SAT.1 im Jahr 2007 der Rückgang des Werbeanteils um 3 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr auf 17,2 Prozent. Hier wirkt sich die Einstellung der Teleshopping-Ausgabe im Vormittagsprogramm von SAT.1 aus.

Bei ProSieben ist aus den Schwankungen der Spartenprofile während der letzten Jahre keine eindeutige Tendenz eines Programmwandels zu erkennen. Nachdem der Informationsanteil von 27,7 Prozent im Jahr 2005 auf 25,7 Prozent im Jahr 2006 gesunken und der Fictionanteil von 28,7 Prozent auf 32,1 Prozent gestiegen war, haben sich diese beiden Sparten 2007 wieder gegenläufig verändert. Der Informationsanteil ist erneut auf 28,3 Prozent gestiegen, der Fictionanteil auf 29,1 Prozent gesunken. So unterscheidet sich das Spartenprofil von ProSieben im Jahr 2007 kaum von dem im Jahr 2005.

Der Spartenvergleich über drei Jahre zeigt, dass die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme im Bereich ihrer Informationsangebote keine Einschränkungen an Sendezeit erfahren haben, denn langfristig hat sich ihr Informationsanteil nicht verringert. In den Angebotsschwankungen durch die regelmäßig wiederkehrenden Sportereignisse, die sich nicht nur auf die Sparte Information, sondern auch auf alle Unterhaltungssparten auswirken, zeigt sich lediglich eine Flexibilität der Programmgestaltung im Angesicht wichtiger Ereignisse. Bei den Privatsendern beruhen die programmlichen Veränderungen, soweit sie in den Sparten durchschlagen, eher auf senderinternen Programmierungsentscheidungen.

Sendungsformen

Die Strukturunterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen lassen sich differenzierter aufzeigen, wenn man die Programmangebote nach Sendungsformen aufschlüsselt. Hierbei werden auch neuere Tendenzen der Programm-entwicklung sichtbar, die in Fernsehformaten auftreten, deren Formelemente häufig durch Kombination bereits vorhandener Formen entstanden sind. Für die Darstellung der Angebotsentwicklung 2007 werden folgende Formkategorien zugrunde gelegt: Nachrichtensendungen (tagesaktuelle, thematisch heterogene Einzelbeiträge), Magazine als moderierte Sendungen mit eigenständigen Beiträgen, einschließlich solcher mit Ratgeberfunktion, berichtende Formen, die primär der journalistischen Realitätsdarstellung dienen (Dokumentation, Bericht, Reportage, Porträt u. ä.), dokumentarische Formen, in der Realität mit dramaturgischer Inszenierung dargestellt wird (Doku-Inszenierung, Doku-Soap), Ereignisübertragung (senderexterne Ereignisse und Fremdveranstaltungen als Live- oder zeitlich versetzte Übertragung), Gesprächsformen (Diskussion, Talk, Ansprache), unterhaltende Formen mit Spiel- und Wettbewerbscharakter sowie Publikumsbeteiligung (Quiz, Gameshow, Castingshow

Kaum Änderungen des Spartenprofils von ProSieben

Dreijahresvergleich zeigt keine Verdrängung von Info durch Unterhaltung bei ARD und ZDF

Auswertung auf Basis von 14 Sendungsformen

① **Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2005 bis 2007**

	Sendedauer					
	Min./Tag			in %		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
ARD/Das Erste						
Information	620	602	621	43,0	41,8	43,1
Sport	97	115	86	6,8	8,0	6,0
Nonfiktionale Unterhaltung	99	64	61	6,9	4,4	4,3
Musik	22	19	23	1,5	1,3	1,6
Kinder-/Jugendsendungen	82	86	73	5,7	6,0	5,0
Fiction	464	499	520	32,2	34,7	36,1
Sonstiges	34	34	35	2,4	2,3	2,5
Werbung	20	22	21	1,4	1,5	1,4
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
ZDF						
Information	702	689	713	48,8	47,8	49,5
Sport	79	108	85	5,5	7,5	5,9
Nonfiktionale Unterhaltung	80	85	91	5,6	5,7	6,3
Musik	15	17	19	1,1	1,2	1,4
Kinder-/Jugendsendungen	72	80	74	5,0	5,5	5,2
Fiction	440	412	403	30,5	28,6	28,0
Sonstiges	33	32	33	2,3	2,2	2,3
Werbung	18	20	21	1,3	1,4	1,4
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
RTL						
Information	363	369	396	25,2	25,6	27,5
Sport	30	33	25	2,1	2,3	1,8
Nonfiktionale Unterhaltung	286	268	259	19,9	18,6	18,0
Musik	24	16	24	1,7	1,1	1,7
Kinder-/Jugendsendungen	20	18	18	1,4	1,2	1,2
Fiction	342	357	351	23,8	24,8	24,4
Sonstiges	78	77	67	5,4	5,3	4,7
Werbung	296	303	299	20,5	21,0	20,8
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
SAT.1						
Information	255	263	273	17,7	18,3	18,9
Sport	8	3	10	0,5	0,2	0,7
Nonfiktionale Unterhaltung	457	399	448	31,7	27,7	31,1
Musik	8	10	8	0,5	0,7	0,6
Kinder-/Jugendsendungen	3	2	2	0,2	0,1	0,2
Fiction	347	394	375	24,1	27,3	26,0
Sonstiges	68	78	76	4,7	5,4	5,3
Werbung	295	290	248	20,5	20,2	17,2
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
ProSieben						
Information	399	371	408	27,7	25,7	28,3
Sport	-	-	5	-	-	0,3
Nonfiktionale Unterhaltung	300	262	253	20,8	18,2	17,6
Musik	8	6	6	0,6	0,4	0,4
Kinder-/Jugendsendungen	34	39	49	2,4	2,7	3,4
Fiction	413	462	419	28,7	32,1	29,1
Sonstiges	77	79	78	5,4	5,5	5,4
Werbung	209	221	221	14,5	15,3	15,4
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

u.ä.), unterhaltend-darbietende Formen mit künstlerisch-professionellem Hintergrund (Showauftritt, Konzert, Comedy, Sketch, Nummer u.ä.).

Zu diesen nonfiktionalen Formen kommen als fiktionale Sendungsformen hinzu: Spielfilm, Fernsehfilm/Reihen/TV-Movie, Fernsehserien und Kurzfilm.

Die übrigen Programmteile werden zusammengefasst als sonstige Sendungsformen (Programmpräsentationen, Überleitungen, Zeitfüller, Zeitlücken sowie Gewinnzahlen und Nonprofit-Spots) und Werbeformen (Werbeblöcke, Teleshop und Sponsorwerbung).

Magazine, Dokus und Nachrichten machen rund die Hälfte des Angebots von ARD und ZDF aus

Der Vergleich der Programmangebote anhand dieser Sendungsformen führt im nonfiktionalen wie auch im fiktionalen Bereich zu weiteren Unterschieden zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern, die sich im Wesentlichen aus den systembedingten Zielen ergeben. ARD und ZDF bevorzugen wie im Vorjahr wieder stärker als die Privatsender die klassischen journalistischen Formen der Realitätsdarstellung, Berichterstattung und Meinungsbildung, auf denen größtenteils ihr Informationsangebot basiert. Etwa ein Viertel der durchschnittlichen Sendedauer pro Tag entfällt im Ersten auf Magazine/Ratgeber (24,1%), weitere 11,5 Prozent auf Reportagen/Dokumentationen und knapp ein Zehntel auf Nachrichten (9,3%) (vgl. Tabelle 2). Beim ZDF beträgt der Anteil an Magazinen einschließlich Ratgebersendungen 30,7 Prozent, Reportagen/Dokumentationen belaufen sich auf 11,5 Prozent und die Nachrichten auf 9,5 Prozent. Diese drei für das Nonfictionangebot meist verwendeten journalistischen Sendungsformen decken zusammen genommen bei der ARD 44,9 Prozent und beim ZDF 51,7 Prozent des Gesamtangebots ab.

Deutlich niedrigerer Anteil klassischer Informationsformate bei den Privaten

Dem geringeren Umfang an Informationssendungen entsprechen bei den Privatsendern auch deutlich geringere Anteile an klassisch-journalistischen Sendungsformen. Dies zeigt sich vor allem bei den Nachrichten und Magazinen. So beträgt der Nachrichtenanteil bei RTL 3,9 Prozent, bei SAT.1 2,9 Prozent und bei ProSieben nur 0,8 Prozent der Gesamtsendedauer. Der Magazinanteil erreicht 2007 bei RTL 13,7 Prozent, bei SAT.1 13,8 Prozent und bei ProSieben 13,0 Prozent und entspricht damit etwa der Hälfte des vergleichbaren Angebots von ARD und ZDF. Nur bei den Reportagen haben RTL (11,0%) und ProSieben (14,1%) im Jahr 2007 teils gleiche oder gar höhere Anteile als bei den öffentlich-rechtlichen Sendern erreicht. Bei SAT.1 bleiben Reportagen/Dokumentationen (2,0%) weiterhin vergleichsweise unbedeutend.

Während ARD und ZDF ihr dokumentarisches Angebot auch 2007 hauptsächlich mit konventionellen Formen bestreiten, verwenden RTL (7,9%) und SAT.1 (9,9%) auch serielle Hybridformate (Doku-Inszenierung und Doku-Soap), in denen die Grenzen zwischen Information und Unterhaltung offener sind. Von SAT.1 (7,2%) und ProSieben (5,8%) werden weiterhin Talkshows umfangreicher

als von den anderen Sendern angeboten. Ereignisübertragungen, die hauptsächlich senderextern stattfinden und überwiegend den Sport betreffen, gehören dagegen nach wie vor zu den typischen Formen der öffentlich-rechtlichen Sender.

Sendungsformen der nonfiktionalen Unterhaltung, die sich in den Kategorien Ratespiel/Quiz/Game-show und Show/Darbietung zusammenfassen lassen, sind bei den Privaten wieder stärker vertreten als bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Gegenüber dem Vorjahr ist hier ein leichter Zuwachs zu verzeichnen. Am stärksten unter allen Sendern setzt SAT.1 auf Ratespiel/Quiz/Game-show (9,3%), ProSieben bevorzugt stärker als die übrigen Sender Formate der Kategorie Show/Darbietung (8,7%).

Vergleicht man die Sendungsformen der Fiction, zeigt sich, dass auch dort die typischen Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern weiterhin bestehen. ARD und ZDF bieten Spielfilme, Fernsehfilme und Reihen einerseits sowie Fernsehserien andererseits in annähernd ausgeglichener Verhältnis an, RTL und SAT.1 senden vorrangig Fernsehserien und deutlich weniger Spielfilme, Fernsehfilme und Reihen.

Sendungsformen der Sparten

In der Verknüpfung der Sendungsformen mit Programmsparten zeigt sich, welche Sendungsformen die Sparten prägen und so zu den unterschiedlichen Spartenprofilen der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme beitragen. Dieser Zusammenhang lässt sich hier wieder anhand exemplarischer Sendungstitel konkreter veranschaulichen.

Mit der Sparte Information verbindet man am ehesten die klassischen journalistischen Formen der aktuellen Berichterstattung, Meinungsbildung und sachbezogenen Realitätsdarstellung, wie sie in berichtender oder dokumentarischer Aufbereitung vermittelt werden. Dementsprechend findet man in der Sparte Information auch bei allen Sendern hauptsächlich die Formen Nachrichten, Magazin, Dokumentation/Bericht/Reportage. Daneben gibt es neuere Formate wie Doku-Inszenierung, Doku-Soap oder diverse Talkformate, in denen einzelne Gestaltungselemente aus verschiedenen Formen spartenübergreifend neu kombiniert werden. Die daraus entstandenen Hybridformen des Infotainments, Edutainments, Confrontainments und andere kennzeichnen, dass die Grenzen zwischen „harter“ und „weicher“ Information durchlässiger geworden sind. Für Langzeitvergleiche stellt sich damit auch die Frage, wie diese Formate im Spartenmodell der Programmanalyse eingeordnet werden können.

Wie in den Programmanalysen der Vorjahre wird auch hier wieder an einer eher restriktiven Abgrenzung der Sparte Information festgehalten. Dabei werden sowohl die seriellen Doku-Inszenierungen und Doku-Soaps, denen aufgrund ihrer Machart mehr Unterhaltungs- als Informationsintention zukommt, als auch die seriellen, nicht als politisch

Leichter Zuwachs bei nonfiktionaler Unterhaltung

Fiction: vorrangig Fernsehserien bei RTL und SAT.1

Hybridformate lassen Grenzen zwischen „harter“ und „weicher“ Info verschwimmen

Enge Definition der Sparte Information

② **Sendungsformen¹⁾ von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2007**

in Min./Tag und %

	ARD/ Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro Sieben	Gesamt
in Min./Tag						
Nachrichten ²⁾	135	136	56	42	11	380
Magazin/Ratgeber	347	442	198	199	188	1 374
Reportage/Dokumentation	165	166	158	29	203	722
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	8	4	114	143	4	273
Ereignisübertragung	59	55	15	8	8	145
Talk/Diskussion/Ansprache	39	76	49	104	83	350
Ratespiel/Quiz/Gameshow	24	11	14	133	50	233
Show/Darbietung	46	36	97	79	125	383
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	305	228	99	116	279	1 028
Fernsehserie	247	226	270	260	188	1 190
Sonstige redakt. Formen ³⁾	9	4	4	2	2	21
Sonstiges ⁴⁾	35	36	67	76	78	292
Werbung	21	21	299	248	221	810
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	7 200
in %						
Nachrichten ²⁾	9,3	9,5	3,9	2,9	0,8	5,3
Magazin/Ratgeber	24,1	30,7	13,7	13,8	13,0	19,1
Reportage/Dokumentation	11,5	11,5	11,0	2,0	14,1	10,0
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,5	0,3	7,9	9,9	0,3	5,3
Ereignisübertragung	4,1	3,8	1,1	0,6	0,6	2,0
Talk/Diskussion/Ansprache	2,7	5,2	3,4	7,2	5,8	4,9
Ratespiel/Quiz/Gameshow	1,7	0,8	1,0	9,3	3,5	3,2
Show/Darbietung	3,2	2,5	6,8	5,5	8,7	5,3
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	21,2	15,8	6,9	8,1	19,4	14,3
Fernsehserie	17,2	15,7	18,7	18,1	13,0	16,5
Sonstige redakt. Formen ³⁾	0,6	0,3	0,3	0,1	0,2	0,3
Sonstiges ⁴⁾	2,4	2,5	4,7	5,3	5,4	4,1
Werbung	1,4	1,4	20,8	17,2	15,4	11,2
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, 3.00–3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

oder gesellschaftlich relevant eingestuft Talkformate mit Publikumspräsenz nicht der Sparte Information, sondern der Sparte nonfiktionale Unterhaltung zugeordnet.

Aus der Verteilung der Sendungsformen innerhalb der Sparte Information lässt sich entnehmen, dass die Dominanz der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme als Informationsanbieter in erster Linie dadurch zustande kommt, dass ARD und ZDF in allen klassischen Formen der journalistischen Berichterstattung wesentlich mehr Sendungen als RTL, SAT.1 und ProSieben anbieten. Alle übrigen Formen – Doku-Inszenierung, Doku-Soap, Ereignisübertragung, Talk/Diskussion/Ansprache und Wetterinfo – sind in dieser Sparte nur von geringer Bedeutung (vgl. Tabelle 3).

Nachrichten: Etwa ein Zehntel des Gesamtprogramms von ARD und ZDF

Die Nachrichtensendungen als klassische Form der tagesaktuellen Berichterstattung machen im Ersten und im ZDF etwa ein Zehntel der Gesamtsendedauer pro Tag aus. Sie repräsentieren ein Viertel des

Informationsangebots öffentlich-rechtlicher Hauptprogramme. RTL kommt hier auf 4 Prozent, SAT.1 auf 3 Prozent und ProSieben nur auf 0,8 Prozent. (3)

Beim Vergleich der Nachrichtenangebote ist nicht nur der Umfang der Sendedauer von Bedeutung, sondern ebenso die Anzahl an Nachrichtenausgaben, die sich über den gesamten Tag verteilen, ferner die Vielfalt der Nachrichtenformate, die von den Kurznachrichten bis zu den Nachrichtenmagazinen in der Hauptsendezeit reicht. Zum Nachrichtenangebot der ARD tragen wesentlich die verschiedenen Ausgaben der „Tagesschau“ 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“ sowie „ZDF wochen-journal“ geprägt.

③ Sparten und Formen 2005 bis 2007

	Sendedauer in Min./Tag														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Information	620	602	621	702	689	713	363	369	396	255	263	273	399	371	408
Nachrichten ¹⁾	138	134	135	138	133	135	58	54	56	46	46	42	16	16	11
Magazin	301	298	294	385	385	396	202	200	195	186	191	199	281	235	189
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen ²⁾	150	129	128	130	128	127	33	48	48	97	80	121	-	-	-
Boulevardmagazin	35	36	37	50	48	51	52	68	69	35	30	22	131	101	70
Andere Magazine/Ratgeber	135	134	129	206	209	218	118	84	78	54	80	56	150	134	120
Dokumentation/Bericht/Reportage	126	122	140	120	127	139	100	110	141	17	24	27	90	116	202
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	4	7	8	6	7	4	-	0	0	-	-	3	10	0	1
Ereignisübertragung	16	8	7	24	15	10	3	1	0	1	0		2	2	2
Talk/Diskussion/Ansprache	28	26	31	27	19	22	0	0	1	2	0	0	0	0	0
Wetterinfo	7	7	7	2	3	3	1	3	3	2	2	1	1	1	2
Sport	97	115	86	79	108	85	30	33	25	8	3	10	-	-	5
Sportberichterstattung	38	54	35	38	56	41	12	14	11	3	1	2	-	-	0
Übertragung	59	61	51	41	52	44	18	18	14	4	2	8	-	-	4
Nonfiktionale Unterhaltung	99	64	61	80	83	91	286	268	259	457	399	448	300	262	253
Journalistische															
Unterhaltungsformen	49	16	14	56	49	63	53	54	55	108	91	104	118	108	83
Magazin/Ratgeber/ Reportage/Doku	3	6	6	-	-	9	0	5	7	-	-	-	-	-	-
Talk/Gespräch	45	9	8	56	49	54	53	48	48	108	91	104	118	108	83
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0	-	-	0	-	-	177	141	113	199	128	140	76	20	3
Konventionelle															
Unterhaltungsformen	50	48	47	24	33	27	56	74	90	150	180	204	106	134	167
Quiz/Gameshow/Spiele	26	20	23	11	16	11	16	15	14	95	100	133	23	47	50
Show/Darbietungen/ Übertragung	24	28	25	13	17	16	39	59	77	55	80	71	83	87	117
Musik	22	19	23	15	17	19	24	16	24	8	10	8	8	6	6
Show/Konzert	22	19	22	15	17	19	24	15	24	8	10	8	7	3	6
Sonstiges	-	-	0	-	-	0	-	0	1	-	-	-	2	2	0
Kinder-/Jugendprogramm	82	86	73	72	80	74	20	18	18	3	2	2	34	39	49
Nonfikt. Kindersendungen	43	40	40	25	25	24	-	-	-	0	0		2	6	2
Fiktionale Kindersendungen	39	45	33	47	54	51	20	18	18	2	1	2	32	33	47
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	6	7	6	6	6	6	4	2	3	2	1	2	5	2	4
Fernsehserie	34	38	27	40	48	45	17	15	15	-	-	-	27	31	43
Fiction	464	499	520	440	412	405	342	357	351	347	394	375	415	462	419
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	271	284	300	219	228	222	85	87	96	103	105	114	295	311	275
Fernsehserie	192	213	220	221	184	181	257	271	255	243	289	260	120	151	144
Sonstiges	1	1		0	-	-	-	-	-	0	-	1	-	-	-
Sonstige Sparten	34	34	35	33	32	33	78	77	67	68	78	76	77	79	78
Werbung	20	22	21	18	20	21	296	303	299	295	290	248	209	221	221
Werblock/Sponsorspot	20	22	21	18	20	21	212	215	209	210	211	226	209	191	209
Teleshopping/Sonst.Werbeformen	-	-	-	-	-	-	84	88	90	86	80	22	0	30	12
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)

Reduziertes Nachrichtenangebot bei SAT.1 und ProSieben

Bei RTL entfällt die meiste Sendezeit für Nachrichten auf die Hauptnachrichten „RTL aktuell“ und „RTL aktuell - Weekend“ sowie auf das „RTL-Nachtjournal“, weniger Gewicht haben die Kurzausgaben der „RTL News“. Bei SAT.1 besteht das Nachrichtenangebot, abgesehen von den Kurzaus-

gaben im Frühstücksfernsehen, im Wesentlichen aus der täglichen Hauptnachrichtensendung „SAT.1 News“ und dem Nachrichtenmagazin „SAT.1 News - Die Nacht“. Nachdem im Laufe des Jahres 2007 das Nachtmagazin eingestellt worden ist, hat sich der Umfang des Nachrichtenangebots bei SAT.1 verringert. Statt durchschnittlich 13 Minuten pro Tag

③ Sparten und Formen 2005 bis 2007 (Fortsetzung)

	Sendedauer in %														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Information	43,0	41,8	43,1	48,8	47,8	49,5	25,2	25,6	27,5	17,7	18,3	18,9	27,7	25,7	28,3
Nachrichten ¹⁾	9,6	9,3	9,3	9,6	9,2	9,4	4,0	3,8	3,9	3,2	3,2	2,9	1,1	1,1	0,8
Magazin	20,9	20,7	20,4	26,8	26,7	27,5	14,0	13,9	13,5	12,9	13,3	13,8	19,5	16,3	13,1
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen ²⁾	9,0	8,9	8,9	9,0	8,9	8,8	2,3	3,3	3,3	6,7	5,6	8,4	-	-	-
Boulevardmagazin	2,5	2,5	2,6	3,4	3,3	3,6	3,6	4,7	4,8	2,4	2,1	1,5	9,1	7,0	4,9
Andere Magazine/Ratgeber	9,4	9,3	9,0	14,3	14,5	15,2	8,2	5,9	5,4	3,8	5,6	3,9	10,4	9,3	8,3
Dokumentation/Bericht/Reportage	8,7	8,5	9,7	8,3	8,8	9,7	6,9	7,6	9,8	1,2	1,6	1,9	6,2	8,0	14,0
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,2	0,5	0,5	0,4	0,5	0,3	-	0,0	0,0	-	-	0,2	0,7	0,0	0,1
Ereignisübertragung	1,1	0,6	0,5	1,7	1,1	0,7	0,2	0,1	0,0	0,1	0,0	-	0,1	0,1	0,1
Talk/Diskussion/Ansprache	2,0	1,8	2,1	1,9	1,3	1,5	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Wetterinfo	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,2
Sonstiges	-	-	0,0	-	-	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	6,8	8,0	6,0	5,5	7,5	5,9	2,1	2,3	1,8	0,5	0,2	0,7	-	-	0,3
Sportberichterstattung	2,6	3,7	2,4	2,6	3,9	2,9	0,9	1,0	0,8	0,2	0,1	0,1	-	-	0,0
Übertragung	4,1	4,2	3,5	2,9	3,6	3,1	1,2	1,3	1,0	0,3	0,1	0,6	-	-	0,3
Nonfiktionale Unterhaltung	6,9	4,4	4,3	5,6	5,7	6,3	19,9	18,6	18,0	31,7	27,7	31,1	20,8	18,2	17,6
Journalistische															
Unterhaltungsformen	3,4	1,1	1,0	3,9	3,4	4,4	3,7	3,7	3,8	7,5	6,3	7,2	8,2	7,5	5,7
Magazin/Ratgeber/ Reportage/Doku	0,2	0,4	0,4	-	-	0,6	0,0	0,4	0,5	-	-	-	-	-	-
Talk/Gespräch	3,2	0,6	0,5	3,9	3,4	3,8	3,7	3,3	3,3	7,5	6,3	7,2	8,2	7,5	5,7
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,0	-	-	0,0	-	-	12,3	9,8	7,9	13,8	8,9	9,7	5,3	1,4	0,2
Konventionelle															
Unterhaltungsformen	3,5	3,3	3,3	1,7	2,3	1,9	3,9	5,1	6,3	10,4	12,5	14,2	7,3	9,3	11,6
Quiz/Gameshow/Spiele	1,8	1,4	1,6	0,7	1,1	0,8	1,1	1,0	0,9	6,6	7,0	9,3	1,6	3,3	3,5
Show/Darbietungen/ Übertragung	1,7	1,9	1,7	0,9	1,2	1,1	2,7	4,1	5,3	3,8	5,6	4,9	5,7	6,0	8,1
Musik	1,5	1,3	1,6	1,1	1,2	1,4	1,7	1,1	1,7	0,5	0,7	0,6	0,6	0,4	0,4
Show/Konzert	1,5	1,3	1,6	1,1	1,2	1,3	1,7	1,1	1,6	0,5	0,7	0,6	0,5	0,2	0,4
Sonstiges	-	-	0,0	-	-	0,0	-	0,0	0,1	-	-	-	0,1	0,1	0,0
Kinder-/Jugendprogramm	5,7	6,0	5,0	5,0	5,5	5,2	1,4	1,2	1,2	0,2	0,1	0,2	2,4	2,7	3,4
Nonfikt. Kindersendungen	3,0	2,8	2,8	1,7	1,8	1,6	-	-	-	0,0	0,0	-	0,1	0,4	0,2
Fiktionale Kindersendungen	2,7	3,2	2,3	3,2	3,8	3,5	1,4	1,2	1,2	0,2	0,1	0,2	2,2	2,3	3,3
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2	0,3
Fernsehserie	2,3	2,7	1,9	2,8	3,3	3,1	1,2	1,1	1,0	-	-	-	1,9	2,1	3,0
Fiction	32,2	34,7	36,1	30,5	28,6	28,0	23,8	24,8	24,4	24,1	27,3	26,0	28,7	32,1	29,1
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	18,8	19,7	20,8	15,2	15,8	15,4	5,9	6,0	6,7	7,2	7,3	7,9	20,3	21,6	19,1
Fernsehserie	13,4	14,8	15,3	15,3	12,8	12,6	17,9	18,8	17,7	16,9	20,1	18,1	8,3	10,5	10,0
Sonstiges	0,1	0,1	-	0,0	-	-	-	-	-	0,0	-	0,1	-	-	-
Sonstige Sparten	2,4	2,3	2,5	2,3	2,2	2,3	5,4	5,3	4,7	4,7	5,4	5,3	5,4	5,5	5,4
Werbung	1,4	1,5	1,4	1,3	1,4	1,4	20,5	21,0	20,8	20,5	20,2	17,2	14,5	15,3	15,4
Werblock/Sponsorspot	1,4	1,5	1,4	1,3	1,4	1,4	14,7	14,9	14,5	14,6	14,6	15,7	14,5	13,3	14,5
Teleshopping/Sonst.Werbeformen	-	-	-	-	-	-	5,9	6,1	6,2	6,0	5,5	1,5	0,0	2,1	0,8
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.

im Jahr 2006 verbleiben für das Nachtmagazin von SAT.1 im Jahresdurchschnitt 2007 nur noch 7 Minuten pro Tag, und die Hauptnachrichtensendung, die im Jahr 2006 noch mit 18 Minuten pro Tag angeboten wurde, kommt 2007 nur noch auf durchschnittlich 15 Minuten Sendedauer pro Tag. Bei ProSieben besteht das Nachrichtenangebot hauptsächlich aus der Hauptnachrichtenausgabe „Newstime“, während die „ProSieben Spätnachrichten“ und weitere Kurznachrichten nur wenig dazu beitragen. Ähnlich wie bei SAT.1 ist auch bei ProSieben ein Rückgang im Umfang der Hauptnachrichtendauer zu verzeichnen. Entfielen auf die Hauptnachrichtenausgabe „Newstime“ im Jahr 2006 noch durchschnittlich 13 Minuten pro Tag, waren es im Jahr 2007 nur noch 9 Minuten pro Tag. So kann man auch nicht mehr von einem langfristig stabilen Nachrichtenangebot bei allen Sendern sprechen, sondern dies gilt im Jahr 2007 nur noch für ARD, ZDF und RTL.

Magazine

Magazin ist meistverwendetes Informationsformat

Die Magazine bleiben bei allen Sendern außer ProSieben die meistverwendete Sendungsform des Informationsangebots. Die ARD bestritt mit ihren Magazinen im Jahr 2007 20,4 Prozent der Sendezeit, dies ist knapp die Hälfte des Informationsangebots im Ersten. Beim ZDF ist der Anteil der informationsorientierten Magazine mit 27,5 Prozent des Gesamtsendevolumens gegenüber dem Vorjahr etwas gestiegen. Dieser Anstieg ist allerdings kein Pendel-Effekt eines vorausgegangenen Sportjahrs, denn in früheren Jahren lag der ZDF-Magazinanteil relativ konstant im Bereich zwischen 26,4 und 26,8 Prozent.

Bei den Privatsendern hat sich das Magazinangebot in der Sparte Information unterschiedlich entwickelt. RTL und SAT.1 kommen im Jahr 2007 auf einen Magazinanteil von 13,5 bzw. 13,8 Prozent der Gesamtsendezeit, wobei sich von 2005 bis 2007 bei RTL eine leicht rückläufige und bei SAT.1 ansteigende Tendenz abzeichnet. Die auffälligsten Veränderungen fanden in diesem Zeitraum bei ProSieben statt, denn hier wurde das Magazinangebot von 19,5 Prozent stetig bis auf 13,1 Prozent verringert. Im Umfang der Magazine hat sich ProSieben damit den beiden anderen Privatsendern angeglichen.

Vielfältiges Angebot an Magazinen im Ersten

Hält man an der Gruppierung der Magazine in 1. Morgenmagazine/Frühstücksfernsehen, 2. Boulevardmagazine und 3. andere Magazine/Ratgeber fest, zeigen sich auch 2007 in diesem Bereich wieder Gewichtungunterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Informationsangeboten. Bei der ARD entfallen auf die werktätlich ausgestrahlten Morgenmagazine (8,9%) und auf andere Magazine/Ratgeber (9,0%) ähnlich hohe Anteile, während die Boulevardmagazine (2,6%) im Vorabendprogramm nur ein geringes Gewicht haben. Abgesehen von dem werktätlich ausgestrahlten „Mittagsmagazin“ und dem Servicemagazin „ARD-Buffer“ handelt es sich bei den anderen Magazinen

um Sendungen mit meist wöchentlicher oder größerer Periodizität. Zur Vielfalt der Magazine im Ersten tragen 2007 wieder die zur Hauptsendezeit ausgestrahlten ARD-Politikmagazine der einzelnen Landesanstalten – „Fakt“ (MDR), „Kontraste“ (rbb), „Monitor“ (WDR), „Panorama“ (NDR), „Report Mainz“ (SWR) und „Report München“ (BR) – sowie „Bericht aus Berlin“, „Europamagazin“ und „Weltspiegel“, ferner das Wirtschaftsmagazin „Plusminus“, die Kulturmagazine „titt-Titel, Thesen, Temperamente“ und „Druckfrisch“ am Spätabend sowie das Wissensmagazin „W wie Wissen“ und das Lifestylemagazin „Polylux“ bei. Hinzu kommen die klassischen Ratgebermagazine zu den Themenbereichen Auto und Verkehr, Bauen und Wohnen, Geld, Gesundheit, Heim und Garten, Recht, Reise, Technik im Nachmittagsprogramm am Wochenende.

Beim ZDF entfallen auf die werktätlich gemeinsam mit der ARD ausgestrahlten Morgenmagazine 8,8 Prozent der Gesamtsendedauer. Die Boulevardmagazine (3,6%) „hallo deutschland“ und „leute heute“ kommen zusammen auf etwas mehr Sendezeit als die vergleichbaren Sendungen im Ersten, deutlich höher als im Ersten liegt jedoch beim ZDF der Sendezeitanteil der Kategorie andere Magazine/Ratgeber (15,2%). Neben dem werktätlichen „Mittagsmagazin“ (im wöchentlichen Wechsel mit der ARD), dem Ratgeber- und Servicemagazin am Vormittag „Volle Kanne – Service täglich“ sowie dem Magazin am frühen Abend „Drehscheibe Deutschland“ gehören zu dieser Gruppierung die wöchentlich ausgestrahlten Politikmagazine „Frontal 21“, „Berlin direkt“ und „auslandsjournal“, ferner die Kultur- und Wissensmagazine „Aspekte“, „Abenteuer Wissen“ sowie „Neues“ und „Nano“ (als Übernahme von 3sat). Hinzu kommen am Vorabend „Länderspiegel“, „blickpunkt“, „ML Mona Lisa“ und am Hauptabend „ZDFreporter“ sowie „ZDFumwelt“. Diese redaktionell und thematisch unterschiedlichen Magazine, die zur Vielfalt des ZDF-Informationsangebots beitragen, prägen auch maßgeblich das Informationsprofil im Jahr 2007. Hinzugekommen ist eine Wochenendausgabe von „Volle Kanne – Service täglich“, sie verstärkt das alltagsnahe Serviceformat.

ZDF: Ebenfalls breite Palette unterschiedlicher Magazine

Die Privatsender bieten ein unterschiedliches Bild. RTL hat nur ein vergleichsweise geringes Angebot an Morgenmagazinen (3,3%), zu denen die Sendungen „Punkt 6“, „Punkt 7“ und „Punkt 9“ gerechnet werden. Die Boulevardmagazine (4,8%) „Explosiv“ und „Exklusiv“ einschließlich Extra-Ausgaben sowie „Exklusiv – Das Starmagazin“ sind etwas umfangreicher als bei ARD und ZDF. Die anderen Magazine/Ratgeber – hierzu gehören werktätlich „Punkt 12“ am Mittag, das neue Servicemagazin „V – Die Verbrauchershow“ am frühen Sonntagabend und die wöchentlich im Abendprogramm ausgestrahlten Sendungen „Extra – Das RTL-Magazin“, „Stern TV“, das Politikmagazin „Spiegel TV-Magazin“ sowie die dctp-Kulturmagazine „10 vor 11“ und „Prime Time-Spätausgabe“ am Spätabend – sind im Umfang von 8,2 Prozent im Jahr 2005 auf 5,4 Prozent der Gesamtsendedauer im Jahr 2007 zurückgegangen.

SAT.1: Frühstücksfernsehen macht wesentlichen Teil der Magazine aus

Im Magazinangebot von SAT.1 macht das Frühstücksfernsehen (8,4%), dessen werktägliche Sendedauer im Jahr 2007 ausgeweitet wurde, den höchsten Anteil aus. Auf Boulevardmagazine entfallen nur 1,5 Prozent und auf andere Magazine nur 3,9 Prozent. Hierzu gehören neben den werktäglichen Magazinen „SAT.1 am Mittag“ und „SAT.1 am Abend“ die wöchentlich ausgestrahlten Sendungen „Akte 2007“, das Kulturmagazin von dctp „News & Stories“, das Wissensmagazin „Planetopia“ und das „SAT.1-Automagazin“. Durch die Ausweitung des Frühstücksfernsehens wurde die Sendezeit des eingestellten Mittagmagazins („SAT.1 am Mittag“) mehr als ausgeglichen.

Keine Politik und Wirtschaftsmagazine bei den Privaten

Das Magazinangebot von ProSieben besteht aus den Boulevardmagazinen (4,9%) „SAM“ und „Taff“ und anderen Magazinen (8,3%), für die eine rückläufige Entwicklung zu verzeichnen ist. Im Unterschied zu ARD, ZDF und RTL hat auch ProSieben (ebenso wie SAT.1) weder ein Politik- noch ein Wirtschaftsmagazin. In der Gruppe der anderen Magazine entfällt die meiste Sendezeit auf das Wissensmagazin „Galileo“ inklusive seiner Spezialausgaben und „Wunderwelt Wissen“, ferner auf das Lifestylemagazin „Avenzio – Schöner leben!“ sowie „Focus TV“ als Magazin mit gesellschaftsbezogenem Themenmix. Als Kulturmagazin bietet ProSieben weiterhin den „Cine Tipp“ an.

Monothematische Sendungen: Dokumentation, Bericht, Reportage

Neben den Nachrichten und Magazinen bilden die Dokumentationen, Berichte und Reportagen die dritte Hauptkomponente des Informationsangebots. Der Anteil dieser monothematischen Formate macht bei ARD, ZDF und RTL im Jahr 2007 ein Zehntel des Gesamtangebots aus. Während ARD und ZDF ihren Anteil in dieser Sendungsform nahezu unverändert ließen, steigerte ihn RTL deutlich. Bei SAT.1 sind dagegen Dokumentationen/Reportagen mit Anteilen von 1,2 Prozent 2005 und 1,9 Prozent 2007 vergleichsweise schwach vertreten. Dagegen spielen sie im Informationsangebot von ProSieben eine tragende Rolle. Dort stieg der Sendezeitanteil der in die Kategorie Dokumentationen/Berichte/Reportagen fallenden Sendungen im Zeitraum zwischen 2005 und 2007 von 6,2 auf 14,0 Prozent.

Bei näherer Betrachtung am Beispiel stark vertretener Sendetitel zeigt sich allerdings, dass hinter quantitativ ähnlichen Angebotsanteilen der gleichen Kategorie zum Teil sehr unterschiedliche Informationskonzepte und Macharten stecken. Bei der ARD kommen Dokumentationen, Reportagen, Berichte und Features als Reihen und Einzelsendungen in der Regel mit redaktioneller Zuordnung und Autorenkennzeichnung vor. Sie behandeln ein breites Spektrum an politischen, gesellschaftlichen und diversen anderen Themen. Zu dieser Kategorie von Sendungen tragen wesentlich die Ausgaben des „ARD-Brennpunkts“, ferner die Reihen „ARD-exclusiv“, „Bilderbuch Deutschland“, „Weltreisen“, „Die großen Kriminalfälle“ und verschiedene Tier-sendungen („Elefant, Tiger & Co.“ u.a.) bei. Hinzu kommen Autorenfilme („Lost Children – Kindersoldaten in Uganda“, „Von Odessa nach Istanbul. Eine

Reise um das Schwarze Meer“, „Sterbezeit ist Lebenszeit“ u.a.), deren Titel hier nur exemplarisch illustrieren können, welche Spannweite in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen die Sendeform Dokumentation/Reportage umfasst.

Beim ZDF gehören hierzu neben den aktuellen Ausgaben von „ZDF spezial“ und zahlreichen Einzelsendungen zu verschiedenen Themen (z.B. „Abenteuer Asien“, „Die Alten-Republik Deutschland“, „Der Kampf um Bagdad“, „Hoffnung für die Armen?“) vor allem Langzeitreihen mit festen Sendeplätzen im Hauptabendprogramm wie die Reihe „37 Grad“ zu sozialen Gegenwartsthemen, ebenso die zeitgeschichtliche Reihe „Vor 30 Jahren“, ferner die Reihen „ZDF Expedition“, „ZDFreportage“, und „Wunderbare Welt“. Hinzu kommen diverse Tierreihen im Nachmittagsprogramm.

Bei RTL bestehen die Dokumentationen und Reportagen größtenteils aus den Reihen „Unsere erste gemeinsame Wohnung“, „Mein Baby“, „Mein Garten“, „Die Kinderärzte von St. Marien“, „Familienhilfe mit Herz“, „Einsatz in vier Wänden“, ausgestrahlt im Tagesprogramm, sowie „Die Super-Nanny“ am Hauptabend und „Die große Reportage“ am Spätabend. Charakteristisch für diese Reihen ist langfristig gesehen ein Wechsel des redaktionellen Ansatzes. Kultivierten die Daily-Talks der 1990er Jahre eher eine Demontage sozialer und familiärer Beziehungen durch inszenierten Tabubruch, werden seit einigen Jahren zunehmend prosoziale Formate angeboten, die man auch als kollektive Reparaturkonzepte bzw. Abkehr vom Trash-Kult betrachten kann.

Zum geringen Anteil der Dokumentationen und Reportagen, die SAT.1 anbietet, tragen im Jahr 2007 am meisten die Sendungen der Reihen „24 Stunden“ und „Das Making of“ bei. Hinzu kommen ferner „Focus TV-Reportage“, „Spiegel TV-Reportage“ sowie „Ein Job – Deine Chance“.

Unter den Dokumentationen/Reportagen bei ProSieben entfällt 2007 die meiste Sendezeit auf die Reihen „We are Family! So lebt Deutschland“, „Lebe Deinen Traum! Jetzt wird alles anders“, „Do It Yourself – S.O.S.“, „Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job“, „Besser Essen – Leben leicht gemacht“, „Frank – der Weddingplaner“. Diese Reihen stellen vorwiegend das private Leben jüngerer Zuschauergruppen in den Mittelpunkt und kultivieren eine positive Grundstimmung.

Sowohl bei RTL als auch bei ProSieben sind die Grenzen zwischen der klassischen Dokumentation und der Doku-Soap durchlässiger geworden. So erscheinen die von diesen Sendern als Reportagen angebotenen Formate vorwiegend als serielle Alltagsbegleiter junger Familien und Singles. In Machart und Montage dieser Reportagen – insbesondere beim Filmschnitt, O-Ton der Akteure, Anonymisierung durch Nichtnennung der Nachnamen der Akteure, Musikteppich, Off-Sprecher sowie Anonymi-

Trend zu prosozialen Formaten bei RTL

Jüngere Zuschauergruppen in Dokus/Reportagen von ProSieben angesprochen

Grenzen zur Doku-Soap bei RTL und ProSieben fließend

sierung von Ort und Zeit – zeigen sich typische Übereinstimmungen zwischen den Sendungen, mit denen RTL und ProSieben einen Großteil des Tagesprogramms bestreiten. Im Unterschied zu ARD und ZDF, deren Dokumentationen und Reportagen als Einzelprodukte unterscheidbar bleiben, erscheinen viele Reportagen der Privatsender wie serielle Fließprogramme, bei denen der Zuschauer den Wechsel von einer Sendung zur anderen kaum merken würde, wenn es nicht den Titel gäbe.

Die übrigen Sendungsformen Doku-Inszenierung/Doku-Soap, Ereignisübertragung, Talk/Diskussion/Ansprache und Wetterinfo sind auch 2007 im Informationsangebot nur von geringer Bedeutung. (4)

Ereignisübertragungen bei ARD und ZDF

Unter den Ereignisübertragungen bei ARD und ZDF finden sich im Jahr 2007 neben evangelischen und katholischen Gottesdiensten Gedenkfeiern und diverse Preisverleihungen (CIVIS Medienpreis 2007, Friedensnobelpreis 2007, Deutscher Schulpreis 2007, Deutscher Umweltpreis 2007). In den privaten Programmen sind es in den wenigen Fällen vorwiegend Film- und Fernsehpreisverleihungen, so bei ProSieben „Emmy 2007“, „Golden Globe Awards 2007“, „Oscar 2007“.

Doku-Inszenierungen in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen zeichnen sich zu einem großen Teil durch politische oder geschichtliche Bezüge aus, so etwa bei der ARD „Benedikt XVI. – Eine deutsche Geschichte“, „Deutsche in Amerika“, „Die Juden, Geschichte eines Volkes“, „Helmut Schmidt außer Dienst“ oder beim ZDF „2030 – Aufstand der Alten“, „Das Wunder von Mogadischu“.

Gesprächsformate mit politischer Relevanz

Auch die Gesprächsformate Talk/Diskussion/Ansprache sind in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen unter dem Aspekt gesellschaftlicher und politischer Relevanz zu sehen. Bei der ARD gehören hierzu die Polit-Talks „Sabine Christiansen“ und „Anne Will“ sowie „Hart aber fair“, der „Presseclub“, ferner die Gesprächsrunde „Menschen bei Maischberger“ zu gesellschaftlichen Themen. Beim ZDF entsprechend der Polit-Talk „Berlin Mitte“ bzw. „Maybrit Illner“, die politische Gesprächsreihe „Was nun, Herr Beck?“ (Jung, Seehofer, Stoiber) und die philosophischen Diskussionen „Das philosophische Quartett“ sowie „nachtstudio“. Vergleichbare Gesprächsformate dieser Art sind in den Privatprogrammen selten. Bei RTL findet man in diesem Format „Das Sommerinterview mit Angela Merkel“ (und Kurt Beck) sowie „Der Klimawandel“ und bei SAT.1 die kirchliche Sendung „So gesehen“.

Angebote im Bereich Sport

Die Sparte Sport unterscheidet zwischen Sendungsformen mit Schwerpunkt auf Berichterstattung und solchen der Übertragung von Sportereignissen mit Schwerpunkt Darbietung. Bei allen Sendern entfällt auf Sportübertragung mehr Sendezeit als auf Berichterstattung. Dabei sind die Anteile in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen höher

als in den privaten. Bei der ARD wird die Berichterstattung in der „Sportschau“ und beim ZDF in den Sendungen „Das aktuelle Sportstudio“ und „ZDF Sportreportage“ angeboten. RTL und SAT.1 haben in dieser Kategorie sehr geringe Anteile an Berichterstattung, die sich meist aus Kommentaren in Pausen von Sportübertragungen ergeben. Mit den öffentlich-rechtlichen Sportmagazinen vergleichbare eigenständige Sendungen gibt es hier nicht.

Die Sportübertragungen bei ARD und ZDF verteilen sich auf ein breites Spektrum an Sportdisziplinen, die den Wintersport, die Leichtathletik, das Boxen, den Fußball u. a. m. umfassen. Das erheblich geringere Sportangebot der Privatsender beschränkt sich auf wenige Massensportarten mit hoher Zuschauerattraktivität, bei RTL sind es wie in den Vorjahren die Übertragungen der „Formel 1“, Ski-Springen und Boxen. Bei SAT.1 sind es Fußball (Champions League) und die teilweise nach dem wegen des Doping-Skandals erfolgten Ausstieg der öffentlich-rechtlichen Sender übernommene Tour de France. Auch ProSieben bestreitet 2007 ein erwähnenswertes Sportangebot mit Uefa-Cup-Spielen des FC Bayern München, Boxen und Übertragungen von der Tour de France.

Nonfiktionale Unterhaltung

Das nonfiktionale Unterhaltungsangebot bleibt auch 2007 eine Domäne der Privatsender. Bei näherer Betrachtung dieser Sparte werden die Sendungsformen wieder nach den drei Kategorien – journalistische Unterhaltungsformen (Bericht/Talk), Doku-Inszenierung/Doku-Soap und konventionelle Unterhaltungsformen (Show/Darbietung) – unterschieden.

Die journalistischen Unterhaltungsformen, hauptsächlich Talk/Gespräch, machen im Ersten zusammen nur 1 Prozent des Gesamtprogramms aus, zu denen der Late Night-Talk „Beckmann“ am meisten beiträgt. Beim ZDF ergibt sich der höhere Anteil der Talkformate (3,8%) durch die mehrtägig ausgestrahlte „Johannes B. Kerner Show“ und Kerner Koch-Show am Spätabend freitags. RTL kommt mit der Daily-Talk „Die Oliver Geissen Show“ auf 3,3 Prozent, dagegen ist der Anteil bei SAT.1 (7,2%) mit Daily-Talks („Brit“, „Vera“, „Zwei bei Kallwas“) und ProSieben (5,7%) im Tagesprogramm mit „Das Geständnis – heute sage ich alles“ und am Abend mit „Talk Talk Talk“ deutlich größer.

Zum hohen Anteil der nonfiktionalen Unterhaltung bei RTL und SAT.1 trägt vor allem die Kategorie Doku-Inszenierung/Doku-Soap bei. So machen bei RTL die inszenierten Gerichtshows („Das Familiengericht“, „Das Strafergericht“, „Das Jugendgericht“, „Staatsanwalt Posch ermittelt“) im Nachmittagsprogramm einschließlich der Wiederholungen im Nachtprogramm trotz rückläufiger Entwicklung im Jahr 2007 noch immer 7,9 Prozent der Gesamtsendezeit aus. SAT.1 kommt mit entsprechenden Formaten („Richter Alexander Hold“, „Richterin Barbara Salesch“) auf 9,7 Prozent der Gesamtsendezeit. ProSieben bietet dazu keine vergleichbaren Formate an.

Auch bei den konventionellen Unterhaltungsformaten liegen ARD (3,3%) und ZDF (1,9%) quanti-

Domäne der Privatsender

Anteil Doku-Inszenierung/Doku-Soap bei RTL und SAT.1

tativ weit hinter den Angeboten der Privatsender. Prominente Titel der ARD sind in diesem Unterhaltungsbereich unter anderem „Die Harald Schmidt Show“ bzw. „Schmidt & Pocher“ sowie weiterhin „Verstehen Sie Spaß?“. Im Bereich Quiz bietet das Erste unter anderem das „Starquiz und Jörg Pilawa“ an. Beim ZDF gehören zu den konventionellen Unterhaltungsformaten unter anderem „Der ZDF-Fernsehgarten“, „Wetten, dass..?“, „1, 2 oder 3“, „Neues aus der Anstalt“.

Größtes Angebot an Unterhaltung bei SAT.1

Die Vorrangstellung in den Unterhaltungsformaten behauptet SAT.1 (14,2%) mit Comedy-Sendungen wie „Die Comedy-Falle“, „Sechserpack“, „Mensch Markus“ und Quiz-Formaten wie „Quiz Night“. Bei ProSieben entfallen auf Shows und Spiele zusammen 11,6 Prozent des Gesamtprogramms. Das Profil dieses Angebots prägen unter anderen die Sendungen „TV Total“, „Schlag den Raab“, „Quatsch Comedy Club“ „Switch Reloaded“ und die Castingshows „Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum“ sowie „Popstars on Stages“. RTL rangiert bei ähnlichen Unterhaltungsformaten mit 6,3 Prozent der Gesamtsendendauer hinter SAT.1 und ProSieben. Hier können unter anderem die Sendungen „Wer wird Millionär?“, „Die 70er Show“, „Upps – Die Superpannenshow“ genannt werden.

Musiksendungen bei allen Sendern unter 2 Prozent

Musiksendungen liegen bei allen Sendern unter 2 Prozent. Von wenigen Ausnahmen abgesehen handelt es sich um Musikshows oder Konzerte. Unter den Musikshows entfallen bei der ARD auch weiterhin die höchsten Anteile auf die Sendungen „Immer wieder sonntags“, „Musikantenstadl“ und verschiedene Feste der Volksmusik. Beim ZDF gehören hierzu die Sendungen „Willkommen bei Carmen Nebel“ und „André Rieu“ sowie diverse Ausgaben der Reihe „Kult am Sonntag“ und „Die ZDF-Kultnacht“. Das RTL-Musikangebot enthält weiterhin „Die ultimative Chart Show“ und „Deutschland sucht den Superstar“. Bei SAT.1 findet man „Die Hit Giganten“ und Ausgaben der Reihe „SAT.1 Music Special“ und schließlich bei ProSieben „Bundesvision Song Contest 2007“ sowie „We love in Concert“.

Nonfiktionale Kindersendungen nur bei ARD und ZDF

Unterscheidet man das Kinder- und Jugendprogramm nach Formen, gilt weiterhin, dass nonfiktionale Kindersendungen fast nur von ARD und ZDF angeboten werden. Bei der ARD ist ihr Anteil etwas höher als der Anteil fiktionaler Kindersendungen. Die Privatsender beschränken sich weitgehend auf fiktionale Kindersendungen und dabei hauptsächlich auf Serien.

ARD 2007 mit größtem Filmangebot

Beim Genre Fiction kommen sich öffentlich-rechtliche und private Hauptprogramme in ihren quantitativen Anteilen am nächsten. Allerdings differenziert sich das Bild, wenn man das Fictionangebot nach Sendungsformen bzw. Gattungen unterscheidet. ARD und ZDF geben auch 2007 den Spielfilmen, Fernsehfilmen und Reihen ein größeres Gewicht als den Serien. RTL und SAT.1 legen dagegen das Schwergewicht auf die Fernsehserien. ProSieben verliert seine vormals führende Position als

größter Spielfilmanbieter im Jahr 2007 an die ARD. Entfielen im Vorjahr bei ProSieben noch 21,6 Prozent und bei der ARD 19,7 Prozent auf Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe, kehrt sich dieses Verhältnis 2007 mit nun 20,8 Prozent bei der ARD und 19,1 Prozent bei ProSieben um.

Unterscheidet man die Werbeformen nach zwei Kategorien – konventionelle Werbespots in Blockform einerseits und Teleshopping sowie sonstige Werbeformen andererseits – zeigte sich in den vorausgegangenen Jahren bei den großen Privatsendern RTL und SAT.1 ein relativ stabiles Verhältnis zwischen diesen beiden Kategorien. Auf Werbespots entfielen etwa drei Viertel und auf Teleshopping und andere Werbeformen zusammen etwa ein Viertel der Werbezeit, die bei diesen Sendern insgesamt jeweils gut 20 Prozent der Gesamtsendendauer ausmacht. Bei RTL ändert sich auch 2007 an dieser Verteilung nichts. Bei SAT.1 wirkt sich dagegen die Einstellung der Teleshoppingsendung im Vormittagsprogramm, deren werktägliche Sendezeit seitdem dem Frühstücksfernsehen zugute kommt, deutlich auf die Werbeanteile aus. So entfallen im Jahr 2007 bei SAT.1 auf Teleshopping und andere Werbeformen im Jahresdurchschnitt nur noch 1,5 Prozent (2006 5,5%), damit verbleiben zusammen mit dem um 1 Prozentpunkt auf 15,7 Prozent erhöhten Anteil der Blockwerbung nur noch 17,2 Prozent der Gesamtsendendauer für Werbung. Auch ProSieben hat 2007 den Anteil von Teleshopping und sonstigen Werbeformen eingeschränkt. Da diese Sendezeit aber den Werbespots in Blockform zugute kommt, bleibt der Werbeanteil insgesamt konstant.

Inhaltliche Schwerpunkte in den Programmsparten

Wie die Sendungsformen lassen sich auch die inhaltlichen Schwerpunkte der Sendungen nach den Programmsparten aufschlüsseln. Die nonfiktionalen Sendungen werden dabei nach Inhaltskategorien und die Fictionsendungen nach Genrekategorien unterschieden. Es liegt auf der Hand, dass diese Vorgehensweise auf Sendungsebene bei einem Teil der Nonfictionangebote nicht den gleichen Differenzierungsgrad wie auf Betragesebene erreichen kann. Obwohl dabei teilweise nur Annäherungen möglich sind, ergeben sich dennoch einige aufschlussreiche Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen, die zur Einschätzung ihrer gesellschaftlichen Rolle beitragen können. Das Hauptinteresse richtet sich hier auf die inhaltliche Struktur des Nonfictionangebots. Dieses wird hier nach fünf Inhaltskategorien aufgeschlüsselt, und zwar Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte, Kultur/Wissenschaft/Religion, Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe, Alltag/Soziales/Freizeit/zwischenmenschliche Beziehungen und Mischform diverser Themen.

Vergleicht man in der Sparte Information die Sendezeitanteile, die von den öffentlich-rechtlichen und den privaten Hauptprogrammen für Sendungen

Einstellung des Teleshoppings wirkt sich auf Werbeanteil bei SAT.1 aus

Differenzierung nach fünf Inhaltskategorien

Erhebliches Gefälle im weiteren Themenfeld Politik

④ Sparten und Inhalte 2005 bis 2007

	Sendedauer in Min./Tag														
	ARD			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Information	620	602	621	702	689	713	363	369	396	255	263	273	399	371	408
Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/ Zeitgeschichte	275	245	262	277	253	266	104	96	98	50	50	45	26	21	11
Kultur/Wissenschaft/Religion	103	106	109	120	124	129	20	9	9	20	20	19	72	98	92
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl. Beziehungen	51	60	60	96	101	111	103	121	156	3	4	14	74	97	192
Recht/Kriminalität/Unfall/ Katastrophe	5	6	7	5	5	4	7	5	2	1	0	1	2	1	2
Diverse Themen*	178	178	176	202	203	201	129	134	127	178	187	193	224	153	109
Wetter	7	7	7	2	3	3	1	3	3	2	2	1	1	0	1
Sport	97	115	86	79	108	85	30	33	25	8	3	10	-	-	5
Sportberichterstattung	38	54	35	38	56	41	12	14	11	3	1	2	-	-	0
Übertragung	59	61	51	41	52	44	18	18	14	4	2	8	-	-	4
Nonfiktionale Unterhaltung	99	64	61	80	83	91	286	268	259	457	399	448	300	262	253
Politik/Wirtschaft/ Gesell./Zeitgeschichte	2	2	2	-	0	0	3	-	-	-	-	-	-	-	1
Kultur/Wissenschaft/Religion	8	10	9	4	6	3	2	7	2	4	3	2	3	12	3
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl. Beziehungen	19	18	20	14	12	25	39	48	69	110	123	116	156	84	87
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	-	-	-	0	-	-	175	142	117	197	128	140	-	-	-
Diverse Themen*	70	33	31	62	65	62	68	72	71	146	145	190	140	167	163
Musik	22	19	23	15	17	19	24	16	24	8	10	8	8	6	6
Pop/Rock/Schlager	8	7	7	9	11	13	24	16	24	8	10	8	8	6	6
Volksmusik	14	11	15	4	3	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	1	1	1	3	4	3	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Kinderprogramm	82	86	73	72	80	74	20	18	18	3	2	2	34	39	49
Nonfiktionale Kindersendungen	43	40	40	25	25	24	-	-	-	0	0	-	2	6	2
Fiktionale Kindersendungen	39	45	33	47	54	51	20	18	18	2	1	2	32	33	47
Kinderfilme/Serien	2	10	10	10	14	10	7	7	10	1	0	-	3	1	-
Zeichentrick/Puppentrick	37	35	23	36	40	41	13	11	8	2	1	2	29	32	47
Fiction	464	499	520	440	412	403	342	357	351	347	394	375	413	462	419
Spannung	116	138	131	173	171	184	101	126	135	124	177	178	184	188	187
Unterhaltung	324	345	374	250	229	210	233	225	214	216	210	192	222	266	228
Anspruch	24	16	14	17	11	9	3	0	2	4	3	2	2	2	1
Animation	-	0	-	-	1	0	6	6	1	3	3	3	4	6	3
Sonstiges	34	34	35	33	32	35	78	77	67	68	78	76	77	79	78
Werbung	20	22	21	18	20	21	296	303	299	295	290	248	209	221	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)

mit Schwerpunkt Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte aufgewendet werden, zeigt sich ein erhebliches Gefälle von ARD und ZDF einerseits zu RTL, dann zu SAT.1 bis hin zu ProSieben. ARD und ZDF kommen im Jahr 2007 bei den Sendungen mit Schwerpunkt Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte auf 18,2 bzw. 18,5 Prozent ihrer Gesamtsendezeit (vgl. Tabelle 4). RTL kommt auf 6,8 Prozent, SAT.1 auf 3,1 Prozent und ProSieben nur auf 0,8 Prozent (repräsentiert durch die Nachrichten). Ungeachtet der Schwankungen zwischen den Jahren erweisen sich die Angebotsunter-

schiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern in der Zeitspanne von 2005 bis 2007 als weitgehend stabil (vgl. Abbildung 2).

Ein zweiter Komplex, für den sich der Blick auf die Angebotsverteilung lohnt, ist die Kategorie der Sendungen mit dem inhaltlichen Schwerpunkt Kultur/Wissenschaft/Religion. Zwar erreichen die Sendezeitanteile der Sender hier nicht die gleichen Größenordnungen wie bei den politisch-gesellschaftlich relevanten Sendungen, sie führen aber zum gleichen Befund über die unterschiedlichen Prioritäten öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme (vgl. Abbildung 3). Auf Sendungen mit

Auch bei Kultur/Wissenschaft/Religion deutlicher Vorsprung von ARD und ZDF

④ Sparten und Inhalte 2005 bis 2007 (Fortsetzung)

	Sendedauer in %														
	ARD			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Information	43,0	41,8	43,1	48,8	47,8	49,5	25,2	25,6	27,5	17,7	18,3	18,9	27,7	25,7	28,3
Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/ Zeitgeschichte	19,1	17,0	18,2	19,3	17,6	18,5	7,2	6,7	6,8	3,5	3,5	3,1	1,8	1,4	0,8
Kultur/Wissenschaft/Religion	7,2	7,4	7,6	8,3	8,6	8,9	1,4	0,7	0,6	1,4	1,4	1,3	5,0	6,8	6,4
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl.Beziehungen	3,5	4,2	4,1	6,6	7,0	8,4	7,1	8,4	10,8	0,2	0,3	1,0	5,1	6,7	13,3
Recht/Kriminalität/Unfall/ Katastrophe	0,3	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	0,5	0,4	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2
Diverse Themen*	12,4	12,3	12,2	14,0	14,1	14,0	8,9	9,3	8,9	12,3	13,0	13,4	15,6	10,6	7,6
Wetter	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
Sport	6,8	8,0	6,0	5,5	7,5	5,9	2,1	2,3	1,8	0,5	0,2	0,7	-	-	0,3
Sportberichterstattung	2,6	3,7	2,4	2,6	3,9	2,9	0,9	1,0	0,8	0,2	0,1	0,1	-	-	0,0
Übertragung	4,1	4,2	3,5	2,9	3,6	3,1	1,2	1,3	1,0	0,3	0,1	0,6	-	-	0,3
Nonfiktionale Unterhaltung	6,9	4,4	4,3	5,6	5,7	5,7	19,9	18,6	18,0	31,7	27,7	31,1	20,8	18,2	17,6
Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/ Zeitgeschichte	0,1	0,1	0,1	-	0,0	0,0	0,2	-	-	-	-	-	-	-	0,0
Kultur/Wissenschaft/Religion	0,6	0,7	0,6	0,3	0,4	0,2	0,2	0,5	0,1	0,3	0,2	0,1	0,2	0,8	0,2
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl.Beziehungen	1,4	1,2	1,4	1,0	0,8	1,1	2,7	3,3	4,8	7,7	8,5	8,1	10,9	5,8	6,1
Recht/Kriminalität/Unfall/ Katastrophe	-	-	-	0,0	-	0,0	12,1	9,9	8,1	13,7	8,9	9,7	-	-	-
Diverse Themen	4,9	2,3	2,1	4,3	4,5	4,3	4,7	5,0	4,9	10,1	10,1	13,2	9,7	11,6	11,3
Musik	1,5	1,3	1,6	1,1	1,2	1,4	1,7	1,1	1,7	0,5	0,7	0,6	0,6	0,4	0,4
Pop/Rock/Schlager	0,5	0,5	0,5	0,6	0,8	0,9	1,7	1,1	1,7	0,5	0,7	0,6	0,6	0,4	0,4
Volksmusik	1,0	0,8	1,0	0,3	0,2	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	0,0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	-	-	-	-	0,0	-	-	-	-
Kinderprogramm	5,7	6,0	5,0	5,0	5,5	5,2	1,4	1,2	1,2	0,2	0,1	0,2	2,4	2,7	3,4
Nonfiktionale Kindersendungen	3,0	2,8	2,8	1,7	1,8	1,6	-	-	-	0,0	0,0	-	0,1	0,4	0,2
Fiktionale Kindersendungen	2,7	3,2	2,3	3,2	3,8	3,5	1,4	1,2	1,2	0,2	0,1	0,2	2,2	2,3	3,3
Kinderfilme/Serien	0,2	0,7	0,7	0,7	1,0	0,7	0,5	0,5	0,7	0,0	0,0	-	0,2	0,1	-
Zeichentrick/Puppentrick	2,6	2,4	1,6	2,5	2,8	2,8	0,9	0,8	0,5	0,1	0,1	0,2	2,0	2,2	3,3
Fiction	32,2	34,7	36,1	30,5	28,6	28,0	23,8	24,8	24,4	24,1	27,3	26,0	28,7	32,1	29,1
Spannung	8,1	9,6	9,1	12,0	11,9	12,7	7,0	8,8	9,4	8,6	12,3	12,3	12,8	13,1	13,0
Unterhaltung	22,5	24,0	26,0	17,4	15,9	14,6	16,2	15,6	14,8	15,0	14,6	13,3	15,4	18,5	15,9
Anspruch	1,6	1,1	1,0	1,2	0,7	0,6	0,2	0,0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Animation	-	0,0	-	-	0,1	0,0	0,4	0,4	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	0,2
Sonstiges	2,4	2,3	2,5	2,3	2,2	2,3	5,4	5,3	4,7	4,7	5,4	5,3	5,4	5,5	5,4
Werbung	1,4	1,5	1,4	1,3	1,4	1,4	20,5	21,0	20,8	20,5	20,2	17,2	14,5	15,3	15,4
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	100,0	100,0	100,0

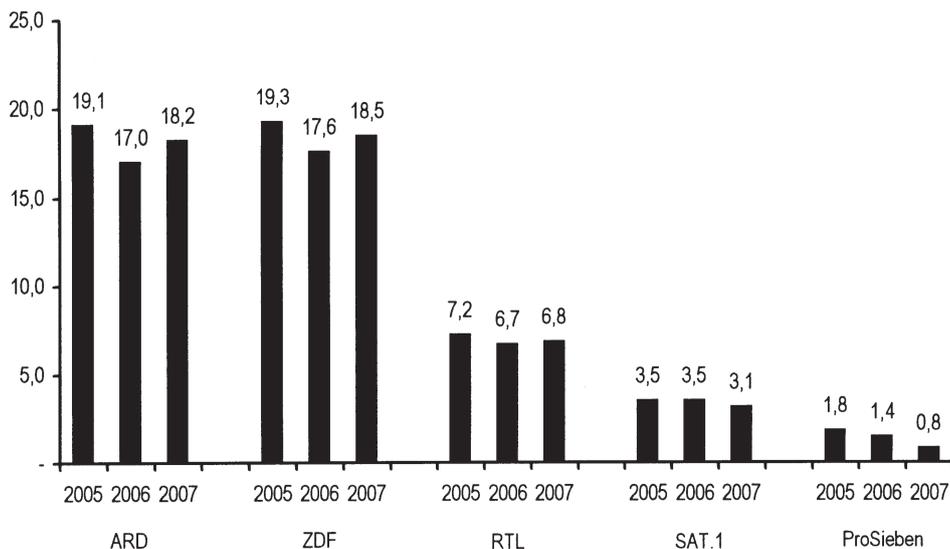
* Stark geprägt von Frühstückfernsehen und Boulevardmagazinen.
 Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

inhaltlichem Schwerpunkt Kultur/Wissenschaft/Religion entfallen im Jahr 2007 bei der ARD 7,6 Prozent und beim ZDF 8,9 Prozent der Sendedauerzeit. Bei RTL wird solchen Sendungen 0,6 Prozent und bei SAT.1 1,3 Prozent der Sendedauerzeit eingeräumt. Den wesentlichen Beitrag hierzu leisten bei RTL und SAT.1 nicht die eigenen redaktionellen Angebote dieser Sender, sondern die Fensterprogramme aus dctp-Produktion. Allein ProSieben kommt mit einem Anteil von 6,4 Prozent nahe an die ARD heran. Bei näherer Betrachtung zeigt

sich allerdings, dass davon allein 5 Prozent die beiden Wissensmagazine „Galileo“ und „Wunderwelt Wissen“ beitragen, während die übrigen, dem Kulturangebot zugerechneten Sendungen fast nur aus Film- und Fernsehtipps sowie Preisverleihungen der Film- und Fernsehbranche bestehen.

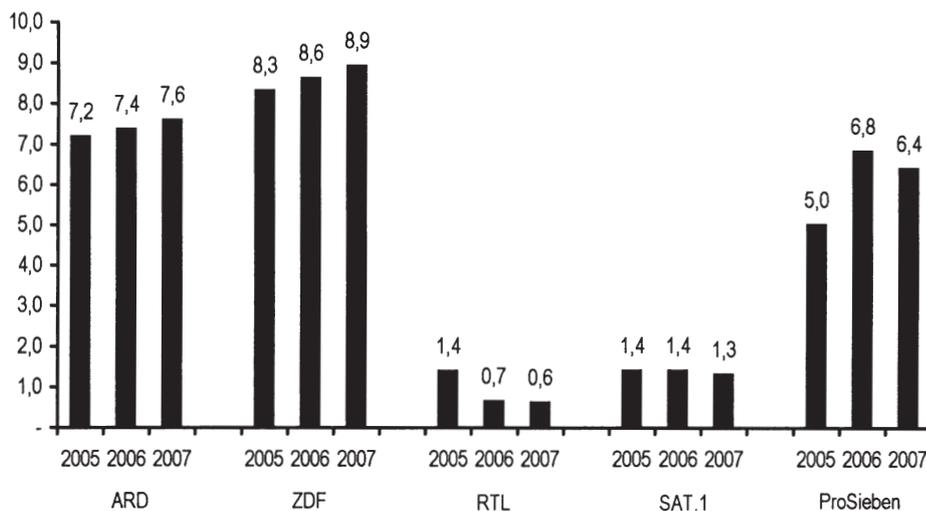
Abb. 2 Angebote mit Inhaltsschwerpunkt Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte 2005 bis 2007
 %-Anteil der Gesamtsendedauer



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 3 Angebote mit Inhaltsschwerpunkt Kultur/Wissenschaft/Religion 2005 bis 2007
 %-Anteil der Gesamtsendedauer



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**ProSieben und RTL
 führend bei Themen
 aus dem sozialen
 Nahbereich**

Ein weiterer Teil der Informationsangebote befasst sich mit Inhalten, die in der Kategorie Alltag/Soziales/Freizeit/menschliche Beziehungen zusammengefasst sind. Diese befassen sich weniger mit dem öffentlichen Leben, sondern sie richten sich mehr auf den Nahbereich, das Private, das Sozial-Kommunikative, auf menschliche Betroffenheit und das Erleben von Emotionen. Hierin erreichen

die beiden Privatsender ProSieben mit 13,3 Prozent und RTL mit 10,8 Prozent die höchsten Anteile. Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender, das ZDF mit 8,4 Prozent und die ARD mit 4,1 Prozent, liegen im Mittelfeld. SAT.1 verzichtet bei einem Anteil von 1 Prozent weitgehend auf eigenständige Informationssendungen dieser inhaltlichen Ausrichtung. Wie der Entwicklung in den Jahren von 2005 bis 2007 zu entnehmen ist, hat die Bedeutung dieser Angebotskategorie beim ZDF und bei RTL ste-

tig zugenommen, bei ProSieben ist sie erst im Vergleich zum Vorjahr sprunghaft angestiegen. Bei der ARD sind dagegen keine Veränderungen zu erkennen.

Höherer Anteil thematisch gemischter Sendungen

Die Kategorie der diversen Themen umfasst vor allem thematisch heterogene Magazinformate, die auf Sendungsebene keine inhaltliche Schwerpunktbildung zulassen. Dass ihre Anteile bei allen Sendern hoch ausfallen, ergibt sich aus dem Gewicht der werktäglichen Morgenmagazine bzw. des Frühstückfernsehens (5) und der Boulevardmagazine. Der Anteil diverser Themen beträgt im Jahr 2007 bei der ARD 12,2 Prozent, beim ZDF 14,0 Prozent, bei RTL sind es 8,9 Prozent, bei SAT.1 13,4 Prozent und bei ProSieben 7,6 Prozent. Auffällige Veränderungen sind in dieser Kategorie lediglich bei ProSieben zu verzeichnen, dort ist mit dem Rückgang der Magazine auch der Anteil der Kategorie am Gesamtprogramm schrittweise zurückgegangen.

Insenzierte Gerichtsshow machen bei RTL und SAT.1 8 bis 10 Prozent des Programms aus

In der Sparte nonfiktionale Unterhaltung lassen sich die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen zum einen bei alltagsnahen Themen und bei Themen der Verletzung gesellschaftlicher Normen verdeutlichen. Aufgrund der Zuordnung der fast ausschließlich von den Privatsendern angebotenen Daily Talks und Doku-Soaps sowie der Gerichtsshow zur Sparte Nonfiktionale Unterhaltung entfallen auf die Privatsender die höchsten Anteile dieser Inhalte. So ergeben sich für Themen der Kategorie Alltag/Soziales/Freizeit/zwischenmenschliche Beziehungen 2007 bei SAT.1 (8,1%), ProSieben (6,1%) und bei RTL (4,8%) höhere Sendezeitanteile als bei ARD (1,4%) und ZDF (1,1%). Noch deutlicher ausgeprägt ist die Priorität der Privatsender RTL (8,1%) und SAT.1 (9,7%) mit ihrem Angebot inszenierter Gerichtsshow für Themen der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe, die in dieser Form bei ARD und ZDF nicht vorkommen. Mit diesen Themenkomplexen, deren Kernelemente Streit, Normabweichung, Tabubruch, emotionale Erregung und Affekte sind, wird großflächig die Unterhaltung im Tagesprogramm von RTL und SAT.1 bestritten. Das übrige nonfiktionale Unterhaltungsangebot wird hier unter diversen Themen ausgewiesen, denen SAT.1 (13,2%) und ProSieben (11,3%) mehr Gewicht geben als RTL (4,9%), ZDF (4,3%) und ARD (2,1%).

Inhalte der Musikangebote

Auch in der inhaltlichen Ausrichtung der Musikangebote zeigen sich wieder Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern. Während die Privatsender nur Popmusik anbieten, fällt das Angebot der Öffentlich-rechtlichen breiter aus. Die ARD bevorzugt in ihrem Hauptprogramm mehr Volksmusik als Pop und Rock, beim ZDF rangieren Pop und Rock vor Volksmusik. Ernste Musik bieten in sehr geringem Umfang nur die öffentlich-rechtlichen Sender.

Drei Fictionkategorien unterschieden

Das Fictionangebot als stärkste Unterhaltungskomponente wird inhaltlich auf Sendungsebene durch Genres unterschieden, die hier in den drei Katego-

rien 1. Action/Spannung, 2. leichte Unterhaltung und 3. Anspruch zusammengefasst werden. Alle Sender bevorzugen danach im Jahr 2007 die Genres der leichten Unterhaltung (Komödie, Familienserien, Liebesfilm etc.) vor den spannungsbetonten Genres (Action, Krimi, Thriller etc.). Die ARD ist mit 26 Prozent ihrer Gesamtsendedauer stärkster Anbieter leichter Unterhaltungsfiction. Die anderen Sender haben einen Anteil um 15 Prozent. Bei den spannungsbetonten Genres liegen ProSieben, ZDF und SAT.1 mit 13 Prozent vor RTL und ARD mit 9 Prozent. Fictionsendungen der Anspruchskategorie machen nur einen kleineren Anteil aus, der im Ersten (1,0%) und beim ZDF (0,6%) aber deutlich höher ist als bei RTL (0,1%), SAT.1 (0,2%) und ProSieben (0,1%). Über die Jahre gesehen ist bei allen Sendern der spannungsbetonte Anteil leicht gestiegen, der unterhaltungsbetonte Anteil dagegen überwiegend gesunken. Nur die ARD hat die Fictionsendungen im Bereich der leichten Unterhaltung stetig ausgebaut.

Produktionsländer des Fictionangebots

Interkultureller Einfluss kommt im Fernsehen auch durch den Import ausländischer Fictionsendungen zustande. Betrachtet man andererseits diesen Import als Einschränkung eigener landeskultureller Identität sowie wirtschaftlicher Wettbewerbschancen der einheimischen Produktionsindustrie, werden die Vorgaben verständlich, die in der EU-Fernsehrichtlinie bestimmte Mindestquoten für europäische Produktionen fordern. Um die Entwicklung dieses Aspektes fortzuschreiben, werden auch für das Jahr 2007 die Produktionsländer der Fictionangebote in folgenden Kategorien unterschieden: 1. Deutschland, 2. Europäische Länder, 3. USA und 4. Sonstige Länder.

Bei der ARD entfallen im Jahr 2007 auf deutsche Produktionen und deutsche Koproduktionen 65 Prozent des Fictionvolumens von 520 Minuten pro Tag (vgl. Tabelle 5 und Abbildung 4). Weitere 11 Prozent stammen aus europäischen Ländern, 21 Prozent aus den USA und die restlichen 2 Prozent aus anderen Ländern. Beim ZDF entfallen 58 Prozent von insgesamt 403 Minuten Fictionangebot auf deutsche Produktionen und deutsche Koproduktionen, 15 Prozent auf europäische Länder und 21 Prozent auf die USA sowie 6 Prozent auf andere Länder.

Unter den Privatsendern hat SAT.1 mit 54 Prozent von 375 Minuten Fictionangebot den vergleichsweise höchsten Anteil deutscher Produktionen und deutscher Koproduktionen. Hier beträgt der Anteil aus anderen europäischen Ländern nur 2 Prozent, 41 Prozent sind US-Importe und 3 Prozent stammen aus sonstigen Ländern. Während sich bei ARD und ZDF die Anteile der Herkunftsländer in den Jahren von 2005 bis 2007 kaum verändert haben, ist bei SAT.1 gegenüber dem Vorjahr der Anteil deutscher Produktionen und deutscher

ARD und ZDF mit 65 bzw. 58 Prozent deutschen (Ko-)Produktionen

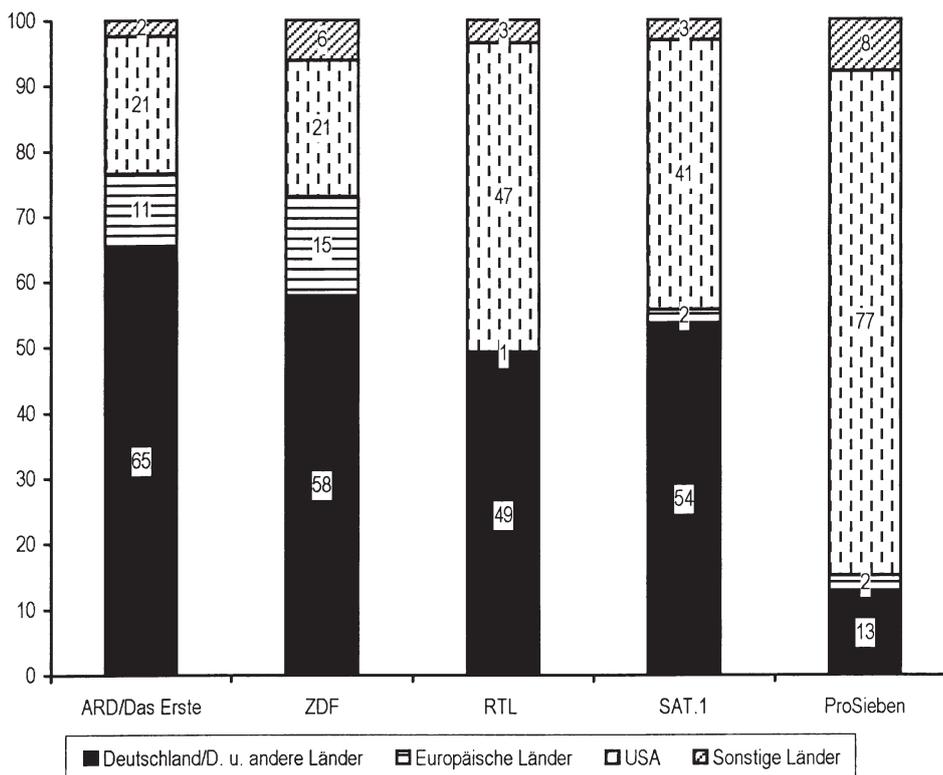
⑤ Produktionsländer der Fictionangebote 2005 bis 2007 (ohne Kinderprogramm)

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
in Min./Tag															
Deutschland/Deutschl.															
u. andere Länder	307	334	340	268	248	233	170	177	171	214	257	201	33	55	54
Europäische Länder	46	48	58	59	54	61	4	2	2	7	5	8	12	7	10
USA	99	104	109	89	91	84	157	167	166	120	125	154	322	361	323
Sonstiges	13	13	13	24	19	25	12	12	12	6	6	12	45	39	33
Gesamt	464	499	520	440	412	405	342	357	351	347	394	375	413	462	419
in %															
Deutschland/Deutschl.															
u. andere Länder	66	67	65	61	60	58	50	49	49	62	65	54	8	12	13
Europäische Länder	10	10	11	13	13	15	1	1	1	2	1	2	3	2	2
USA	21	21	21	20	22	21	46	47	47	35	32	41	78	78	77
Sonstiges	3	3	2	5	5	6	3	3	3	2	2	3	11	8	8
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-5.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 4 Produktionsländer der Fictionangebote (ohne Kinderprogramm) 2007
Sendezeit in %



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2007.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Koproduktionen um 11 Prozentpunkte gesunken, dafür der Anteil der US-Produktionen um 9 Prozentpunkte gestiegen.

Unverändert sind die Relationen der Herkunftsländer dagegen bei RTL. Auf deutsche Produktionen und deutsche Koproduktionen entfallen bei

RTL von insgesamt 351 Minuten 49 Prozent, auf europäische Produktionen 1 Prozent. Dementsprechend größer fällt bei RTL der US-Anteil mit 47 Prozent aus. Auf sonstige Länder entfallen 3 Prozent. So gut wie unverändert gegenüber dem Vorjahr ist die Verteilung der Herkunftsländer bei ProSieben. Nur 13 Prozent von 419 Minuten Fictionangebot

⑥ Sendungsformen der Informationsangebote 2005 bis 2007

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
in Min./Tag												
Nachrichtensendung ¹⁾	70	64	63	73	64	65	41	38	39	37	31	20
Magazin	64	53	58	75	72	72	82	78	63	60	60	55
Dokumentation/Bericht/ Reportage	34	37	36	38	37	26	10	5	13	14	13	15
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	9	15	23	12	10	11	0	2	4	2	0	6
Ereignisübertragung	2	0	-	2	0	2	0	0	6	0	0	-
Doku-Inszenierung/ Doku-Soap/Doku-Film	2	7	3	8	6	4	22	35	31	0	3	6
Sonstige nonfiktionale Form ²⁾	6	6	6	4	5	5	2	1	3	1	1	1
Gesamt	186	182	189	212	194	184	157	160	159	114	108	103
in %												
Nachrichtensendung ¹⁾	37,7	35,2	33,3	34,6	33,1	35,1	25,9	23,7	24,4	32,6	28,4	19,3
Magazin	34,3	29,0	30,4	35,5	37,0	39,3	52,1	48,9	39,6	53,0	55,1	53,3
Dokumentation/Bericht/ Reportage	18,2	20,2	19,0	17,8	19,1	14,1	6,4	3,3	7,9	12,0	12,3	14,7
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	4,7	8,4	12,1	5,9	5,4	5,9	-	1,1	2,8	1,7	0,1	6,2
Ereignisübertragung	1,2	-	0,0	0,8	-	0,9	-	-	3,9	-	-	-
Doku-Inszenierung/ Doku-Soap/Doku-Film	0,8	3,9	1,8	3,8	3,1	1,9	14,3	22,0	19,3	-	3,0	5,6
Sonstige nonfiktionale Form ²⁾	3,0	3,2	3,4	1,7	2,4	2,8	1,3	0,9	2,1	0,7	1,0	-
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) Ohne eigenständige Wetternachrichten.

2) Kurzinfos, Wettersendungen.

Untersuchungszeitraum: 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; 12.-18. März, 18.-24. Juni, 24.-30. September, 3.-12. Dezember 2007.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

entfallen bei ProSieben auf deutsche Produktionen und deutsche Koproduktionen und 2 Prozent auf europäische Produktionen. Nach wie vor stammt der höchste Anteil mit 77 Prozent aus den USA, weitere 8 Prozent kommen aus anderen Ländern.

**RTL und SAT.1
erfüllen EU-Vorgaben
gerade eben,
ProSieben eindeutig
nicht**

Auf die Mindestquotenforderung der EU-Fernsehrichtlinie bezogen bedeutet dies: ARD und ZDF liegen weiterhin deutlich über den Grenzwerten, SAT.1 und RTL entsprechen ihnen und ProSieben ist weit davon entfernt, diese Grenzwerte zu erfüllen.

Analyse der Informationsangebote auf vierwöchiger Basis und auf Beitragsebene

In Verknüpfung mit den Strukturmerkmalen der ganzjährigen Programmanalyse werden die Informationsangebote von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 gesondert untersucht. Dabei geht es um die Frage, welche Formen und Inhalte in diesem Bereich für die öffentlich-rechtlichen und die privaten Sender charakteristisch sind und wie sie sich über die Jahre 2005 bis 2007 entwickelt haben. Die Untersuchungsbasis beschränkt sich auf eine vierwöchige Stichprobe (12. bis 18. März, 18. bis 24. Juni, 24. bis 30. September, 3. bis 12. Dezember 2007) in der Tageszeit von 17.00 bis 1.00 Uhr. Im Unterschied zur Gesamtprogrammanalyse, in der die Sendung Analyseeinheit ist, werden hierbei die Einzelbeiträge aller Sendungen der Sparte Information erfasst, um

daraus detaillierte Themenprofile für jeden Sender wie auch für jeden Sendetitel zu gewinnen. Die aus den Einzelbeiträgen ermittelten Themenprofile der Sendungen geben Aufschluss darüber, welche Themen für die Sender wichtig oder weniger wichtig waren und ob sich das Themenprofil eines Sendetitels im Laufe der Jahre verändert hat.

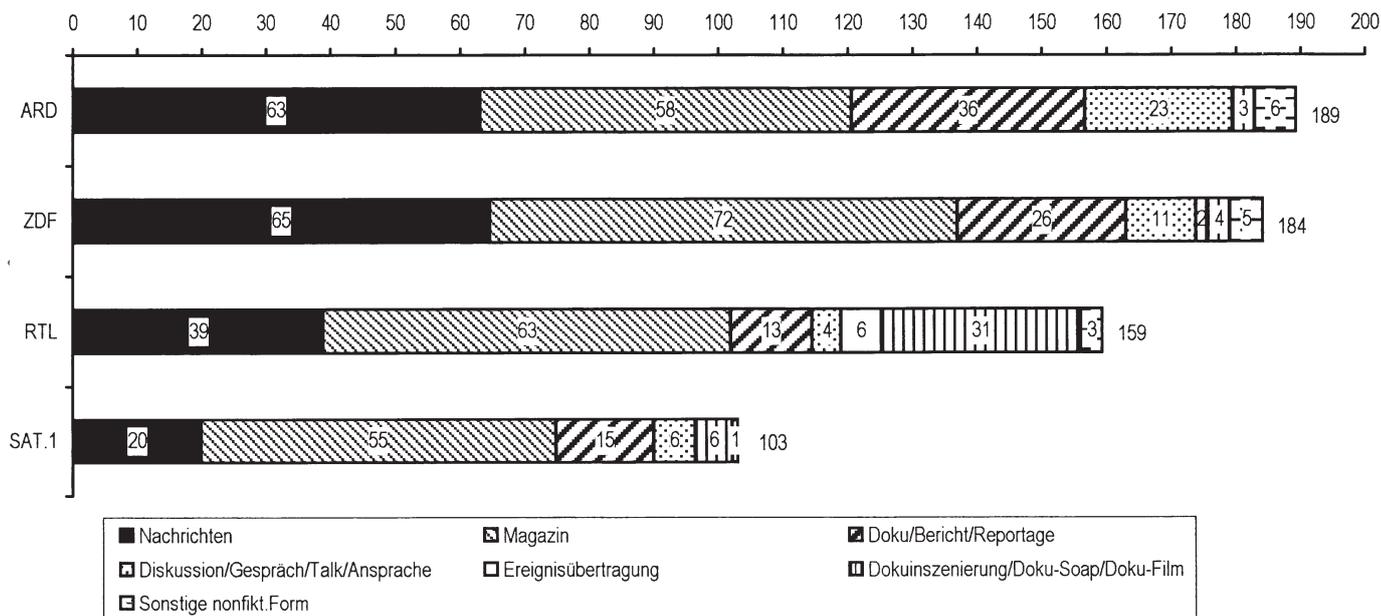
Das untersuchte Informationsangebot der Stichprobe des Jahres 2007 umfasst insgesamt 297 Sendestunden (2006: 300 Stunden; 2005: 312 Stunden). Die Schwankungen im Umfang der Gesamtsendezeit lassen weder für die einzelnen Sender noch für das Informationsangebot insgesamt eine einheitliche Tendenz erkennen. Sie ergeben sich vielmehr aus dem wechselnden Ereignishintergrund, der sich auf die Stichprobe eines Jahres stärker als auf das Gesamtjahresangebot auswirkt. So erklärt sich der Spitzenwert im Jahr 2005 hauptsächlich aus den damaligen Ereignissen um den Papst.

Im Jahr 2007 entfallen vom durchschnittlichen täglichen Sendezeitumfang der Informationsangebote (636 Min.) auf die ARD 189 Minuten, auf das ZDF 184 Minuten, auf RTL 159 Minuten und auf SAT.1 103 Minuten (vgl. Tabelle 6). Die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme kommen da-

**Ereignisbedingte
Schwankungen im
Informationsangebot**

Abb. 5 Sendungsformen des Informationsangebots 2007: ARD/Das Erste, ZDF, RTL und SAT.1

vier Wochen, 17.00 bis 1.00 Uhr, in Min./Tag



Untersuchungszeitraum 2007: 12.-18. März, 18.-24. Juni, 24.-30. September, 3.-9. Dezember.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

mit erwartungsgemäß auf ein umfangreicheres Informationsangebot als die beiden großen Privatprogramme. Gemessen am Gesamtumfang ergibt sich dafür ein Angebotsverhältnis von 59 zu 41 Prozent, im Vorjahr waren es 58 zu 42 Prozent. Auf die Zeitspanne von 17.00 bis 1.00 Uhr bezogen (480 Min./Tag) machen die Informationssendungen beim Ersten 39 Prozent, beim ZDF 38 Prozent, bei RTL 33 Prozent und bei SAT.1 21 Prozent des Programmangebots aus. Gegenüber dem Vorjahr ist beim Ersten ein geringer Zuwachs, bei RTL keine Veränderung und beim ZDF und bei SAT.1 ein Rückgang zu verzeichnen.

Sendungsformen des untersuchten Informationsangebots

Die öffentlich-rechtlichen Informationsangebote zwischen 17.00 und 1.00 Uhr bestehen auch im Jahr 2007 größtenteils aus Nachrichtensendungen, Magazinen und monothematischen Dokumentations-sendungen, Berichten und Reportagen. Auf diese drei klassischen Sendungsformen entfallen bei ARD und ZDF über vier Fünftel der abendlichen Sendezeit für Informationsangebote (vgl. Abbildung 5).

Geringeres Gewicht erhalten die Gesprächsformen. Bei der ARD haben sich die Anteile der vier meist angebotenen Sendungsformen im Zeitraum 2005 bis 2007 verändert. Der Anteil der Nachrichten und Magazine ist leicht gesunken, dafür der Anteil der Dokumentationen und Gesprächsformen gestiegen. Bei den Nachrichten und Magazinen wirkt sich eine Verkürzung der Sendungslänge

aus, bei den Dokumentationen und Gesprächsformen eine Angebotsausweitung. Beim ZDF ist ebenfalls der Nachrichtenanteil gesunken. Magazine und Gesprächsformen sind in etwa gleich geblieben und Dokumentationen deutlich gesunken.

In den privaten Hauptprogrammen dominieren bei insgesamt geringerem Umfang der Informationsangebote die Magazine klar vor den Nachrichtensendungen. Am stärksten trifft dies bei SAT.1 mit einem Magazinanteil von 53,3 Prozent zu, dem nach Abschaffung der Spätnachrichten nur noch ein Nachrichtenanteil von 19,3 Prozent gegenübersteht. Damit hat sich bei SAT.1 die Sendezeit für Nachrichten im Jahr 2007 gegenüber dem Angebot von 2005 um ein Drittel verringert. Zugenommen haben seitdem Reportagen, Gesprächsformen und Reality-Formate. Am deutlichsten zeigen sich die Tendenzen des Wandels bei RTL. Hier ist der Magazinanteil schrittweise reduziert und durch diverse Reality-Formate ersetzt worden. Im Unterschied zu den anderen Sendern haben bei RTL die Doku-Inszenierungen und Doku-Soaps den Stellenwert der konventionellen Dokumentationen eingenommen.

Das Nachrichtenangebot auf Basis der vierwöchigen Stichprobe bestätigt den wesentlichen Unterschied zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen in der tagesaktuellen Berichterstattung, der mit dem InfoMonitor auf Gesamtjahresbasis für die Hauptnachrichten und die öffentlich-rechtlichen Nachrichtenmagazine belegt ist. (6) Auch 2007 erhält die Politikberichterstattung bei ARD und ZDF mit weitem Abstand vor allen ande-

Themenstruktur des Nachrichtenangebots: Wesentliche Unterschiede zwischen Ö.-r. und Privaten

⑦ Themenstruktur der Nachrichtensendungen¹⁾

ohne eigenständige Wetternachrichten, vier Wochen, 17.00–1.00 Uhr

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
in Min./Tag												
Politik i.w.S. ²⁾	39	41	40	35	37	38	12	13	14	8	10	8
Soziales	2	3	1	2	3	1	2	1	1	2	1	0
Kultur/Wissenschaft/Religion	12	3	5	14	3	5	8	1	2	6	1	0
Umwelt/Tier/Natur	0	1	1	1	1	2	1	0	2	1	1	1
Alltag/Beziehungen/Freizeit	0	0	0	1	1	2	1	3	3	1	3	2
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	2	2	2	2	2	3	3	3	3	6	3	2
Katastrophen/Unglück	4	4	1	5	5	3	3	4	3	3	3	2
Kriminalität	1	1	2	1	1	4	2	3	4	2	2	2
Sport	4	4	5	6	5	4	5	7	5	5	4	2
Wetter	2	3	2	1	1	1	0	1	1	1	0	0
Sonstiges	3	3	3	4	3	3	2	2	2	1	1	1
Gesamt	70	64	63	75	64	65	41	38	39	37	31	20
in %												
Politik i.w.S. ²⁾	55,6	63,3	62,8	47,2	57,7	58,5	30,2	34,2	35,9	21,1	33,4	39,0
Soziales	3,3	4,5	1,6	3,2	4,8	1,0	5,7	3,3	1,3	5,5	4,6	0,3
Kultur/Wissenschaft/Religion	17,5	4,2	8,4	19,6	5,2	7,8	19,0	2,7	4,3	17,5	4,5	2,2
Umwelt/Tier/Natur	0,5	0,9	1,9	1,3	1,7	2,7	1,2	1,2	5,2	1,6	2,4	5,2
Alltag/Beziehungen/Freizeit	0,5	0,7	0,2	1,7	1,7	2,6	3,0	7,1	6,6	4,0	9,6	8,4
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	2,7	3,7	3,7	3,2	3,8	4,1	8,3	6,8	7,0	16,7	10,3	12,5
Katastrophen/Unglück	5,4	5,7	1,9	7,1	7,8	4,0	8,5	11,6	7,9	8,4	11,3	10,6
Kriminalität	0,7	1,7	3,5	2,0	1,8	5,7	6,1	7,1	10,2	5,6	6,3	7,9
Sport	6,1	6,2	8,1	7,7	8,0	6,8	11,4	17,4	13,7	12,6	12,2	7,9
Wetter	3,5	4,0	3,8	1,8	2,1	1,8	0,8	2,4	2,5	3,1	1,2	0,9
Sonstiges	4,2	5,2	4,1	5,2	5,3	4,9	5,9	6,2	5,3	4,0	4,3	5,1
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

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

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

Untersuchungszeitraum: 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; 12.–18. März, 18.–24. Juni, 24.–30. September, 3.–12. Dezember 2007.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

ren Themenbereichen die meiste Sendezeit (vgl. Tabelle 7).

Bei der ARD entfallen im Jahr 2007 auf die Politikberichterstattung im weiteren Sinne (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz und Zeitgeschichte) 62,8 Prozent und beim ZDF 58,5 Prozent der insgesamt für Nachrichtenangebote aufgewendeten Sendezeit. Bei den privaten Sendern fällt das Angebot in diesem Themenbereich deutlich geringer aus, stattdessen wird den nichtpolitischen Themenbereichen mehr Sendezeit als bei ARD und ZDF eingeräumt. RTL hat im Nachrichtenangebot einen erweiterten Politikanteil von 35,9 Prozent, SAT.1 von 39,0 Prozent. Dieser Gewichtsunterschied resultiert vor allem daraus, dass ARD und ZDF nicht nur über ein breiteres Spektrum an politischen Ereignissen berichten, sondern darüber hinaus ihre Nachrichten auch ausführlicher sind, während RTL und SAT.1 die Auswahl einschränken und die Berichte verkürzen. Während die öffentlich-rechtlichen Sender den politischen Themen mehr Intensität und Vielfalt der Meinungspositionen verleihen, reduzieren die privaten Sender diese Themen häufiger auf das Faktische.

Vergleicht man die Anteile nichtpolitischer Themen, finden bei ARD und ZDF solche der Kategorien Kultur/Wissenschaft/Religion (8,4% bzw. 7,8%) und Sport (8,1% bzw. 6,8%) am meisten Beachtung. Bei RTL und SAT.1 entfallen auf Themen der Kultur/Wissenschaft/Religion deutlich geringere Anteile. RTL berichtet dafür umfangreicher über Sport (13,7%) und Kriminalität (10,2%), SAT.1 über Human Interest/Prominenz (12,5%) und Katastrophen/Unglücke (10,6%). In den Jahren von 2005 bis 2007 hat sich an diesen grundlegenden Themenpräferenzen nichts wesentlich verändert.

In den nichttagesaktuellen Informationsangeboten kommen die von den Sendern bevorzugten Themenschwerpunkte im Allgemeinen noch stärker zur Geltung. Ohne nach einzelnen Sendungsformen zu unterscheiden, zeigen sich auch im Vergleich der Themenprofile typische Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Informationsangeboten.

Themenstruktur der Informationsangebote (ohne Nachrichtensendungen)

⑧ Themenstruktur der Informationssendungen (ohne Nachrichten)

vier Wochen, 17.00-1.00 Uhr, Minuten/Tag und %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
in Min./Tag												
Politik i.w.S. ¹⁾	38	39	44	36	42	45	10	8	8	6	4	13
Soziales	9	6	5	10	3	4	10	8	8	4	1	3
Kultur/Wissenschaft/Religion	18	11	17	27	12	14	10	3	3	12	9	3
Umwelt/Tier/Natur	2	5	8	3	2	3	3	1	1	1	2	1
Alltag/Beziehungen/Freizeit	18	10	18	20	23	16	41	47	47	16	26	32
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	15	19	15	21	20	18	16	38	38	20	22	21
Katastrophen/Unglück	3	5	4	4	7	4	2	2	2	3	1	1
Kriminalität	5	11	9	11	10	11	12	6	6	3	3	6
Sport	0	6	0	0	4	1	2	1	1	2	2	1
Wetter	4	4	4	3	3	3	3	2	2	1	2	2
Sonstiges	4	2	1	4	2	2	7	3	3	8	5	2
Gesamt	116	118	126	139	130	120	116	121	121	77	77	83
in %												
Politik i.w.S. ¹⁾	33,2	33,0	34,6	26,1	32,6	37,5	8,8	5,9	6,8	7,6	5,2	15,3
Soziales	7,4	4,8	4,3	7,3	2,3	3,4	8,2	4,7	6,4	5,2	0,6	3,3
Kultur/Wissenschaft/Religion	15,3	9,1	13,3	19,5	9,5	11,5	8,9	3,3	2,9	16,0	12,0	3,6
Umwelt/Tier/Natur	1,5	4,4	6,1	2,5	1,5	2,3	2,5	0,5	1,2	0,9	3,2	1,5
Alltag/Beziehungen/Freizeit	15,8	8,7	14,4	14,2	18,0	13,1	35,7	47,1	39,0	20,7	33,6	38,0
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	13,0	16,2	11,7	14,9	15,4	15,1	14,2	22,2	31,7	25,5	28,2	24,8
Katastrophen/Unglück	2,5	4,5	3,3	3,1	5,6	3,5	1,4	1,8	2,0	4,3	1,2	1,5
Kriminalität	4,2	8,9	7,4	7,6	7,9	9,2	10,3	4,8	5,2	4,2	4,3	6,7
Sport	0,4	5,3	0,4	0,2	2,9	0,6	2,1	4,2	1,0	2,9	2,9	1,1
Wetter	3,5	3,7	3,4	1,8	2,5	2,1	2,2	1,5	1,7	1,9	2,3	1,9
Sonstiges	3,2	1,5	1,1	2,8	1,8	1,6	5,8	3,9	2,2	10,7	6,4	2,4
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, 8.-14. Juni, 22.-29. September, 5.-9. Dezember 2005; 27. März - 2. April, 10.-16. Juli, 18.-24. September, 4.-10. Dezember 2006; 12.-18. März, 18.-24. Juni, 24.-30. September, 3.-12. Dezember 2007.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

So entfallen im Jahr 2007 in den Informationssendungen außerhalb der Nachrichten auf Themen der Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz und Zeitgeschichte bei ARD (34,6%) und ZDF (37,5%) über ein Drittel der Sendezeit (vgl. Tabelle 8). Bei etwa gleichem Angebotsumfang verwendet RTL für diese Themen nur einen Sendezeitanteil von 6,8 Prozent. SAT.1 kommt bei deutlich geringerem Angebotsumfang auf 15,3 Prozent, dies entspricht etwa dem Dreifachen des Anteils im Vorjahr. Diese Abweichung ist hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass eine Ausgabe der dctp-Reihe „News & Stories“ einen politisch-zeitgeschichtlichen Themenschwerpunkt behandelte.

Alltags- und Human-Interest-Themen machen rund zwei Drittel der Info bei RTL und SAT.1 aus

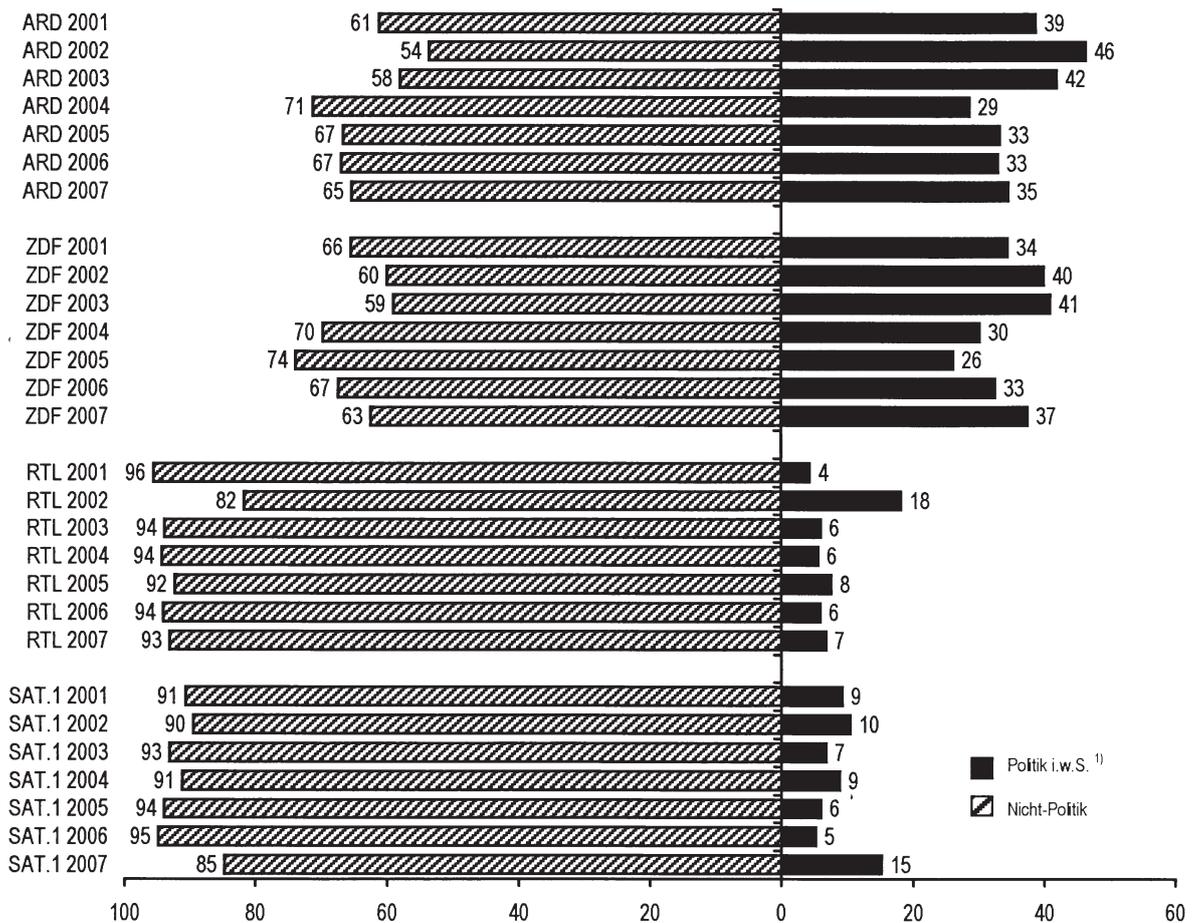
Vergleicht man die Themenprofile der Sender in den nichtpolitischen Kategorien, zeigt sich ähnlich wie bei den Nachrichtenangeboten beim Ersten (13,3%) und beim ZDF (11,5%) ein stärkeres Gewicht der Themen zu Kultur, Wissenschaft und Religion als bei RTL (2,9%) und SAT.1 (3,6%). Der ge-

genüber den Vorjahren geringere Anteil von SAT.1 erklärt sich aus dem erwähnten Effekt der Sendung „News & Stories“. Etwa den gleichen Stellenwert wie die Themen der Kategorie Kultur/Wissenschaft/Religion haben in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen die in den Kategorien Alltag/Beziehungen/Freizeit sowie Human Interest/Prominenz/Showbiz zusammengefassten Themen, die hauptsächlich in den Boulevardmagazinen des Vorabendprogramms vermittelt werden. In den privaten Hauptprogrammen prägen diese beiden Themenbereiche das inhaltliche Profil des nichttagesaktuellen Informationsangebots am stärksten. So beträgt der Anteil der Kategorie Alltag/Beziehungen/Freizeit bei RTL 39,0 Prozent und bei SAT.1 38,0 Prozent, und der Anteil der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz kommt bei RTL auf 31,7 Prozent, bei SAT.1 sind es 24,8 Prozent.

Was bei der Gesamtstrukturanalyse als Trend zu prosozialen Sendungen angesprochen worden ist, findet sich hier thematisch in der Kategorie Alltag/Beziehungen/Freizeit in den Themen der Informationsangebote wieder. Auffällig daran bleibt, dass die privaten Sender meist fern von gesellschaft-

Abb. 6 Themenstruktur der Informationsangebote (ohne Nachrichten) 2001 bis 2007

vier Wochen, 17.00-1.00 Uhr, Sendedauer in %



1) Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte/Gesellschaft.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

lichen Institutionen das private Alltagsleben in den Vordergrund stellen, Erlebnisse und Lebenshilfe anbieten, aber kaum auf Zusammenhänge zwischen privater Lebenssituation und gesellschaftspolitischem Umfeld eingehen.

Trotz leichter Schwankungen bleiben Profilunterschiede bestehen

Die profilprägenden Themenschwerpunkte weisen im Laufe der drei letzten Jahre zwar leichte Schwankungen auf, sie bleiben jedoch ausschlaggebend für die unterschiedliche Informationsorientierung öffentlich-rechtlicher und privater Sender. Auch wenn ereignisbedingte Verzerrungen oder codierbedingte Effekte bei einer langfristigen Betrachtung auf vierwöchiger Stichprobenbasis nicht ausgeschlossen werden können, zeigt die Gegenüberstellung im weiteren Sinn politischer Themen, dass nach wie vor von einer Tendenz zur Anpassung keine Rede sein kann (vgl. Abbildung 6).

Themenprofile nach Sendungsformen

Aus der Differenzierung der Themenprofile des Jahres 2007 nach Sendungsformen lässt sich entnehmen, dass ARD und ZDF in ihren Informationssendungen die konventionellen Formen Magazin, Dokumentation/Reportage und Gesprächsform gleichermaßen zur Vermittlung politisch und gesellschaftlich relevanter Themen nutzen. In den Maga-

zinen bieten die öffentlich-rechtlichen Sender mehr Politikinhalt an als die Privatsender. In den Dokumentationen/Reportagen gibt es Politikangebote fast nur von ARD und ZDF. Dies gilt abgesehen von wenigen Ausnahmen auch für die Gesprächsformen (vgl. Tabelle 9).

Boulevardmagazine spielen bei allen Sendern die Hauptrolle bei der Vermittlung von Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz. RTL und SAT.1 verwenden für diesen Themenkomplex zudem auch andere Magazine. Themen des Alltagslebens bietet das ZDF ebenso wie RTL und SAT.1 in den Magazinen an. Bevorzugte Formen für Themen des Alltagslebens sind bei SAT.1 außerdem Reportagen und bei RTL Doku-Soaps. In den Reality-Formaten bei RTL verschwimmen weitgehend die Grenzen zwischen den Themen der Kategorien Soziales und Alltag/Beziehungen/Freizeit, wobei gesellschaftliche und politische Institutionen meist ausgeblendet werden.

Fazit

Die für das Jahr 2007 fortgeschriebene Gesamtprogramm-analyse einschließlich der vierwöchigen Themenanalyse der Informationsangebote lässt sich in folgenden Punkten zusammenfassen:

⑨ Themenstruktur nach Sendungsformen der Informationsangebote 2007 (ohne Nachrichten)

vier Wochen, 17.00-1.00 Uhr

	in Min./Tag					in %				
	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Gesamt
Magazin	58	72	63	55	248	45,5	60,5	52,3	66,1	55,1
Politik i.w.S.	15	16	6	6	44	12,2	13,8	5,1	7,6	9,9
Soziales	3	3	3	2	11	2,7	2,6	2,6	2,2	2,5
Kultur/Wissenschaft/Religion	6	6	2	1	15	4,8	5,1	1,4	1,6	3,4
Umwelt/Tier/Natur	2	1	1	1	6	1,5	1,0	1,2	1,5	1,3
Alltag/Beziehungen/Freizeit	8	10	14	15	47	6,0	8,4	11,8	17,9	10,4
Human Interest/Prominenz/Showbiz	11	18	24	19	72	8,9	14,8	19,8	22,8	15,9
Katastrophen/Unglück	4	4	2	1	12	3,0	3,5	1,9	1,5	2,6
Kriminalität	6	11	6	6	29	5,0	9,2	5,2	6,7	6,5
Sport	0	1	1	1	3	0,4	0,6	0,9	1,1	0,7
Wetter	-	-	0	1	1	-	-	0,3	0,8	0,2
Sonstiges	1	2	3	2	8	1,1	1,5	2,1	2,4	1,7
Doku/Bericht/Reportage	36	26	13	15	90	28,5	21,8	10,4	18,2	20,0
Politik i.w.S.	12	16	0	2	29	9,2	13,6	0,0	1,9	6,6
Soziales	2	1	-	1	4	1,6	0,9	-	1,1	0,9
Kultur/Wissenschaft/Religion	6	3	0	-	9	4,4	2,7	0,0	-	2,0
Umwelt/Tier/Natur	6	2	0	-	7	4,6	1,3	0,0	-	1,6
Alltag/Beziehungen/Freizeit	4	4	6	13	26	3,5	3,0	4,7	15,1	5,8
Human Interest/Prominenz/Showbiz	3	0	7	-	10	2,5	0,4	5,5	-	2,3
Katastrophen/Unglück	0	-	0	-	0	0,3	-	0,0	-	0,1
Kriminalität	3	-	0	-	3	2,5	-	0,0	-	0,7
Sport	-	-	0	-	0	-	-	0,0	-	0,0
Wetter	-	-	0	0	0	-	-	0,0	0,1	0,0
Sonstiges	0	0	0	-	0	0,0	0,1	0,0	-	0,0
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	23	11	4	6	45	18,1	9,1	3,7	7,7	9,9
Politik i.w.S.	15	11	2	5	32	11,8	9,0	1,5	5,8	7,2
Kultur/Wissenschaft/Religion	5	0	2	2	9	4,2	0,0	1,5	1,9	1,9
Alltag/Beziehungen/Freizeit	3	-	-	-	3	2,1	-	-	-	0,6
Human Interest/Prominenz/Showbiz	-	-	1	-	1	-	-	0,7	-	0,2
Ereignisübertragung	-	2	6	-	8	-	1,4	5,2	-	1,8
Kultur/Wissenschaft/Religion	-	2	-	-	2	-	1,4	-	-	0,4
Human Interest/Prominenz/Showbiz	-	-	6	-	6	-	-	5,2	-	1,4
Reality/Dokuinszenierung/Doku-Soap	3	4	31	6	44	2,7	3,0	25,6	6,9	9,7
Politik i.w.S.	-	-	0	-	0	-	-	0,2	-	0,0
Soziales	-	-	5	-	5	-	-	3,8	-	1,0
Kultur/Wissenschaft/Religion	-	2	-	-	2	-	1,3	-	-	0,3
Alltag/Beziehungen/Freizeit	3	2	26	4	35	2,7	1,7	21,4	5,0	7,9
Human Interest/Prominenz/Showbiz	-	-	0	2	2	-	-	0,0	1,9	0,4
Katastrophen/Unglück	-	-	0	-	0	-	-	0,0	-	0,0
Kriminalität	-	-	0	-	0	-	-	0,0	-	0,0
Sport	-	-	0	-	0	-	-	0,0	-	0,0
Sonstiges	-	-	0	-	0	-	-	0,0	-	0,0
Sonstige nonfikt.Form	6	5	3	1	16	5,1	4,3	2,8	1,0	3,5
Politik i.w.S.	2	1	-	-	3	1,4	1,1	-	-	0,7
Kultur/Wissenschaft/Religion	-	1	-	-	1	-	1,0	-	-	0,3
Alltag/Beziehungen/Freizeit	-	-	1	-	1	-	-	1,1	-	0,3
Human Interest/Prominenz/Showbiz	0	-	0	-	1	0,3	-	0,4	-	0,2
Wetter	4	3	2	1	9	3,4	2,1	1,3	1,0	2,1
Sonstiges	0	0	0	-	0	0,0	0,1	0,0	-	0,0
Gesamt	126	120	121	83	449	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Untersuchungszeitraum: 12.-18. März, 18.-24. Juni, 24.-30. September, 3.-12. Dezember 2007.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Fast die Hälfte des Programms von ARD und ZDF besteht aus Information

1. Öffentlich-rechtliche und private Hauptprogramme unterscheiden sich 2007 nach wie vor in der Angebotsstruktur. Dies zeigt der Vergleich der Programmsparten, Sendungsformen und Inhaltsschwerpunkte auf Gesamtjahresbasis. Danach bestreiten ARD und ZDF ihr Programmangebot fast zur Hälfte mit Informationssendungen unterschiedlicher Art (ARD: 43,1%, ZDF: 49,5%). RTL, SAT.1 und ProSieben verteilen ihre Sendezeit gleichförmiger auf die Sparten Information, Fiction und nonfiktionaler Unterhaltung sowie Werbung.

2. Das umfangreichere Informationsangebot bei ARD und ZDF besteht hauptsächlich aus den klassischen journalistischen Sendungsformen Nachrichten, Magazine und Dokumentationen/Berichte/Reportagen. Nach inhaltlichen Schwerpunkten unterschieden, tragen ARD und ZDF mit Abstand am meisten zum Angebot politischer und kultureller Sendungen bei. Das Informationsangebot der Privatsender besteht ebenfalls aus klassischen Formen, umfasst daneben aber serielle Reality-Formate bis hin zur Doku-Soap. Hier liegen die inhaltlichen Schwerpunkte mehr auf alltagsnahen und boulevardorientierten Angeboten.

Deutliche Unterschiede auch in der Unterhaltung

3. Deutliche Unterschiede finden sich auch im Unterhaltungsbereich. Das Fictionangebot der Öffentlich-rechtlichen verteilt sich annähernd gleichmäßig auf Spielfilm/Fernsehfilm und Serien, während bei RTL und SAT.1 Serien dominieren. Die Privatsender unterstreichen zudem ihre führende Rolle im nonfiktionalen Unterhaltungsangebot, dessen etablierte Formate Talkshows, Comedy, Darbietungsshow und Quiz sowie Gerichtsshow und Real-Life-Shows durch Ausweitung der Castingshows verstärkt werden.

4. ARD und ZDF übertreffen auch im Jahr 2007 mit ihren Fictionangeboten die Quotenanforderungen der EU-Fernsehrichtlinie bezüglich heimischer Produktionsquoten. RTL und SAT.1 entsprechen ihnen, ProSieben liegt weit unter diesen Forderungen.

5. Die führende Rolle der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme als Informationsanbieter bestätigt sich bei der Themenanalyse auf Vierwochenbasis auch für die meistgenutzte Tageszeit zwischen 17.00 und 1.00 Uhr. Hier bieten ARD und ZDF ein umfangreicheres und ausgewogeneres Angebot an Nachrichten, Magazinen sowie klassischen Dokumentationen und Reportagen an als RTL und SAT.1. Die Privatsender bevorzugen Magazine vor Nachrichten und Dokumentationen, dazu kommen bei

RTL wieder verstärkt Doku-Inszenierungen und Doku-Soaps.

6. Die wesentlichen inhaltlichen Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern bestehen weiterhin darin, dass ARD und ZDF umfangreicher und vielfältiger politisch und gesellschaftlich relevante Themen anbieten als RTL und SAT.1. Die Privatsender bevorzugen dagegen mehr als die öffentlich-rechtlichen Sender die nichtpolitischen Themen des Alltagslebens einerseits und Boulevardthemen mit ihren Aufmerksamkeitsreizen andererseits.

Privatsender bevorzugen nicht-politische Themen des Alltagslebens

Anmerkungen:

- 1) Aufbereitet und ausgewertet werden wieder 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) Dieses Spartenmodell orientiert sich an den vom Fernsehen zu leistenden Grundfunktionen, die in der Vermittlung von Information, Bildung, Beratung, Unterhaltung und Werbung bestehen. Die Zuordnung von Sendungen zu Sparten ergibt sich aus den journalistischen Formen und inhaltlichen Schwerpunkten der Sendungen. Alle Sendetitel werden nach den Einzelkategorien dieser Dimensionen dokumentiert. So kann der quantitative Beitrag jedes Sendetitels zu einer Sparte bestimmt werden und im Falle anderer Konventionen der Spartenzuordnung auch alternativ behandelt werden.
- 3) In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert, dass offenbar in Kreisen der Rundfunkaufsicht bereits über eventuell notwendige Mindestanforderungen hinsichtlich des Informations- bzw. Nachrichtenangebots bei den als Vollprogramm spezifizierten Privatsendern diskutiert wird. Beispielsweise führt die Landesmedienanstalt Saarland (LMS) in ihrem Papier „Anforderungen an ein Vollprogramm i.S. des § 2 Abs. 2 Nr. 1 RStV“ im Abschnitt „Modell zur Annäherung an eine quantifizierende Betrachtung des Programmbestandteils Information mit Blick auf die Einstufung eines Fernsehprogramms als Vollprogramm“ bezüglich Nachrichtensendungen aus: „dd) Innerhalb der täglichen Sendezeit müssen solche Nachrichtensendungen an Werktagen netto (d.h. ohne vor-, nach- oder zwischengeschaltete Werbung) mindestens 45 Minuten umfassen, wobei Wiederholungen von Sendungen zulässig sind“ (vgl. http://www.lmsaar.de/upload/download/pdf_bibliothek/24_Presse_Sat1_Vollprogramm_Anhang.pdf; 17.4.2008). Dies entspräche einem Nachrichtenanteil am Gesamtprogramm (1 440 Min.) von gut 3 Prozent.
- 4) Der geringe Anteil ergibt sich aus der restriktiven Abgrenzung der Sparte Information. Andere Sendungen dieser Formate werden hier der Sparte nonfiktionaler Unterhaltung zugeordnet.
- 5) Allerdings gibt es auch hier, insbesondere in den Frühmagazinen deutliche inhaltliche Unterschiede zwischen ARD/ZDF und den Privaten. Vgl. Krüger, Udo Michael: Frühstücksfernsehen bei ARD/ZDF, RTL und SAT.1. Formen und Inhalte öffentlich-rechtlicher und privater Frühmagazine. In: Media Perspektiven 12/2006, S. 607–621. Wesentliche Veränderungen sind 2007 nicht zu beobachten.
- 6) Vgl. zuletzt Krüger, Udo Michael: InfoMonitor 2007: Unterschiedliche Nachrichtenkonzepte bei ARD, ZDF, RTL und SAT.1. Ergebnisse der kontinuierlichen Analyse der Fernsehnachrichten. In: Media Perspektiven 2/2008, S. 58–83.

