

→ Sendungsformen, Themen und Akteure im Nonfictionangebot von ARD, ZDF, RTL und Sat.1

Von Udo Michael Krüger*

Untersuchung nonfiktionaler Programmangebote aus vier Wochen in 2009

Der zweite Teil der Programmanalyse 2009 (1) befasst sich mit den Programminhalten nonfiktionaler Angebote von ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Im Unterschied zu früheren Jahren, in denen dieser Untersuchungsteil zusammen mit der Gesamtjahresanalyse verkürzt im gleichen Beitrag dargestellt wurde und sich auf die Themenanalyse der Informationsangebote beschränkte, bietet sich in einem separaten Beitrag die Möglichkeit zur breiteren und differenzierteren Ergebnisdarstellung nonfiktionaler Sendungsformen und ihrer Inhalte. Die empirische Grundlage dieser Inhaltsanalyse waren Programmaufzeichnungen aus dem NRW-Kabelnetz (2) aus vier Wochen, und zwar vom 16. bis 22. März, 22. bis 28. Juni, 21. bis 27. September und 30. November bis 6. Dezember 2009. Dabei fiel die Septemberwoche in die Schlussphase des Bundestagswahlkampfes. Wie in den Vorjahren beschränkte sich die Analyse auf die Tageszeitphase von 17.00 bis 1.00 Uhr. Codiert und ausgewertet wurden Merkmale auf Sendungs-, Beitrags- und Akteurebene. Neben der enger als bisher definierten Informationssparte (3), wurden auch alle Sendungen vom Typ journalistischer Unterhaltung sowie Doku-Soaps und Real-Life-Inszenierung als Factual Entertainment in die Auswertung mit einbezogen.

Rund 738 Minuten pro Tag analysiert

Angebotsumfang

Das untersuchte Angebot umfasste insgesamt 20 653 Sendeminuten, dies entspricht 738 Minuten pro Tag. Davon entfielen 207 Minuten auf die ARD, 233 Minuten auf das ZDF, 179 Minuten auf RTL und 119 Minuten auf Sat.1. Die öffentlich-rechtlichen Nonfictionangebote hatten nicht nur den größten Umfang, sondern sie bestanden auch größtenteils aus Sendungen der Informationssparte (vgl. Tabelle 1 und Abbildung 1).

Bei der ARD entfiel fast die gesamte Sendedauer (98%) auf klassische Formen der Information, die übrigen 2 Prozent auf journalistische Unterhaltung. Beim ZDF machten die Informationsangebote 89 Prozent aus, weitere 11 Prozent entfielen auf journalistische Unterhaltung. Bei RTL verteilte sich das untersuchte Nonfictionangebot zu 79 Prozent der Sendezeit auf Informationsangebote, die übrigen 21 Prozent auf Factual Entertainment, im Wesentlichen Doku-Soaps. Sat.1 mit dem geringsten Angebotsumfang kam auf 83 Prozent Informations-sendungen, 5 Prozent journalistische Unterhaltung und 12 Prozent Factual Entertainment.

Betrachtet man die Sendungsformen näher, zeigt sich in den Formprofilen, wie unterschiedlich öffentlich-rechtliche und private Sender ihre Angebote gewichteten (vgl. Tabelle 2 und Abbildung 2). Im Angebot der ARD entfiel die meiste Sendezeit auf Nachrichten (32%) und Magazine (30%), ein weiteres Fünftel auf Diskussionen, Gespräche, Talk oder Ansprache und 14 Prozent auf klassische Formen der Kategorie Dokumentation/Bericht/Reportage. Die restliche Sendezeit verteilte sich auf Ereignisübertragung (3%) und Sonstiges (1%). Auch beim ZDF rangierten die Nachrichten (28%) und Magazine (32%) vor den verbalen Sendungsformen (24%) und den klassischen Dokumentationen, Berichten, Reportagen (12%) sowie einem geringen Anteil an Ereignisübertragung (4%). Bei RTL lag das Schwergewicht auf Magazinen (42%), gefolgt von Nachrichten (24%). An dritter Stelle rangierten Doku-Soaps (19%), die etwa doppelt so viel Sendezeit erhielten wie klassische Dokumentationen und Reportagen (10%). Die restliche Sendezeit entfiel mit jeweils 2 Prozent auf Gesprächsformen, Ereignisübertragung und Real-Life-Inszenierung. Auch bei Sat.1 lag der Schwerpunkt auf Magazinen (40%). An zweiter Stelle rangierten hier konventionelle Formen der Dokumentation und Reportagen (25%). Der Anteil an Doku-Soaps belief sich auf 12 Prozent. Von den anderen Sendern unterschied sich Sat.1 vor allem durch sein geringes Nachrichtenangebot (11%). Dies bedeutet, dass Sat.1 nur 7 Prozent zum gesamten Nachrichtenangebot der vier Sender in der untersuchten Tageszeitphase 17.00 bis 1.00 Uhr beitrug, während es bei ARD und ZDF jeweils 35 Prozent und bei RTL 23 Prozent waren. Von der restlichen Sendezeit bei Sat.1 entfielen 7 Prozent auf Ereignisübertragung und 5 Prozent auf Gesprächsformen.

Betrachtet man Nachrichten, Magazine, Dokumentationen, Berichte und Reportagen als klassische Formen der Informationsvermittlung, deren Entstehung und Qualität durch professionellen Journalismus in redaktioneller Verantwortung der Sender gewährleistet wird, und Diskussionen, Talkrunden sowie Ansprachen als bevorzugte Vermittlungsformen der Meinungsvielfalt, lässt sich aus dem Angebotsumfang entnehmen, dass diese Funktionen stärker von ARD und ZDF als von RTL und Sat.1 wahrgenommen wurden. Indem die privaten Sender einen Teil ihres Nonfictionangebots mit Auftragsproduktionen serieller Doku-Soaps abdeckten, erweiterten sie das Spektrum der Formen in eine Richtung, die vom professionellen Journalismus der klassischen Informationsgestaltung abweicht.

Inhalte

Beim Vergleich der Inhaltsprofile war zu erwarten, dass sich die Themenpräferenzen, mit denen die öffentlich-rechtlichen und privaten Sender ihr Publikum ansprechen, unterscheiden. Zur Ermittlung der Inhaltsprofile wurden für alle Sendungsformen die Themen der Sendungen auf Beitragsebene anhand folgender Kategorien erfasst: 1. Politik im weiteren Sinn (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft/Justiz, Zeitgeschichte), 2. Soziales, 3. Kultur/Wissenschaft/

Anteile der non-fiktionalen Sendungsformate

RTL und Sat.1 decken Teil ihres Nonfictionangebots mit Doku-Soaps ab

Themenkategorien

* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

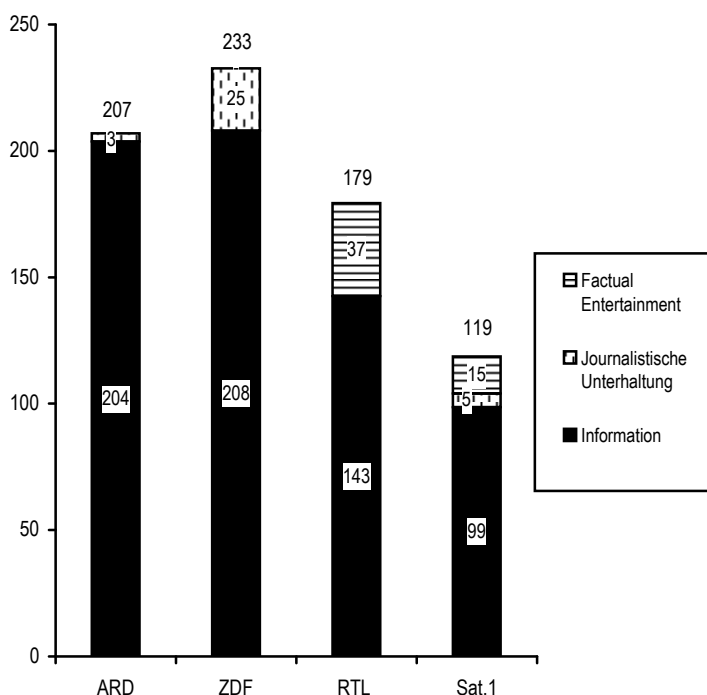
① Art und Umfang der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2009

	Sendedauer in Min./Tag				Gesamt	in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1		ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Information	204	208	143	99	653	98	89	79	83	88
Journalistische Unterhaltung	3	25	-	5	33	2	11	-	5	5
Factual Entertainment	-	-	37	15	52	-	-	21	12	7
Gesamt	207	233	179	119	738	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.-6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 1 Art und Umfang der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2009
Sendedauer in Min./Tag



Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. November-6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Religion, 4. Umwelt/Tier/Natur, 5. Alltag/Beziehungen/Freizeit, 6. Human Interest/Prominenz/Showbiz, 7. Katastrophe/Unglück, 8. Kriminalität, 9. Sport, 10. Wetter und Sonstiges. Jede dieser Kategorien ist weiter nach Sachgebieten ausdifferenziert, jedes Thema durch Themenitems indexiert, so dass sich einerseits die Inhalte der Sendungen und Beiträge systematisch rekonstruieren lassen und andererseits auch andere Kategorien gebildet werden können. Für die Ergebnisdarstellung wurde die Anzahl der Kategorien durch weitere Gruppierung auf acht reduziert.

Stärkere Politikorientierung bei ARD und ZDF

Die unterschiedliche Themenwahl der Sender zeigte sich wie schon im Vorjahr in einer Polarisierung zwischen Politik als öffentlicher, dem Gemeinwohl verpflichteter Aufgabe und Alltag als privater Lebenssphäre (vgl. Tabelle 3 und Abbildung 3). Am stärksten war die Politikorientierung bei der ARD

ausgeprägt. Im Inhaltsprofil der ARD entfiel auf Themen der Politik im weiteren Sinn (53%) über die Hälfte der untersuchten Sendezeit, beim ZDF waren es 40 Prozent, Sat.1 kam auf einen Anteil von 19 Prozent, RTL auf 17 Prozent der untersuchten Sendezeit. Die durchschnittliche Sendedauer politischer Themen pro Tag betrug bei der ARD 109 Minuten, beim ZDF 94 Minuten, bei RTL 30 Minuten und bei Sat.1 23 Minuten. In absoluten Zeitwerten verglichen erwies sich Sat.1 als politikfernster Sender. Gegenläufig hierzu fielen die Präferenzen der Sender für Alltagsthemen aus. Sat.1 (37%) und RTL (29%) hatten hier die höchsten Sendezeitanteile, während beim ZDF (12%) und bei der ARD (5%) für Alltags- und Beziehungsthemen erheblich weniger Sendezeit verwendet wurde.

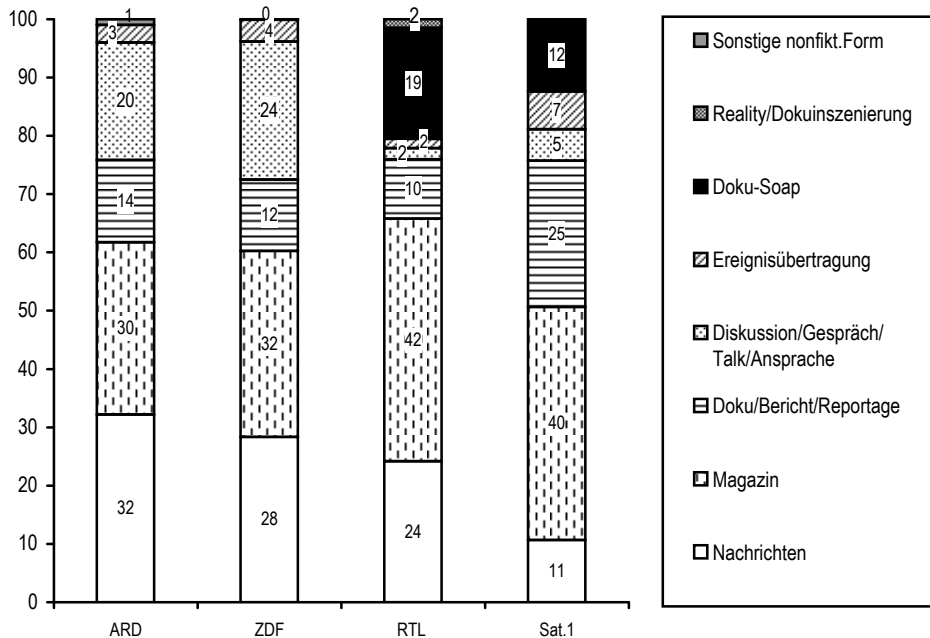
② **Sendungsformen des nonfiktionalen Angebots 2009**

	Sendedauer in Min/Tag					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Nachrichten	67	66	43	13	188	32	28	24	11	26
Magazin	61	74	75	47	258	30	32	42	40	35
Doku/Bericht/Reportage	29	28	18	30	106	14	12	10	25	14
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	42	55	3	6	107	20	24	2	5	14
Ereignisübertragung	6	9	3	8	26	3	4	2	7	3
Doku-Soap	-	-	34	15	49	-	-	19	12	7
Reality/Dokuinszenierung	-	-	3	-	3	-	-	2	-	0
Sonstige nonfiktionale Form	2	0	-	-	2	1	0	-	-	0
Gesamt	207	233	179	119	738	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.-6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 2 Sendungsformen nonfiktionaler Angebote 2009
Sendezeitanteile in %



Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.-6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Auch der drittgrößte Themenbereich Human Interest/Prominenz/Showbiz erhielt bei den privaten Sendern mehr Sendezeit als bei den öffentlich-rechtlichen Sendern, wobei der Unterschied zwischen RTL (20%) und Sat.1 (17%) einerseits und ZDF (14%) sowie ARD (11%) andererseits geringer ausfiel. Nur wenig wichen die Sender bei Kriminalitäts- und Katastrophenthemen (10 bis 13%) voneinander ab.

In den schwächer besetzten Themenkategorien betonten RTL und Sat.1 etwas mehr die Themen der Kategorie Soziales und umgekehrt ARD und ZDF die Themen zu Kultur, Wissenschaft, Natur.

Nachrichtenangebote

Differenziert man die Inhaltsprofile der Sender nach Sendungsformen und betrachtet zunächst die Nachrichtenangebote, zeigt sich eine stärkere Gewichtung der Politikthematization bei ARD (63%) und ZDF (59%) als bei RTL (36%) und Sat.1 (47%) (vgl. Tabelle 4). Die privaten Sender verteilten den größeren Anteil der nicht für Politikthemen verwendeten Sendezeit hauptsächlich auf Themen der Kategorien Kriminalität/Katastrophen (jeweils 17%) und Human Interest/Prominenz/Showbiz (RTL 10%; Sat.1 12%). Wie schon in den Vorjahren gab RTL außerdem der Sportberichterstattung in den Nachrichten (14%) ein größeres Gewicht.

Unterscheidet man die Nachrichtenangebote nach Typ der Nachrichtensendung, zeigt sich, dass

Inhaltsprofile der Fernsehnachrichten

③ Inhaltsprofile des nonfictionalen Angebots 2009

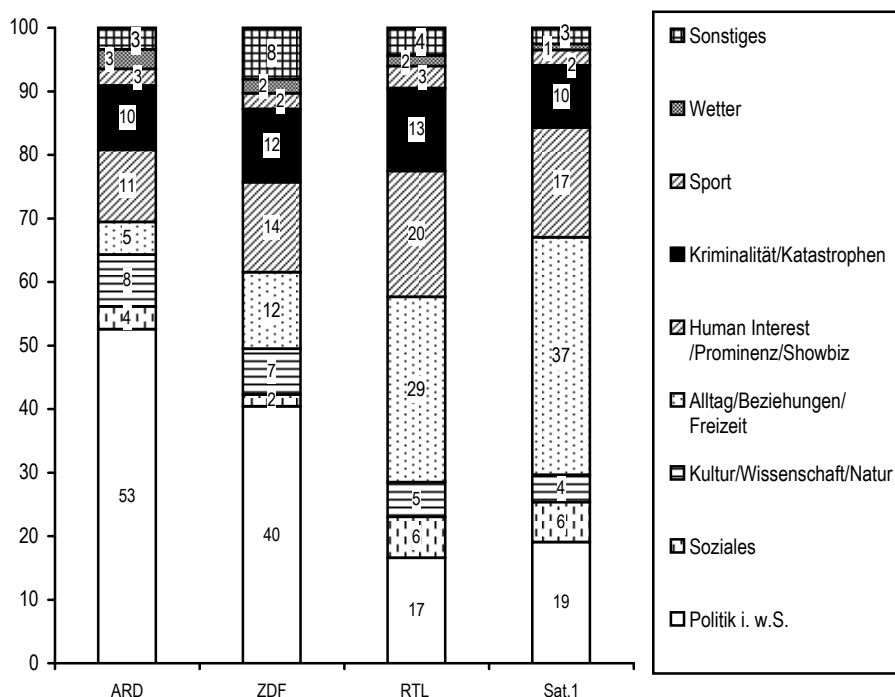
	Sendedauer in Min/Tag				Gesamt	in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1		ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Politik i. w.S.	109	94	30	23	255	53	40	17	19	35
Soziales	7	4	12	7	31	4	2	6	6	4
Kultur/Wissenschaft/Natur	17	17	10	5	49	8	7	5	4	7
Alltag/Beziehungen/Freizeit	11	28	52	44	135	5	12	29	37	18
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	23	33	36	21	112	11	14	20	17	15
Kriminalität/Katastrophen	21	27	23	12	83	10	12	13	10	11
Sport	5	6	6	3	20	3	2	3	2	3
Wetter	6	5	3	1	16	3	2	2	1	2
Sonstiges	7	19	8	3	37	3	8	4	3	5
Gesamt	207	233	179	119	738	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.-6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 3 Themenstruktur nonfictionaler Angebote 2009

Sendezeitanteile in %



Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.-6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

dieses Muster vor allem die Hauptnachrichten der Sender prägte. Ähnliche Themenstrukturen hatten auch die öffentlich-rechtlichen Nachrichtenmagazine am Spätabend, denen kein direktes Konkurrenzangebot der privaten Sender gegenüberstand. Bei den Hauptnachrichten rangierte die „Tagesschau“ (66%) mit ihrem Politikanteil vor der ZDF-Sendung „heute“ (60%), bei den Nachrichtenmagazinen übertraf das „heute-journal“ (67%) die „Tagesthemmen“ (61%). Auch beim Vergleich der Nachtmagazine blieb die Politikthematik bei ARD (58%) und ZDF (47%) stärker ausgeprägt als bei RTL

(35%). Gegenüber den Hauptnachrichten und Nachrichtenmagazinen am Spätabend war die Themenstruktur in den öffentlich-rechtlichen Nachtmagazinen damit weniger stark politikzentriert, so dass auch auf andere Themenbereiche etwas mehr Sendezeit als in den Nachrichten der Prime Time entfiel.

Betrachtet man schließlich die Inhaltsprofile anderer Nachrichtensendungen, darunter fallen bei ARD und ZDF Nachrichtenausgaben im Vorabendpro-

RTL: Sonderausgaben der Nachrichten zur Bundestagswahl

④ Inhaltsprofile der Nachrichtensendungen 2009

	Sendedauer in Min.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Nachrichten Gesamt	1 864	1 845	1 213	355	5 276	100	100	100	100	100
Politik i. w. S.	1 173	1 097	438	166	2 873	63	59	36	47	54
Soziales	33	24	13	2	71	2	1	1	0	1
Kultur/Wissenschaft/Natur	132	133	49	16	330	7	7	4	4	6
Alltag/Beziehungen/Freizeit	33	25	78	16	153	2	1	6	5	3
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	55	99	120	43	316	3	5	10	12	6
Kriminalität/Katastrophen	128	153	208	62	550	7	8	17	17	10
Sport	123	121	165	25	433	7	7	14	7	8
Wetter	116	98	71	14	299	6	5	6	4	6
Sonstiges	71	95	73	12	250	4	5	6	3	5
Hauptnachrichten	431	515	636	355	1 937	100	100	100	100	100
Politik i. w. S.	283	306	220	166	975	66	60	35	47	50
Soziales	2	7	3	2	14	0	1	0	0	1
Kultur/Wissenschaft/Natur	31	36	20	16	102	7	7	3	4	5
Alltag/Beziehungen/Freizeit	0	4	47	16	67	0	1	7	5	3
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	9	12	62	43	125	2	2	10	12	6
Kriminalität/Katastrophe	30	34	84	62	210	7	7	13	17	11
Sport	30	48	116	25	219	7	9	18	7	11
Wetter	31	34	41	14	120	7	7	6	4	6
Sonstiges	17	34	43	12	106	4	7	7	3	5
Nachrichtenmagazine	733	685	-	-	1 418	100	100	-	-	100
Politik i. w. S.	447	461	-	-	908	61	67	-	-	64
Soziales	19	6	-	-	25	3	1	-	-	2
Kultur/Wissenschaft/Natur	48	51	-	-	99	7	7	-	-	7
Alltag/Beziehungen/Freizeit	21	11	-	-	32	3	2	-	-	2
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	16	38	-	-	54	2	6	-	-	4
Kriminalität/Katastrophe	32	28	-	-	60	4	4	-	-	4
Sport	67	28	-	-	95	9	4	-	-	7
Wetter	54	32	-	-	86	7	5	-	-	6
Sonstiges	29	29	-	-	58	4	4	-	-	4
Nachtmagazine	304	298	539	-	1 140	100	100	100	-	100
Politik i. w. S.	175	139	191	-	505	58	47	35	-	44
Soziales	3	5	10	-	18	1	2	2	-	2
Kultur/Wissenschaft/Natur	27	23	29	-	78	9	8	5	-	7
Alltag/Beziehungen/Freizeit	10	6	31	-	48	3	2	6	-	4
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	23	31	56	-	111	8	10	10	-	10
Kriminalität/Katastrophe	32	45	123	-	199	11	15	23	-	17
Sport	9	32	45	-	85	3	11	8	-	7
Wetter	16	5	28	-	49	5	2	5	-	4
Sonstiges	8	11	26	-	46	3	4	5	-	4
Andere Nachrichten	395	347	39	-	781	100	100	100	-	100
Politik i. w. S.	269	190	27	-	486	68	55	70	-	62
Soziales	9	6	-	-	14	2	2	-	-	2
Kultur/Wissenschaft/Natur	26	24	0	-	51	7	7	1	-	6
Alltag/Beziehungen/Freizeit	2	4	-	-	6	0	1	-	-	1
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	7	17	1	-	25	2	5	3	-	3
Kriminalität/Katastrophe	34	46	1	-	81	9	13	3	-	10
Sport	17	13	4	-	34	4	4	11	-	4
Wetter	15	27	2	-	44	4	8	5	-	6
Sonstiges	16	21	3	-	40	4	6	7	-	5

Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.-6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

gramm sowie Sonderausgaben, zum Beispiel anlässlich der Bundestagswahl, findet sich auch hier eine starke Politikfokussierung. Dass bei diesen Nachrichtensendungen auch RTL (70%) einen außergewöhnlich hohen Politikanteil aufwies, erklärt sich angesichts des geringen Umfangs von nur 27 Minuten Sendezeit in vier Wochen weniger aus den Kurzausgaben der Spätnachrichten am Wochenende, sondern in erster Linie aus den Sonderausgaben zur Bundestagswahl in der Septemberwoche.

Magazine

Heterogenes Magazinangebot mit breitem Themenspektrum

Beim Vergleich der heterogenen Magazinangebote mit unterschiedlicher Ausstrahlungsfrequenz fielen die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern auf den ersten Blick weniger deutlich aus als bei den Nachrichtenangeboten. Zwar lag auch in den Magazinen, insgesamt gesehen, der Politikanteil bei ARD (25%) und ZDF (24%) höher als bei RTL (13%) und Sat.1 (14%), jedoch verwendeten alle Sender für nichtpolitische Themenbereiche mehr Sendezeit (vgl. Tabelle 5). Die höchsten Anteile ließen sich bei RTL für Human-Interest-Themen (40%) und bei Sat.1 für Alltagsthemen (31%) verzeichnen, aber auch bei ARD und ZDF erhielten populäre Themenbereiche wie Alltag, zwischenmenschliche Beziehungen, Human Interest, Prominenz sowie Kriminalität und Katastrophen vergleichsweise hohe Sendezeitanteile.

Themenschwer- punkte bei Politik- magazinen

Differenziert man das Magazinangebot ähnlich wie die Nachrichten nach Typ der Sendung, werden unterschiedliche Themenschwerpunkte sichtbar, am deutlichsten bei den Politikmagazinen. Die Politikmagazine umfassten bei der ARD die Inlandsmagazine „Bericht aus Berlin“, „Fakt“, „Kontraste“, „Monitor“, „Panorama“, „Report“ aus Mainz und München sowie das Auslandsmagazin „Weltspiegel“, beim ZDF die Inlandsmagazine „Berlin direkt“, „Frontal 21“ sowie das Auslandsmagazin „Auslandsjournal“ und bei RTL „Spiegel TV Magazin“. Aus dem Magazinangebot bei Sat.1 wurde aufgrund der heterogenen Themenstruktur keine Sendung den politischen Magazinen zugeordnet. Im Sendervergleich erreichte das ZDF mit einem Sendezeitanteil von 83 Prozent für Politikthemen den Spitzenwert unter den Politikmagazinen. Auch bei der ARD bestätigte sich mit einem Anteil der Politikthemen von 65 Prozent und weiteren 14 Prozent für Themen der Kategorie Soziales die Hauptfunktion dieser Magazine. Bei RTL verteilte sich die Sendezeit des Politikmagazins auf ein breiteres Themenspektrum zugunsten nichtpolitischer Themen. So räumte das „Spiegel TV Magazin“ der Politikthemen 31 Prozent und der Kategorie Soziales 10 Prozent der Sendezeit ein, weitere 26 Prozent entfielen auf Alltagsthemen und 20 Prozent auf Human-Interest-Themen.

Thematische Ähnlichkeiten waren im untersuchten Magazinangebot der öffentlich-rechtlichen und privaten Sender am ehesten bei den Boulevardmagazinen zu erwarten. Ein Vergleich der Inhaltsprofile dieses Magazintyps war hier allerdings nur eingeschränkt möglich, da bei RTL, wie oben

erläutert, das Boulevardmagazin „Explosiv“ durch den Austausch der werktäglichen Ausgabe im Vorabendprogramm gegen das Regionalmagazin „Guten Abend RTL“ bis auf die Wochenendausgabe entfiel und sich hauptsächlich nur das zweite und inhaltlich leichtere Boulevardmagazin „Exclusiv“ auf das Profil auswirken konnte.

Auf Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz entfiel bei ARD (45%) und ZDF (49%) annähernd die Hälfte der Sendezeit der Boulevardmagazine – dies sind bei der ARD „Brisant“, beim ZDF „Hallo Deutschland“ und „Leute heute“. Die übrige Sendezeit verteilte sich bei der ARD größtenteils auf Kriminalitäts- und Katastrophenthemen (35%), ferner Alltagsthemen (9%), beim ZDF mit annähernd gleichen Anteilen auf Kriminalität/Katastrophen (26%) und Alltagsthemen (20%). Bei RTL entfielen drei Viertel der Themen auf die Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz (76%), weitere 13 Prozent auf Alltagsthemen. Dass es hier kaum Boulevardthemen der Kategorien Kriminalität/Katastrophen (3%) gab, dürfte auf die Nichtberücksichtigung der bundesweit per Satellit ausgestrahlten werktäglichen Ausgaben von „Explosiv“ zurückzuführen sein. Das „Sat.1 Magazin“ hatte im Vergleich zu den Boulevardmagazinen der anderen Sender eine abweichende Themengewichtung. Im „Sat.1 Magazin“ entfiel die meiste Sendezeit auf Alltagsthemen (58%) und nur knapp ein Viertel auf Human-Interest-Themen, während Themen zu Kriminalität und Katastrophen (7%) relativ wenig Sendezeit erhielten. Ähnlich wie in „Brisant“ (ARD) gab es im „Sat.1 Magazin“ auch geringe Anteile an Politik- und Sozialthemen.

Die Gruppierung der anderen Magazine umfasst einmal solche mit thematischen Schwerpunkten wie z.B. Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Umwelt oder mit speziellen Funktionen wie im Fall der NRW-Regionalsendungen von RTL und Sat.1, zum anderen diverse Magazine mit gemischten Themen. Die Inhaltsprofile dieses Magazintyps unterschieden sich sowohl zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern als auch zwischen ARD und ZDF. Auch in diesem Magazinangebot entfiel auf Politikthemen bei ARD (32%) und ZDF (27%) ein größerer Sendezeitanteil als bei RTL (17%) und Sat.1 (21%). Abgesehen von den Alltagsthemen, die bei ARD, ZDF und RTL etwa ein Viertel und bei Sat.1 ein Sechstel der Sendezeit ausmachten, erhielten in diesen Magazinsendungen der Privatsender die Human-Interest-Themen mehr Gewicht als bei ARD und ZDF. Dass sich hier beim ZDF ein Fünftel der Sendezeit, bei der ARD aber nur zwei Prozent der Sendezeit auf Kriminalitäts- und Katastrophenthemen verteilten, war in erster Linie der ZDF-Sendung „AktENZEICHEN XY... ungelöst“ zuzuschreiben. Auch bei RTL und Sat.1 spielten die Kriminalitäts- und Katastrophenthemen mit jeweils 20 Prozent der Sendezeit eine größere Rolle. Die ARD unterschied sich von den anderen

Themenkategorie Human Interest/ Prominenz/Showbiz

Magazine mit anderen thematischen Schwerpunkten

⑤ Inhaltsprofile der Magazine 2009

	Sendedauer in Min.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Magazin Gesamt	1 713	2 081	2 092	1 328	7 215	100	100	100	100	100
Politik i. w. S.	434	494	267	190	1 385	25	24	13	14	19
Soziales	102	51	75	36	263	6	2	4	3	4
Kultur/Wissenschaft/Natur	161	84	89	69	403	9	4	4	5	6
Alltag/Beziehungen/Freizeit	204	416	440	407	1 468	12	20	21	31	20
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	420	503	833	325	2 082	25	24	40	24	29
Kriminalität/Katastrophen	324	436	285	195	1 239	19	21	14	15	17
Sport	31	34	11	29	105	2	2	1	2	1
Wetter	-	-	11	18	29	-	-	1	1	0
Sonstiges	36	63	81	59	240	2	3	4	4	3
Politikmagazin	372	319	151	-	842	100	100	100	-	100
Politik i. w. S.	242	266	47	-	555	65	83	31	-	66
Soziales	53	7	15	-	75	14	2	10	-	9
Kultur/Wissenschaft/Natur	19	1	8	-	28	5	0	5	-	3
Alltag/Beziehungen/Freizeit	13	6	40	-	59	4	2	26	-	7
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	14	5	30	-	49	4	2	20	-	6
Kriminalität/Katastrophe	22	23	7	-	52	6	7	5	-	6
Sonstiges	9	11	4	-	24	2	3	3	-	3
Boulevardmagazin	825	966	677	495	2 963	100	100	100	100	100
Politik i. w. S.	28	11	8	18	65	3	1	1	4	2
Soziales	34	11	8	20	73	4	1	1	4	2
Kultur/Wissenschaft/Natur	12	6	1	-	18	1	1	0	-	1
Alltag/Beziehungen/Freizeit	76	194	91	285	646	9	20	13	58	22
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	369	473	517	120	1 480	45	49	76	24	50
Kriminalität/Katastrophe	291	253	23	32	600	35	26	3	7	20
Sport	3	-	-	-	3	0	-	-	-	0
Wetter	-	-	1	-	1	-	-	0	-	0
Sonstiges	11	18	29	19	77	1	2	4	4	3
Andere Magazine	516	797	1264	833	3 410	100	100	100	100	100
Politik i. w. S.	164	218	213	171	766	32	27	17	21	22
Soziales	14	33	51	16	114	3	4	4	2	3
Kultur/Wissenschaft/Natur	131	78	80	69	358	25	10	6	8	10
Alltag/Beziehungen/Freizeit	115	216	310	122	763	22	27	24	15	22
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	38	25	286	204	553	7	3	23	25	16
Kriminalität/Katastrophe	10	160	255	163	587	2	20	20	20	17
Sport	28	34	11	29	103	5	4	1	4	3
Wetter	-	-	10	18	29	-	-	1	2	1
Sonstiges	16	34	48	40	138	3	4	4	5	4

Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.- 6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Sendern in diesem Magazinangebot außerdem durch mehr Sendezeit für Themen aus Kultur, Wissenschaft, Natur (25%).

Dokumentation, Bericht, Reportage

Hoher Politikanteil bei Dokus von ARD und ZDF

Auf eine unterschiedliche Themenorientierung öffentlich-rechtlicher und privater Sender verwiesen auch die Inhaltsprofile der klassischen Formen Dokumentation/Bericht/Reportage. So lag der Politik-

anteil in diesen Formen bei ARD (56%) und ZDF (46%) um ein Vielfaches höher als bei RTL (4%) und Sat.1 (17%) (vgl. Tabelle 6). Dagegen bevorzugten RTL (42%) und noch stärker Sat.1 (61%) die Alltags- und Beziehungsthemen, die umgekehrt bei ARD (8%) und ZDF (16%) nur eine geringe Rolle spielten. Wesentlichen Anteil an der Politikthematization in den öffentlich-rechtlichen Angeboten hatten zum einen zeitgeschichtliche Sendungen - dazu gehörten bei der ARD „Die Kämpfe ums Kanzleramt“, „Kriegskinder“, „Der Fall Ivan Demjanjuk“ und beim ZDF „Die Machtergreifung“,

⑥ Inhaltsprofile anderer Sendungsformen 2009

	Sendedauer in Min.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Doku/Bericht/Reportage	816	796	510	834	2 956	100	100	100	100	100
Politik i.w.S.	460	369	23	141	993	56	46	4	17	34
Soziales	72	28	75	44	219	9	4	15	5	7
Kultur/Wissenschaft/Natur	104	97	64	-	265	13	12	12	-	9
Alltag/Beziehungen/Freizeit	62	129	213	507	912	8	16	42	61	31
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	85	98	42	48	273	10	12	8	6	9
Kriminalität/Katastrophen	29	57	93	68	247	4	7	18	8	8
Sport	-	6	-	26	32	-	1	-	3	1
Wetter	4	-	-	-	4	0	-	-	-	0
Sonstiges	-	12	0	1	12	-	1	0	0	0
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	1 168	1 543	96	178	2 985	100	100	100	100	100
Politik i.w.S.	801	466	24	63	1 354	69	30	25	35	45
Soziales	-	14	-	-	14	-	1	-	-	0
Kultur/Wissenschaft/Natur	75	121	72	58	325	6	8	75	32	11
Alltag/Beziehungen/Freizeit	-	212	-	27	240	-	14	-	15	8
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	97	220	-	17	334	8	14	-	9	11
Kriminalität/Katastrophen	103	106	-	-	209	9	7	-	-	7
Wetter	-	47	-	-	47	-	3	-	-	2
Sonstiges	92	357	-	13	462	8	23	-	8	15
Ereignisübertragung	175	243	81	217	715	100	100	100	100	100
Politik i.w.S.	175	206	81	74	536	100	85	100	34	75
Kultur/Wissenschaft/Natur	-	36	-	-	36	-	15	-	-	5
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	-	-	-	143	143	-	-	-	66	20
Sonstiges	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-
Doku-Soap	-	-	956	412	1 367	-	-	100	100	100
Soziales	-	-	161	128	289	-	-	17	31	21
Alltag/Beziehungen/Freizeit	-	-	658	284	942	-	-	69	69	69
Kriminalität/Katastrophen	-	-	69	-	69	-	-	7	-	5
Sonstiges	-	-	67	-	67	-	-	7	-	5
Sonstige nonfikt. Form	57	6	-	-	63	100	100	-	-	100
Soziales	-	3	-	-	3	-	47	-	-	4
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	-	2	-	-	2	-	37	-	-	4
Wetter	57	-	-	-	57	100	-	-	-	90
Sonstiges	-	1	-	-	1	-	16	-	-	2
Reality/Dokuinszenierung	-	-	76	-	76	-	-	100	-	100
Alltag/Beziehungen/Freizeit	-	-	76	-	76	-	-	100	-	100

Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.-6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

„Krupp – Mythos und Wahrheit“, „Flucht in die Freiheit – mit dem Mut der Verzweiflung“, „ZDF-History“ – zum anderen Berichte und Reportagen zur Bundestagswahl: „Der Kampf der Kleinen“, „Die lange Bundestagswahlnacht“ (ARD) sowie „Schwarz-rote Müllerjahre“, „Wahl 2009“ (ZDF).

Den Charakter öffentlich-rechtlicher Dokumentations- und Reportagen, die den nichtpolitischen Themenbereichen zugeordnet wurden, veranschaulichen bei der ARD unter anderem die Sendungen „Sterbehilfe – Der Streit um den selbstbestimmten Tod“ (Soziales), „Natalie – Mein Weg

aus der Stille“ (Alltag/Beziehungen/Freizeit), ferner die Reihe „Erlebnis Erde“ (Umwelt/Tier /Natur) sowie „Legenden“ (Human Interest). Beim ZDF trugen unter anderem dazu bei „Indien – zwischen Hunger und Überfluss“ (Alltagsleben), „Die Fürsten von Monaco“ (Human Interest), ebenso die Reihen „37^{sat}“ (Soziales und Katastrophen) und „ZDF-reportage“ (Alltagsleben).

Themenspektrum der Dokus bei den Privaten

Die Politikthematisierung in den privaten Angeboten der Sendungsform Dokumentation/Bericht/Reportage entstand bei RTL durch die Sendungen „2009 – Wir wählen: Die Bundestagswahl“ und anteilig durch die Reihe „Die große Reportage“. In den Angeboten von Sat.1 fanden sich hierzu die zeitgeschichtlichen Sendungen „Freiheit! Das Ende der DDR“ und „Grenzfall Böseckendorf – Flucht in letzter Sekunde“, ferner zur Politik Ausgaben der Reihen „Focus TV-Reportage“ und „Planetopia“ sowie anlässlich der Bundestagswahl „Wahl '09“. Betrachtet man die nichtpolitischen Themenbereiche, lassen sich bei RTL Sendungen in den Reihen „Future Trend Reportage“ (Soziales), „100 Prozent pur“ (Kultur), „Die große Reportage“ (Alltag; Soziales), „30 Minuten Deutschland“ (Alltag; Human Interest), „Exklusiv spezial – Das Leben der Supereichen!“ (Alltag), „Anwälte der Toten“ (Kriminalität) und die Sendung „Mayday: Zusammenstoß über dem Bodensee“ (Katastrophen) anführen. Bei Sat.1 waren es Themen in den Reihen „24 Stunden“ (Alltag; Soziales; Kriminalität), „Akte Schicksal“ (Alltag), „Spiegel TV Reportage“ (Alltag), „Toto & Harry“ (Alltag; Kriminalität) sowie „Stars & Stories spezial“ (Human Interest).

Diskussion, Talk, Gespräch

ARD und ZDF mit deutlich mehr journalistischen Gesprächsformen

Das Spektrum der Gesprächsformen umfasste neben den politischen Talkshows und Diskussionen über gesellschaftlich relevante Themen, die der Informationssparte zugeordnet wurden, auch die Talkshows vom Typ journalistische Unterhaltung. Journalistische Gesprächsformen wurden besonders umfangreich beim ZDF (1543 Min.) und auch bei der ARD (1168 Min.) angeboten, während Sat.1 (178 Minuten) und RTL (96 Min.) nur in geringem Umfang dazu beitrugen. Bezogen auf diese Sendezeit unterschied sich die ARD von den drei anderen Programmen durch den hohen Anteil an Politikthematisierung (69%). Dazu trugen am meisten die Sendungen „Anne Will“, „Hart aber fair“ und „Menschen bei Maischberger“ sowie mit einem Teil der Themen auch „Beckmann“ bei. Beim ZDF entfiel in den Gesprächsformen auf Politikthemen ein Anteil von 30 Prozent, die übrige Sendezeit verteilte sich auf diverse andere Themenbereiche. Zur Politikthematisierung im ZDF trug am meisten die Polit-Talkshow „Maybrit Illner“ bei. Abgesehen von Diskussionssendungen anlässlich der Bundestagswahl kamen hier weitere Politikthemenanteile durch Beiträge in den Talksendungen „Nachtstudio“, „Johannes B. Kerner“ und „Markus Lanz“ hinzu.

Politik kaum ein Thema in Talksendungen der Privaten

Die privaten Sender lassen sich aufgrund des sehr geringen Angebots an Gesprächsformen strukturell kaum mit den öffentlich-rechtlichen Angeboten vergleichen. Hier zeigen sich die quantitativen Relationen erst deutlich, wenn man die Anteile der Sender am Gesamtumfang der Politikthematisierung in den Gesprächsformen vergleicht. Setzt man den Gesamtumfang der Politikthematisierung in

diesen Formen auf 100 Prozent, entfielen davon auf die ARD 59 Prozent und auf das ZDF 34 Prozent, während Sat.1 nur 5 Prozent und RTL nur 2 Prozent dazu beitrugen. Da die journalistisch moderierten Gesprächsformen im Abendprogramm als Foren gelten, auf denen die aktuellen gesellschaftlich relevanten Themen diskutiert werden, zeigt sich gerade hierin, welche Rolle die öffentlich-rechtlichen Sender in diesem Bereich wahrnahmen.

Die nichtpolitischen Themenbereiche, die das ZDF in der Form journalistischer Unterhaltung am vielfältigsten anbot, befassten sich vorwiegend mit Kultur, Alltag, Prominenz und Showbiz sowie diversen Einzelthemen. Sie wurden hauptsächlich durch die Talkshows „Johannes B. Kerner“ und „Markus Lanz“ abgedeckt, wobei Kerner stärker den Themenbereich Human Interest/Prominenz/Showbiz bediente, während Lanz mehr den Themenbereich Alltag betonte und zugleich ein breiteres Themenspektrum hatte. Ferner sind hier die seltener ausgestrahlten Sendungen „Nachtstudio“ und „Die Vorleser“ zu nennen, deren Beiträge den Themenbereich Kultur behandelten. Der übrige Anteil der Gesprächsformen im ZDF entfiel auf die unterhaltungsbetonten Sendungen „Lanz kocht“ und „Menschen 2009“, die beide zum größeren Angebotsumfang dieser Sendungsform beitrugen.

Nichtpolitische Themenbereiche in der journalistischen Unterhaltung des ZDF

Die Gesprächsformen in den privaten Programmen kamen hauptsächlich durch dctp-Produktionen zustande. Bei RTL entfiel der größere Sendezeitanteil der Sendung „10 vor 11“ auf Kulturthemen, der kleinere auf Politikthemen. Bei Sat.1 verteilte sich die Sendezeit der dctp-Sendung „News & Stories“ etwa gleichgewichtig auf Politik- und Kulturthemen. Wie weit sich diese dctp-Produktionen durch ihr Anspruchsniveau von anderen Kultursendungen der Privatsender unterscheiden, wird an den Themen und Gesprächspartnern deutlich. So findet man in „10 vor 11“ am 22. September das Thema „Orpheus, Ur-Mythos der Oper“ mit Lothar Zagrossek und am 30. November „Keine Lust zu herrschen – Peter Konwitschny inszeniert La Clemenzo di Tito an der Hamburgischen Staatsoper“ oder in „News & Stories“ zur Literatur das Thema „Ohne Rücksicht auf Verluste - H. M. Enzensberger: Wie erzählt man Lebensläufe?“.

Gesprächsformen bei den Privaten

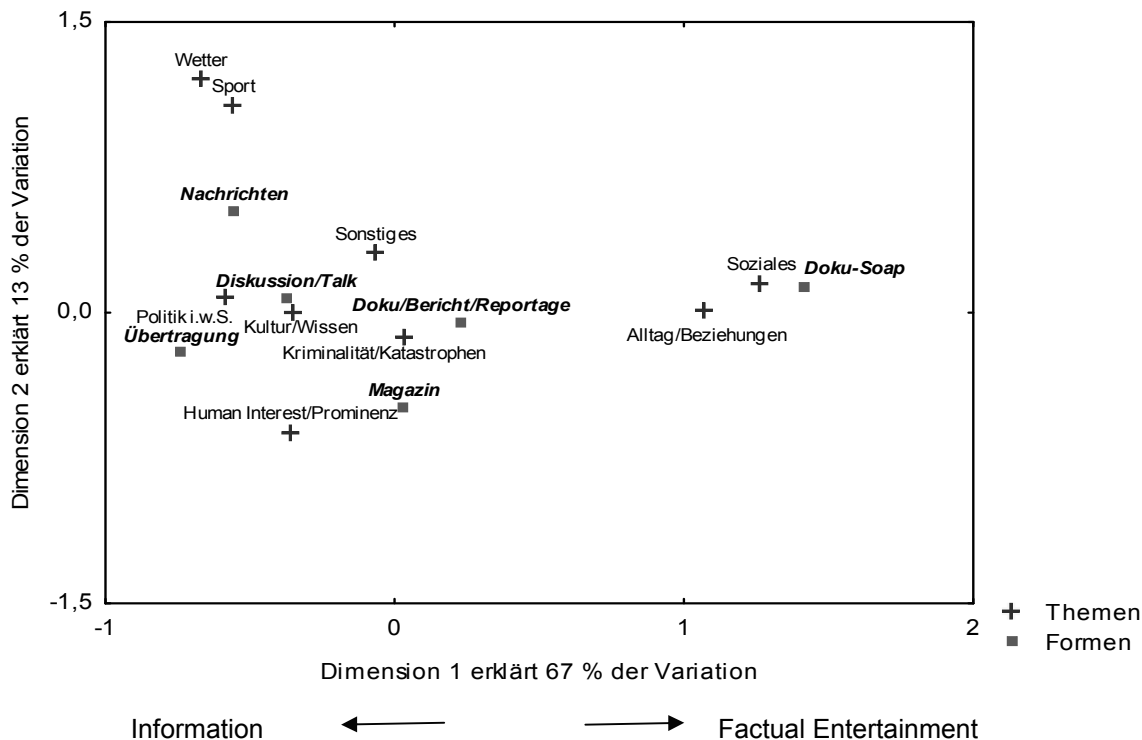
Einen geringeren Anteil zu den Gesprächsformen in den Privatprogrammen steuerte Johannes B. Kerner nach dem Wechsel vom ZDF zu Sat.1 mit dem Talkmagazin „Kerner“ bei, und zwar zu den Themenbereichen Alltag und Human Interest/Prominenz.

Doku-Soap

Die neben den klassischen Dokumentationen und Reportagen als eigenständige Sendungsform klassifizierten Doku-Soaps unterschieden sich im Vergleich der Inhaltsprofile insbesondere durch ihre Themenpräferenz. Bei den von privaten Sendern im Abendprogramm angebotenen Doku-Soaps entfielen auf Alltags- und Beziehungsthemen jeweils 69 Prozent der Sendezeit. Die übrige Sendezeit der

Private Doku-Soaps thematisieren vor allem Alltags- und Beziehungsthemen

Abb. 4 Korrespondenzanalyse: Nonfiktionale Sendungsformen und Themen 2009



Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.- 6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Doku-Soaps verteilte sich bei RTL auf Soziales (17%), Kriminalität (7%) sowie Sonstiges (7%) und bei Sat.1 auf Soziales (31%). Dabei gilt zu berücksichtigen, dass die Themen der Kategorie Soziales in Doku-Soaps meist im Zusammenhang mit dem privaten Alltagsleben der Akteure standen. Im Unterschied zur journalistischen Berichterstattung über Ereignisse, die außerhalb der unmittelbaren Kontrolle eines Senders stattfinden, handelt es sich bei Doku-Soaps um serielle Produktionen von Alltagsgeschichten, die der Sender selbst konzipiert. Die verengte Themenwahl, deren Schwerpunkt vorwiegend im Privatleben von Personen angesiedelt wird, zeigt sich in der Distanz zwischen Doku-Soaps und konventionellen Sendungsformen der Information. Diese Distanz lässt sich hier in der grafischen Darstellung einer Korrespondenzanalyse veranschaulichen (vgl. Abbildung 4). Während die konventionellen Sendungsformen der Informationsvermittlung verpflichtet sind, wobei insbesondere Ereignisübertragung und Nachrichten, ferner Diskussion und Talk am stärksten mit Politikthemen korrespondieren, bildet die Doku-Soap hierzu einen Gegenpol mit Alltags- und zwischenmenschlichen Beziehungsthemen, die eine politikferne, entinstitutionalisierte Öffentlichkeit vermitteln. So entsteht neben der von Sekundärgruppen geschaffenen Öffentlichkeit eine aus dem privaten Alltagsleben von Primärgruppen geschaffene Öffentlichkeit.

gesucht“, „Schwiegertochter gesucht“, „Erwachsen auf Probe“, „Die Super Nanny“ oder „Letzter Ausweg wilder Westen – Teenager außer Kontrolle“. Überwiegend ging es in diesen Sendungen um zwischenmenschliche Beziehungen und Gefühle, zum Teil in prekären, gestörten Lebenssituationen, um Erziehungsprobleme, Partnersuche oder Familienkonflikte und Ähnliches. In anderen Fällen entsprachen die Themen der Doku-Soaps, so etwa bei „Rach, der Restauranttester“, „Raus aus den Schulden“ und „Die Schulumittler“ stärker der Themenkategorie Soziales.

Auch bei Sat.1 konzentrierten sich die Doku-Soaps weitgehend auf die Kategorien Alltag/Beziehungen/Freizeit sowie Soziales. Dazu gehörten unter anderem die Titel „Allester im Einsatz“, „Besser Essen – Leben leicht gemacht“, „Deutschland wird schwanger“, „Im Namen der Liebe – Nachhilfe in Sachen Glück“, ebenso „Die Gerichtsvollzieher – Klingeln, Klopfen und Kassieren“ sowie die Coaching-Formate „Die Superlehrer“ und „Jugendcoach Oliver Lück“.

Je mehr sich Doku-Soaps auf Themen im Bereich intimer persönlicher oder familiärer Probleme richten und den dargestellten Situationen durch Dramatisierung und Emotionalisierung Spannungsimpulse geben, desto mehr Unterhaltungspotenzial ist ihnen auch zuzuschreiben. Daher verwundert es nicht, dass sie von Zuschauern weniger als Infor-

Themen in Doku-Soaps bei RTL

Themen aus der Kategorie Alltag/Beziehungen/Freizeit fanden sich in RTL-Sendungen wie „Einsatz in 4 Wänden Spezial“, „Unser neues Zuhause“, „Papa

⑦ **Akteure in den untersuchten Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) 2009**

	Anzahl der Auftritte					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Politiker	379	298	187	174	1 038	19	12	8	10	12
Repräsentant	176	172	99	117	564	9	7	4	7	7
Sachexperte	164	193	125	99	581	8	8	5	6	7
Journalist	60	55	51	25	191	3	2	2	1	2
Polizei/Militär	68	97	61	54	280	3	4	2	3	3
Prominenter	296	527	600	227	1 650	15	22	24	13	19
Alltagsbürger	827	1 109	1 369	1 060	4 365	42	45	55	60	50
Gesamt	1 970	2 451	2 492	1 756	8 669	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2009: 16.–22. März, 22.–28. Juni, 21.–27. September, 30. Nov.–6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

mations-, sondern ähnlich wie Daily-Talks und Daily-Soaps vorwiegend als Unterhaltungsangebote genutzt werden. (4)

Akteurprofile

Ein weiterer Untersuchungsaspekt betrifft die Frage, welche Präsenz und Struktur die Fernsehakteure in den untersuchten Angeboten hatten. Dazu wurden die Auftritte von Personen in den Sendungen und Themenbeiträgen erfasst und anhand ihrer Rollen und demografischen Merkmale klassifiziert. Im Unterschied zu Befragungen bei Personen lassen sich Akteurmerkmale in Fernsehsendungen aber nur soweit erfassen, wie sie gezeigt oder genannt werden. Außerdem gilt zu beachten, dass die Akteure in der Regel nicht in ihrer zeitlichen Präsenz (als Summe ihrer Auftrittsdauer), sondern durch die Anzahl der Sendungen und/oder der Beiträge, in denen sie auftreten, quantifiziert werden. Nachrichtensendungen mit kurzen thematisch unterschiedlichen Beiträgen und auch Magazinsendungen bieten formal gesehen daher mehr Auftrittschancen als monothematische Langzeitsendungen.

Auftritte, Rollen und demografische Merkmale der Akteure in nonfiktionalen Sendungen

Akteurprofile in nichttagesaktuellen Sendungen

Der Vergleich von Akteurprofilen im untersuchten Nonfictionangebot beschränkt sich im Folgenden auf nichttagesaktuelle Sendungen, damit bleiben die Nachrichtensendungen ausgeschlossen. (5) Akteure waren hierbei einzelne Personen, die an der Handlung bzw. dem dargestellten Ereignis teilhatten, Meinungsäußerungen abgaben und namentlich oder in einer Rollenordnung erkennbar waren. Die Untersuchungsbasis umfasst 8 669 Akteurauftritte. Im Folgenden werden die Akteurprofile für die verschiedenen Sendungsformen und Themenbereiche dargestellt, ohne sie im Rahmen dieses Beitrags weiter ausdifferenzieren. Dazu wurden die Akteurauftritte nach folgenden Kategorien klassifiziert: 1. Politiker als Amtsinhaber, 2. Repräsentanten einer Institution, Interessengruppe, eines Unternehmens, eines Vereins u. a., 3. Sachexperten, 4. Journalisten, 5. Polizei/Militär, 6. Prominente (Medien, Showbiz, Sport) und 7. diverse Alltagsbürger/Privatpersonen (gruppiert aus Durchschnittsmenschen, Personen in ausgewählten Berufsrollen

oder Familienrollen, Personen mit Namen oder anonymisiert, vom Durchschnitt abweichende Personen mit positiven oder negativen Besonderheiten) (vgl. Tabelle 7 und Abbildung 5).

Für die untersuchte Teilmenge des Nonfictionangebots ohne Nachrichten ergaben sich bei allen Sendern Akteurprofile, in denen Alltagsbürger/Privatpersonen in diversen Rollen am häufigsten vertreten waren. Im Sendervergleich unterschieden sich dabei jedoch die Gewichtungen. So entfielen auf Alltagsbürger bei der ARD (42%) und beim ZDF (45%) weniger Auftritte als bei RTL (55%) und Sat.1 (60%), dafür war die Präsenz von Politikern als größte Gruppe unter den Funktionsträgern – dazu zählen Politiker, Repräsentanten, Journalisten, Polizei/Militär – bei den öffentlich-rechtlichen Sendern stärker ausgeprägt als bei den privaten Sendern. Von allen Akteurauftritten entfielen auf Politiker bei der ARD 19 Prozent, beim ZDF 12 Prozent, bei RTL 8 Prozent und bei Sat.1 10 Prozent.

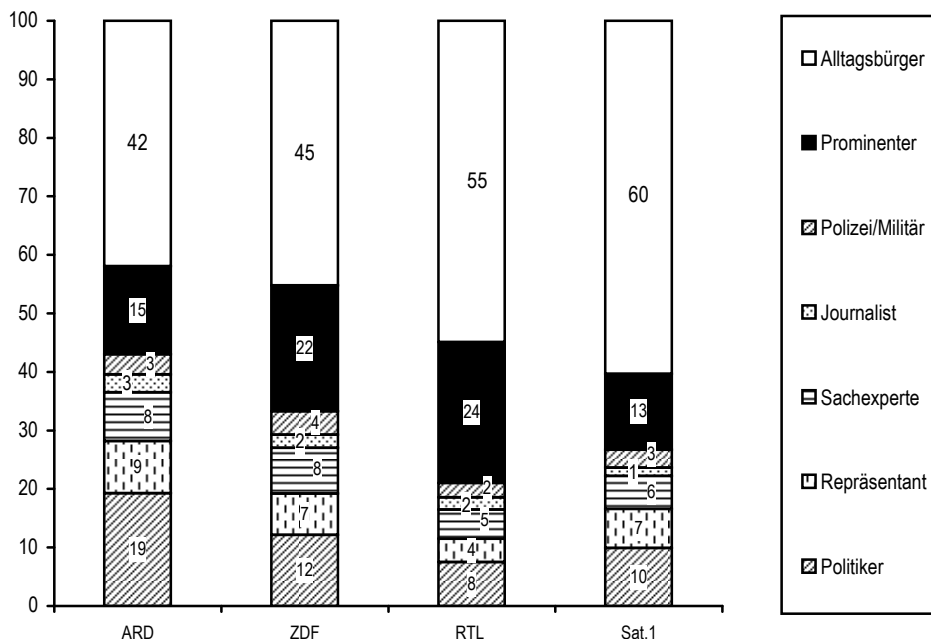
Alltagsbürger/Privatpersonen in diversen Rollen am häufigsten vertreten

Differenziert man die Akteurprofile wie vorher die Inhaltsprofile nach Sendungsformen, zeigen sich einige Zusammenhänge (vgl. Tabelle 8). Zunächst fällt auf, dass die Sender im Magazinangebot ähnliche Akteurprofile hatten: Auf Alltagsbürger/Privatpersonen entfiel etwa die Hälfte aller Auftritte, gefolgt von Prominenten und Politikern. In den monothematischen Sendungsformen mit Ausnahme der Übertragungen waren die Alltagsbürger/Privatpersonen ebenfalls insgesamt die am häufigsten vertretene Akteurekategorie. Dabei fällt zugleich auf, dass Politiker sowohl in den Dokumentationen, Berichten und Reportagen als auch in den Gesprächsformen deutlich häufiger bei der ARD als bei allen anderen Sendern auftraten. In den klassischen Reportagen entfielen bei ZDF, RTL und Sat.1 jeweils etwa zwei Drittel der Auftritte auf Alltagsbürger/Privatpersonen. In den Gesprächsformen unterschieden sich ARD und ZDF von RTL und Sat.1 nicht nur durch das Angebotsübergewicht, sondern ebenso durch den hohen Anteil der Politikerauftritte. Hier wirkte sich insbesondere das regelmäßige Angebot politischer Talkshows aus, die es bei den privaten Sendern nicht gab. Im Blick auf die Ereignisübertragungen, die bei den öffentlich-rechtlichen Sendern und bei RTL fast ausnahmslos zur Bundes-

Akteurprofile nach Sendungsformen

Abb. 5 Akteure in nonfiktionalen Angeboten 2009

Auftritte in %



Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.- 6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

tagswahl stattfanden, überrascht es nicht, dass ARD (79%) und ZDF (56%) wie auch RTL (71%) hier auf Höchstwerte der Politikerpräsenz kamen, während bei Sat.1 eine andere Ereigniskonstellation zu einem hohen Anteil Prominenter (52%) führte.

Die von RTL und Sat.1 angebotenen Doku-Soaps unterschieden sich mit ihren Akteurprofilen von allen anderen Sendungsformen zum einen durch ihre begrenzte Rollenbreite und zum anderen durch die starke Konzentration auf Alltagsbürger/Privatpersonen. Bei RTL entfielen auf Alltagsbürger/Privatpersonen 89 Prozent und bei Sat.1 95 Prozent der Akteurauftritte. Die übrigen Akteurauftritte beschränkten sich fast ausschließlich auf Sachexperten sowie Polizei und Behörden.

Zusammenhang zwischen Themen und Auftritten von Sachexperten

Der generelle Befund, dass Alltagsbürger/Privatpersonen in allen Sendungsformen mit Ausnahme der stark vom Ereignischarakter geprägten Übertragungen die höchste Präsenz erzielten, spiegelt sich auch in fast allen Themenbereichen wider (vgl. Tabelle 9). Nur im Themenbereich Politik im weitesten Sinne behaupteten sich Politiker im Ganzen gesehen etwas stärker, und im Themenreich Human Interest, Prominenz, Showbiz rangierten Prominente vor den Alltagsbürgern/Privatpersonen. Zusammenhänge zwischen Inhalt und Akteurrolle traten darüber hinaus insofern zutage, dass es typische Auftrittshäufungen bestimmter Rollen auf dem zweiten Rangplatz gab, so etwa bei den gesellschaftlichen Repräsentanten in Sendungen von ARD und ZDF mit Themenschwerpunkt Soziales, ebenso bei Sachexperten (hauptsächlich bei ARD und ZDF) und Prominenten (bei allen Sendern) im Themenbereich Kultur und Wissenschaft, ferner Re-

präsentanten und Sachexperten zu Themen aus Umwelt, Tier, Natur sowie Auftritte von Sachexperten zu Themen der Kategorie Katastrophen, Unglücke. Insgesamt folgen die Akteure mit spezifischen Funktionen somit den Ereignissen und Themen, denen sie in ihrer Rolle am meisten entsprechen. Dieser Zusammenhang erscheint naheliegend, zumal sich diese Themen nur sinnvoll mit den dazu gehörenden Funktionsträgern und Betroffenen in Handlung und Kommunikation umsetzen lassen.

Fazit

Fasst man die wesentlichen Befunde aus der Analyse nonfiktionaler Sendungsformen und ihrer Inhalte in der zuschauerstärksten Tageszeitphase zusammen, lässt sich Folgendes festhalten:

1. ARD und ZDF erwiesen sich als die Anbieter mit dem größten Umfang an Informationssendungen. Differenziert nach Sendungsformen dominierten bei ARD und ZDF Nachrichten und Magazine vor Gesprächsformen und klassischen Dokumentationen/Berichten/Reportagen, bei RTL Magazine vor Nachrichten und Doku-Soaps und bei Sat.1 Magazine vor Dokumentation/Reportage, ferner Doku-Soaps und Nachrichten. Sat.1 hatte mit Abstand das geringste Nachrichtenangebot.
2. Auf deutliche Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen verwiesen die Inhaltsprofile der Sender.

ARD und ZDF größte Anbieter von Information

– sowie von Themen aus Politik/Wirtschaft/Gesellschaft

⑧ Akteure nach Sendungsformen 2009

	Anzahl der Auftritte					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Magazin	1 495	1 857	1 960	1 200	6 512	100	100	100	100	100
Politiker	157	177	171	156	661	11	10	9	13	10
Repräsentant	145	162	88	99	494	10	9	4	8	8
Sachexperte	141	113	94	73	421	9	6	5	6	6
Journalist	26	26	50	13	115	2	1	3	1	2
Polizei/Militär	67	92	32	19	210	4	5	2	2	3
Prominenter	274	447	569	160	1 450	18	24	29	13	22
Alltagsbürger	685	840	956	680	3 161	46	45	49	57	49
Doku/Bericht/Reportage	258	237	215	367	1 077	100	100	100	100	100
Politiker	101	21	4	10	136	39	9	2	3	13
Repräsentant	22	-	10	17	49	9	-	5	5	5
Sachexperte	12	36	17	12	77	5	15	8	3	7
Journalist	21	8	1	5	35	8	3	0	1	3
Polizei/Militär	1	3	8	35	47	0	1	4	10	4
Prominenter	9	10	30	33	82	3	4	14	9	8
Alltagsbürger	92	159	145	255	651	36	67	67	69	60
Diskussion/Gespräch/										
Talk/Ansprache	121	230	9	17	377	100	100	100	100	100
Politiker	45	30	-	-	75	37	13	-	-	20
Repräsentant	7	6	-	1	14	6	3	-	6	4
Sachexperte	10	30	2	5	47	8	13	22	29	12
Journalist	13	17	-	1	31	11	7	-	6	8
Polizei/Militär	-	2	-	-	2	-	1	-	-	1
Prominenter	13	63	1	5	82	11	27	11	29	22
Alltagsbürger	33	82	6	5	126	27	36	67	29	33
Ereignisübertragung	96	124	17	56	293	100	100	100	100	100
Politiker	76	70	12	8	166	79	56	71	14	57
Repräsentant	2	3	-	-	5	2	2	-	-	2
Sachexperte	1	14	3	4	22	1	11	18	7	8
Journalist	-	4	-	5	9	-	3	-	9	3
Prominenter	-	7	-	29	36	-	6	-	52	12
Alltagsbürger	17	26	2	10	55	18	21	12	18	19
Doku-Soap	-	-	272	116	388	-	-	100	100	100
Repräsentant	-	-	1	-	1	-	-	0	-	0
Sachexperte	-	-	9	5	14	-	-	3	4	4
Journalist	-	-	-	1	1	-	-	-	1	0
Polizei/Militär	-	-	21	-	21	-	-	8	-	5
Alltagsbürger	-	-	241	110	351	-	-	89	95	90

Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.-6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Bei ARD und ZDF lag der Schwerpunkt auf Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte, bei RTL und Sat.1 auf Themen des Alltagslebens und zwischenmenschlicher Beziehungen vor Human Interest/Prominenz und Politik im weiteren Sinne.

Politikmagazinen, Hauptnachrichten und Nachrichtenmagazinen, journalistischen Gesprächsformen, klassischer Dokumentation/Bericht/Reportage und Ereignisübertragung (anlässlich Bundestagswahl).

**Starke Politikthemat-
isierung auch
in Magazinen und
Dokus**

3. In allen der Informationssparte zugeordneten Sendungsformen ausgenommen Boulevardmagazine entfiel auf Politikthematization bei ARD und ZDF mehr Gewicht als bei RTL und Sat.1, und zwar besonders stark ausgeprägt in den

4. In den nicht der Informationssparte zugeordneten Sendungsformen vom Typ Factual Entertainment unterschieden sich RTL und Sat.1 mit ihren Doku-Soaps von ARD und ZDF. Charakteristisch für diese Sendungsform war die Themenfokussierung auf Alltag, zwischenmenschliche Beziehungen und soziale Probleme.

**Doku-Soaps Domäne
von RTL und Sat.1**

⑨ Akteure nach Inhaltskategorien 2009

	Anzahl der Auftritte					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Politik i. w. S.	791	817	283	373	2 264	100	100	100	100	100
Politiker	341	267	133	133	874	43	33	47	36	39
Repräsentant	94	83	19	50	246	12	10	7	13	11
Sachexperte	72	94	20	34	220	9	12	7	9	10
Journalist	36	19	8	6	69	5	2	3	2	3
Polizei/Militär	7	12	-	6	25	1	1	-	2	1
Prominenter	9	16	6	4	35	1	2	2	1	2
Alltagsbürger	232	326	97	140	795	29	40	34	38	35
Soziales	97	53	131	107	388	100	100	100	100	100
Politiker	3	1	6	3	13	3	2	5	3	3
Repräsentant	17	10	7	10	44	18	19	5	9	11
Sachexperte	5	4	12	1	22	5	8	9	1	6
Journalist	1	-	1	-	2	1	-	1	-	1
Polizei/Militär	-	-	4	3	7	-	-	3	3	2
Prominenter	6	2	3	5	16	6	4	2	5	4
Alltagsbürger	65	36	98	85	284	67	68	75	79	73
Kultur/Wissenschaft/Natur	62	81	121	77	341	100	100	100	100	100
Politiker	1	2	6	8	17	2	2	5	10	5
Repräsentant	5	5	8	12	30	8	6	7	16	9
Sachexperte	22	22	6	9	59	35	27	5	12	17
Journalist	-	4	1	-	5	-	5	1	-	1
Prominenter	15	15	31	9	70	24	19	26	12	21
Alltagsbürger	19	33	69	39	160	31	41	57	51	47
Alltag/Beziehungen/Freizeit	115	341	621	536	1 613	100	100	100	100	100
Politiker	2	-	8	2	12	2	-	1	0	1
Repräsentant	9	22	11	12	54	8	6	2	2	3
Sachexperte	21	25	37	27	110	18	7	6	5	7
Journalist	1	5	2	4	12	1	1	0	1	1
Polizei/Militär	3	2	15	16	36	3	1	2	3	2
Prominenter	8	35	20	7	70	7	10	3	1	4
Alltagsbürger	71	252	528	468	1 319	62	74	85	87	82
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	510	663	974	393	2 540	100	100	100	100	100
Politiker	20	22	20	13	75	4	3	2	3	3
Repräsentant	14	8	17	8	47	3	1	2	2	2
Sachexperte	14	20	29	13	76	3	3	3	3	3
Journalist	19	19	35	15	88	4	3	4	4	3
Polizei/Militär	7	-	4	2	13	1	-	0	1	1
Prominenter	254	432	537	199	1 422	50	65	55	51	56
Alltagsbürger	182	162	332	143	819	36	24	34	36	32

(Fortsetzung nächste Seite)

**Viele Auftritts-
chancen von
Privatpersonen**

5. In allen vier Programmen zeigten die Akteurprofile der Sendungsformen (ohne Nachrichten) eine hohe Präsenz von Privatpersonen. Dabei kamen Privatpersonen bzw. Alltagsbürger häufiger in den privaten als in den öffentlich-rechtlichen Programmen vor. Umgekehrt fielen die Auftrittschancen von Politikern und Funktionsträgern aus Wirtschaft und Gesellschaft bei ARD und ZDF höher aus als bei RTL und Sat.1. Dagegen unterschieden sich öffentlich-rechtliche und private Sender wenig in der Präsenz Prominenter, die dem Gewicht der Boulevardmagazine entsprach und am stärksten die Human-Interest-Themen bestimmte.

6. Ähnlich, wie sich tendenziell Zusammenhänge zwischen Sendungsformen und Inhaltsprofilen zeigten, gab es entsprechende Zusammenhänge mit den Akteurprofilen. Während bei ARD und ZDF vor allem die bevorzugten Themen in Politikmagazinen und journalistischen Gesprächsformen den öffentlichen Funktionsträgern mehr Auftrittschancen verschafften, trugen bei RTL und Sat.1 die stärker betonten Alltagsthemen in nichtpolitischen Sendungen dazu bei, die Präsenz von Privatpersonen zu erhöhen, deren Anteil durch die Doku-Soaps noch verstärkt wurde.

**Stärkere Präsenz
von Funktionsträgern
bei ARD und ZDF**

9 Akteure nach Inhaltskategorien 2009 (Fortsetzung)

	Anzahl der Auftritte					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Kriminalität/Katastrophe	359	427	328	210	1 324	100	100	100	100	100
Politiker	8	4	14	13	39	2	1	4	6	3
Repräsentant	36	44	35	22	137	10	10	11	10	10
Sachexperte	29	24	21	15	89	8	6	6	7	7
Journalist	2	7	4	-	13	1	2	1	-	1
Polizei/Militär	51	82	38	27	198	14	19	12	13	15
Prominenter	1	2	2	-	5	0	0	1	-	0
Alltagsbürger	232	264	214	133	843	65	62	65	63	64
Sport	26	18	21	56	121	100	100	100	100	100
Politiker	1	1	-	2	4	4	6	-	4	3
Repräsentant	-	-	2	3	5	-	-	10	5	4
Prominenter	-	-	1	3	4	-	-	5	5	3
Alltagsbürger	25	17	18	48	108	96	94	86	86	89
Wetter	-	7	-	-	7	-	100	-	-	100
Sachexperte	-	3	-	-	3	-	43	-	-	43
Journalist	-	1	-	-	1	-	14	-	-	14
Prominenter	-	2	-	-	2	-	29	-	-	29
Alltagsbürger	-	1	-	-	1	-	14	-	-	14
Sonstiges	10	44	13	4	71	100	100	100	100	100
Politiker	3	1	-	-	4	30	2	-	-	6
Repräsentant	1	-	-	-	1	10	-	-	-	1
Sachexperte	1	1	-	-	2	10	2	-	-	3
Journalist	1	-	-	-	1	10	-	-	-	1
Polizei/Militär	-	1	-	-	1	-	2	-	-	1
Prominenter	3	23	-	-	26	30	52	-	-	37
Alltagsbürger	1	18	13	4	36	10	41	100	100	51

Untersuchungszeitraum 2009: 16.-22. März, 22.-28. Juni, 21.-27. September, 30. Nov.-6. Dezember, 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Journalistische Begleitung gesellschaftlich relevanter Themen vor allem bei ARD und ZDF

Im Ganzen fügt sich das Bild der Sendungsformen und Inhalte damit in die Reihe der vorausgegangenen Analysen öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme ein. Die journalistische Begleitung und Diskussion politisch und gesellschaftlich relevanter Fragen wird im Wesentlichen von ARD und ZDF angeboten, die damit gewährleisten, dass sich die Themen, Ereignisse und Meinungen im öffentlichen Leben hier umfangreicher und vielfältiger widerspiegeln können. Dem setzen die privaten Sender ein Angebot entgegen, in dem die Themen und Gefühle im Alltagsleben der Menschen den Vorrang haben und die Menschen häufiger selbst als Akteure Darstellungschancen erhalten.

Anmerkungen:

- 1) Zum ersten Teil vgl. Krüger, Udo Michael: Factual Entertainment – Fernsehunterhaltung im Wandel. Programmanalyse 2009 – Teil I: Sparten und Formen. In: Media Perspektiven 4/2010, S. 158–181.
- 2) Die im NRW-Kabelnetz ausgestrahlten Programme von RTL und Sat.1 unterscheiden sich von den bundesweit per Satellit empfangbaren Programmen durch werktäglich ausgestrahlte Regionalsendungen im Vorabendprogramm. Bei RTL wird statt des Boulevardmagazins „Explosiv“ das Regionalmagazin „Guten Abend RTL“ und bei Sat.1 statt der Fernsehserie „Niedrig und Kuhnt“ das Regionalmagazin „1730 live“ ausgestrahlt. Zum Angebot regionaler Fensterprogramme siehe Volpers, Helmut/Detlef Schnier/Uli Bernhard: Die Regionalfenster von RTL und Sat.1 in den Jahren 2008 und 2009. In: ALM Programmbericht 2009. Berlin 2010, S. 95–106.
- 3) Vgl. Krüger (Anm. 1).
- 4) Vgl. Hill, Annette: Reality TV. Audiences and popular television, Abingdon 2005, S. 178 ff. sowie die Ausführungen in Krüger (Anm. 1), S. 158f.
- 5) Zur Präsenz deutscher Politiker in den wichtigsten Nachrichtensendungen siehe den monatlich erscheinenden „InfoMonitor“ im Internetportal www.politik-digital.de, ebenso die Gesamtjahresbilanz bei Krüger, Udo Michael: InfoMonitor 2009: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. In: Media Perspektiven 2/2010, S. 50–72.

