

Programmanalyse 2008 von ARD/Das Erste,
ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben

→ Politikthematization und Alltagskultivierung im Infoangebot

Von Udo Michael Krüger
und Thomas Zapf-Schramm*

Angebotsentwicklung ö.-r. und privater Hauptprogramme

Mit der Programmanalyse 2008 wird die Angebotsentwicklung der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme auf dem deutschen Fernsehmarkt fortgeschrieben und im Rückblick auf die letzten fünf Jahre versucht, Senderpositionen und Programmwandel nach ihren Funktionen einzuordnen. Einbezogen werden die Gesamtangebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember im Tageszeitschnitt von 3.00 bis 3.00 Uhr (1) in Verknüpfung mit einer jeweils vierwöchigen Themenanalyse der Informationsangebote.

2008 Programmjahr mit Sport-Highlights

Auf den Handlungsspielraum, den diese Sender bei der Ausgestaltung ihrer Angebote haben, wirken sich außer den vorgegebenen Programmnormen und marktorientierten Wettbewerbsstrategien auch Sättigungsprozesse bei etablierten Formaten und daraus resultierende Trends neuer Angebotsformen im Informations- und Unterhaltungsbereich aus. Neben diesen fernsehspezifischen Faktoren ist ebenso der medienexterne Ereignishintergrund zu beachten. So stand das Programmjahr 2008 zum einen mit den Olympischen Sommerspielen in China und der Fußball-EM in Österreich und der Schweiz im Zeichen großer Sportereignisse, die weltweit viel Aufmerksamkeit des Fernsehens auf sich zogen. In der zweiten Jahreshälfte bestimmte dann zum anderen zunehmend die Finanz- und Wirtschaftskrise den Ereignishintergrund. Anders als große Sportereignisse, deren Übertragung umfangreiche Programmf lächen ausfüllt, machen sich besondere Ereignisse und Entwicklungen in Politik und Wirtschaft hauptsächlich in der aktuellen Berichterstattung bemerkbar – mit wesentlich geringerer Sendezeit, jedoch starkem Einfluss auf die Themenstruktur.

In die Programmstrukturanalyse auf Basis einer ganzjährigen Vollerhebung gehen alle ausgestrahlten Sendungen mit ihren Titeln, Werbeformen und Trailern als Analyseeinheiten ein. Ziel des Strukturvergleichs ist es, die Gesamtangebotssituation anhand von Programmsparten, Sendungsformen und Inhaltsschwerpunkten sowie der Herkunft von Fictionsendungen über mehrere Jahre in Programmstrukturprofilen der Sender zu vergleichen. Mit der Programmstrukturanalyse 2008 wird wie in den Vorjahren wieder eine Inhaltsanalyse der Informationsangebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1 auf der Basis einer vierwöchigen Stichprobe verknüpft. Die vierwöchige Stichprobe 2008 um-

fasste die Wochen vom 7. bis 13. April, 30. Juni bis 6. Juli, 6. bis 12. Oktober sowie 8. bis 14. Dezember und beschränkte sich auf die Tageszeitphase von 17.00 bis 1.00 Uhr, in der die Fernsehangebote am meisten genutzt werden. Während die Programmstrukturanalyse auf Sendungsebene ganze Sendungen als Einheiten erfasst, werden in der Inhaltsanalyse der Informationssendungen alle Themen auf Beitragsebene codiert. So lassen sich die inhaltlichen Profile von Nachrichtensendungen, Magazinen und anderen Sendungsformen, die zum Informationsangebot der Sender beitragen, differenzierter betrachten.

Spartenprofile

Im Jahr 2008 umfasste das Spartenprofil (2) von ARD/Das Erste einen Informationsanteil von 42,7 Prozent der Gesamtsendedauer, dies entspricht im Durchschnitt 616 Minuten täglich (vgl. Abbildung 1 und Tabelle 1). An zweiter Stelle rangiert das Fictionangebot mit 35,4 Prozent (510 Minuten pro Tag). Die übrige Sendedauer des ARD-Gesamtangebots verteilt sich auf Sport (7,8%), Kinderprogramm (5,0%), nonfiktionale Unterhaltung (4,1%) und Musik (1,3%) sowie auf Sonstiges (2,4%) und Werbung (1,4%). Das ZDF-Spartenprofil kommt im Jahr 2008 auf einen Informationsanteil von 48,2 Prozent (695 Min./Tag). Der Fictionanteil beläuft sich auf 26,9 Prozent. Die übrige Sendedauer entfällt auf nonfiktionale Unterhaltung (8,8%), Sport (7,0%), Kinderprogramm (4,2%), und Musik (1,2%), hinzukommen die Anteile für Sonstiges (2,3%) und Werbung (1,4%).

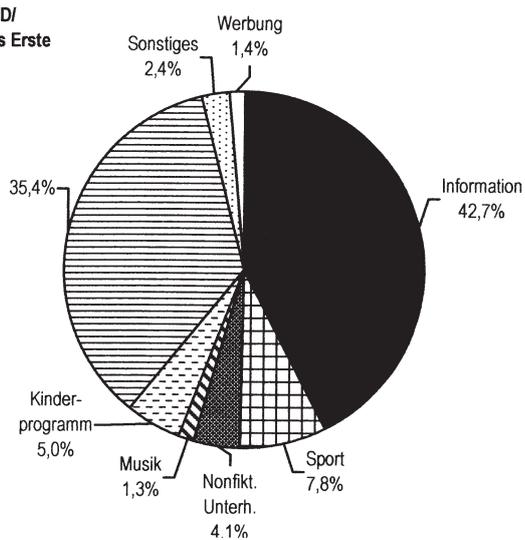
In den Spartenprofilen der Privatsender verteilt sich die Gesamtsendezeit gleichmäßiger auf Information, fiktionale sowie nonfiktionale Unterhaltungsangebote und Werbung. Der Informationssparte fehlt im Vergleich zu den Öffentlich-Rechtlichen in etwa die Sendezeit, die die Privatsender für Werbung einsetzen. Die privaten Sender unterschieden sich im Jahr 2008 nicht nur von den öffentlich-rechtlichen, sondern auch untereinander stärker als im Vorjahr. Das RTL-Spartenprofil 2008 weist mit 33,3 Prozent den höchsten Informationsanteil unter den Privaten auf, was vor allem auf die Zunahme von so genanntem Factual Television zurückzuführen ist. Fiction beläuft sich hier auf 25,0 Prozent, nonfiktionale Unterhaltung auf 11,4 Prozent und Werbung auf 20,6 Prozent. Die übrige Sendezeit verteilt sich in geringen Anteilen auf Musik (2,3%), Sport (1,5%), Kinderprogramm (1,3%) und Sonstiges (4,7%). Im Sat.1-Spartenprofil erreicht der Informationsanteil (17,6 %) dagegen kaum mehr als die Hälfte von RTL. Fast 60 Prozent der Gesamtsendezeit verwendet Sat.1 für die beiden Sparten Fiction (30,7%) und nonfiktionale Unterhaltung (28,7%) und festigt damit seine Position als unterhaltungsstärkster Programmanbieter. Für die Sparten Musik (1,1%) Sport (0,6%) und Kinderprogramm (0,1%) verbleiben nur minimale

**Unterschiede
zwischen den
Privatsendern
gewachsen**

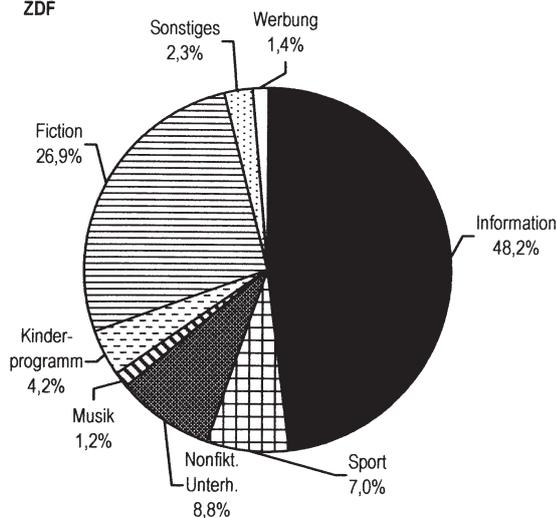
* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 1 Programmsparten 2008
Anteil an der Sendedauer in %

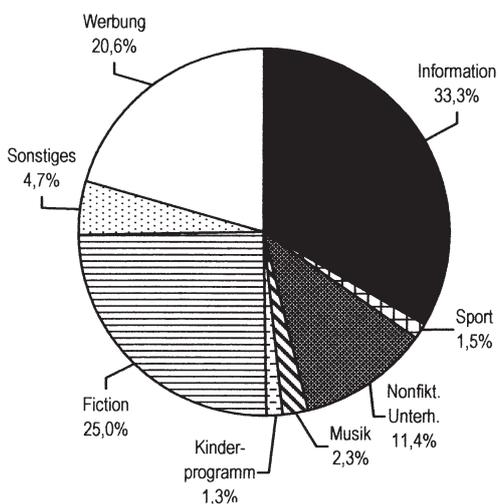
**ARD/
Das Erste**



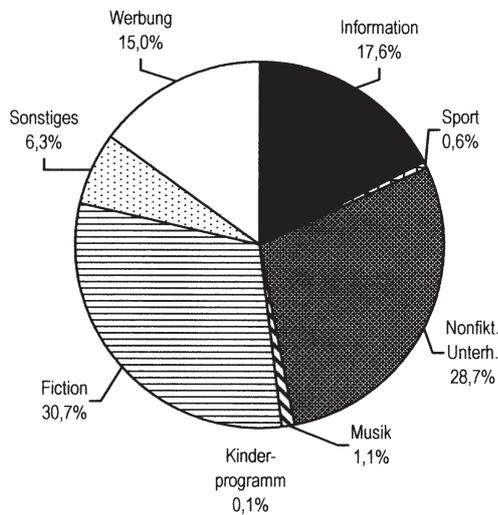
ZDF



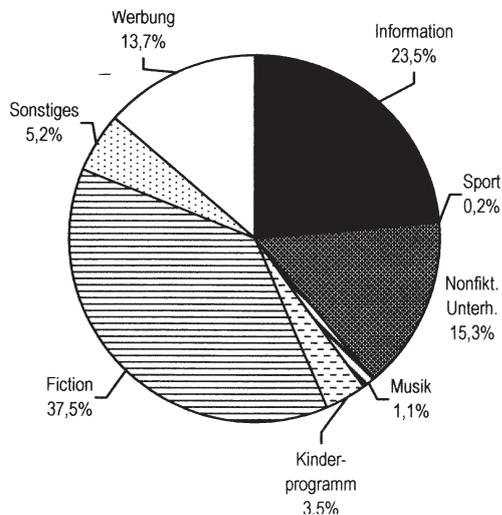
RTL



Sat.1



ProSieben



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2008.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

① Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2004 bis 2008

	Sendedauer Min./Tag					in %				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
ARD/Das Erste										
Information	601	620	602	621	616	41,7	43,0	41,8	43,1	42,7
Sport	138	97	115	86	112	9,6	6,8	8,0	6,0	7,8
Nonfiktionale Unterhaltung	118	99	64	61	59	8,2	6,9	4,4	4,3	4,1
Musik	23	22	19	23	18	1,6	1,5	1,3	1,6	1,3
Kinder-/Jugendsendungen	89	82	86	75	72	6,2	5,7	6,0	5,0	5,0
Fiction	414	464	499	520	510	28,7	32,2	34,7	36,1	35,4
Sonstiges	36	34	34	35	34	2,5	2,4	2,3	2,5	2,4
Werbung	22	20	22	21	20	1,5	1,4	1,5	1,4	1,4
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ZDF										
Information	697	702	689	713	695	48,4	48,8	47,8	49,5	48,2
Sport	108	79	108	85	101	7,5	5,5	7,5	5,9	7,0
Nonfiktionale Unterhaltung	87	80	83	91	127	6,1	5,6	5,7	6,3	8,8
Musik	24	15	17	19	17	1,6	1,1	1,2	1,4	1,2
Kinder-/Jugendsendungen	85	72	80	74	61	5,9	5,0	5,5	5,2	4,2
Fiction	385	440	412	403	387	26,7	30,5	28,6	28,0	26,9
Sonstiges	36	33	32	33	33	2,5	2,3	2,2	2,3	2,3
Werbung	18	18	20	21	20	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
RTL										
Information	344	363	369	396	479	23,9	25,2	25,6	27,5	33,3
Sport	32	30	33	25	22	2,2	2,1	2,3	1,8	1,5
Nonfiktionale Unterhaltung	297	286	268	259	164	20,6	19,9	18,6	18,0	11,4
Musik	24	24	16	24	33	1,7	1,7	1,1	1,7	2,3
Kinder-/Jugendsendungen	24	20	18	18	19	1,6	1,4	1,2	1,2	1,3
Fiction	355	342	357	351	359	24,7	23,8	24,8	24,4	25,0
Sonstiges	76	78	77	67	68	5,3	5,4	5,3	4,7	4,7
Werbung	288	296	303	299	296	20,0	20,5	21,0	20,8	20,6
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sat.1										
Information	242	255	263	273	254	16,8	17,7	18,3	18,9	17,6
Sport	9	8	3	10	8	0,6	0,5	0,2	0,7	0,6
Nonfiktionale Unterhaltung	454	457	399	448	413	31,5	31,7	27,7	31,1	28,7
Musik	8	8	10	8	15	0,6	0,5	0,7	0,6	1,1
Kinder-/Jugendsendungen	23	3	2	2	1	1,6	0,2	0,1	0,2	0,1
Fiction	332	347	394	375	443	23,1	24,1	27,3	26,0	30,7
Sonstiges	72	68	78	76	90	5,0	4,7	5,4	5,3	6,3
Werbung	299	295	290	248	216	20,8	20,5	20,2	17,2	15,0
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ProSieben										
Information	431	399	371	408	339	29,9	27,7	25,7	28,3	23,5
Sport	0			5	3	0,0	0,0	0,0	0,3	0,2
Nonfiktionale Unterhaltung	255	300	262	253	220	17,7	20,8	18,2	17,6	15,3
Musik	25	8	6	6	16	1,7	0,6	0,4	0,4	1,1
Kinder-/Jugendsendungen	53	34	39	49	50	3,7	2,4	2,7	3,4	3,5
Fiction	389	413	462	419	540	27,0	28,7	32,1	29,1	37,5
Sonstiges	76	77	79	78	75	5,3	5,4	5,5	5,4	5,2
Werbung	210	209	221	221	198	14,6	14,5	15,3	15,4	13,7
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Anteile der Gesamtsendezeit. Auf Sonstiges entfallen 6,3 Prozent und auf Werbung 15,0 Prozent. Das ProSieben-Spartenprofil 2008 kommt nur auf einen Informationsanteil von 23,5 Prozent, der Fictionanteil beläuft sich auf 37,5 Prozent, nonfiktionale Unterhaltung auf 15,3 Prozent, und auf Werbung entfallen 13,7 Prozent. Die übrige Sendezeit verteilt sich hier auf Kinder-/Jugendprogramm (3,5%), Musik (1,1%) und Sport (0,2%). Für Sonstiges verbleiben 5,2 Prozent der Sendedauer. Die Privatsender sind damit untereinander weniger ähnlich als ARD und ZDF, dennoch ist der Abstand zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen klar. Dieser Unterschied kommt auch nachhaltig zur Geltung, wenn man die Spartenprofile über den Zeitraum 2004 bis 2008 betrachtet.

Stabilität des ARD-Programmangebots im Fünfjahresvergleich

In dieser fünfjährigen Zeitspanne ist das ARD-Programmangebot ungeachtet periodischer Schwankungen strukturstabil geblieben. Die Schwankungen im Informationsanteil lassen sich nicht als Anzeichen einer Abkehr vom öffentlich-rechtlichen Funktionsauftrag deuten, sondern sie entstehen vielmehr durch saisonale und ereignisbedingte Einflüsse des Sports und des politischen Ereignishintergrunds, auf den beide öffentlich-rechtliche Sender elastischer reagieren als die Privatsender. In den sportintensiven Jahren 2004, 2006 und 2008 sank der ARD-Informationsanteil auf 601 Minuten, 602 Minuten bzw. 616 Minuten, während er in den Jahren 2005 und 2007 620 bzw. 621 Minuten im Tagesdurchschnitt ausmachte. Komplementär hierzu kam der Sport 2004 auf 138 Minuten, 2006 auf 115 und 2008 auf 112 Minuten, dagegen waren es im Jahr 2005 nur 97 Minuten und 2007 nur 86 Minuten pro Tag. Soweit sich aus dem Spartenprofil der ARD über die letzten fünf Jahre eine vom Sport unabhängige Tendenz zur Veränderung der Programmstruktur erkennen lässt, besteht sie im Austausch von nonfiktionalen Unterhaltungsangeboten durch Fictionangebote.

ARD und ZDF: Schwankungen vor allem durch Sportereignisse

Beim ZDF traten ähnliche Verdrängungseffekte in sportintensiven Jahren auf wie bei der ARD. So sank der Informationsanteil in den Sportjahren 2006 und 2008 auf 689 bzw. 695 Minuten täglich, dagegen lag er im Jahr 2007 bei 713 Minuten. Umgekehrt entfielen im Jahr 2007 auf Sport nur 85 Minuten, während es 2006 108 Minuten und 2008 101 Minuten täglich waren. Langfristig hat beim ZDF das nonfiktionale Unterhaltungsangebot zugenommen und das Fictionangebot abgenommen. Abgesehen von einem leicht rückläufigen Angebot des Kinderprogramms bei ARD und ZDF finden sich in den Spartenprofilen der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme keine quantitativen Veränderungen von nennenswerter Bedeutung.

RTL: Nonfiktionale Unterhaltung geht zurück, Information wächst

Vergleicht man die Angebotsentwicklung bei RTL, verweisen die Spartenprofile der vergangenen Jahre auf einen stetigen Zuwachs des Informationsanteils, der sich zwischen 2004 und 2008 von 23,9 Prozent auf 33,3 Prozent erhöhte. Im gleichen Zeit-

raum blieb das Fictionangebot bei Anteilen von 24,7 und 25,0 Prozent nahezu konstant, während die Sendungen in der Sparte nonfiktionale Unterhaltung von 20,6 auf 11,4 Prozent zurückgingen. Dieser Wandel im RTL-Programm wirkte sich vor allem im Spartenprofil 2008 aus. Der sukzessive Austausch von Daily-Talks und Gerichtsschows durch neue Formate aus dem Bereich Factual Television und Factual Entertainment sowie die Ausweitung der Sendungslänge des Magazins „Punkt 12“ trugen hier wesentlich zur Erhöhung des Informationsangebots bei.

Bei Sat.1 hat sich der leichte Zuwachs des Informationsangebots während früherer Jahre 2008 nicht fortgesetzt, sondern eher umgekehrt. 2007 erreichte der Informationsanteil mit 18,9 Prozent (273 Min./Tag) seinen Höchstwert, 2008 betrug er noch 17,6 Prozent (254 Min./Tag). Auch das nonfiktionale Unterhaltungsangebot sank bei Sat.1, während das Fictionangebot zunahm. Auffällig ist bei Sat.1 der Rückgang des Werbeanteils von 20,2 Prozent im Jahr 2006 auf 15,0 Prozent im Jahr 2008.

ProSieben räumte nach Schwankungen der Spartenprofile in den letzten drei Jahren dem Fictionangebot 2008 wieder den größten Raum ein. Nachdem der Fictionanteil 2006 32,1 Prozent betrug und 2007 nur noch 29,1 Prozent der Sendedauer ausmachte, lag er 2008 bei 37,5 Prozent. Die dafür benötigte Sendezeit wurde hauptsächlich dem Informationsangebot und zum Teil der nonfiktionalen Unterhaltung entzogen. Auch der Werbeanteil sank um fast zwei Prozentpunkte.

Der Spartenvergleich über fünf Jahre zeigt somit, dass die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme abgesehen von temporären Sporteffekten programmstrukturell stabil blieben. Ihre wichtigste Funktion, ein umfangreiches und vielfältiges Informationsangebot zu schaffen, hat keine erkennbaren Einbußen erlitten. Bei den Privatsendern fanden unterschiedliche Veränderungen statt, deren Bedeutung und Reichweite erst nach einem weiteren Analyseschritt genauer beurteilt werden können.

Sendungsformen

Die Strukturunterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen zeigen sich differenzierter in einer Aufschlüsselung der Gesamtangebote nach Sendungsformen. (3) Im Nonfictionangebot entspricht die Sendezeitverteilung der Formen in etwa den Funktionsschwerpunkten der Sender. Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme verwenden für die klassischen journalistischen Formen der Realitätsdarstellung auch 2008 erheblich mehr Sendezeit als die Privatsender (vgl. Tabelle 2). So entfällt bei der ARD knapp ein Viertel der Sendedauer auf Magazine/Ratgeber (23,7%), weitere 11,5 Prozent auf Reportagen/Dokumentationen und knapp ein Zehntel auf Nachrichten (9,2%). Beim ZDF beläuft sich der Anteil der Magazine einschließlich Ratgeber auf 31,7 Prozent, Reportagen/Dokumentationen kommen auf 10,4 Prozent und Nachrichten auf 9,5 Prozent. Diese

Sat.1: Informationsanteil rückläufig

ProSieben: Fictionanteil wieder gestiegen

Klassische Informationsformate dominieren bei ARD und ZDF

② Sendungsformen¹⁾ von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2006 bis 2008

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
in Min./Tag															
Nachrichten ²⁾	134	135	132	134	136	136	54	56	56	46	42	35	16	11	12
Magazin/Ratgeber	357	347	341	422	442	456	202	198	226	191	199	185	240	188	197
Reportage/Dokumentation	162	165	165	167	166	149	128	158	206	25	29	28	117	203	126
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	7	8	6	7	4	5	141	114	44	128	143	216	20	4	4
Ereignisübertragung	70	59	74	68	55	72	20	15	17	2	8	6	5	8	4
Talk/Diskussion/Ansprache	36	39	52	69	76	80	49	49	50	92	104	102	108	83	67
Ratespiel/Quiz/Gameshow	20	24	27	17	11	10	15	14	16	100	133	41	49	50	36
Show/Darbietung	45	46	39	35	36	39	73	97	79	90	79	78	88	125	130
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	292	305	296	234	228	187	89	99	112	106	116	149	314	279	298
Fernsehserie	252	247	243	232	226	247	286	270	267	289	260	295	182	188	290
Sonstige redakt. Formen ³⁾	10	9	9	3	4	4	3	4	3	2	2	1	1	2	2
Sonstiges ⁴⁾	33	35	34	31	36	35	77	67	68	78	76	90	79	78	75
Werbung	22	21	20	20	21	20	303	299	296	290	248	216	221	221	198
Gesamtergebnis	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
in %															
Nachrichten ²⁾	9,3	9,3	9,2	9,3	9,5	9,5	3,8	3,9	3,9	3,2	2,9	2,4	1,1	0,8	0,8
Magazin/Ratgeber	24,8	24,1	23,7	29,3	30,7	31,7	14,0	13,7	15,7	13,3	13,8	12,8	16,7	13,0	13,7
Reportage/Dokumentation	11,2	11,5	11,5	11,6	11,5	10,4	8,9	11,0	14,3	1,7	2,0	1,9	8,1	14,1	8,8
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,5	0,5	0,4	0,5	0,3	0,3	9,8	7,9	3,1	8,9	9,9	15,0	1,4	0,3	0,2
Ereignisübertragung	4,9	4,1	5,2	4,7	3,8	5,0	1,4	1,1	1,2	0,2	0,6	0,4	0,3	0,6	0,3
Talk/Diskussion/Ansprache	2,5	2,7	3,6	4,8	5,2	5,6	3,4	3,4	3,5	6,4	7,2	7,1	7,5	5,8	4,7
Ratespiel/Quiz/Gameshow	1,4	1,7	1,9	1,2	0,8	0,7	1,1	1,0	1,1	7,0	9,3	2,8	3,4	3,5	2,5
Show/Darbietung	3,2	3,2	2,7	2,4	2,5	2,7	5,1	6,8	5,5	6,3	5,5	5,4	6,1	8,7	9,0
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	20,3	21,2	20,6	16,3	15,8	13,0	6,2	6,9	7,8	7,4	8,1	10,3	21,8	19,4	20,7
Fernsehserie	17,5	17,2	16,9	16,1	15,7	17,1	19,9	18,7	18,5	20,1	18,1	20,5	12,6	13,0	20,2
Sonstige redakt. Formen ³⁾	0,7	0,6	0,6	0,2	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,2	0,2
Sonstiges ⁴⁾	2,3	2,4	2,3	2,2	2,5	2,4	5,3	4,7	4,7	5,4	5,3	6,3	5,5	5,4	5,2
Werbung	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	21,0	20,8	20,6	20,2	17,2	15,0	15,3	15,4	13,7
Gesamtergebnis	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) Sparte Kinderprogramm aufgelöst.

2) Nachrichten incl. 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.

drei journalistischen Sendungsformen decken bei der ARD 44,5 Prozent und beim ZDF 51,6 Prozent der Gesamtsendedauer ab.

Private mit erheblich geringerem Info-Anteil – vor allem von Nachrichten

Bei den Privatsendern fällt schon aufgrund des geringeren Umfangs an Informationssendungen der Anteil klassischer journalistischer Sendungsformen geringer aus. Dies zeigt sich vor allem bei den Nachrichten und Magazinen. So beträgt der Nachrichtenanteil bei RTL 3,9 Prozent, bei Sat.1 2,4 Prozent und bei ProSieben nur 0,8 Prozent der Gesamtsendedauer. Der Magazinanteil erreicht bei RTL 15,7 Prozent, bei Sat.1 12,8 Prozent und bei ProSieben 13,7 Prozent. Mit dem Anteil der Reportagen und Dokumentationen übertrifft RTL (14,3%) im Jahr 2008 die Werte von ARD (11,5%) und ZDF (10,4%), während Sat.1 diese Form mit einem Anteil von nur 1,9 Prozent der Sendedauer am wenigsten verwendet. Dieser Zuwachs an Reportagen bei den Privatsendern ist hauptsächlich auf die neueren Doku- und Reportageformate des Factual Television zurückzuführen, in denen sich teilweise

Informations- und Unterhaltungsentention vermischen.

Bei den Doku-Inszenierungen (hauptsächlich Gerichtsshow) zeigt sich in den letzten drei Jahren eine unterschiedliche Entwicklung. RTL reduzierte diese Formen, mit denen der Sender früher an Werktagen große Flächen des Tagesprogramms bestritt, zwischen 2006 und 2008 von 9,8 Prozent auf 3,1 Prozent, Sat.1 erhöhte dagegen den Anteil an Doku-Inszenierungen von 8,9 Prozent auf 15,0 Prozent der Gesamtsendezeit. In den verbalen Sendungsformen Talkshow, Diskussion, Gespräch und Ansprache kommen quantitative Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern weniger zur Geltung. Hier haben ARD/Das Erste (3,6%) und RTL (3,5%) die vergleichsweise geringsten und Sat.1 (7,1%) die höchsten Anteile. Dagegen gehören Übertragungen, die neben Gottes-

Unterschiedliche Entwicklung bei Doku-Inszenierungen

diensten und Ereignissen aus dem Kulturleben und dem Show-Business hauptsächlich den Sport betreffen, auch 2008 zu den häufiger bei öffentlich-rechtlichen Sendern vertretenen Formen. Auf Sendungsformen der Kategorie Ratespiel/Quiz/Game-show entfallen bei ARD und ZDF nur wenig Sendezeitanteile. Auch RTL verwendet diese Formen nur in geringem Umfang. Bei Sat.1 und ProSieben finden sich 2008 ebenfalls geringe Werte. Im Jahresvergleich fällt auf, wie stark Sat.1 diese Formen, die 2007 noch einen Anteil von 9,3 Prozent ausmachten und 2008 nur noch 2,8 Prozent betrug, inzwischen reduziert hat. Auch in der Kategorie Show/Darbietung fallen die Anteile bei ARD und ZDF vergleichsweise niedrig aus. Bei RTL und Sat.1 erreichen sie den doppelten und bei ProSieben den dreifachen Anteil am Gesamtprogramm. Während das Angebot an Shows in öffentlich-rechtlichen und den beiden größeren Privatprogrammen seit 2006 in etwa gleich blieb, hat ProSieben seinen Anteil bis auf 9 Prozent im Jahr 2008 schrittweise ausgeweitet.

ARD und ProSieben mit größtem Anteil bei Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe

Betrachtet man die fiktionalen Sendungsformen, zeigen sich Ähnlichkeiten wie auch Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern. So kommt die ARD 2008 in der Kategorie Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe auf 20,6 Prozent und ProSieben auf 20,7 Prozent. Gegenüber diesen beiden führenden Anbietern großflächiger Fiction-sendungen rangiert das ZDF mit 13,0 Prozent im mittleren Bereich. Sat.1 verwendet für Spielfilm, Fernsehfilme und Reihen 2008 ein Zehntel seiner Sendedauer und liegt damit noch vor RTL (7,8%). Wie sich der Angebotsentwicklung bei größeren Fictionsendungen über die vergangenen drei Jahre entnehmen lässt, blieben die Anteile bei ARD und ProSieben relativ stabil, während beim ZDF ein Rückgang und bei RTL und Sat.1 ein leichter Anstieg zu verzeichnen war. Für den Rückgang beim ZDF kommen sowohl Verdrängungseffekte durch Sportübertragungen im Jahr 2008 als auch Veränderungen von Sendeplätzen in Betracht. Neben den langen Formen des Spielfilms und Fernsehfilms repräsentieren die kürzeren Formen der Fernsehserien die zweite Komponente des Fictionangebots. Bei RTL, Sat.1 und nun auch ProSieben (nachdem dort das Serienangebot um 7 Prozentpunkte erhöht wurde) entfielen 2008 etwa ein Fünftel der Gesamt-sendezeit auf Serien. Bei ARD (16,9%) und ZDF (17,1%) fiel das Serienangebot etwas geringer aus. Lässt man ProSieben außer acht, bleibt ein Unterschied zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen nach wie vor darin bestehen, dass RTL und Sat.1 den Serien deutlich höhere Priorität einräumen als den Spielfilmen, Fernsehfilmen und Reihen.

Sendungsformen der Sparten

Ordnet man die Sendungsformen den Programmsparten zu, wird deutlich, womit die Sender hauptsächlich ihre Informations- und Unterhaltungsfunktion zu erfüllen suchen. Im Hinblick auf den öffentlich-rechtlichen Funktionsauftrag stellt sich vorrangig wieder die Frage, welche Formen das Informationsangebot prägen und welche Chancen daraus für die Teilhabe der Zuschauer an gesellschaftlich relevanten Ereignissen entstehen können.

Die Sparte Information wird unter Qualitätsaspekten hauptsächlich daraufhin betrachtet, welche Seriosität, Sachkompetenz und journalistische Professionalität ihre Sendungen vorzuweisen haben. Sendungen, die diese Eigenschaften aufweisen, wird allgemein eine hohe Glaubwürdigkeit zugeschrieben. In dieser Sparte konzentrieren sich vor allem die klassischen journalistischen Formen der aktuellen Berichterstattung und Meinungsbildung, ferner die zeitübergreifenden Hintergrundanalysen und sachbezogenen Realitätsdarstellungen, die für die öffentliche Debatte und die Orientierung der Menschen im gesellschaftlichen wie auch privaten Leben wichtig sind. Auch wenn weder Ziel noch Zweck der Programmanalyse darin liegen können, die Qualität von Informationssendungen zu klassifizieren, liefern doch Umfang und Zusammensetzung der Sendungsformen Hinweise, inwieweit überhaupt formale Voraussetzungen für solche Programmfunktionen bei den Sendern gegeben sind.

In der Sparte Information bestimmen im Wesentlichen Nachrichtensendungen, unterschiedliche Magazine und Ratgeber, Dokumentationen, Berichte und Reportagen das Formenprofil der Sender. Demgegenüber haben Doku-Inszenierungen, Doku-Soaps und Ereignisübertragungen, deren Anteil 2008 bei allen Sendern jeweils weniger als ein Prozent ihres Gesamtprogramms ausmachten, nur eine marginale Rolle bei der Informationsvermittlung. Begrenzt ist hier auch der Einsatz von Ansprachen und Talkformaten, die fast ausschließlich bei ARD und ZDF vorkommen.

Nachrichten

Nachrichtensendungen unterschiedlicher Art machen bei ARD und ZDF 2008 etwa ein Zehntel des Gesamtprogramms aus (vgl. Tabelle 3). Zum Informationsangebot der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme tragen sie knapp ein Viertel der Sendezeit bei. RTL kommt als größter Nachrichtenanbieter unter den Privaten auf 4 Prozent, Sat.1 auf 2 und ProSieben nur auf 1 Prozent des Gesamtprogramms. Dem größeren Angebotsumfang entspricht auch mehr Vielfalt in den öffentlich-rechtlichen Nachrichtenformaten. Zu den wichtigsten Sendungen gehören die Hauptnachrichten „Tagesschau“ (20.00 Uhr) im Ersten und „heute“ (19.00 Uhr) im ZDF sowie die Nachrichtenmagazine „Tagesthemen“ und „heute-journal“ am Spätabend und die Nacht Ausgaben „Nachtmagazin“ und „heute nacht“. Hinzu kommen die über den gesamten Tag verteilten Nachrichtenausgaben in kürzerer Form. Damit ist zu jeder Tageszeit eine hohe Nutzungschance öffentlich-rechtlicher Nachrichtensendungen gegeben.

Sendungsformen in der Sparte Information

Nachrichten machen bei ARD und ZDF etwa ein Zehntel des Angebots aus

③ Sparten und Formen 2006 bis 2008

	Sendedauer in Min./Tag														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Information	602	621	616	689	713	695	369	396	479	263	273	254	371	408	339
Nachrichten ¹⁾	134	135	132	133	135	135	54	56	56	46	42	35	16	11	12
Magazin	298	294	291	385	396	394	200	195	223	191	199	185	235	189	197
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen ²⁾	129	128	125	128	127	126	48	48	48	80	121	125	-	-	-
Boulevardmagazin	36	37	39	48	51	55	68	69	78	30	22	25	101	70	122
Andere Magazine/Ratgeber	134	129	127	209	218	213	84	78	97	80	56	34	134	120	75
Dokumentation/Bericht/Reportage	122	140	130	127	139	121	110	141	196	24	27	26	116	202	125
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	7	8	6	7	4	5	0	0	-	-	3	8	0	1	2
Ereignisübertragung	8	7	8	15	10	14	1	0	2	0	-	-	2	2	1
Talk/Diskussion/Ansprache	26	31	40	19	22	20	0	1	0	0	0	0	0	0	-
Wetterinfo	7	7	7	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	2	2
Sonstiges	-	0	1	-	4	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	115	86	112	108	85	101	33	25	22	3	10	8	-	5	3
Sportberichterstattung	54	35	43	56	41	43	14	11	10	1	2	2	-	0	0
Übertragung	61	51	66	52	44	58	18	14	11	2	8	6	-	4	3
Sonstiges	-	-	3	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	64	61	59	83	91	127	268	259	164	399	448	413	262	253	220
Journalistische Unterhaltungsformen	16	14	13	49	63	95	54	55	53	91	104	101	108	83	67
Magazin/Ratgeber/ Reportage/Doku	6	6	4	-	9	36	5	7	3	-	-	-	-	-	0
Talk/Gespräch	9	8	9	49	54	59	48	48	50	91	104	101	108	83	67
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	-	-	-	-	-	-	141	113	44	128	140	208	20	3	2
Konventionelle Unterhaltungsformen	48	47	46	33	27	31	74	90	66	180	204	103	134	167	150
Quiz/Game-show/Spiele	20	23	24	16	11	10	15	14	16	100	133	41	47	50	36
Show/Darbietungen/ Übertragung	28	25	22	17	16	22	59	77	51	80	71	63	87	117	114
Musik	19	23	18	17	19	17	16	24	33	10	8	15	6	6	16
Show/Konzert	19	22	18	17	19	17	15	24	33	10	8	15	3	6	16
Sonstiges	-	0	-	-	0	-	0	1	-	-	-	-	2	0	0
Kinder-/Jugendprogramm	86	73	72	80	74	61	18	18	19	2	2	1	39	49	50
Nonfikt. Kindersendungen	40	40	41	25	24	14	-	-	-	0	-	-	6	2	1
Fiktionale Kindersendungen	45	33	30	54	51	47	18	18	19	1	2	1	33	47	49
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	7	6	4	6	6	4	2	3	2	1	2	1	2	4	1
Fernsehserie	38	27	26	48	45	43	15	15	18	-	-	-	31	43	48
Sonstiges	-	-	0	-	-	0	-	-	-	-	-	0	-	-	-
Fiction	499	520	510	412	403	387	357	351	359	394	375	443	462	419	540
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	284	300	292	228	222	183	87	96	110	105	114	148	311	275	297
Fernsehserie	213	220	217	184	181	204	271	255	249	289	260	295	151	144	243
Sonstiges	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Sonstige Sparten	34	35	34	32	33	33	77	67	68	78	76	90	79	78	75
Werbung	22	21	20	20	21	20	303	299	296	290	248	216	221	221	198
Werblock/Sponsorspot	22	21	20	20	21	20	215	209	205	211	226	215	191	209	197
Teleshopping/Sonst.Werbeformen	-	-	-	-	-	-	88	90	91	80	22	1	30	12	0
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)

③ Sparten und Formen 2006 bis 2008 (Fortsetzung)

	Sendedauer in %														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			SAT.1			ProSieben		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Information	41,8	43,1	42,7	47,8	49,5	48,2	25,6	27,5	33,3	18,3	18,9	17,6	25,7	28,3	23,5
Nachrichten ¹⁾	9,3	9,3	9,2	9,2	9,4	9,4	3,8	3,9	3,9	3,2	2,9	2,4	1,1	0,8	0,8
Magazin	20,7	20,4	20,2	26,7	27,5	27,3	13,9	13,5	15,5	13,3	13,8	12,8	16,3	13,1	13,7
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen ²⁾	8,9	8,9	8,7	8,9	8,8	8,7	3,3	3,3	3,3	5,6	8,4	8,7	-	-	-
Boulevardmagazin	2,5	2,6	2,7	3,3	3,6	3,8	4,7	4,8	5,4	2,1	1,5	1,7	7,0	4,9	8,5
Andere Magazine/Ratgeber	9,3	9,0	8,8	14,5	15,2	14,8	5,9	5,4	6,7	5,6	3,9	2,4	9,3	8,3	5,2
Dokumentation/Bericht/Reportage	8,5	9,7	9,0	8,8	9,7	8,4	7,6	9,8	13,6	1,6	1,9	1,8	8,0	14,0	8,7
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,5	0,5	0,4	0,5	0,3	0,3	0,0	0,0	-	-	0,2	0,5	0,0	0,1	0,1
Ereignisübertragung	0,6	0,5	0,5	1,1	0,7	0,9	0,1	0,0	0,1	0,0	-	-	0,1	0,1	0,1
Talk/Diskussion/Ansprache	1,8	2,1	2,8	1,3	1,5	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-
Wetterinfo	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,2	0,2
Sonstiges	-	0,0	0,0	-	0,3	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	8,0	6,0	7,8	7,5	5,9	7,0	2,3	1,8	1,5	0,2	0,7	0,6	-	0,3	0,2
Sportberichterstattung	3,7	2,4	3,0	3,9	2,9	3,0	1,0	0,8	0,7	0,1	0,1	0,2	-	0,0	0,0
Übertragung	4,2	3,5	4,6	3,6	3,1	4,0	1,3	1,0	0,8	0,1	0,6	0,4	-	0,3	0,2
Sonstiges	-	-	0,2	-	-	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	4,4	4,3	4,1	5,7	6,3	8,8	18,6	18,0	11,4	27,7	31,1	28,7	18,2	17,6	15,3
Journalistische Unterhaltungsformen	1,1	1,0	0,9	3,4	4,4	6,6	3,7	3,8	3,7	6,3	7,2	7,0	7,5	5,7	4,7
Magazin/Ratgeber/ Reportage/Doku	0,4	0,4	0,3	-	0,6	2,5	0,4	0,5	0,2	-	-	-	-	-	0,0
Talk/Gespräch	0,6	0,5	0,6	3,4	3,8	4,1	3,3	3,3	3,5	6,3	7,2	7,0	7,5	5,7	4,7
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	-	-	-	-	-	-	9,8	7,9	3,1	8,9	9,7	14,4	1,4	0,2	0,1
Konventionelle Unterhaltungsformen	3,3	3,3	3,2	2,3	1,9	2,2	5,1	6,3	4,6	12,5	14,2	7,2	9,3	11,6	10,4
Quiz/Gameshow/Spiele	1,4	1,6	1,7	1,1	0,8	0,7	1,0	0,9	1,1	7,0	9,3	2,8	3,3	3,5	2,5
Show/Darbietungen/ Übertragung	1,9	1,7	1,5	1,2	1,1	1,5	4,1	5,3	3,5	5,6	4,9	4,4	6,0	8,1	7,9
Musik	1,3	1,6	1,3	1,2	1,4	1,2	1,1	1,7	2,3	0,7	0,6	1,1	0,4	0,4	1,1
Show/Konzert	1,3	1,6	1,3	1,2	1,3	1,2	1,1	1,6	2,3	0,7	0,6	1,1	0,2	0,4	1,1
Sonstiges	-	0,0	-	-	0,0	-	0,0	0,1	-	-	-	-	0,1	0,0	0,0
Kinder-/Jugendprogramm	6,0	5,0	5,0	5,5	5,2	4,2	1,2	1,2	1,3	0,1	0,2	0,1	2,7	3,4	3,5
Nonfikt. Kindersendungen	2,8	2,8	2,9	1,8	1,6	0,9	-	-	-	0,0	-	-	0,4	0,2	0,1
Fiktionale Kindersendungen	3,2	2,3	2,1	3,8	3,5	3,3	1,2	1,2	1,3	0,1	0,2	0,1	2,3	3,3	3,4
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	0,5	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,3	0,1
Fernsehserie	2,7	1,9	1,8	3,3	3,1	3,0	1,1	1,0	1,2	-	-	-	2,1	3,0	3,3
Sonstiges	-	-	0,0	-	-	0,0	-	-	-	-	-	0,0	-	-	-
Fiction	34,7	36,1	35,4	28,6	28,0	26,9	24,8	24,4	25,0	27,3	26,0	30,7	32,1	29,1	37,5
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	19,7	20,8	20,3	15,8	15,4	12,7	6,0	6,7	7,7	7,3	7,9	10,3	21,6	19,1	20,6
Fernsehserie	14,8	15,3	15,1	12,8	12,6	14,2	18,8	17,7	17,3	20,1	18,1	20,5	10,5	10,0	16,9
Sonstiges	0,1	-	0,0	-	-	-	-	-	-	-	0,1	-	-	-	-
Sonstige Sparten	2,3	2,5	2,4	2,2	2,3	2,3	5,3	4,7	4,7	5,4	5,3	6,3	5,5	5,4	5,2
Werbung	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	21,0	20,8	20,6	20,2	17,2	15,0	15,3	15,4	13,7
Werbeblock/Sponsorspot	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	14,9	14,5	14,2	14,6	15,7	14,9	13,3	14,5	13,7
Teleshopping/Sonst.Werbeformen	-	-	-	-	-	-	6,1	6,2	6,3	5,5	1,5	0,1	2,1	0,8	0,0
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	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.

Sat.1 verkürzte 2008 seine Haupt- nachrichtensendung

Bei den Privatsendern fällt der Nachrichtenanteil nicht nur insgesamt deutlich geringer aus, er hat auch innerhalb des Informationsangebots einen geringeren Stellenwert. Während die Nachrichten bei RTL noch vergleichsweise am stärksten vertreten sind, fallen sie bei Sat.1 deutlich zurück und werden bei ProSieben zu einer marginalen Größe. Die führende Rolle von RTL unter den Privatsendern beruht vor allem darauf, dass hier neben den Hauptnachrichten „RTL aktuell“ (18.45 Uhr) und „RTL weekend“ auch weiterhin das Nachrichtenmagazin „RTL-Nachtjournal“ (0.00 Uhr) und diverse Kurznachrichten ausgestrahlt werden. Nachdem Sat.1 schon im Jahr 2007 seine Nachtausgabe eingestellt hatte, sank der verbliebene Nachrichtenanteil 2008 nochmals durch die Kürzung der Hauptnachrichtenausgabe auf eine Länge von 12 Minuten. Seit 17. März 2008 heißen die verkürzten Hauptnachrichten nicht mehr „Sat.1 News 18:30“, sondern „Sat.1 Nachrichten“ und werden um 20.00 Uhr an Werktagen und 18.30 Uhr sonntags gesendet. Der Nachrichtenanteil von 2,4 Prozent an der Gesamtsendedauer ergibt sich erst dann, wenn die Kurznachrichten im Sat.1 Frühstückfernsehen den übrigen Nachrichten hinzugerechnet werden. Der geringe Anteil, den ProSieben mit 0,8 Prozent seiner Gesamtsendedauer den Nachrichten einräumt, kommt durch die Hauptausgabe „Newstime“ (18.00 Uhr), den „ProSieben Spätnachrichten“ sowie der Kurznachrichtenausgabe zustande. Gemessen am Informationsangebot von 23,5 Prozent 2008 ist der Nachrichtenanteil bei ProSieben verschwindend gering. Mit der fortschreitenden Erosion des Nachrichtenangebots bei Sat.1 und ProSieben hat sich der Abstand zu RTL, aber ebenso zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern insgesamt vergrößert.

Magazine

Umfangreichste Sendungsform im Informationsangebot

Die Magazine waren wie in den Vorjahren auch 2008 bei allen Sendern wieder die umfangreichste Sendungsform im Informationsangebot. Die ARD (20,2%) deckt ein Fünftel ihres Gesamtprogramms mit Magazinen ab, zum Informationsangebot tragen Magazine fast die Hälfte bei. Das ZDF (27,3%) kommt auf einen höheren Magazinanteil, der mehr als die Hälfte des Informationsangebots ausfüllt. Das geringere Informationsangebot bei RTL (15,5%) und ProSieben (13,7%) besteht etwa zur Hälfte aus Magazinen, während die Magazine bei Sat.1 (12,8%) in einem ausgedünnten Informationsangebot vor allen anderen Formen die dominierende Rolle haben.

ARD mit vielfältigem Magazinangebot

Unterscheidet man die Magazine nach den drei Kategorien Morgenmagazine/Frühstücksfernsehen, Boulevardmagazine und andere Magazine werden weitere Profilunterschiede der Sender sichtbar. Bei der ARD entfallen 8,7 Prozent des Gesamtprogramms auf das werktätlich gemeinsam mit dem ZDF im Wochenwechsel ausgestrahlte Morgenmagazin. Das ARD-Boulevardmagazin „Brisant“ im Vorabendprogramm mit Wiederholung in der Nacht macht 2,7 Prozent der Gesamtsendedauer aus. Alle übrigen Magazine kommen in ihrer vielfältigen

Zusammensetzung bei der ARD auf 8,8 Prozent der Gesamtsendedauer. Betrachtet man diesen Teil genauer, gehören hierzu die werktätlichen Ausgaben des Mittagmagazins (gemeinsam mit dem ZDF) und des Servicemagazins „ARD-Buffer“. Hinzu kommen in wöchentlicher oder größerer Periodizität die politischen Magazine der einzelnen ARD-Landesanstalten („Fakt“ (MDR), „Kontraste“ (rbb), „Monitor“ (WDR), „Panorama“ (NDR), „Report Mainz“ (SWR) und „Report München“ (BR)), der „Bericht aus Berlin“, „Europamagazin“ und „Weltspiegel“, das Wirtschaftsmagazin „Plusminus“, die Kulturmagazine „tut – Titel, Thesen, Temperamente“ und „Druckfrisch“ sowie das im Mai 2008 eingestellte Lifestylemagazin „Polylux“ am Spätabend, ferner das Wissensmagazin „W wie Wissen“ sonntags am frühen Abend und die Reihe der 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 entfielen im Jahr 2008 ebenfalls 8,7 Prozent der Gesamtsendedauer auf das werktätlich gemeinsam mit der ARD ausgestrahlte Morgenmagazin. Die beiden Boulevardmagazine „hallo deutschland“ und „leute heute“ machen einschließlich Extra-Ausgaben zusammen 3,8 Prozent aus. Der Anteil anderer Magazine/Ratgeber fällt im ZDF (14,8%) höher aus als im Ersten. Im Einzelnen gehören hierzu mit werktätlicher Ausstrahlung das „Mittagsmagazin“ (im wöchentlichen Wechsel mit der ARD) und das Magazin am frühen Abend „Drehscheibe Deutschland“ sowie das Ratgeber- und Servicemagazin am Vormittag „Volle Kanne Susanne“. Hinzu kommen 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), außerdem am Vorabend „Länderspiegel“, „blickpunkt“, „ML Mona Lisa“ und am Hauptabend „ZDFreporter“ sowie „ZDFumwelt“.

Bei RTL entfallen auf die Magazinausgaben am Morgen 3,3 Prozent der Gesamtsendedauer, sie verteilen sich auf die Sendungen „Punkt 6“, „Punkt 7“ und „Punkt 9“. Die Boulevardmagazine „Explosiv“ und „Exclusiv – Das Starmagazin“ einschließlich Weekend- und Extra-Ausgaben kommen zusammen auf einen Anteil von 5,4 Prozent. Damit wird den Boulevardmagazinen bei RTL mehr Sendezeit eingeräumt als bei ARD und ZDF und kaum weniger als den anderen Magazinen mit 6,7 Prozent der Gesamtsendedauer. Zur Gruppierung der anderen Magazine/Ratgeber gehören die werktätlich auf zwei Stunden ausgeweitete Sendung „Punkt 12“ am Mittag, 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.

ZDF mit größtem Anteil in der Kategorie „andere Magazine/Ratgeber“

RTL: stärkerer Anteil an Boulevardmagazinen

Die dctp-Produktionen werden von den Privatsendern selbst wie auch hier durchgehend als Magazine ausgewiesen, obwohl sie meist den Kriterien monothematischer Gesprächssendungen entsprechen.

**Sat.1:
Schwerpunkt beim
Frühstücksfernsehen**

Bei Sat.1 repräsentiert das Frühstücksfernsehen mit 8,7 Prozent der Gesamtsendezeit den größten Anteil des Magazinangebots. Als Infotainmentsendung lässt sich das Sat.1-Frühstücksfernsehen nicht mit den öffentlich-rechtlichen Morgenmagazinen, in denen ein wesentlicher Teil Politikthemen gewidmet ist, gleichsetzen. Die Boulevardmagazine am Vorabend sind nur mit 1,7 Prozent und alle anderen Magazine mit 2,4 Prozent vertreten. Dazu gehören die wöchentlich ausgestrahlten Sendungen „Akte 2008“, „AllesTester im Einsatz“, „Weck Up“, das Kulturmagazin von dctp „News & Stories“, das Wissensmagazin „Planetopia“ und das „Sat.1-Automagazin“.

**ProSieben:
Sendezeitanteil für
Boulevardmagazine
fast verdoppelt**

Bei ProSieben gibt es kein Format, das dem ARD/ZDF-Morgenmagazin oder dem leichten Sat.1-Frühstücksfernsehen entsprechen würde. Die meiste Sendezeit im Jahr entfällt hier auf die Boulevardmagazine (8,5%) „SAM“ und „Taff“ einschließlich ihrer Spezialausgaben. Gegenüber dem Vorjahr hat sich ihr Sendezeitanteil fast verdoppelt, während er sich bei anderen Magazinen (5,2%) verringerte. Zu den anderen Magazinen gehören nach wie vor „Focus TV“ und die Ausgaben des Wissensmagazins „Galileo“. „Wunderwelt des Wissens“ sowie das Lifestylemagazin „Avenzio – Schöner leben!“ haben neue Sendeplätze erhalten. Als Ratgeberausgabe bietet ProSieben weiterhin „Cine Tipp“ an. Auch diese Sendung lässt sich streng genommen nicht mit den klassischen Ratgeberformaten bei ARD und ZDF vergleichen.

Monothematische Sendungen: Dokumentation, Bericht, Reportage

**RTL erhöht Anteil
der Reportagen und
Dokumentationen**

Neben den Nachrichten und Magazinen bilden die Dokumentationen, Berichte und Reportagen die dritte Hauptkomponente des Informationsangebots. Der Anteil dieser monothematischen Sendungen lag bei ARD/Das Erste und ZDF im Jahr 2008 kaum verändert knapp unter einem Zehntel des Gesamtangebots. In den privaten Hauptprogrammen erhalten Reportagen und Dokumentationen nicht nur eine unterschiedliche Gewichtung, sondern sie verweisen mit ihren Gestaltungsmerkmalen und inhaltlichen Konzepten auch auf Veränderungen der Informationsfunktion. Nachdem RTL den Anteil seiner Reportagen schon seit 2004 schrittweise erhöht hat hatte, war 2008 ein weiterer Anstieg auf 13,6 Prozent der Gesamtsendezeit zu verzeichnen. Damit machen diese Sendungen 40 Prozent des RTL-Informationsangebots aus. Bei Sat.1 werden dagegen Dokumentationen und Re-

portagen nur mit einem Anteil von 1,8 Prozent der Gesamtsendezeit eingesetzt. Dies entspricht einem Zehntel des Sat.1-Informationsangebots. Bei ProSieben fiel der Anteil der Dokumentationen und Reportagen in der Sparte Information von 14 Prozent 2007 auf 8,7 Prozent der Gesamtsendezeit im Jahr 2008 zurück und liegt damit fast wieder auf dem Niveau früherer Jahre.

Auch hier wird an exemplarischen Sendetiteln deutlich, wie unterschiedlich die Sender bestimmte Formate verwenden. Bei der ARD verteilen sich Dokumentationen, Reportagen, Berichte und Porträts als Reihen und Einzelsendungen über ein breites Spektrum politischer, gesellschaftlicher und diverser anderer Themen aus verschiedenen Sachgebieten und dem Alltagsleben. Zu dieser Kategorie von Sendungen trugen auch 2008 neben den aktuellen Ausgaben des „ARD-Brennpunkts“ die Reihen „ARD-exklusiv“, „Bilderbuch Deutschland“, „Weltreisen“ und die werktäglich im Nachmittagsprogramm ausgestrahlte Reihe der Tiersendungen bei. Hinzu kommen gesellschaftskritische Dokumentationen auf dem Sendeplatz am Mittwoch späten abends (z.B. „Leben und Sterben für Kabul“, „Königreich des Glücks“, „Planspiel Atomkrieg“), ferner diverse Reise- und Gesellschaftsreportagen.

Beim ZDF sind in dieser Kategorie neben dem „ZDF spezial“ mit aktuellen Politikthemen vor allem wieder die Ausgaben der Reihe „37 Grad“ zu sozialen Gegenwartsthemen, ebenso die zeitgeschichtliche Reihe „Vor 30 Jahren“, ferner die Reihen „Terra X“, „ZDF Expedition“, „ZDFreportage“ und „Wunderbare Welt“ zu nennen. Hinzu kommen auch hier diverse Tierreihen im Nachmittagsprogramm sowie politische Porträts („Joschka – eine Karriere“, „Helmut Schmidt – Der deutsche Kanzler“, „Franz Josef Strauß – Eine deutsche Geschichte“ u. a. m.) im Hauptabendprogramm.

Bei RTL bestehen die Dokumentationen und Reportagen größtenteils aus Reihen, die sich vorzugsweise mit dem Alltagsleben nichtprominenter Akteure befassen und teils im Tagesprogramm („Familienhilfe mit Herz“, „Unsere erste gemeinsame Wohnung“, „Unser neues Zuhause“, „Mein Baby“, „Mitten im Leben“, „Die Kinderärzte von St. Marien“), teils im Abendprogramm („Raus aus den Schulden“, „Teenager außer Kontrolle“, „Die SuperNanny“) und am Spätabend („Die große Reportage“, „Anwälte der Toten – Rechtsmediziner decken auf“) ausgestrahlt werden. Mit diesen Reihen hat RTL den Trash-Kult der Daily-Talks und Gerichtsshow im Tagesprogramm seit einigen Jahren sukzessiv durch teilweise prosoziale und teilweise voyeuristisch anmutende Formate ersetzt. Aus dem Anstieg dieser Doku- und Reportageformate erklärt sich zum großen Teil der Zuwachs in der Informationssparte bei RTL.

Sat.1 folgt inzwischen dem von RTL gesetzten Trend. Unter den wenigen Dokumentationen und Reportagen, auf die sich Sat.1 auch 2008 beschränkte, gibt es neben den etablierten Reihen „24 Stunden“ und „Das Making of“, „Focus TV-Reportage“, „Spiegel TV-Reportage“ inzwischen auch

ARD: Monothematische Sendungen mit breitem Themenspektrum

RTL: Diverse Reihen zum Alltagsleben

Sendungen wie „Gnadenlos gerecht –Sozialfahnder ermitteln“, „Geheime Helfer“ oder „Die Abzocker – Das sind ihre Tricks!“.

**ProSieben:
Vor allem jüngere
Zuschauer mit Doku-
Reihen im Visier**

Unter den Dokumentationen/Reportagen bei ProSieben entfiel auch 2008 wieder die meiste Sendezeit auf die Reihen „We are Family! So lebt Deutschland“, „Lebe Deinen Traum! Jetzt wird alles anders“, „Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job“, „Besser Essen – Leben leicht gemacht“, „Frank – der Weddingplaner“, mit denen ähnlich wie bei RTL ein Großteil des Tagesprogramms bestritten wird. Die über mehrere Jahre ausgestrahlte Reihe „Do it Yourself – S.O.S.“ hat dagegen inzwischen an Stellenwert verloren. Hinzu gekommen sind neue Sendungen („U20 – Deutschland, Deine Teenies“, „Jana Ina & Giovanni – Wir sind schwanger“, „Schlüsselreiz“, „Unsere Liebe“). Diese Reihen wenden sich ausnahmslos jüngeren Zuschauergruppen zu, deren Lebensalltag und Gefühlswelten sie thematisieren.

**„Factual Television“
bei Privaten fest
etabliert**

Die Ausdifferenzierung und Ausweitung der Doku- und Reportagen hat im Laufe der Jahre dazu geführt, dass sich neben der klassischen Dokumentation, die hauptsächlich im öffentlich-rechtlichen Informationsangebot stattfindet, die Formate des Factual Television und Factual Entertainment in den privaten Informations- und Infotainmentangeboten fest etabliert haben. Obwohl es sich um qualitativ unterschiedliche Konzepte handelt, werden in dieser gewachsenen Zeitreihe beide Formen noch in einer Kategorie ausgewiesen. Der klassischen Dokumentation bzw. Reportage wird allgemein politische und gesellschaftliche Relevanz zugeschrieben, die neueren, vorzugsweise von den Privatsendern und dort am prägnantesten von RTL verwendeten Reportageformate verlagern dagegen die Darstellungsperspektive in den privaten Lebensbereich. Mit diesem Perspektivenwechsel ändert sich auch die Funktion der Informationsangebote, denn je mehr sich die Sender vom öffentlichen Leben abwenden, desto geringer wird die Chance, durch das Fernsehen an gesamtgesellschaftlich wichtigen Prozessen der Meinungsbildung und Einflussnahme teilzuhaben. Stattdessen kultiviert das „Leitmedium“ eine Teilhabe an privater Betroffenheit und teilweise sozialem Elend, indem es austauschbaren Akteuren durch Fernsehpräsenz zeitweilig Bedeutsamkeit in Rollen verleiht, die vom Sender selbst bestimmt werden.

**Geringere Anteile
für Talk und
Ereignisübertragung**

Gegenüber anderen Formen haben Ereignisübertragung und Talk/Diskussion allgemein nur einen geringen Stellenwert im Informationsangebot. Zu den Ereignisübertragungen gehörten 2008 evangelische und katholische Gottesdienste und Gedenkfeiern bei ARD und ZDF sowie Übernahmen aus dem US-Präsidentenwahlkampf bei ARD, ZDF und RTL, ferner Preisverleihungen bei ProSieben (Oscar 2008, Scream Award 2008) und der „RTL Spendenmarathon 2008“. Sendetitel der Talk-Formate waren bei der ARD („Anne Will“, „Hart aber fair“, „Menschen bei Maischberger“, „Presseclub“) und beim ZDF („Maybrit Illner“, „Nachtstudio“,

„Das philosophische Quartett“, „Streitfall Religion“) politisch, zeitkritisch bis kulturkritisch orientiert. Andere Gesprächsformen waren die kirchlich-religiösen Ansprachen im Ersten „Das Wort zum Sonntag“, bei Sat.1 „So gesehen“ und politisch-rituelle Ansprachen des Bundespräsidenten und der Bundeskanzlerin.

In der Sparte Sport werden die Sendungen im Wesentlichen nach Berichterstattungsformen (Magazine, Reportagen) und Übertragungen (Sportdarbietungen an Ereignisorten) unterschieden. Das sportintensive Jahr 2008 wirkte sich bei ARD und ZDF infolge der Übertragungsrechte an den Olympischen Spielen und der Fußball-EM in einem höheren Sendezeitanteil für Sport als im Vorjahr aus, so dass auch der Abstand zu den Privatsendern etwas größer als sonst ausfällt. Den kleineren Anteil haben bei allen Sendern die Sportberichte, der größere Anteil entfällt auf die Übertragungen.

Die Sportübertragungen bei ARD und ZDF verteilen sich auf ein breiteres Spektrum an Sportdisziplinen. Neben den mehrfach erwähnten Großereignissen Olympische Spiele und Fußball-EM finden diverse Disziplinen des Wintersports, Radsport, Boxen, Fußball sowie Handball bei ARD und ZDF als großflächige Übertragungen statt. Das geringere Sportangebot der Privatsender beschränkt sich auf wenige Massensportarten mit hoher Zuschauerattraktivität, bei RTL waren es 2008 die Übertragungen der Formel 1, Boxen und das „Red Bull Air Race“. Bei Sat.1 waren es europäische Fußballwettbewerbe (Champions League, UEFA-Cup). Bei ProSieben beschränkte sich die Sportübertragung auf UEFA-Cup-Spiele des FC Bayern München und Boxen.

Bei der ARD wird in der „Sportschau“ und beim ZDF in den Sendungen „Das aktuelle Sportstudio“ und „ZDF Sportreportage“ berichtet. RTL, Sat.1 und ProSieben bieten in dieser Kategorie keine Regelsendung an, hier ist die Berichterstattung eng mit der Darbietung verknüpft und besteht meist aus Reporterberichten in Pausen von Sportübertragungen.

Nonfiktionale Unterhaltung

Die nonfiktionale Unterhaltung gehörte auch 2008 erwartungsgemäß zu den Angebotsbereichen, in denen die Privatsender dominieren. In dieser Sparte werden die Sendungsformen nach den drei Kategorien journalistische Unterhaltungsformen (Bericht/Ratgeber/Talk), Doku-Inszenierung/Doku-Soap und konventionelle Unterhaltungsformen (Show/Darbietung) gruppiert.

Im Bereich der journalistischen Unterhaltungsformen, dem hier auch die gehobenen öffentlich-rechtlichen Infotainmentformate zugeordnet werden, blieb das Angebot der ARD (0,9%) fast unverändert. Der geringe Anteil kommt wie im Vorjahr hauptsächlich durch den Late-Night-Talk „Beck-

**Höherer Anteil
für Sport bei ARD
und ZDF wegen
Großereignissen**

**Privatsender
dominieren bei
nonfiktionaler
Unterhaltung**

**Kaum Veränderungen
bei journalistischen
Unterhaltungsformen**

mann“ und unterhaltsam präsentierte Ratgeber („Alfredissimo“, „Bruce“) zustande. Beim ZDF ist diese Kategorie im Jahr 2008 auf 6,6 Prozent der Gesamtsendedauer ausgeweitet worden. Neben dem Late Night-Talk („Johannes B. Kerner“, „Markus Lanz“) und den Kochshows dieser Moderatoren sowie der bereits eingeführten Kochshow („Lafer!Lichter!Lecker!“) ist als weitere Kochshow „Die Küchenschlacht“ im Tagesprogramm hinzugekommen. Bei RTL trägt, von wenigen anderen Sendungen abgesehen, die Daily Talk „Die Oliver Geissen Show“ am meisten zum Anteil von 3,7 Prozent der journalistischen Unterhaltungsformen bei. Sat.1 (7,0%) war auch 2008 mit Daily Talk und Gesprächssendung („Britt“, „Vera“, „Zwei bei Kallwass“) und Late Night-Talk („Die Niels Ruf Show“) in diesem Segment stärkster Anbieter. ProSieben lag im Jahr 2008 nach Entfall des Daily-Talk „Das Geständnis – heute sage ich alles“ mit der Late-Show „Talk Talk Talk“ noch bei 4,7 Prozent.

Gerichtsshow bei RTL zurückgegangen

In der zweiten Kategorie der nonfiktionalen Unterhaltungsangebote, der Doku-Inszenierung/Doku-Soap, sind deutliche Veränderungen bei RTL zu verzeichnen. Von den ursprünglich vier Gerichtsshow waren 2008 nur noch zwei („Das Jugendgericht“, „Staatsanwalt Posch ermittelt“) im Programm, so dass der Anteil dieser Kategorie von 7,9 auf 3,1 Prozent der Gesamtsendezeit sank. Diese Sendeplätze kommen nun im Wesentlichen dem um eine Stunde verlängerten Magazin „Punkt 12“ und der Reportage „Mitten im Leben“ zugute, aus denen sich der Zuwachs des Informationsangebots erklärt.

– und bei Sat.1 ausgebaut

Bei Sat.1 blieben die Gerichtsshow („Richter Alexander Hold“, „Richterin Barbara Salesch“) auch 2008 im Programm. Es erhöhte sich zudem ihre Ausstrahlungsfrequenz, so dass ihr Anteil von 9,7 auf 14,4 Prozent der Gesamtsendezeit zunahm. ProSieben bietet in dieser Kategorie keine vergleichbaren Formate an.

In den konventionellen Unterhaltungsformaten fallen die Angebote der Sender weniger stark auseinander. Aber auch hierin rangieren ARD (3,2%) und ZDF (2,2%) weit hinter den Privatsendern. Prominente Titel der ARD sind in diesem Unterhaltungsbereich unter anderem „Schmidt & Pocher“, „Verstehen Sie Spaß?“ und Quiz-Sendungen mit Jörg Pilawa. Beim ZDF gehören zu den konventionellen Unterhaltungsformaten unter anderem „Der ZDF-Fernsehgarten“, „Wetten, dass..?“, „Neues aus der Anstalt“ und „Nachgetreten!“.

Private reduzieren teilweise ihr konventionelles Unterhaltungsangebot

Die Privatsender haben 2008 ihre konventionellen Unterhaltungsformate unterschiedlich stark verringert. Den auffälligsten Rückgang hat Sat.1 vollzogen und damit die Vorrangstellung nun ProSieben überlassen. Bei Sat.1 verringerte sich diese Unterhaltungskategorie von 14,2 auf 7,2 Prozent im Jahr 2008. Dieser Rückgang wirkte sich hauptsächlich

bei den Quizsendungen aus und ist auf die Absetzung der Sendung „Quiz Night“ zurückzuführen. (4) Zu den Sendetiteln, die 2008 am meisten zum konventionellen Unterhaltungsangebot von Sat.1 beitrugen, gehören „Genial daneben – Die Comedy Arena“, „Deal or no Deal“, „Quiz Night“, „Sechserpack“ und „Die dreisten drei – Die Comedy“.

Bei ProSieben entfallen auf Spiele und Shows zusammen 10,4 Prozent des Gesamtprogramms. Die prominentesten Titel mit der meisten Sendezeit waren 2008 „TV Total“, „ProSieben Night Loft“, „Quatsch Comedy Club“, die Castingshow „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“, „Schlag den Raab“ und „Switch Reloaded“.

RTL hatte schon im Vorjahr den vergleichsweise geringsten Anteil unter den Privatsendern in dieser Unterhaltungskategorie. 2008 sank der Anteil nochmals von 6,3 auf 4,6 Prozent der Gesamtsendezeit. RTL-Angebote in dieser Kategorie sind die Sendungen „Wer wird Millionär?“, „1 gegen 100“, „Das Supertalent“, „Die 90er Show“, „Sport ist Mord“.

Musiksendungen

Musiksendungen spielen bei allen Sendern nur eine geringe Rolle, ihr Anteil im Gesamtprogramm überschritt 2008 nur bei RTL die 2-Prozent-Grenze. Konzertante Musiksendungen sind nur noch selten anzutreffen. Musikdarbietungen werden zunehmend mit Event- oder Wettbewerbscharakter im Rahmen von Shows angeboten.

Unter den Musikshows entfallen bei der ARD auch weiterhin die höchsten Anteile auf die Sendungen „Immer wieder sonntags“, „Musikantenstadt“ und verschiedene Feste der Volksmusik. Neben den fast ausschließlich populären Musikgenres findet sich als einzige Sendung ernster Musik „Das Europakonzert der Berliner Philharmoniker“. Auch beim ZDF wird das Musikangebot von überwiegend populären Genres beherrscht, in denen Pop, Rock und Schlager mehr Gewicht als die Volksmusik haben. Neben den prominenten Sendungen „Willkommen bei Carmen Nebel“ und „André Rieu“ fanden sich 2008 Ausgaben der Reihe „Kult am Sonntag“ und „Die ZDF-Kultnacht“. Das Angebot an ernster Musik fällt im ZDF höher aus als bei der ARD. 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“ sowie die Castingshow „Ich Tarzan – Du Jane“. Wie Sat.1 hat auch ProSieben seinen Musikanteil erhöht. Zu den Titeln „Bundesvision Song Contest“, „We love in Concert“ und anderen Shows kam 2008 die Castingshow „Popstars – Just 4 Girls“ hinzu.

Kindersendungen

Sendeplätze für das Kinderprogramm gibt es in den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen am Wochenende und an Feiertagen, hauptsächlich in der frühen Morgenphase. Hinzu kommen einige Angebote für Kinder, Jugendliche und Familien, die bis in den Vorabend reichen. ARD und ZDF bieten nicht nur ein umfangreicheres,

Musikdarbietungen zunehmend im Kontext von Wettbewerben

sondern auch vielfältigeres Kinderprogramm an als die Privaten. Hier findet man nonfiktionale und fiktionale Kindersendungen, während sich die Privatsender weitgehend auf fiktionale Kindersendungen in Serienformaten beschränken.

Fiction

Umfangreichstes Segment der Fernsehunterhaltung

Das Fictionangebot war auch 2008 bei allen Sendern das umfangreichste Segment der Fernsehunterhaltung. Unterscheidet man das Fictionangebot nach Sendungsformen in den beiden Kategorien Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe und Fernsehserie, wird deutlich, welche Rolle einerseits die Eigen- und Fremdproduktionen der Langzeitformate und andererseits die seriellen Kurzzeitformate in den Programmen spielen. Bei der ARD behielten 2008 Spielfilme, Fernsehfilme und Reihen (20,3%) wie im Vorjahr den Vorrang gegenüber Serien (15,1%). In ähnlichen Größenverhältnissen gab es auch bei ProSieben ein Übergewicht der Spielfilme, Fernsehfilme und Reihen (20,6%) vor den Serien (16,9%). Beim ZDF dagegen entfiel 2008 etwas mehr Sendezeit auf Serien (14,2%) als auf Spielfilme, Fernsehfilme und Reihen (12,7%). RTL und Sat.1 legten nach wie vor das Schwergewicht auf die Fernsehserien. Mit 7,7 Prozent Spielfilmen gegenüber 17,3 Prozent Serien bevorzugte RTL wie in den früheren Jahren die kurzen vor den längeren Formaten. Ähnliches galt mit einer Relation von 10,3 zu 20,5 Prozent für Sat.1.

Werbeformen

Leichter Rückgang des Werbeumfangs bei Sat.1 und ProSieben

Im Werbeangebot der Sender, das hier nach konventionellen Werbespots in Blockform einschließlich Sponsorspots und Teleshopping/sonstige Werbeformen unterschieden wird, zeigten sich 2008 gegenüber den Vorjahren leichte Veränderungen bei den Privatsendern. Während die Anteile bei ARD und ZDF – beschränkt auf Werbespots in Blockform und Sponsorspots – mit 1,4 Prozent konstant blieben, war sowohl bei Sat.1 als auch bei ProSieben in beiden Kategorien ein leichter Rückgang zu verzeichnen. Bei Sat.1 sank der Umfang der Werbeblöcke von 15,7 auf 14,9 Prozent, der der anderen Werbeformen von 1,5 auf 0,1 Prozent. Bei ProSieben gingen sie von 14,5 auf 13,7 Prozent bzw. von 0,8 auf 0,0 Prozent zurück. Unter den Privatsendern hat allein RTL mit 14,2 Prozent der Werbung in Blockform und 6,3 Prozent in anderen Werbeformen seinen Vorjahresanteil nahezu beibehalten.

Inhaltliche Schwerpunkte der Programmsparten

Eine Differenzierung der Sendungsinhalte nach Programmsparten auf Sendungsebene kann hier nur begrenzte Aussagekraft haben, weil sich unterschiedliche Themen in Nachrichten, Magazinen und anderen Mehrthemensendungen nur annäherungsweise bestimmen lassen, wenn sie nicht auf Beitragsebene aufgelöst werden können. Unter diesem Vorbehalt erscheint der inhaltliche Strukturvergleich dennoch dazu geeignet, ein Bild von den Thematisierungstendenzen der Sender zu gewinnen. Betrachtet werden hierbei die inhaltlichen Schwerpunkte des Nonfictionangebots nach grup-

pierten Inhaltskategorien und die Fiction nach gruppierten Genrekategorien. So liefert schon die Verteilung der Sendezeit auf die drei zentralen Bereiche – Politik im weiteren Sinne, nichtpolitisches Sachwissen und Alltagsleben – einen anschaulichen Beleg für die unterschiedlichen Schwerpunkte der Sender. Über eine Zeitspanne von 2004 bis 2008 zeichnet sich zudem ab, welche Sender ihre Positionierung und damit ihre Angebotsfunktion stabil gehalten und welche Sender ihre Positionierung in welche Richtung verändert haben.

Die inhaltliche Struktur in der Sparte Information erschließt sich anhand von fünf Inhaltskategorien, und zwar Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte, Kultur/Wissenschaft/Religion/Tier/Natur, Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe, Alltag/Soziales/Freizeit/zwischenmenschliche Beziehungen sowie Mischformen diverser Themen. Sie zeigen, welche Themenbereiche für die Sender vorrangig sind, wenn sie Information anbieten.

Der Bereich des öffentlichen Lebens, der von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft bestimmt wird, erhält in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen mit 18,4 Prozent bei der ARD bzw. 19,0 Prozent beim ZDF die höchsten Sendezeitanteile der Inhaltskategorien (vgl. Abbildung 2). An zweiter Stelle folgt der Bereich des nichtpolitischen Sachwissens, repräsentiert durch Sendungen, die sich mit Themen aus Kultur, Wissenschaft und Tier/Natur befassen und bei der ARD 7,3 Prozent und beim ZDF 8,3 Prozent der Gesamtsendezeit ausmachen (vgl. Abbildung 3). An dritter Stelle folgt der Bereich des Alltagslebens mit Sendungen, die den Nahbereich der Menschen und deren Beziehungen in informativen Sendungsformen thematisieren. Hierfür verwendet die ARD 4,1 Prozent und das ZDF 6,5 Prozent der Sendezeit (vgl. Abbildung 4). Vernachlässigt man die Sendungen mit dem inhaltlichen Schwerpunkt Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophen, dessen Anteil deutlich unter 1 Prozent liegt, konzentrieren sich ARD und ZDF erheblich stärker auf die Informationsangebote mit Bezug zum öffentlichen, institutionell geprägten Leben als auf jene in den Bereichen des privaten Alltags.

Gegenläufig hierzu ist die Verteilung der Sendezeit in den privaten Hauptprogrammen, denn das geringste Gewicht erhält dort die Politik im weiteren Sinne, das größte Gewicht das Alltagsleben der Menschen. Für den Bereich des öffentlichen Lebens in Politik, Gesellschaft und Wirtschaft verwendete RTL 2008 6,6 Prozent, Sat.1 2,7 Prozent und ProSieben nur 0,8 Prozent der Gesamtsendezeit. Auf Sendungen zu Kultur, Wissenschaft und Tier/Natur entfielen bei RTL 0,7 Prozent, bei Sat.1 1,1 Prozent und bei ProSieben 5,1 Prozent. Dagegen entfiel die meiste Sendezeit bei RTL (14,6%) auf Sendungen der Kategorie Alltag/Soziales/Freizeit/zwischenmenschliche Beziehungen, bei Sat.1 waren es 1,0 und bei ProSieben 8,6 Prozent.

Bereich des öffentlichen Lebens bei ARD und ZDF an erster Stelle

Bei Privatsendern erhält Alltagsleben das größte Gewicht

Abb. 2 Angebote mit Inhaltsschwerpunkt Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte 2004 bis 2008

Sparte Information, % Anteil der Gesamtsendedauer

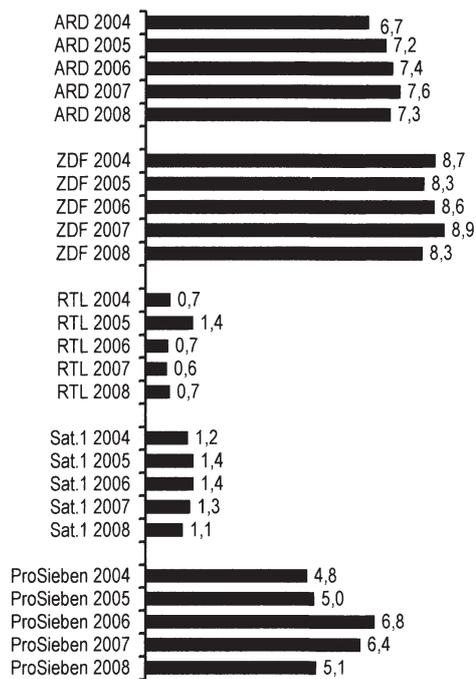


Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 3 Angebote mit Inhaltsschwerpunkt Kultur/Wissenschaft/Natur 2004 bis 2008

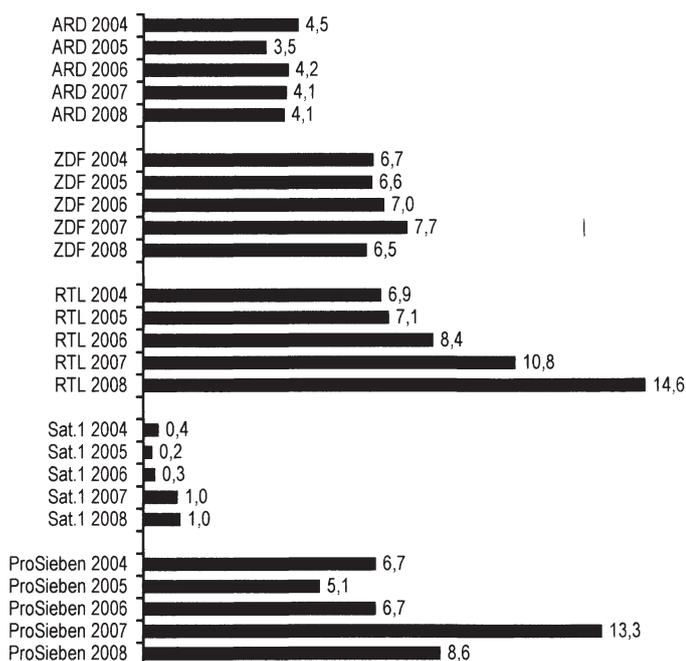
Sparte Information, %-Anteil der Gesamtsendedauer



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 4 Angebote mit Inhaltsschwerpunkt Alltag/Soziales/Freizeit/zwischenmenschliche Beziehungen
Sparte Information, %-Anteil der Gesamtsendedauer



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Für diese Einschätzung der Thematisierungstendenzen spielt es kaum eine Rolle, dass die Sendungen der Kategorie Diverse Themen unberücksichtigt bleiben. Deren hoher Anteil kommt durch die werktäglich ausgestrahlten Magazine ohne spezifischen Themenschwerpunkt zustande, zu dem vor allem die Morgenmagazine bzw. das Frühstückfernsehen (5) und die Boulevardmagazine beitragen.

Inhaltliche Unterschiede in der Unterhaltung

Inhaltliche Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen im nonfiktionalen Unterhaltungsangebot zeigen sich zum einen bei alltagsnahen Themen und zum anderen bei Themen zu Recht und Kriminalität. Während der Alltagsbereich bei der ARD (1,4%) stabil blieb, ist beim ZDF (4,2%) durch die Ausweitung der Kochshows ein Zuwachs zu verzeichnen. Die vergleichsweise höchsten Anteile hat Sat.1 (8,7%) wie im Vorjahr vor ProSieben (6,6%). Sendungen mit Unterhaltungsentention im Themenbereich Recht/Kriminalität/Katastrophen fanden sich auch 2008 nicht in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen. Soweit Katastrophenfälle behandelt wurden (in der ARD z.B. die Zugkatastrophe von Enschede und der Untergang der Lusitania), wurden sie hier als zeitgeschichtliche Dokumentationen dem Informationsangebot zugerechnet.

ARD stärkster Anbieter von leichter Fiction

Das Fictionangebot dominiert nach wie vor die Fernsehunterhaltung in den Hauptprogrammen. Alle Sender ausgenommen Sat.1 bevorzugten 2008 die leichten Fictiongenres (Komödie, Familienserien,

Liebesfilm etc.) vor den spannungsbetonten Genres (Action, Krimi, Thriller etc.). Die ARD bleibt wieder mit 26 Prozent ihrer Gesamtsendedauer stärkster Anbieter leichter Fiction, und auch beim ZDF und RTL änderten sich die Anteile nicht (14 bzw. 15%). Dagegen ist bei Sat.1 ein geringer Rückgang auf 11,7 Prozent und bei ProSieben eine auffällige Erhöhung von 15,9 auf 22,6 Prozent der Sendezeit festzustellen. Die Ausweitung bei ProSieben kommt nicht durch Umschichtung innerhalb des Fictionangebots zustande, sie steht vielmehr im Zusammenhang mit dem Rückgang an Sendezeit im Informationsangebot und nonfiktionalen Unterhaltungsangebot.

Bei den spannungsbetonten Genres rangierte im Jahr 2008 erstmals Sat.1 (18,6%) nach deutlicher Ausweitung vor ProSieben (14,4%). Bei ARD, ZDF und RTL lagen die Anteile nahezu unverändert zwischen 8 und 13 Prozent. Fictionsendungen der Anspruchskategorie machten auch 2008 nur einen sehr geringen Anteil aus, der im Ersten (1,5%) und beim ZDF (0,3%) höher ausfällt als bei RTL (0,1%), Sat.1 (0,1%) und ProSieben (0,1%). Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Balance der Genres bei ARD, ZDF und RTL somit kaum verändert. Bei Sat.1 und ProSieben dagegen stehen strukturelle Veränderungen in diesem Bereich im Zusammenhang mit Veränderungen in den anderen Sparten.

Sat.1 baut spannungsbetontes Fictionangebot aus

④ Produktionsländer der Fictionangebote 2006 bis 2008 (ohne Kinderprogramm)

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
in Min./Tag															
Deutschland/Deutschl.															
u. andere Länder	334	340	351	248	233	237	177	171	182	257	201	271	55	54	73
Europäische Länder	48	58	49	54	61	41	2	2	10	5	8	6	7	10	13
USA	104	109	100	91	84	84	167	166	147	125	154	152	361	323	425
Sonstiges	13	13	10	19	25	24	12	12	19	6	12	14	39	33	29
Gesamt	499	520	510	412	403	387	357	351	359	394	375	443	462	419	540
in %															
Deutschland/Deutschl.															
u. andere Länder	67	65	69	60	58	61	49	49	51	65	54	61	12	13	14
Europäische Länder	10	11	10	13	15	11	1	1	3	1	2	1	2	2	2
USA	21	21	20	22	21	22	47	47	41	32	41	34	78	77	79
Sonstiges	3	2	2	5	6	6	3	3	5	2	3	3	8	8	5
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.

Produktionsländer des Fictionangebots

Nach den Vorgaben der EU-Fernsehrichtlinie sollen die Sender bestimmte Mindestquoten für europäische Produktionen erfüllen, um die wirtschaftlichen Wettbewerbschancen und die europäische Kultur gegen Auslandsimporte zu stärken. Die Programmanalyse geht dieser Forderung nach, indem sie die Herkunft der Fictionangebote systematisch fort-schreibt. Dazu werden auch für das Jahr 2008 die Produktionsländer der Fictionangebote in folgenden Kategorien unterschieden: 1. Deutschland/Deutschland in Kooperation mit anderen, 2. Europäische Länder, 3. USA und 4. Sonstige Länder.

**ARD und ZDF:
Deutlich mehr als
die Hälfte deutsche
(Ko-)Produktionen**

Abgesehen von leichten Schwankungen, die sich langfristig beobachten lassen, weisen die Sender eher typische Produktionsprofile auf, in denen ebenso wie in anderen Strukturprofilen Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen auftreten. Im Fictionangebot der ARD erreichten deutsche Produktionen und Koproduktionen im Jahr 2008 mit einem Anteil von 69 Prozent des Fictionvolumens von 510 Minuten pro Tag den höchsten Wert seit 2004 (vgl. Tabelle 4). Weitere 10 Prozent stammten aus europäischen Ländern, 20 Prozent aus den USA und die restlichen 2 Prozent aus anderen Ländern. Beim ZDF entfielen 61 Prozent von insgesamt 387 Minuten Fictionangebot auf deutsche Produktionen und deutsche Koproduktionen. Ähnlich wie bei der ARD verteilen sich weitere 11 Prozent auf europäische Länder und 22 Prozent auf die USA, während die Produktionen aus anderen Ländern hier 6 Prozent ausmachen.

**Privatsender:
Höherer Anteil
US-Produktionen**

Beim Fictionangebot der Privatsender zeigt sich auch 2008 ein geringerer Anteil deutscher und europäischer Produktionen, dafür ein höherer Anteil an US-Produktionen als bei ARD und ZDF. RTL

und Sat.1 kommen mit ihren Anteilen aus deutscher und amerikanischer Produktion den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen näher, während ProSieben weiterhin ein stark US-lastiges Fictionangebot ausstrahlt. Unter den Privatsendern lag Sat.1 im Jahr 2008 mit einem Anteil deutscher Produktionen und Koproduktionen von 61 Prozent bei 443 Minuten Fictionangebot mit dem ZDF gleichauf. Der Anteil aus anderen europäischen Ländern betrug dagegen nur 1 Prozent, ein Drittel der Fictionsendungen bestand aus US-Importen und 3 Prozent stammten aus anderen Ländern. RTL bestritt 2008 sein Fictionangebot je zur Hälfte mit deutschen Produktionen sowie deutschen Koproduktionen (51%) und Auslandsproduktionen (49%). Die Auslandsproduktionen kamen größtenteils aus den USA (41%), weitere 3 Prozent aus europäischen Ländern und 5 Prozent aus anderen Ländern. Bei ProSieben dagegen bestand das Fictionangebot zu vier Fünfteln (79%) aus US-Produktionen, während deutsche Produktionen und Koproduktionen nur 14 Prozent des Fictionangebots von 540 Minuten pro Tag abdeckten. Auf europäische Herkunftsländer (2%) sowie andere Länder (5%) entfielen ähnlich geringe Anteile wie bei RTL und Sat.1. Was die Mindestquotenforderung der EU-Fernsehrichtlinie anbelangt, liegen ARD und ZDF sowie Sat.1 deutlich darüber, RTL entspricht ihr, und ProSieben ist auch im Jahr 2008 weit davon entfernt, die Mindestanforderung zu erfüllen.

**Analyse der Informationsangebote
auf Vier-Wochen-Basis sowie auf Beitragsebene**

Auch für das Programmjahr 2008 stellt sich die Frage nach strukturellen und inhaltlichen Veränderungen des Informationsangebots unter besonderer Berücksichtigung der Tageszeit mit hoher Fernsehnutzung. Im Unterschied zur ganzjährigen Analyse der Programmstrukturen auf Sendungsebene werden zur Beantwortung dieser Frage die Sendungsformen und Themenprofile aller Sendungen von ARD, ZDF, RTL und Sat.1, die der Sparte Informa-

**Info-Angebot
zwischen 17.00 und
1.00 Uhr detailliert
untersucht**

⑤ Sendungsformen der Informationsangebote 2006 bis 2008

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
in Min./Tag												
Nachrichtensendung ¹⁾	64	63	64	64	65	65	38	39	40	31	20	12
Magazin	53	58	66	72	72	79	78	63	66	60	55	61
Dokumentation/Bericht/ Reportage	37	36	22	37	26	35	5	13	9	13	15	18
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	15	23	27	10	11	14	2	4	4	0	6	6
Ereignisübertragung	0		2	0	2		0	6		0		
Doku-Inszenierung/ Doku-Soap/Reihe	7	3	3	6	4		35	31	33	3	6	9
Sonstige nonfiktionale Form ²⁾	6	6	8	5	5	4	1	3	2	1	1	1
Gesamt	182	189	192	194	184	196	160	159	154	108	103	106
in %												
Nachrichtensendung ¹⁾	35,2	33,3	33,1	33,1	35,1	33,2	23,7	24,4	26,3	28,4	19,3	11,3
Magazin	29,0	30,4	34,1	37,0	39,3	40,2	48,9	39,6	42,6	55,1	53,3	57,4
Dokumentation/Bericht/ Reportage	20,2	19,0	11,6	19,1	14,1	17,9	3,3	7,9	5,9	12,3	14,7	17,0
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	8,4	12,1	14,2	5,4	5,9	6,9	1,1	2,8	2,9	0,1	6,2	5,4
Ereignisübertragung	-	-	1,0	-	0,9	-	-	3,9	-	-	-	-
Doku-Inszenierung/ Doku-Soap/Reihe	3,9	1,8	1,6	3,1	1,9	-	22,0	19,3	21,3	3,0	5,6	8,4
Sonstige nonfiktionale Form ²⁾	3,2	3,4	4,4	2,4	2,8	1,8	0,9	2,1	1,0	1,0	-	0,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Ohne eigenständige Wetternachrichten.

2) Kurzinfos, Wettermeldungen.

Untersuchungszeitraum: 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, 7.-14. April, 30. Juni-6. Juli, 6.-12. Oktober, 8.-12. Dezember 2008.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

tion zugerechnet wurden, auf Basis einer vierwöchigen Stichprobe auf Beitragsebene ermittelt. Berücksichtigt wurden die Wochen vom 7. bis 13. April, 30. Juni bis 6. Juli, 6. bis 12. Oktober sowie 8. bis 14. Dezember 2008, jeweils beschränkt auf die Tageszeit von 17.00 bis 1.00 Uhr. (6) Obwohl bei der Auswahl der Wochen Abweichungen vom normalen Angebot der Sender weitestgehend vermieden wurden, lassen sich nicht alle ereignisbedingten Einflüsse vorab ausschließen, so dass erst im mehrjährigen Angebotsvergleich erkennbar wird, ob es programmstrategisch erklärbare Veränderungen in den Informationsangeboten der Sender gibt.

Das untersuchte Informationsangebot der Stichprobe im Jahr 2008 umfasst insgesamt 302 Sendestunden. Vergleicht man diesen Gesamtumfang mit den Vorjahren (2007: 297 Stunden; 2006: 300 Stunden; 2005: 312 Stunden) und berücksichtigt, dass der Spitzenwert im Jahr 2005 durch besondere Ereignisse (Tod des Papstes, Bundestagswahl) mitverursacht wurde, liegt der Umfang im Rahmen erwartbarer Schwankungen.

**Verhältnis 60:40
beim Info-Angebot
von ARD/ZDF
gegenüber RTL/Sat.1**

Ein Anstieg des Umfangs der Informationsangebote gegenüber dem Vorjahr ist bei allen Sendern zu beobachten. So entfielen im Jahr 2008 auf die ARD 192 Minuten, auf das ZDF 196 Minuten, auf RTL 154 Minuten und auf Sat.1 106 Minuten. Die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme kamen

dabei wie im Vorjahr auf einen höheren Umfang als die beiden Privatprogramme. In Prozent ausgedrückt ergibt sich für ARD/ZDF im Vergleich zu RTL/Sat.1 ein Angebotsverhältnis von 60 zu 40 (2007 waren es 59 zu 41; 2006 58 zu 42). Bezogen auf die untersuchte achtstündige Tageszeitphase von 17.00 bis 1.00 Uhr entfielen bei der ARD 40 Prozent auf Informationssendungen, beim ZDF waren es 41 Prozent, bei RTL 32 Prozent und bei Sat.1 22 Prozent.

Nach Sendungsformen unterschieden bestanden die öffentlich-rechtlichen Informationsangebote zwischen 17.00 und 1.00 Uhr im Jahr 2008 vor allem aus Nachrichten, Magazinen sowie monothematischen Dokumentationssendungen, Berichten, Reportagen oder Porträts. Mit diesen drei klassischen Sendungsformen bestritten die ARD 79 Prozent und das ZDF 91 Prozent der Sendezeit für Informationsangebote am Abend (vgl. Tabelle 5).

Auf Gesprächsformen entfielen bei der ARD weitere 14 Prozent und beim ZDF 6 Prozent der Informationsangebote. Gegenüber dem Vorjahr nahmen die Magazine und Gesprächsformen bei der ARD zu, während die Sendungen der Kategorie Dokumentationen, Berichte, Reportagen abnahm.

**Drei klassische
Sendungsformen
decken Großteil
der Info bei ARD
und ZDF ab**

⑥ Themenstruktur der Nachrichtensendungen¹⁾ 2006 bis 2008

ohne eigenständige Wetternachrichten, vier Wochen, 17.00–1.00 Uhr

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
in Min./Tag												
Politik i.w.S. ²⁾	41	40	44	37	38	43	13	14	15	10	8	6
Soziales	3	1	0	3	1	1	1	1	1	1	0	0
Kultur/Wissenschaft/Religion	3	5	5	3	5	4	1	2	2	1	0	0
Umwelt/Tier/Natur	1	1	1	1	2	1	0	2	1	1	1	0
Alltag/Beziehungen/Freizeit	0	0	0	1	2	1	3	3	2	3	2	1
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	2	1
Katastrophen/Unglück	4	1	1	5	3	1	4	3	3	3	2	1
Kriminalität	1	2	1	1	4	2	3	4	4	2	2	1
Sport	4	5	5	5	4	5	7	5	6	4	2	1
Wetter	3	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0	
Sonstiges	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1
Gesamt	64	65	64	64	65	65	38	39	40	31	20	12
in %												
Politik i.w.S. ²⁾	63,3	62,8	69,1	57,7	58,5	65,6	34,2	35,9	38,3	33,4	39,0	53,6
Soziales	4,5	1,6	0,6	4,8	1,0	1,1	3,3	1,3	1,5	4,6	0,3	0,9
Kultur/Wissenschaft/Religion	4,2	8,4	7,7	5,2	7,8	6,3	2,7	4,3	4,1	4,5	2,2	3,8
Umwelt/Tier/Natur	0,9	1,9	0,9	1,7	2,7	0,8	1,2	5,2	1,6	2,4	5,2	1,3
Alltag/Beziehungen/Freizeit	0,7	0,2	0,7	1,7	2,6	1,5	7,1	6,6	5,9	9,6	8,4	6,2
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	3,7	3,7	1,8	3,8	4,1	4,2	6,8	7,0	8,1	10,3	12,5	8,1
Katastrophen/Unglück	5,7	1,9	1,0	7,8	4,0	2,3	11,6	7,9	6,5	11,3	10,6	7,5
Kriminalität	1,7	3,5	2,2	1,8	5,7	3,2	7,1	10,2	9,1	6,3	7,9	5,5
Sport	6,2	8,1	7,8	8,0	6,8	7,9	17,4	13,7	16,0	12,2	7,9	8,5
Wetter	4,0	3,8	3,7	2,1	1,8	1,9	2,4	2,5	2,8	1,2	0,9	0,0
Sonstiges	5,2	4,1	4,3	5,3	4,9	5,2	6,2	5,3	6,0	4,3	5,1	4,6
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: 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, 7.-14. April, 30. Juni - 6. Juli, 6.-12. Oktober, 8.-12. Dezember 2008.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

men. Die übrigen Sendungsformen sind für das abendliche Informationsangebot der ARD relativ unbedeutend. Dies gilt ähnlich für das Informationsangebot im ZDF.

Private mit Schwerpunkt bei Magazinen

Die Informationsangebote in den privaten Hauptprogrammen haben ihren Schwerpunkt in den Magazinen, während der Nachrichtenanteil geringer ausfällt als bei ARD und ZDF. RTL unterscheidet sich von den anderen Sendern vor allem durch seinen hohen Anteil an Doku-Formaten und Reportagen, die 2008 mit 21 Prozent über ein Fünftel seines Informationsangebots am Abend ausmachten und damit nach den Magazinen und Nachrichten an dritter Stelle rangierten. Dokumentationen und Reportagen konventioneller Art wie in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen hatten hier nur eine geringe Bedeutung, noch geringer war der Anteil der Gesprächssendungen. Während die Formenstruktur bei RTL relativ stabil bleibt, zeigen sich bei Sat.1 einige Veränderungen. Am auffälligsten ist der Rückgang des Nachrichtenangebots,

das 2008 in der untersuchten Tagesphase zwischen 17.00 und 1.00 Uhr mit 12 Minuten pro Tag (11,6%) nur noch etwa ein Drittel des Umfangs von 2005 betrug. Das insgesamt geringe Informationsangebot von Sat.1 bestand größtenteils aus Magazinen (57,4%). In weitem Abstand folgten Dokumentationen und Reportagen (17,0%), deren Anteil in den letzten Jahren zugenommen hat. Auch bei den Gesprächsformen und Doku-Soaps/Doku-Reihen ist seit 2005 ein Anstieg zu verzeichnen.

Themenstruktur des Nachrichtenangebots

Mit der Auflösung der Informationssendungen nach Themenbeiträgen ergibt sich ein genaueres Bild von der inhaltlichen Struktur der Sendungen. Dies führt zu weiteren Unterschieden zwischen den Sendern, die sich allein aus der Struktur der Sendungsformen nicht erschließen lassen. Im Folgenden werden die Themenprofile der Nachrichtenangebote und der übrigen Informationsangebote gesondert anhand von zehn Inhaltskategorien (1. Politik i.w.S., 2. Soziales, 3. Kultur/Wissenschaft/Religion, 4. Umwelt/Tier/Natur, 5. Alltag/Beziehungen/Freizeit, 6. Human Interest/Prominenz/Showbiz,

Eindeutiger Vorrang der Politik in Nachrichten von ARD und ZDF

⑦ Themenstruktur der Informationssendungen (ohne Nachrichten) 2006 bis 2008

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

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
in Min./Tag												
Politik i.w.S. ¹⁾	39	44	47	42	45	48	7	8	11	4	13	12
Soziales	6	5	4	3	4	3	6	8	7	1	3	3
Kultur/Wissenschaft/Religion	11	17	8	12	14	6	4	3	5	9	3	5
Umwelt/Tier/Natur	5	8	2	2	3	5	1	1	1	2	1	0
Alltag/Beziehungen/Freizeit	10	18	26	23	16	24	57	47	45	26	32	48
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	19	15	21	20	18	21	27	38	31	22	21	11
Katastrophen/Unglück	5	4	4	7	4	6	2	2	2	1	1	1
Kriminalität	11	9	7	10	11	12	6	6	4	3	6	7
Sport	6	0	3	4	1	1	5	1	0	2	1	1
Wetter	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	1
Sonstiges	2	1	3	2	2	3	5	3	5	5	2	4
Gesamt	118	126	128	130	120	131	122	121	113	77	85	94
in %												
Politik i.w.S. ¹⁾	33,0	34,6	36,6	32,6	37,5	36,3	5,9	6,8	9,8	5,2	15,3	13,1
Soziales	4,8	4,3	2,8	2,3	3,4	2,0	4,7	6,4	6,5	0,6	3,3	2,9
Kultur/Wissenschaft/Religion	9,1	13,3	6,1	9,5	11,5	4,9	3,3	2,9	4,3	12,0	3,6	5,5
Umwelt/Tier/Natur	4,4	6,1	1,9	1,5	2,3	3,5	0,5	1,2	1,2	3,2	1,5	0,1
Alltag/Beziehungen/Freizeit	8,7	14,4	20,5	18,0	13,1	18,3	47,1	39,0	39,7	33,6	38,0	51,4
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	16,2	11,7	16,1	15,4	15,1	16,3	22,2	31,7	27,1	28,2	24,8	11,5
Katastrophen/Unglück	4,5	3,3	3,0	5,6	3,5	4,5	1,8	2,0	1,4	1,2	1,5	1,2
Kriminalität	8,9	7,4	5,3	7,9	9,2	9,4	4,8	5,2	3,6	4,3	6,7	7,4
Sport	5,3	0,4	2,1	2,9	0,6	0,4	4,2	1,0	0,3	2,9	1,1	0,9
Wetter	3,7	3,4	3,2	2,5	2,1	2,0	1,5	1,7	1,7	2,3	1,9	1,3
Sonstiges	1,5	1,1	2,3	1,8	1,6	2,3	3,9	2,2	4,4	6,4	2,4	4,7
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: 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, 7.–14. April, 30. Juni–6. Juli, 6.–12. Oktober, 8.–12. Dezember 2008.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

7. Katastrophen/Unglück, 8. Kriminalität, 9. Sport, 10. Wetter und Sonstiges) verglichen. Beim Blick auf die Nachrichtenangebote bestätigt sich anhand der vierwöchigen Stichprobe, was für die Hauptnachrichten und die öffentlich-rechtlichen Nachrichtenmagazine mit dem InfoMonitor ähnlich auf Gesamtjahresbasis belegt ist. (7) Danach geben ARD und ZDF der Politikberichterstattung mit weitem Abstand vor allen anderen Themenbereichen die meiste Sendezeit, während die Privatsender ihre Politikberichterstattung im Allgemeinen kürzer halten und dafür mehr Sendezeit als ARD und ZDF den nichtpolitischen Themen einräumen (vgl. Tabelle 6).

Zu diesem Befund tragen bei ARD und ZDF die Themen der Hauptnachrichten, der Nachrichtenmagazine und der Nachtmagazine bei, während sich die Nachrichtenangebote bei RTL auf die Hauptnachrichten und das Nachtmagazin sowie eine News-Spezialausgabe und bei Sat.1 ausschließlich auf die Hauptnachrichten beschränken, nachdem dort das Nachtmagazin eingestellt wurde. Im Abendprogramm entfielen im Jahr 2008 auf die Politikberichterstattung im weiteren Sinne (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz und Zeitgeschichte)

bei der ARD 69,1 Prozent und beim ZDF 65,6 Prozent der insgesamt für Nachrichtenangebote aufgewendeten Sendezeit. In den privaten Hauptprogrammen ist bei insgesamt geringerem Gesamtumfang des Nachrichtenangebots das Politikangebot nochmals geringer als bei ARD und ZDF. So entfielen 2008 bei RTL nur 38,3 Prozent und bei Sat.1 53,6 Prozent der Nachrichten auf Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, wobei der vergleichsweise hohe Prozentanteil bei Sat.1 ein Effekt der verkürzten Sendungslänge seit März 2008 ist, bei relativ konstantem Umfang der Sendeminuten für Politik.

Der quantitative Unterschied zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichtenangeboten in der tagesaktuellen Politikberichterstattung am Abend wird noch deutlicher, wenn man die Sendezeit in Minuten vergleicht. In den acht Stunden des Abendprogramms widmeten ARD und ZDF 44 bzw. 43 Minuten, RTL 15 Minuten und Sat.1 nur 6 Minuten pro Tag dem politischen Geschehen in Form

**Kluft zwischen
ö.-r. und privaten
Nachrichten bei
Politikthemen
vergrößert**

von Nachrichten. Im Rückblick auf die letzten vier Jahre hat sich damit die Kluft zwischen den öffentlich-rechtlichen Sendern und Sat.1 vergrößert. Im gleichen Zuge hat sich auch der Abstand zwischen RTL und Sat.1 vergrößert.

Nichtpolitische Themen: Private mit hohem Anteil bunter Themen

Auch das breite Spektrum nichtpolitischer Themen in den Nachrichtensendungen weist unterschiedliche Akzente in den öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichten auf. Wie in den Vorjahren wird die nichtpolitische Berichterstattung bei ARD und ZDF hauptsächlich von Themen zu Kultur, Wissenschaft und Religion sowie Sport bestimmt, während alle übrigen Themenbereiche zum Teil weit unter 5 Prozent der gesamten Nachrichtensendezeit liegen. Bei RTL und Sat.1 entfallen dagegen höhere Sendezeitanteile auf Themen der Kategorien Human Interest/Prominenz/Showbiz, Katastrophen/Unglück und Kriminalität sowie auf Alltagsberichte. Obwohl sich 2008 bei Sat.1 der erwähnte Wandel im Themenprofil durch Sendezeitkürzung der Hauptnachrichten prozentual zugunsten des Politikanteils auswirkte, blieben diese Themenbereiche in geringerer Stärke für den nichtpolitischen Nachrichtenteil profilbestimmend.

Themenstruktur der Informationsangebote (ohne Nachrichtensendungen)

RTL: Zwei Drittel der Info mit Alltags- und Human-Interest-Themen

In den übrigen Informationsangeboten der Sender wird die Kluft zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen bei der Politikthematisierung noch deutlicher sichtbar (vgl. Tabelle 7). Während ARD (36,6%) und ZDF (36,3%) im Jahr 2008 über ein Drittel der Sendezeit ihrer nicht-tagesaktuellen Informationsangebote für Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz und Zeitgeschichte aufwendeten, erreichte der Anteil bei RTL 9,8 Prozent und bei Sat.1 13,1 Prozent der Sendezeit. Auch in diesem Teil der Informationsangebote lagen die Schwerpunkte der Thematisierung bei den Privatsendern in den Bereichen Alltagsleben und Human Interest. RTL räumte den Alltagsthemen (39,7%) und den Human-Interest-Themen (27,1%) zusammengenommen zwei Drittel der Sendezeit ein. Bei Sat.1 machten die Alltagsthemen (51,4%) über die Hälfte und die Human-Interest-Themen (11,5%) über ein Zehntel der Sendezeit aus. An dritter Stelle nach den Human-Interest-Themen folgten bei Sat.1 die Kriminalitätsthemen (7,4%), deren Anteil bei RTL (3,7%) geringer ausfiel.

Mit diesen drei Kategorien (Alltagsleben, Human Interest/Prominenz/Showbiz und Kriminalität) bestreiten demnach beide Privatsender 70 Prozent ihres Informationsangebots (ohne Nachrichten) in der Zeit zwischen 17.00 und 1.00 Uhr. In den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen entfallen auf diese Kategorien 42 Prozent bei der ARD und 44 Prozent beim ZDF. Im Ganzen gesehen bleibt damit die Thematisierung von Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz und Zeitgeschichte eine Domäne der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme, während die privaten Hauptprogramme eine

ergänzende Rolle übernehmen. Dagegen besteht die Domäne von RTL und Sat.1 in der Thematisierung von Alltag, Human Interest, Prominenz und Showbiz.

In den vorausgegangenen Jahren wurde das quantitative Verhältnis von Politikthematisierung zu Nicht-Politikthematisierung als ein Kriterium zur Unterscheidung publizistischer Funktionen von öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen verwendet. Es soll zur Klärung beitragen, von wem in welchem Umfang außerhalb der Nachrichten weitere Voraussetzungen dafür geschaffen werden, politisch Relevantes zur Meinungsbildung im Abendprogramm wahrnehmen zu können. Schreibt man die Relation dieser Themenblöcke für das Jahr 2008 fort und betrachtet die Entwicklung seit 2001, hat sich der Vorsprung von ARD und ZDF gegenüber RTL und Sat.1 in der Politikthematisierung von einigen Schwankungen abgesehen kaum verändert (vgl. Abbildung 5). Wie bereits angesprochen, ist hierbei zu berücksichtigen, dass eine vierwöchige Stichprobe eher Schwankungen im Verhältnis zwischen Politik- und Nicht-Politikthematisierung durch ereignisbedingte Ursachen aufweisen kann als eine Vollerhebung. Außerdem wirken sich temporäre Themenschwerpunkte bei Sendern mit geringerem Politikangebot wie Sat.1 eventuell auffälliger im Jahresergebnis aus. (8) Die Befunde aus der Analyse der Informationsangebote auf Basis der vierwöchigen Stichprobe bestätigen dennoch weitgehend das Bild, das sich aus der Analyse des Gesamtprogramms auf Grundlage der Jahresvollerhebung ergibt.

Fazit

Die für das Jahr 2008 fortgeschriebene Programm-analyse in Verknüpfung mit einer vierwöchigen vertiefenden Analyse der Informationsangebote liefert ein Bild von der Angebotssituation öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehauptprogramme und veranschaulicht einige Tendenzen in der Programmentwicklung der zurückliegenden Jahre. Die wichtigsten Befunde lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Öffentlich-rechtliche und private Hauptprogramme unterschieden sich auch 2008 systembedingt in ihrer Angebotsstruktur. Wie der Vergleich der Programmsparten, Sendungsformen und Inhaltsschwerpunkte auf der Basis der Vollerhebung zeigt, haben ARD und ZDF mit ihrem Programmangebot, das fast zur Hälfte aus Informationssendungen (43% bzw. 48%) unterschiedlicher Art besteht, auch weiterhin die führende Position als Informationsanbieter unter den deutschen Fernsehauptprogrammen inne. Die Privatsender RTL, Sat.1 und ProSieben verwendeten weniger Sendezeit für Informationsangebote, stattdessen mehr für Unterhaltungssparten und Werbung.

2. Die Unterschiede in den Programmsparten spiegeln sich differenzierter in den Sendungsformen und Inhaltsschwerpunkten wider. ARD und ZDF bestreiten ihr Informationsangebot hauptsächlich mit den klassischen journalistischen Formen Nach-

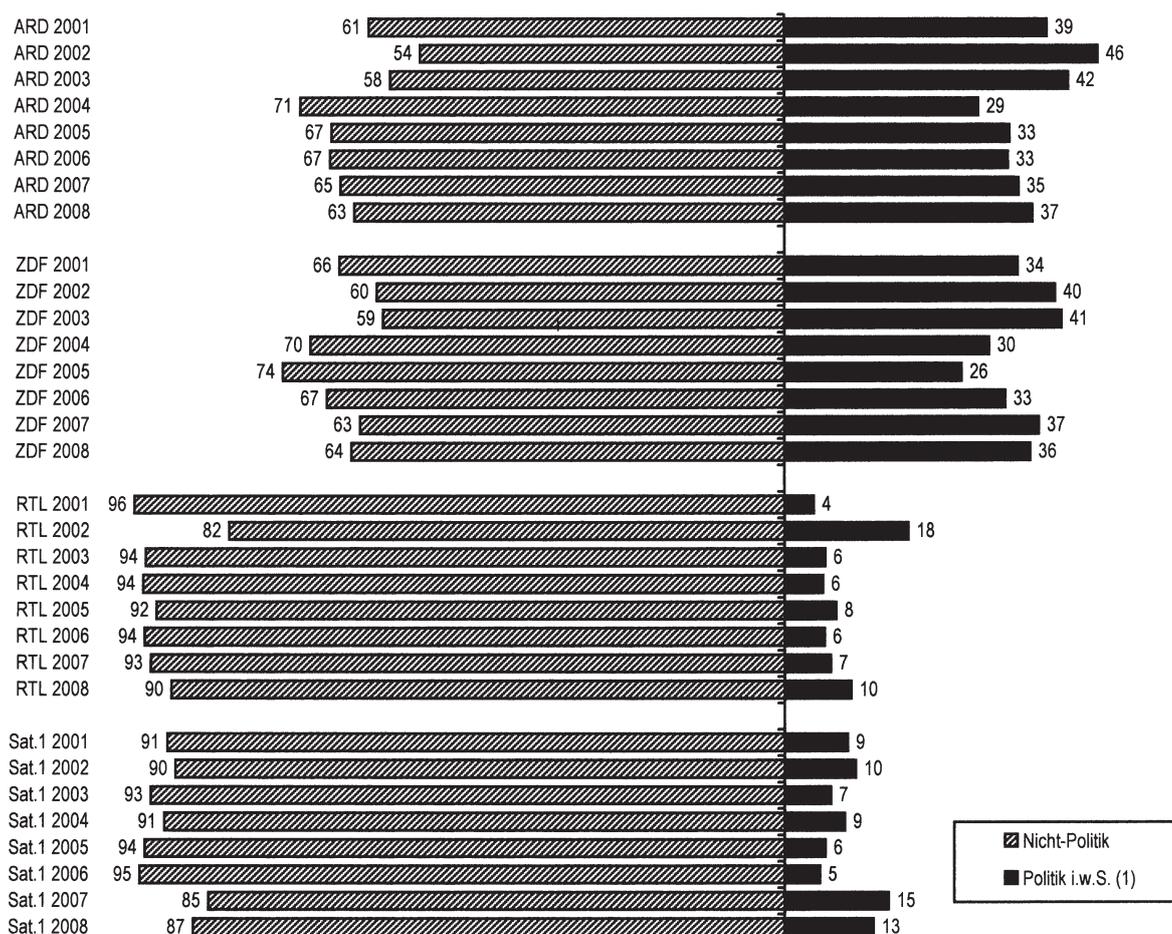
Vorsprung von ARD/ZDF bei Politikthematisierung unverändert

Systematische Unterschiede in Programmprofilen bestehen weiter

RTL baut Angebot an nichtpolitischer Alltagsthematisierung aus

Abb. 5 Themenstruktur der Informationsangebote (ohne Nachrichten) 2001 bis 2008

vier Wochen, 17.00-1.00 Uhr, Sendedauer in %



1) Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte/Gesellschaft.

Untersuchungszeitraum 2008: 7.-13. April, 30. Juni-6. Juli, 6.-12. Oktober, 8.-14. Dezember.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

richten, Magazine, Dokumentationen, Reportagen und Porträts, in denen sie mit Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte, ferner aus Kultur, Wissenschaft, Natur führend sind. Die Privatsender verwenden in ihrem geringeren Informationsangebot weniger Nachrichten und bevorzugen Doku-Formate und Reportagen mit inhaltlichem Schwerpunkt auf nichtpolitischer Alltagsthematisierung. Hierin hat RTL seine Führungsrolle ausgebaut und durch Austausch von Talk- und Gerichtsschows der nonfiktionalen Unterhaltungssparte gegen mehr Sendezeit für Magazine und Reportagen im Stil des Factual Television als Alltagsbegleiter und Helfer neue Akzente gesetzt, denen Sat.1 tendenziell nachfolgt.

ARD und ZDF bieten mehr deutsche und europäische Fiction

3. Im Bereich Fiction setzen die öffentlich-rechtlichen Sender ähnlich wie ProSieben auf ein ausgewogenes Angebot aus Spielfilmen, Fernsehfilmen, Reihen und Fernsehserien, während RTL und Sat.1 den Fernsehserien klaren Vorrang geben. Unterschiede zeigen sich ebenso bei den Produktionsländern des Fictionangebots. ARD und ZDF bieten mehr deutsche und europäische Produktionen und

Koproduktionen und dafür weniger US-Produktionen an als die Privatsender. ProSieben bestreitet sein Fictionangebot nach wie vor zu vier Fünfteln mit US-Produktionen und bleibt damit weit unterhalb der Mindestanforderung aus der EU-Richtlinie. An der Struktur der Produktionsländer im Fictionbereich hat sich bei ARD und ZDF langfristig nichts wesentlich verändert. Bei RTL und Sat.1 deutet sich ein leichter Rückgang bei den US-Importen an.

4. Die vertiefende Themenanalyse auf Basis einer vierwöchigen Stichprobe verdeutlicht die Priorität klassisch-journalistischer Formen bei ARD und ZDF und die Dominanz öffentlich-rechtlicher Nachrichtenangebote. Sowohl in den Nachrichten als auch in den übrigen Infosendungen verwenden ARD und ZDF mehr Sendezeit als RTL und Sat.1 für politisch und gesellschaftlich relevante Themen sowie kulturelle und wissensrelevante Sachbereiche, während beide Privatsender Themen des Alltagslebens und Human-Interest-Themen bevorzugen.

Priorität klassisch-journalistischer Information bei ARD und ZDF

Klare Funktions- teilung zwischen ö.-r. und privaten Programmen erkennbar

Im Rückblick auf die letzten fünf Jahre bleibt festzuhalten, dass die Angebotsstruktur bei den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen in allen Sparten stabil war. Nach den Boulevardisierungstendenzen mit Daily-Talkshows und Gerichtsshow der 1990er Jahre hat sich in den Privatprogrammen mit populären Formaten des Factual Television eine Fernsehrealität entwickelt, die vor allem auf die Polarisierung zwischen Helfern und Hilfsbedürftigen, Bewertern und Bewerteten sowie Stars und Fans als Anreiz setzen. Langfristig zeigt sich hierin eine weitere Variante der Entpolitisierung. Im Gesamtzusammenhang sprechen die Einzelbefunde daher trotz gemeinsamer Schnittmengen der Sender deutlich für ein Fortbestehen einer klaren Funktioneinteilung zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehauptprogrammen.

Anmerkungen:

- 1) Aufbereitet und ausgewertet wurden von der ZDF-Medienforschung zur Verfügung gestellte Sendungslisten der AGF/GfK-Sendungs-codierung. 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) Die Programmstrukturanalyse vergleicht die Sender wie in den Vorjahren anhand eines langfristig angewandten Spartenkonzepts nach acht Hauptkategorien – 1. Information (ohne Sport), 2. Sport, 3. nonfiktionaler Unterhaltung, 4. Musik, 5. Kinder-/Jugendprogramm, 6. Fiction (ohne Kinderprogramm), 7. Sonstiges und 8. kommerzielle Werbung. 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) Wie in den Vorjahren werden dabei wieder folgende Formkategorien verwendet: 1. Nachrichtensendungen (tagesaktuelle, thematisch heterogene Einzelbeiträge), 2. Magazine als moderierte Sendungen mit eigenständigen Beiträgen, einschließlich solcher mit Ratgeberfunktion, 3. berichtende Formen, die primär der journalistischen Realitätsdarstellung dienen (Dokumentation, Bericht, Reportage, Porträt u.ä.), 4. dokumentarische Formen, in der die Realität mit dramaturgischer Inszenierung dargestellt wird (Doku-Inszenierung, Doku-Soap), 5. Ereignisübertragung (sender-externe Ereignisse und Fremdveranstaltungen als Live- oder zeitlich versetzte Übertragung), 6. Gesprächsformen (Diskussion, Talk, Ansprache), 7. unterhaltende Formen mit Spiel- und Wettbewerbscharakter sowie Publikumsbeteiligung (Quiz, Gameshow, Castingshow u.ä.), 8. unterhaltend-darbietende Formen mit künstlerisch-professionellem Hintergrund (Showauftritt, Konzert, Comedy, Sketch, Nummer u.ä.). Zu diesen nonfiktionalen Formen kommen als fiktionale Sendungsformen hinzu: 9. Spielfilm, 10. Fernsehfilm/Reihen/TV-Movie, 11. Fernsehserien und 12. Kurzfilm. Die übrigen Programmteile werden zusammengefasst als 13. sonstige Sendungsformen (Programmpräsentationen, Überleitungen, Zeitfüller, Zeitlücken sowie Gewinnzahlen und Non-profit-Spots) und 14. Werbeformen (Werbeblöcke, Teleshop und Sponsorwerbung).
- 4) Die rheinland-pfälzische Landesmedienanstalt (LMK) hatte Quiz Night wegen eines Verstoßes gegen Programmgrundsätze im Rundfunkstaatsvertrag beanstandet.
- 5) Auch die Frühmagazine von ARD/ZDF und den Privaten unterscheiden sich inhaltlich. Siehe 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 2008 nicht zu beobachten.
- 6) Im Unterschied zur Vollerhebung, in der die bundesweit ausgestrahlten Sendungen erfasst werden, gehen in der Stichprobe die im NRW-Kabel eingespeisten Regionalsendungen der Privatsender in die Analyse ein. Bei RTL ist dies anstelle von „Explosiv – Das Magazin“ das Regionalmagazin „Guten Abend RTL“ und bei Sat.1 anstelle von „Niedrig und Kuhnt – Kommissare ermitteln“ das Regionalmagazin „17.30 Live“.
- 7) Vgl. InfoMonitor Gesamtjahr 2008 im Onlineportal www.politik-digital.de; ausführlich dazu Krüger, Udo Michael: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. InfoMonitor 2008. In: Media Perspektiven 2/2009, S. 73-94.
- 8) Bei Sat.1 sind dies zeitgeschichtliche Themen in den Ausgaben der dctp-Kulturmagazine.

