

Programmanalyse 2009 – Teil 1:
Sparten und Formen

→ Factual Entertainment – Fernsehunterhaltung im Wandel

Von Udo Michael Krüger*

**Trend zu Hybrid-
formaten 2009
fortgesetzt**

Die Programmentwicklung auf dem deutschen Fernsehmarkt war in den vergangenen Jahren besonders durch ein wachsendes Angebot von Hybridformaten gekennzeichnet. Man versteht darunter im weitesten Sinne Formate des Reality-TV, die mit dokumentarischen Stilmitteln die Grenzen herkömmlicher Sendungsformen überschreiten, dabei Information mit Unterhaltung und Wirklichkeit mit Fiktion vermischen. In den Programminformationen der Sender werden Hybridformate als Reportage-Reihe, Doku-Reihe, Doku-Soap, Dokutainment, Doku-Drama oder Real-Life-TV angekündigt. Je mehr sich die Grenzen zwischen klassischer Reportage und Doku-Reihe sowie Doku-Soap und Scripted Doku-Soaps auflösen, desto schwieriger wird es, diese Formate in herkömmlichen Programmkategorien angemessen zu erfassen. Nachdem sich dieser Trend im Programmjahr 2009 fortgesetzt hat, stellt sich für die Programmanalyse die Frage, wie Hybridformate in der Sendungscodierung behandelt werden können, ohne das auf Langzeitvergleiche angelegte Grundkonzept zu verändern. Dass eine Neujustierung der Sendungsformen angebracht erscheint, wird deutlich, wenn man die Auswirkungen der großflächigen Realityformate auf die Senderprofile betrachtet. So erhöht sich der Informationsanteil eines Senders drastisch, wenn er sein Tagesprogramm und teilweise auch Hauptabendprogramm mit Doku-Soaps füllt und diese in der Form von Reportagen als Informationssendungen ausweist.

**Dokuformate aus GB
und USA importiert**

Die im Laufe der letzten zehn Jahre aus Großbritannien und den USA importierten und adaptierten Dokuformate vermischen zwar informative und unterhaltende Eigenschaften, doch welche Bedeutung und Funktion ihnen primär zugeschrieben werden kann, wird nicht einheitlich gesehen. Allerdings besteht in einem Punkt weitgehend Klarheit: Mit klassischem professionellen Journalismus haben Hybridformate nichts gemeinsam. (1) Die Varianten des Reality-TV werden eher als eine Weiterentwicklung im Bereich der populären Fernsehunterhaltung kommerzieller Sender betrachtet. Mit ihnen wurden sukzessive verbrauchte Formate der Daily Talks, Daily Soaps, Sitcoms und Gerichtsshow ersetzt.

Ob und wie sich Hybridformate auf den Dimensionen Information versus Unterhaltung und Fiction versus Fiction lokalisieren und gegebenenfalls in eine Richtung auflösen lassen, ist nicht nur eine

methodische Frage, sondern auch davon abhängig, aus welcher Perspektive man ihre Entwicklung und Ausweitung betrachtet. Angelsächsische Autoren sprechen angesichts der Ausweitung hybrider Dokuformen auch von einer „postdocumentary culture“, die einestheils als Schwächung der öffentlichkeitsorientierten Informationsfunktion (2) und andernteils als Erweiterung des kreativen Gestaltungsspielraums gesehen werden kann. (3)

John Corner unterscheidet dabei drei Varianten der Dokumentation, die man verkürzt unter dem Begriff der klassischen journalistischen Dokumentationsform subsumieren kann: 1. Dokumentation im Dienst demokratischer Systemstabilisierung („The Project of Democratic Civics“), 2. investigativer Journalismus („Documentary as Journalistic Inquiry and Exposition“) und 3. Dokumentation als Diskurs („Documentary as Radical Interrogation and Alternative Perspective“). (4) Diesen drei Funktionen sei inzwischen die Dokumentation zur Zerstreuung („Documentary as Diversion“) als vierte Funktion hinzuzufügen. Letztere beherrsche in einer Reihe von Ländern eine Kategorie von Fernsehformaten, die man unter dem Begriff „popular factual entertainment“ zusammenfassen könne. Mit dem Einsatz dokumentarischer Stilmittel werden zunehmend die Unterhaltungsfunktionen etablierter Fictionformen überlagert. Dabei wirken sich Anleihen aus, die von Doku-Soaps bei der Soap-Opera und neueren Talkshows gemacht werden konnten. (5) Zu den Charakteristika der „Dokumentation zur Zerstreuung“ gehört unter anderem die Selbstdarstellung der Teilnehmer. Aus Corners Sicht ist die neue Funktion der Doku-Soap als Mittel der Zerstreuung symptomatisch für eine Krise der Öffentlichkeit und der „Public Values“. (6)

**„Dokumentation
zur Zerstreuung“**

Empirisch hat sich Annette Hill in einer von ESRC, ITC und Channel 4 geförderten Studie mit dem Publikum von Realityformaten befasst und damit einen richtungsweisenden Beitrag zur Einschätzung der Funktionen von Hybridformaten geleistet. Sie kommt zu dem Schluss: „Realityformate (popular factual programmes) können gleichzeitig unterhaltende und informierende Elemente enthalten. Die Zuschauer nehmen diese Formen allerdings vornehmlich als Unterhaltung wahr.“ (7) Diese Folgerung basiert auf Befunden aus einer repräsentativen Befragung von Erwachsenen und Kindern sowie qualitativen Tiefeninterviews, in denen zahlreiche Realityformate von den Befragten nach ihrem Nutzen bzw. Gebrauchswert zu beurteilen waren und die Einstellungen und Motive der Zuschauer solcher Hybridformate untersucht wurden.

**Zuschauer nehmen
Realityformate vor
allem als Unterhal-
tung wahr**

Doku-Soaps charakterisiert Hill mit Verweisen auf diverse Quellen auch als so genannte „Fly-on-the-wall“-Dokumentationen, „Soap-docs“ oder „Reality-soaps“, von denen es in den Hauptkanälen des britischen Fernsehens zwischen 1995 und 1999 etwa 65 unterschiedliche Reihen gab, die es auf bis zu 12 Millionen Zuschauer brachten. Diese Form der Doku-Soap ist eine Kombination aus beobachtender Reportage und „character-driven drama“, wäh-

**Plottechnik der
Soap-Opera in
Dokumentationsform
übertragen**

* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln

rend es sich bei neueren Formen mehr um „factual soaps“ und Akteurdramen handele, denen nichts zu banal sei. Dabei wird die Plotttechnik der Soap-Opera in eine Dokumentationsform übertragen. (8) Zahlreiche Konzepte und Produktionen stammten von der BBC, darunter bekannte, in anderen Ländern adaptierte Titel wie „Children’s Hospital“ oder „Changing Rooms“, die auf den Alltagsmenschen und ihre privaten Interessen wie Garten, Kochen, Mode oder Wohnungseinrichtung gerichtet waren. Da viele solcher Titel in adaptierter Form auch in Deutschland ausgestrahlt werden, liegt es nahe, den Kernbefund der Hill-Studie auch auf die Hybridformate im deutschen Fernsehen anzuwenden. Ernüchternd räumt die Studie von Hill auch mit der optimistischen Einschätzung auf, Realityformate würden den Zuschauern Wissens- und Lerninhalte vermitteln. (9) Die Wissensinhalte des Alltags werden zwar nicht in Zweifel gezogen. Insgesamt würden Zuschauer diese Sendungen jedoch anschauen, um unterhalten, nicht informiert zu werden. Außerdem hätten die Zuschauer inzwischen gelernt, wie wenig man dem Wahrheitsgehalt solcher Formate trauen kann. (10) Während 90 Prozent der britischen Bevölkerung den Nachrichten bescheinigten, wahrgemäß zu berichten, glaubten nur 42 Prozent, dass auch Doku-Soaps Realität abbilden. (11)

Trennung zwischen Nachrichten, Info/Dokumentation und populären Dokuformaten sinnvoll

Mit der empirischen Studie von Hill lässt sich die Trennung zwischen Nachrichtensendungen, Sendungen der Kategorie aktuelle Information und Dokumentationen als klassische Informationsformen einerseits und den populären Dokuformaten des Factual Entertainment andererseits auch aus der Zuschauerperspektive stützen. Bisher war die Zuordnung der Dokuformate zur Unterhaltungsfunktion jedoch in der deutschsprachigen Forschung noch nicht üblich. (12) Auch in der AGF-Sendungscodierung werden die Doku-Soaps von den privaten Sendern als Reportage/Dokumentation unter der Sparte Information/Infotainment ausgewiesen. In der ALM-Programmanalyse werden Sendetitel, die dem Genre Doku-Soap entsprechen, als Reportagen oder Dokumentationen dem größeren Bereich der „Fernsehpublizistik“ untergeordnet. (13) Die oben zitierten Forschungsarbeiten aus dem angelsächsischen Raum und der in jüngster Zeit deutlich angewachsene Umfang derartiger Hybridformate vor allem in den Programmen der deutschen Privatsender lassen es nunmehr notwendig erscheinen, diese Sendungsformate als eigenständige Subkategorie Factual Entertainment innerhalb der Kategorie Unterhaltung auszuweisen.

Kriterien der Kategorisierung

Bei der Kategorisierung im Rahmen der Programmanalyse scheint es sinnvoll und erforderlich, zwischen klassischer Reportage/Dokumentation und neuen Dokuformaten zu unterscheiden.

Für die klassische Reportage und Dokumentation kommen folgende Kriterien in Betracht:

– Professionelle Journalisten beobachten, berichten, beschreiben, erklären ein authentisches Ereignis;

argumentieren ein Thema; untersuchen einen Sachverhalt.

- Das Ereignis ist singulär und hat in der Regel einen medienexternen Anlass; es wird nicht vom Medium selbst geschaffen; es ist öffentlich.
- Das Ereignis hat gesellschaftliche Relevanz im Sinne seiner Konsequenzen und weitreichenden Betroffenheit.
- Ort und Zeit sind vom Ereignis, Thema, Sachverhalt abhängig.
- Nichtjournalistische Akteure treten in Rollen auf, die sich ohne Eingriff des Mediums aus dem Ereignis, Thema, Sachverhalt ableiten.
- Nachinszenierungen sind für den Zuschauer kenntlich gemacht.
- Die Gestaltungsweise orientiert sich an sachlich-kognitiver Informationsvermittlung und meidet eher expressiv-emotionale Elemente.

Die Doku-Soap definiert sich vor allem über folgende Aspekte:

- Doku-Soaps werden als Auftragsproduktion in Staffeln oder Reihen seriell produziert.
- Es fehlt in der Regel ein direkter Bezug zu einem medienexternen Ereignis, das wegen seiner öffentlichen Bedeutung zu journalistischer Berichterstattung führt.
- Der Sender selbst bestimmt das Leitthema nach eigenen Selektionskriterien, die programmstrategisch an der Zuschauerakzeptanz ausgerichtet sind.
- Ort und Zeit werden vom Produzenten nach eigenen Kriterien bestimmt.
- Um den Charakter der klassischen Reportage bzw. Dokumentation zu imitieren, werden dokumentarische Stilmittel verwendet, zum Beispiel bewegte Kamera, Akteure sprechen an der Kamera vorbei. Die „natürliche“ Umgebung und die dem Sozialmilieu entsprechende Alltagssprache sollen den dokumentarischen Charakter unterstützen. Die postproduktive Phase bietet einen großen Spielraum, das gezeigte Geschehen entsprechend zu gestalten.
- Bei der Themenwahl stehen vorzugsweise Themen aus dem privaten Alltagsleben im Vordergrund.
- Affekte und Emotionen spielen eine wichtige Rolle. Die szenischen Darstellungen zielen auf Vermittlung von Emotionalität.
- Je nach Handlungsrahmen und Variante der Doku-Soap erfolgt die Besetzung der Akteursrollen. So werden Experten für Protagonisten-Rollen und Laien für Betroffenen-Rollen per Casting ausgewählt.

Das Doku-Drama definiert sich über folgende Charakteristika:

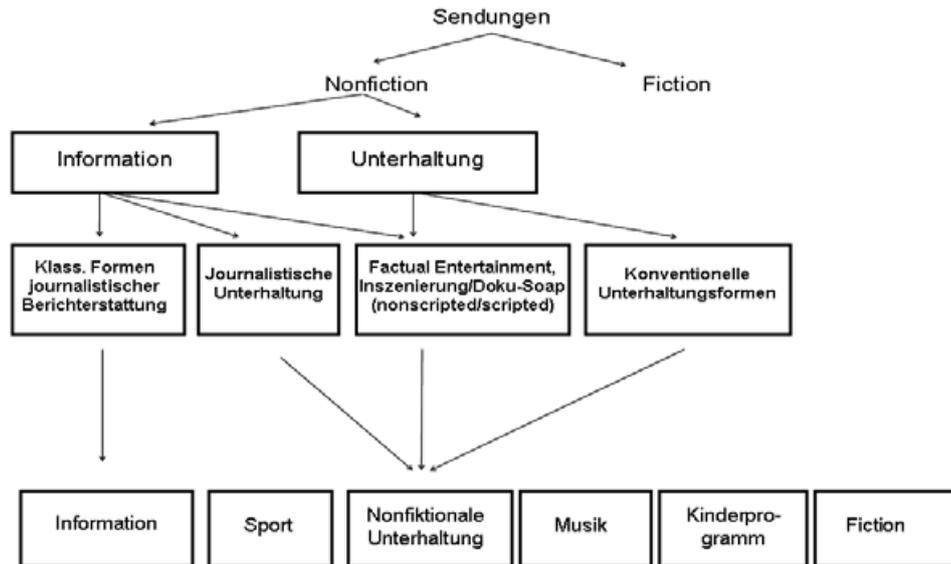
- Das Doku-Drama – auch Scripted Doku-Soap – wird wie die Doku-Soap seriell produziert, es steht jedoch als Hybrid der Sparte Fiction näher.
- Das Doku-Drama rückt einen Konflikt in den Mittelpunkt und zielt auf starke emotionale Erregung, um die Spannung und den Reiz, die die Zuschauer daraus gewinnen können, zu erhöhen.

Aspekte der Doku-Soap

Charakteristika des Doku-Dramas

Klassische Reportage und Dokumentation

Abb.1 Hybridformate im Spartenmodell der Programmanalyse 2009



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

- Darstellungssituationen aus dem Alltag werden durch einen Plot vorgegeben, natürliche Handlungen durch Konfliktkonstruktion ersetzt, Emotionalität dramatisch zugespitzt. Da dies mit Laien nur begrenzt oder gar nicht erreicht werden kann, treten als Akteure teilweise oder ganz professionelle Darsteller in Rollen auf.
- Die Konfliktdarstellung ist stark szenisch, expressiv mit Affekten aufgeladen, die bis zur Gewaltausübung reichen können. Auch hier wird zum Teil noch ein dokumentarischer Charakter durch einen handlungsbegleitenden Off-Sprecher imitiert. Im Vordergrund stehen allerdings die Dialoge der Akteure, die mit Alltags- und teils Vulgärsprache den Anschein von Authentizität der gezeigten Situation unterstreichen sollen.

Doku-Soaps als Factual Entertainment innerhalb der Sparte nonfiktionale Unterhaltung

Geht man vom langfristig angewandten Spartenmodell der Programmanalyse aus und orientiert sich an den Argumenten des angelsächsischen Diskurses und den empirischen Befunden zur Typologie und Nutzung der Hybridformate, lassen sich die Doku-Soaps auch in den deutschen Programmen als Factual Entertainment klassifizieren. Zusätzlich zu den Formaten der journalistischen Unterhaltung und der konventionellen Unterhaltung werden die Formate des Factual Entertainment der Sparte der nonfiktionalen Unterhaltung zugeordnet. Diese Sparte wird damit vielfältiger und breiter als bisher und klar von der Sparte Information abgegrenzt (vgl. Abbildung 1).

Diese Neujustierung der Programmanalyse bedeutet für die Langzeitreihe eine Zäsur. Die Änderungen in der Codierung wirken sich erwartungsgemäß auf die Spartenstruktur aus, daher lassen sie ohne Recodierung für die betroffenen Sparten

Information und nonfiktionalen Unterhaltung auch keine Vergleiche mit den Ergebnissen aus Vorjahren zu. (14) Aus diesem Grund wird in diesem Beitrag eine recodierte Version der Spartenprofile und betroffenen Sendungsformen rückwirkend für die Jahre 2007 und 2008 dargestellt.

Nach wie vor bilden die Sendungslisten der AGF-Sendungscodierung mit Sendetitel und Zeitangaben den Rohdateninput. Noch stärker als in den Vorjahren weicht die Programmanalyse damit jedoch von der AGF-Spartencodierung ab. Eine Änderung der Ergebnisdarstellung im Vergleich zu den Vorjahren besteht darin, dass der Untersuchungsteil, der sich auf die Informationsangebote auf Beitragsebene bezieht und eine vierwöchige Stichprobe zur Grundlage hat, in einem getrennten Beitrag präsentiert wird. (15)

Spartenprofile im Programmjahr 2009

Der Ereignishintergrund des Programmjahres 2009 wurde unter anderem durch die Bundestagswahl im September, flankiert von mehreren Landtagswahlen, mitgeprägt. Ähnlich wie im Wahljahr 2005 konnte man daher auch eine stärkere Gewichtung politischer Themen in den Informationsangeboten der Fernsehprogramme erwarten. Außerdem hatte gegenüber dem Vorjahr, in dem die Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Spiele eine größere Rolle spielten, auch der Sport weniger Einfluss auf die Programmgestaltung. Diese periodisch auftretenden Großereignisse wirken sich allerdings nur auf die Profile der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme in leichten Schwankungen aus. Dagegen sind solche Programmveränderungen, die durch Substitution alter durch neue Formate entstehen, deutlich wahrnehmbar. Hier zeigen sich vor allem die Effekte der geänderten Codierung im Programmjahr 2009 und 2008.

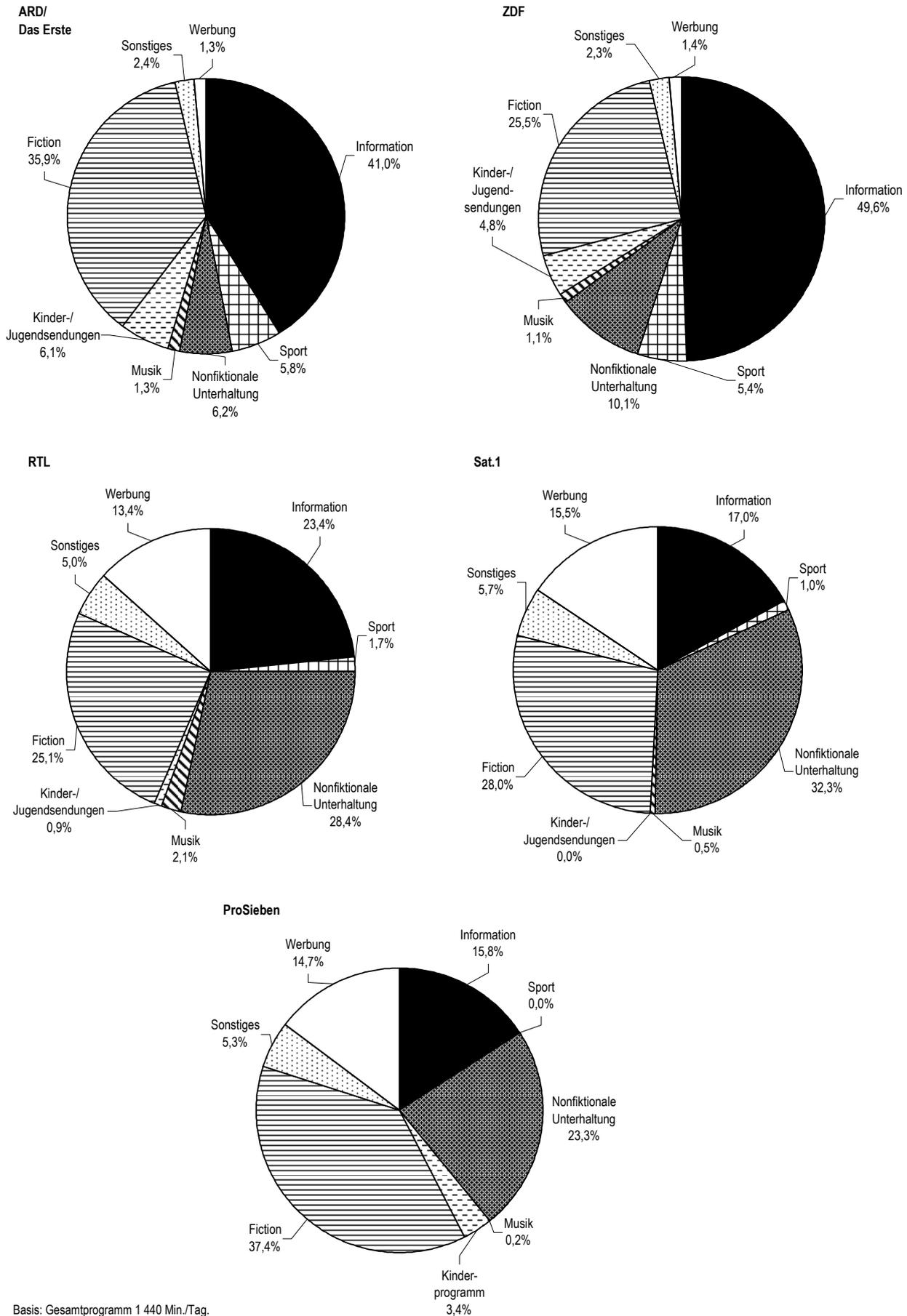
Sendungslisten der AGF-Sendungscodierung weiterhin als Basis

41 Prozent Informationsanteil bei ARD/Das Erste	Im Jahr 2009 entfielen bei der ARD auf Informationsangebote 41,0 Prozent der Gesamtsendedauer, dies entspricht im Durchschnitt 591 Minuten täglich (vgl. Abbildung 2 und Tabelle 1). An zweiter Stelle rangierte unverändert das Fictionangebot mit 35,9 Prozent (517 Minuten pro Tag). Die übrige Sendezeit verteilte sich auf nonfiktionale Unterhaltung (6,2%), Kinderprogramm (6,1%), Sport (5,8%), und Musik (1,3%) sowie auf Sonstiges (2,4%) und Werbung (1,3%). Im ARD-Spartenprofil bilden somit die klassischen Informations- und Fictionangebote nach wie vor die dominanten Programmschwerpunkte.	Unterhaltung kehrte sich hierdurch gegenüber dem Vorjahr um. Auf nonfiktionale Unterhaltungsangebote entfielen bei Zurechnung der Doku-Soaps im Jahr 2009 23,3 Prozent (336 Min./Tag) der Sendezeit. Davon unberührt behauptete sich ProSieben weiterhin als größter Fictionanbieter (37,4%, 539 Min./Tag). Dem Kinder-/Jugendprogramm ließen sich 3,3 Prozent der Sendezeit zurechnen. Die übrigen redaktionellen Sparten Sport (0,0%) und Musikangebote (0,2%) hatten nur einen marginalen Stellenwert. Der Anteil für Sonstiges, hauptsächlich eigene Senderpromotion, fiel mit 5,3 Prozent ähnlich aus wie bei RTL und Sat.1. Der Werbeanteil (14,7%; 211 Min./Tag) erreichte bei ProSieben eine ähnliche Größenordnung wie bei Sat.1.
Beim ZDF knapp 50 Prozent Information	Das ZDF kam im Jahr 2009 auf einen Informationsanteil von 49,6 Prozent (714 Min./Tag). Der Fictionanteil betrug 25,5 Prozent (367 Min./Tag). Die übrige Sendedauer verteilte sich auf nonfiktionale Unterhaltung (10,1%), Sport (5,4%), Kinderprogramm (4,8%) und Musik (1,1%), hinzu kommen die Anteile für Sonstiges (2,3%) und Werbung (1,4%). Auch im ZDF sind die klassischen Informations- und Fictionangebote die Hauptkomponenten, hier allerdings mit größerem Gewicht des Informationsangebots.	Der Programmvergleich anhand dieser Spartenprofile zeigt, dass sich die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme von den Programmangeboten privater Sender deutlich unterscheiden. Der Vergleich mit den recodierten Spartenprofilen der Jahre 2007 und 2008 belegt zudem, dass die Funktionsschwerpunkte der Sender so gut wie unverändert geblieben sind. Verändert haben sich die operativen Programmstrategien der privaten Sender durch Innovationen im Bereich der Fernsehunterhaltung.
RTL: Nonfiktionale Unterhaltung mit größtem Anteil	Im RTL-Spartenprofil belief sich 2009 der Informationsanteil ohne die Doku-Soaps auf 23,4 Prozent (337 Min./Tag). Die meiste Sendezeit entfiel auf die Sparte nonfiktionale Unterhaltung (28,4%, 408 Min./Tag), die neben den Formaten der konventionellen Unterhaltung nun auch die Hybridformate des Factual Entertainment einschließt. Weitere 25,1 Prozent verteilten sich auf Fictionangebote. Diese drei ungefähr gleich stark vertretenen Sparten bildeten die Säulen des redaktionellen RTL-Programms, während für Sport (1,7%), Musikangebote (2,1%) und das Kinderprogramm (0,9%) relativ wenig Sendezeit übrig blieb. Auf Sonstiges, hauptsächlich eigene Programmwerbung durch Trailer, entfielen weitere 5,0 Prozent und auf Werbung 13,4 Prozent (193 Min./Tag) der Sendezeit.	Sendungsformen Bei Aufschlüsselung der Gesamtsendezeit nach Sendungsformen, auf die sich das Spartenmodell wesentlich stützt, werden die charakteristischen Profilunterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen konkreter sichtbar. (16) Betrachtet man die Sendungsformen zunächst in gruppierter Darstellung ohne detaillierte Ausdifferenzierung und ohne Verknüpfung mit Programmsparten, zeigt sich bereits, wie die Sender die nonfiktionalen und fiktionalen Fernsehformate unterschiedlich verwenden, um ihre publizistischen Funktionen und kommerziellen Ziele operativ umzusetzen (vgl. Tabelle 2).
Sat.1: Noch stärkere Unterhaltungsorientierung	Im Spartenprofil von Sat.1 betrug der Informationsanteil 17,0 Prozent (244 Min./Tag) der Gesamtsendezeit. Noch stärker als bei RTL war bei Sat.1 die Unterhaltungsorientierung ausgeprägt. Allein die nonfiktionale Unterhaltung (32,3%, 466 Min./Tag) trug dazu fast ein Drittel der täglichen Sendezeit bei. Zusammen mit den Fictionsendungen (28,0 Prozent, 403 Min./Tag) kam das Unterhaltungsangebot bei Sat.1 auf 60 Prozent der Gesamtsendezeit. Andere redaktionelle Sparten wie Sport (1,0%), Musikangebote (0,5%) und Kinderprogramm (0,0%) hatten kaum nennenswerte Anteile. Auf Sonstiges, im Wesentlichen Eigenwerbung, entfielen 5,7 Prozent. Der Anteil für kommerzielle Werbung machte 15,5 Prozent (224 Min./Tag) aus.	Bei den Sendungsformen, die dem Nonfictionangebot zugeordnet werden, treten nicht nur die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern im Umfang, sondern ebenso in der Präferenz für bestimmte Formen zutage. So erhalten die konventionellen bzw. klassischen Formen journalistischer Berichterstattung über Ereignisse der öffentlichen Sphäre bei ARD und ZDF wesentlich mehr Sendezeit als bei RTL, Sat.1 und ProSieben. Umgekehrt verwenden die Privatsender für neuere Formen, in denen weniger berichtet als dargestellt wird und das Dargestellte vorzugsweise in die private Sphäre verlagert wird, mehr Sendezeit als die öffentlich-rechtlichen Sender.
ProSieben: Geringster Informationsanteil, größter Fictionanbieter	Bei ProSieben war im Vergleich zu allen anderen Programmen der geringste Informationsanteil (15,8%; 227 Min./Tag) zu verzeichnen. Wie bei RTL wirkte sich auch hier die Ausgrenzung der Doku-Soaps deutlich auf das Spartenprofil aus. Die Größenrelation der Sparten Information und nonfiktionale	Während 2009 der Anteil der Nachrichten bei ARD (9,3%) und ZDF (9,6%) knapp ein Zehntel der Gesamtsendezeit betrug, machte er bei RTL (4,0%) weniger als die Hälfte aus und erreichte bei Sat.1 (1,2%) sowie ProSieben (0,9%) nur noch einen marginalen Umfang. Auch bei den Magazinen la-

Klassische journalistische Formen stärker bei ARD und ZDF

ARD und ZDF mit erheblich mehr Nachrichten und Magazinen

Abb. 2 Programmsparten 2009
 Anteil an der Sendedauer in %



Basis: Gesamtprogramm 1 440 Min./Tag.
 Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2009.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

① Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2007 bis 2009*

	Sendedauer in Min./Tag			in %		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
ARD/Das Erste						
Information	586	582	591	40,7	40,4	41,0
Sport	86	112	84	6,0	7,8	5,8
Nonfiktionale Unterhaltung	96	92	89	6,7	6,4	6,2
Musik	23	18	18	1,6	1,3	1,3
Kinder-/Jugendsendungen	73	72	87	5,0	5,0	6,1
Fiction	520	510	517	36,1	35,4	35,9
Sonstiges	35	34	35	2,5	2,4	2,4
Werbung	21	20	19	1,4	1,4	1,3
Gesamt Minuten/Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
ZDF						
Information	683	659	714	47,5	45,8	49,6
Sport	85	101	77	5,9	7,0	5,4
Nonfiktionale Unterhaltung	120	162	145	8,4	11,3	10,1
Musik	19	17	16	1,4	1,2	1,1
Kinder-/Jugendsendungen	74	61	69	5,2	4,2	4,8
Fiction	403	387	367	28,0	26,9	25,5
Sonstiges	33	33	33	2,3	2,3	2,3
Werbung	21	20	20	1,4	1,4	1,4
Gesamt Minuten/Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
RTL						
Information	290	309	337	20,1	21,4	23,4
Sport	25	22	24	1,8	1,5	1,7
Nonfiktionale Unterhaltung	365	335	408	25,4	23,2	28,4
Musik	24	33	30	1,7	2,3	2,1
Kinder-/Jugendsendungen	18	19	14	1,2	1,3	0,9
Fiction	351	359	361	24,4	25,0	25,1
Sonstiges	67	68	72	4,7	4,7	5,0
Werbung	299	296	193	20,8	20,6	13,4
Gesamt Minuten/Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
Sat.1						
Information	267	240	244	18,5	16,7	17,0
Sport	10	8	14	0,7	0,6	1,0
Nonfiktionale Unterhaltung	454	426	466	31,5	29,6	32,3
Musik	8	15	7	0,6	1,1	0,5
Kinder-/Jugendsendungen	2	1	1	0,2	0,1	0,0
Fiction	375	443	403	26,0	30,7	28,0
Sonstiges	76	90	82	5,3	6,3	5,7
Werbung	248	216	224	17,2	15,0	15,5
Gesamt Minuten/Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
ProSieben						
Information	236	223	227	16,4	15,5	15,8
Sport	5	3	0	0,3	0,2	0,0
Nonfiktionale Unterhaltung	425	335	336	29,5	23,3	23,3
Musik	6	16	3	0,4	1,1	0,2
Kinder-/Jugendsendungen	49	50	48	3,4	3,5	3,3
Fiction	419	540	539	29,1	37,5	37,4
Sonstiges	78	75	76	5,4	5,2	5,3
Werbung	221	198	211	15,4	13,7	14,7
Gesamt Minuten/Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0

* 2007 und 2008 abweichend von Vorjahren recodiert.

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

② **Sendungsformen¹⁾ 2007 bis 2009***

in Min./Tag und %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
in Min./Tag															
Nachrichten ²⁾	135	132	135	136	136	138	56	56	57	42	35	18	11	12	12
Magazin/Ratgeber	347	341	331	442	456	478	198	226	254	199	185	190	188	197	213
Reportage/Dokumentation	131	132	129	136	114	129	51	35	39	23	14	39	32	10	23
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	42	39	41	34	40	37	220	215	291	149	229	288	176	119	124
Ereignisübertragung	59	74	62	55	72	57	15	17	18	8	6	10	8	4	4
Talk/Diskussion/Ansprache	39	52	52	76	80	81	49	50	33	104	102	34	83	67	39
Ratespiel/Quiz/Gameshow	24	27	29	11	10	11	14	16	10	133	41	65	50	36	38
Show/Darbietung	46	39	38	36	39	34	97	79	94	79	78	86	125	130	112
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	305	296	329	228	187	190	99	112	106	116	149	129	279	298	320
Fernsehserie	247	243	232	226	247	230	270	267	268	260	295	274	188	290	267
Sonstige redakt. Formen ³⁾	9	9	7	4	4	3	4	3	3	2	1	2	2	2	1
Sonstiges ⁴⁾	35	34	35	36	35	33	67	68	72	76	90	82	78	75	76
Werbung	21	20	19	21	20	20	299	296	193	248	216	224	221	198	211
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
in %															
Nachrichten ²⁾	9,3	9,2	9,3	9,5	9,5	9,6	3,9	3,9	4,0	2,9	2,4	1,2	0,8	0,8	0,9
Magazin/Ratgeber	24,1	23,7	23,0	30,7	31,7	33,2	13,7	15,7	17,7	13,8	12,8	13,2	13,0	13,7	14,8
Reportage/Dokumentation	9,1	9,2	9,0	9,4	7,9	8,9	3,6	2,5	2,7	1,6	1,0	2,7	2,2	0,7	1,6
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	2,9	2,7	2,9	2,4	2,8	2,6	15,3	14,9	20,2	10,4	15,9	20,0	12,2	8,3	8,6
Ereignisübertragung	4,1	5,2	4,3	3,8	5,0	3,9	1,1	1,2	1,3	0,6	0,4	0,7	0,6	0,3	0,3
Talk/Diskussion/Ansprache	2,7	3,6	3,6	5,2	5,6	5,6	3,4	3,5	2,3	7,2	7,1	2,4	5,8	4,7	2,7
Ratespiel/Quiz/Gameshow	1,7	1,9	2,0	0,8	0,7	0,8	1,0	1,1	0,7	9,5	2,8	4,5	3,5	2,5	2,6
Show/Darbietung	3,2	2,7	2,7	2,5	2,7	2,4	6,8	5,5	6,5	5,5	5,4	6,0	8,7	9,0	7,8
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	21,2	20,6	22,8	15,8	13,0	13,2	6,9	7,8	7,4	8,1	10,3	9,0	19,4	20,7	22,2
Fernsehserie	17,2	16,9	16,1	15,7	17,1	15,9	18,7	18,5	18,6	18,1	20,5	19,1	13,0	20,2	18,5
Sonstige redakt. Formen ³⁾	0,6	0,6	0,5	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0
Sonstiges ⁴⁾	2,4	2,3	2,4	2,5	2,4	2,3	4,7	4,7	5,0	5,3	6,3	5,7	5,4	5,2	5,3
Werbung	1,4	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	20,8	20,6	13,4	17,2	15,0	15,5	15,4	13,7	14,7
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	100,0	100,0	100,0

* 2007 und 2008 abweichend von Vorjahren recodiert.

- 1) Sparte Kinderprogramm aufgelöst.
- 2) Nachrichten incl. Kurznachrichten aus Frühstücksfernsehen.
- 3) Einschließlich Wetterinfo.
- 4) Trailer, Überleitungen, Restzeitfüller.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

gen die öffentlich-rechtlichen deutlich vor den privaten Sendern. Das ZDF (33,2%) bestritt ein Drittel seines Programms mit Magazinformaten, Das Erste (23,0%) knapp ein Viertel, während RTL (17,7%), Sat.1 (13,2%) und ProSieben (14,8%) ungefähr bei einem Sechstel lagen. Ebenso klar – und dies infolge der Abgrenzung klassisch-journalistischer Reportagen und Dokumentationen von neueren Mischformen mit unterhaltenden und informativen Gestaltungselementen – fiel der Unterschied zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern bei den Reportagen/Dokumentationen aus. Während ARD (9,0%) und ZDF (8,9%) hier wie beim Nachrichtenangebot auf knapp ein Zehntel der Gesamt- sendezeit kamen, lag das in der journalistischen Machart vergleichbare Angebot bei RTL (2,7%), Sat.1 (2,7%) und ProSieben (1,6%) unter der 3-Prozent-Marke. Demgegenüber weist die Verteilung der

Sendezeit auf Realityformate vom Typ Doku-Soap/Inszenierung (einschließlich Gerichtsshow) in die entgegengesetzte Richtung. Für Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen verwendeten ARD (2,9%) und ZDF (2,6%) weniger als drei Prozent ihrer Gesamt- sendezeit, während RTL diesen Formaten – haupt- sächlich Doku-Soaps – mit 20,2 Prozent etwas mehr Gewicht im Programm einräumte als den Magazinen und den klassischen Fernsehserien im Fictionangebot. Auch bei Sat.1 (20,0%) machte die gruppierte Kategorie Doku-Soap/Inszenierung – hier waren es hauptsächlich die Gerichtsshow – ein Fünftel des Programmangebots aus. ProSieben (8,6%) rangierte mit seinem Anteil an Doku-Soaps im Jahr 2009 weit hinter RTL.

Andere Sendungsformen wie Ereignisübertragung und Talk/Diskussion/Ansprache tragen zum Gesamt- programm der Sender nur einen geringen Sende- zeitanteil bei. Beide Formen werden von den öf- fentlich-rechtlichen Sendern umfangreicher verwen-

Ereignisübertragung und Talk

det als von den privaten Sendern. Ereignisübertragungen hatten 2009 bei der ARD einen Sendezeitanteil von 4,3 Prozent und beim ZDF von 3,9 Prozent. RTL kam auf 1,3 Prozent, und Sat.1 sowie ProSieben lagen mit ihren Anteilen unterhalb der 1-Prozent-Marke. Formate der Kategorie Talk/Diskussion/Gespräch waren etwas stärker beim ZDF (5,6%) als bei der ARD (3,6%) vertreten. In den privaten Programmen hatten sie einen Anteil von etwa 2,5 Prozent der Sendezeit. Die Gesprächsformen verteilten sich über ein breites Spektrum, das von der politischen Diskussion bis zur Daily Talkshow reichte. Daher sagt der quantitative Anteil ohne Bezug zum Inhalt auch wenig über die Funktion dieser Formen aus.

Formen der konventionellen Unterhaltung

Bei den Sendungsformen der konventionellen Unterhaltung, so etwa Ratespiel/Quiz/Gameshow, fand man 2009 beim ZDF (0,8%) wie auch bei RTL (0,7%) nur sehr geringe Anteile, während die ARD (2,0%) und ProSieben (2,6%) diesen Formen etwas mehr und Sat.1 (4,5%) vergleichsweise noch am meisten Sendezeit einräumten. Dagegen fiel der Unterschied zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern bei Formaten der Kategorie Show/Darbietung wieder klarer aus. Hierin lagen RTL (6,5%), Sat.1 (6,0%) und ProSieben (7,8%) deutlich vor ARD (2,7%) und ZDF (2,4%).

ARD und ProSieben strahlten die meisten Filme aus

Bei den klassischen Sendungsformen der Fictionunterhaltung rangierten ARD (22,8%) und ProSieben (22,2%) mit Spielfilmen und Fernsehfilmen deutlich vor ZDF (13,2%), Sat.1 (9,0%) und RTL (7,4%). Im Serienangebot fielen die Sendezeitanteile aller Sender im Bereich zwischen 16 bis 19 Prozent relativ ähnlich aus.

Soweit sich aus dem Vergleich der Sendungsformen in dieser gruppierten Darstellung Veränderungstendenzen in den Jahren zwischen 2007 bis 2009 erkennen lassen, gab es sie am wenigsten bei der ARD, während beim ZDF die Magazine etwas zulegten und die Spielfilme abnahmen. Verschiebungen von größerem Gewicht gab es dagegen bei den privaten Sendern. Bei RTL stiegen die Anteile der Magazine und der Doku-Soaps/Inszenierungen, rückläufig war die Werbung – hier wirkt sich die Einstellung der Dauerwerbesendung aus – sowie geringfügig auch Talkshow und Reportage. Auch bei Sat.1 stieg deutlich die Sendezeit für Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen, während Talkshows und Gameshows zurückgingen. ProSieben dagegen verringerte wieder das Angebot an Realityformaten sowie kontinuierlich auch das der Talkshows und substituierte diese Formen durch Fernsehserien und Spielfilme.

Sendungsformen der Sparten

Zuordnung nach formalen Kriterien

In der differenzierten Darstellung der Sendungsformen nach Programmformaten zeigen sich Unterschiede zwischen den Sendern, insbesondere in Bezug auf den Zusammenhang von Funktionen und Formen (vgl. Abbildung 3 und Tabelle 3). Für die Zuordnung der Sendungsformen im Spartenmodell der Programmanalyse bleibt die Frage vorrangig, welche Sendungsformen mehr die gesellschaftliche

Relevanz und das öffentliche Leben sowie ein Angebot an Sachinformation abdecken und daher eher der Informationsfunktion zugeordnet werden können, und welche Sendungsformen mehr den Charakter von Zerstreuung und Erlebnis haben und daher eher der Unterhaltungsfunktion zugeordnet werden können. Trifft man diese Zuordnung unabhängig vom Einzelthema einer Sendung oder den Einzelbeiträgen eines Magazins nach formalen Kriterien auf der Ebene von Kategorien, ergeben sich die im Folgenden dargestellten Strukturen. Sie werden durch Verweise auf exemplarische Sendetitel in den relevanten Kategorien konkreter veranschaulicht.

Der Informationssparte werden hier nur solche Sendungsformen zugeordnet, die den Kriterien journalistischer Berichterstattung oder journalistisch präsentierter Gesprächsformen entsprechen. Dazu gehören als Mehrthemensendungen alle Formen der Nachrichten sowie verschiedene Magazinformaten, beispielsweise Politikmagazine, Ratgebermagazine und Boulevardmagazine, aber auch Morgenmagazine und das Frühstückfernsehen. Hinzu kommen als monothematische Formen klassische Reportagen und Dokumentationen, zeitgeschichtliche und kulturgeschichtliche Dokumentationen mit partieller Inszenierung, Ereignisübertragungen, Talk/Diskussion/Ansprache mit gesellschaftlicher Themenrelevanz und sonstige Infoformen (Wetterbericht).

Nachrichtensendungen

Geht man davon aus, dass Nachrichtensendungen dem klassischen Informationsbegriff durch Aktualität und gesellschaftliche Relevanz am nächsten stehen, sind Angebote dieser Art für nationale Hauptprogramme nicht nur unverzichtbar, sondern durch die Vorgaben im Rundfunkstaatsvertrag verpflichtend. In der Realität fallen die öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichtenangebote im Umfang und in der Vielfalt weit auseinander. Die ARD kam 2009 auf einen Umfang an Nachrichtensendungen von 132 Minuten pro Tag, die sich aus den Hauptausgaben der „Tagesschau“, den über den ganzen Tag verteilten Kurznachrichten und Extra-Ausgaben der „Tagesschau“ sowie dem Nachrichtenmagazin „Tagesthemen“ einschließlich Extra-Ausgaben und dem „Nachtmagazin“ zusammensetzten. Hinzu kamen im Wochenwechsel mit dem ZDF die Kurzausgaben im „ARD/ZDF-Morgenmagazin“ und „Mittagsmagazin“.

Beim ZDF ergaben sich im Tagesdurchschnitt 137 Minuten für die Nachrichtenangebote. Sie verteilten sich ähnlich wie bei der ARD auf die Hauptausgaben sowie die über den Tag verteilten Kurzausgaben und Spezialausgaben von „heute“, ferner auf die Ausgaben „heute in Deutschland“ und „heute in Europa“ sowie das Nachrichtenmagazin „heute-journal“ und die Spätausgabe „heute nacht“. Auch hier kamen im Wochenwechsel mit der ARD die Kurznachrichten im gemeinsamen Morgenma-

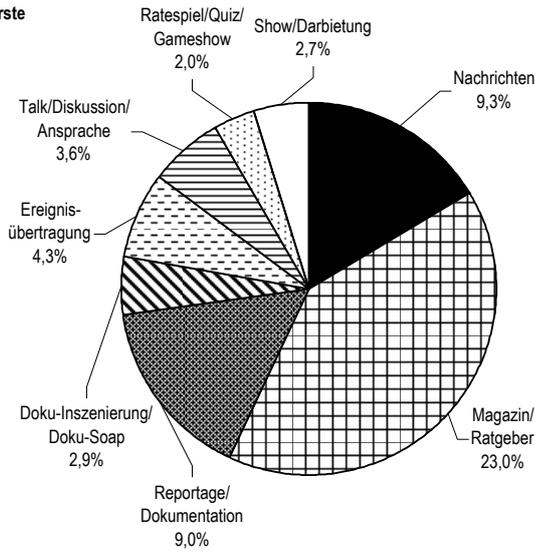
Formen der Information

Öffentlich-rechtliche und private Nachrichtenangebote weit auseinander

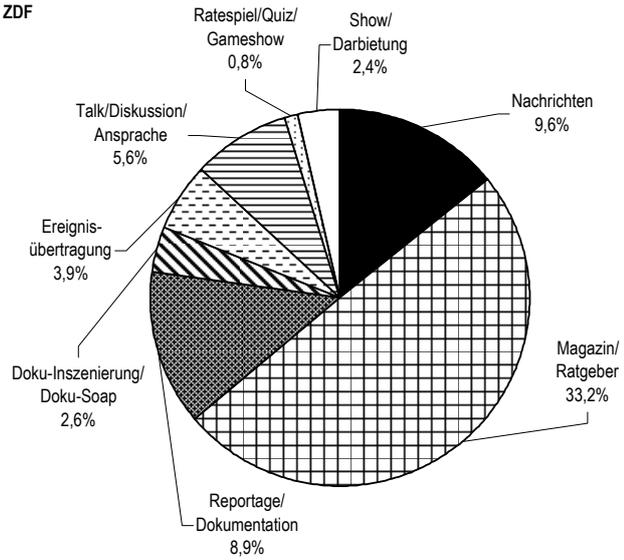
ZDF: 137 Minuten Nachrichten täglich

Abb. 3 Nonfiktionale Sendungsformen 2009
Sendezeitanteile in %

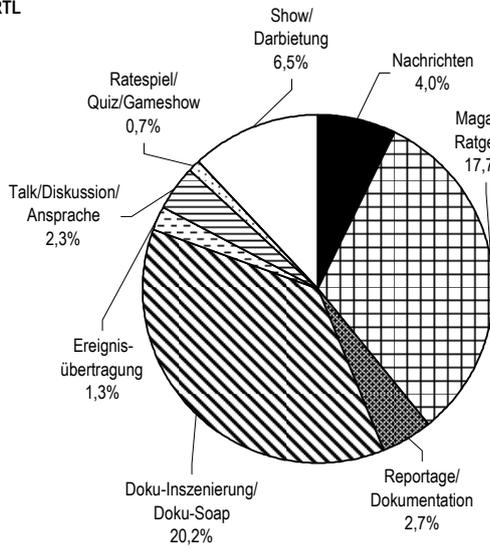
**ARD/
Das Erste**



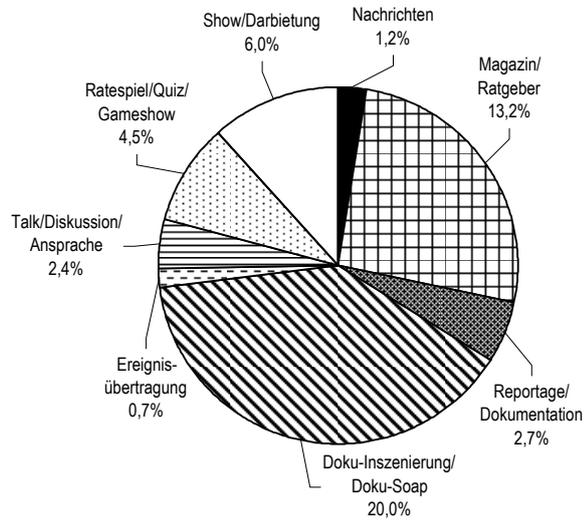
ZDF



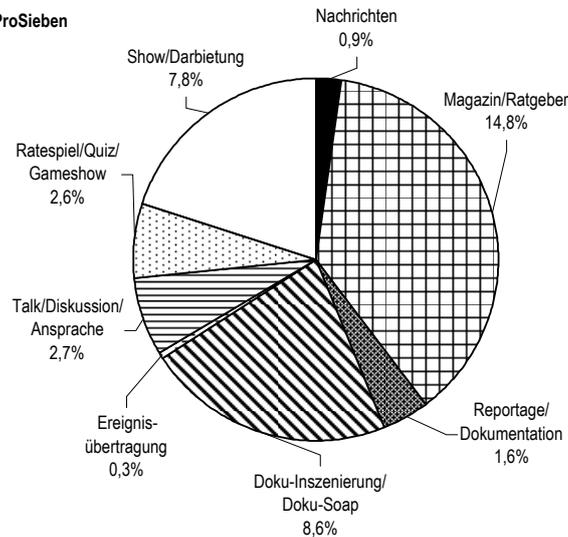
RTL



Sat.1



ProSieben



Basis: Gesamtprogramm 1 440 Min./Tag.
Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2009.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

③ Sparten und Formen 2007 bis 2009*

	Sendedauer in Min./Tag														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Information	586	582	591	683	659	714	290	309	337	267	240	244	236	223	227
Nachrichten ¹⁾	135	132	132	135	135	137	56	56	57	42	35	18	11	12	12
Magazin	294	291	294	396	394	403	195	223	250	199	185	190	189	197	201
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen ²⁾	128	125	128	127	126	128	48	48	44	121	125	143	-	-	-
Boulevardmagazin	37	39	37	51	55	57	69	78	76	22	25	18	70	122	120
Andere Magazine/Ratgeber	129	127	128	218	213	217	78	97	129	56	34	29	120	75	81
Dokumentation/Bericht/Reportage	105	97	92	110	86	107	35	25	25	21	12	34	31	9	12
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	8	6	4	4	5	5	0	-	-	3	8	-	1	2	0
Ereignisübertragung	7	8	13	10	14	15	0	2	1	-	-	0	2	1	0
Talk/Diskussion/Ansprache	31	40	49	22	20	45	1	0	1	0	0	1	0	-	-
Wetterinfo	7	7	7	3	3	3	3	3	3	1	1	1	2	2	0
Sonstiges	0	1	0	4	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	86	112	84	85	101	77	25	22	24	10	8	14	5	3	0
Sportberichterstattung	35	43	35	41	43	36	11	10	11	2	2	4	0	0	0
Übertragung	51	66	48	44	58	41	14	11	14	8	6	10	4	3	0
Sonstiges	-	3	0	-	0	0	-	-	0	-	-	0	-	-	0
Nonfiktionale Unterhaltung	96	92	89	120	162	145	365	335	408	454	426	466	425	335	336
Journalistische Unterhaltungsformen	14	13	7	63	95	83	55	53	40	104	101	34	83	67	61
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	6	4	3	9	36	48	7	3	11	-	-	1	-	0	25
Talk/Gespräch	8	9	3	54	59	36	48	50	32	104	101	33	83	67	39
Factual Entertainment	35	33	38	30	35	32	220	215	291	146	222	288	175	118	123
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	35	33	38	30	35	32	220	215	291	146	222	288	175	118	123
Konventionelle Unterhaltungsformen	47	46	47	27	31	30	90	66	78	204	103	144	167	150	151
Quiz/Game-show/Spiele	23	24	26	11	10	11	14	16	10	133	41	65	50	36	38
Show/Darbietungen/ Übertragung	25	22	21	16	22	19	77	51	67	71	63	79	117	114	113
Musik	23	18	18	19	17	16	24	33	30	8	15	7	6	16	3
Show/Konzert	22	18	18	19	17	16	24	33	30	8	15	7	6	16	3
Sonstiges	0	-	-	0	-	-	1	-	-	-	-	-	0	0	-
Kinder-/Jugendprogramm	73	72	87	74	61	69	18	19	14	2	1	1	49	50	48
Nonfikt. Kindersendungen	40	41	43	24	14	15	-	-	0	-	-	0	2	1	0
Fiktionale Kindersendungen	33	30	44	51	47	53	18	19	14	2	1	1	47	49	48
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	6	4	10	6	4	6	3	2	2	2	1	1	4	1	1
Fernsehserie	27	26	34	45	43	48	15	18	12	-	-	-	43	48	47
Sonstiges	-	0	-	-	0	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Fiction	520	510	517	403	387	367	351	359	361	375	443	403	419	540	539
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	300	292	319	222	185	185	96	110	105	114	148	129	275	297	320
Fernsehserie	220	217	198	181	204	182	255	249	257	260	295	274	144	243	219
Sonstiges	-	1	0	-	-	0	-	-	-	1	-	0	-	-	0
Sonstige Sparten	35	34	35	33	33	33	67	68	72	76	90	82	78	75	76
Werbung	21	20	19	21	20	20	299	296	193	248	216	224	221	198	211
Werblock/Sponsorspot	21	20	19	21	20	20	209	205	193	226	215	223	209	197	198
Teleshopping/Sonst.Werbeformen	-	-	-	-	-	-	90	91	-	22	1	0	12	0	13
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 2007 bis 2009 (Fortsetzung)

	Sendedauer in %														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Information	40,7	40,4	41,0	47,5	45,8	49,6	20,1	21,4	23,4	18,5	16,7	17,0	16,4	15,5	15,8
Nachrichten ¹⁾	9,3	9,2	9,2	9,4	9,4	9,5	3,9	3,9	4,0	2,9	2,4	1,2	0,8	0,8	0,9
Magazin	20,4	20,2	20,4	27,5	27,3	28,0	13,5	15,5	17,4	13,8	12,8	13,2	13,1	13,7	14,0
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen ²⁾	8,9	8,7	8,9	8,8	8,7	8,9	3,3	3,3	3,1	8,4	8,7	9,9	-	-	-
Boulevardmagazin	2,6	2,7	2,6	3,6	3,8	4,0	4,8	5,4	5,3	1,5	1,7	1,2	4,9	8,5	8,3
Andere Magazine/Ratgeber	9,0	8,8	8,9	15,2	14,8	15,1	5,4	6,7	9,0	3,9	2,4	2,0	8,3	5,2	5,7
Dokumentation/Bericht/Reportage	7,3	6,7	6,4	7,6	5,9	7,5	2,4	1,8	1,7	1,5	0,8	2,4	2,1	0,6	0,9
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,5	0,4	0,2	0,3	0,3	0,4	0,0	-	-	0,2	0,5	-	0,1	0,1	0,0
Ereignisübertragung	0,5	0,5	0,9	0,7	0,9	1,0	0,0	0,1	0,1	-	-	0,0	0,1	0,1	0,0
Talk/Diskussion/Ansprache	2,1	2,8	3,4	1,5	1,4	3,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	-	-
Wetterinfo	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0
Sonstiges	0,0	0,0	0,0	0,3	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	6,0	7,8	5,8	5,9	7,0	5,4	1,8	1,5	1,7	0,7	0,6	1,0	0,3	0,2	0,0
Sportberichterstattung	2,4	3,0	2,4	2,9	3,0	2,5	0,8	0,7	0,7	0,1	0,2	0,3	0,0	0,0	-
Übertragung	3,5	4,6	3,3	3,1	4,0	2,9	1,0	0,8	0,9	0,6	0,4	0,7	0,3	0,2	0,0
Sonstiges	-	0,2	0,0	-	0,0	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	6,7	6,4	6,2	8,4	11,3	10,1	25,4	23,2	28,4	31,5	29,6	32,3	29,5	23,3	23,3
Journalistische Unterhaltungsformen	1,0	0,9	0,5	4,4	6,6	5,8	3,8	3,7	2,8	7,2	7,0	2,3	5,7	4,7	4,2
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	0,4	0,3	0,2	0,6	2,5	3,3	0,5	0,2	0,8	-	-	0,1	-	0,0	1,7
Talk/Gespräch	0,5	0,6	0,2	3,8	4,1	2,5	3,3	3,5	2,2	7,2	7,0	2,3	5,7	4,7	2,7
Factual Entertainment	2,4	2,3	2,6	2,1	2,5	2,2	15,3	14,9	20,2	10,2	15,4	20,0	12,1	8,2	8,6
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	2,4	2,3	2,6	2,1	2,5	2,2	15,3	14,9	20,2	10,2	15,4	20,0	12,1	8,2	8,6
Konventionelle Unterhaltungsformen	3,3	3,2	3,3	1,9	2,2	2,1	6,3	4,6	5,4	14,2	7,2	10,0	11,6	10,4	10,5
Quiz/Gameshow/Spiele	1,6	1,7	1,8	0,8	0,7	0,8	0,9	1,1	0,7	9,3	2,8	4,5	3,5	2,5	2,6
Show/Darbietungen/ Übertragung	1,7	1,5	1,5	1,1	1,5	1,3	5,3	3,5	4,7	4,9	4,4	5,5	8,1	7,9	7,9
Musik	1,6	1,3	1,3	1,4	1,2	1,1	1,7	2,3	2,1	0,6	1,1	0,5	0,4	1,1	0,2
Show/Konzert	1,6	1,3	1,3	1,3	1,2	1,1	1,6	2,3	2,1	0,6	1,1	0,5	0,4	1,1	0,2
Sonstiges	0,0	-	-	0,0	-	-	0,1	-	-	-	-	-	0,0	0,0	-
Kinder-/Jugendprogramm	5,0	5,0	6,1	5,2	4,2	4,8	1,2	1,3	0,9	0,2	0,1	0,0	3,4	3,5	3,3
Nonfikt. Kindersendungen	2,8	2,9	3,0	1,6	0,9	1,1	-	-	-	-	-	-	0,2	0,1	0,0
Fiktionale Kindersendungen	2,3	2,1	3,1	3,5	3,3	3,7	1,2	1,3	0,9	0,2	0,1	0,0	3,3	3,4	3,3
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	0,4	0,3	0,7	0,4	0,3	0,4	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,0	0,3	0,1	0,0
Fernsehserie	1,9	1,8	2,4	3,1	3,0	3,3	1,0	1,2	0,8	-	-	-	3,0	3,3	3,3
Sonstiges	-	0,0	-	-	0,0	0,0	-	-	-	-	0,0	-	-	-	-
Fiction	36,1	35,4	35,9	28,0	26,9	25,5	24,4	25,0	25,1	26,0	30,7	28,0	29,1	37,5	37,4
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	20,8	20,3	22,1	15,4	12,7	12,8	6,7	7,7	7,3	7,9	10,3	8,9	19,1	20,6	22,2
Fernsehserie	15,3	15,1	13,7	12,6	14,2	12,6	17,7	17,3	17,8	18,1	20,5	19,1	10,0	16,9	15,2
Sonstiges	-	0,0	0,0	-	-	0,0	-	-	-	0,1	-	0,0	-	-	0,0
Sonstige Sparten	2,5	2,4	2,4	2,3	2,3	2,3	4,7	4,7	5,0	5,3	6,3	5,7	5,4	5,2	5,3
Werbung	1,4	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	20,8	20,6	13,4	17,2	15,0	15,5	15,4	13,7	14,7
Werbeblock/Sponsorspot	1,4	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	14,5	14,2	13,4	15,7	14,9	15,5	14,5	13,7	13,8
Teleshopping/Sonst.Werbeformen	-	-	-	-	-	-	6,2	6,3	-	1,5	0,1	0,0	0,8	0,0	0,9
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

* 2007 und 2008 abweichend von Vorjahren recodiert.

1) Einschließlich Nachrichten aus dem Frühstücksfernsehen.

2) Ohne Nachrichten.

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

gazin und die Nachrichten im Mittagmagazin hinzu. Außerdem sendete das ZDF ein Wochen-Journal, das den Gesamtumfang der Nachrichten um fünf Minuten höher ausfallen ließ als bei der ARD. Mit ihren Nachrichtensendungen deckte die ARD knapp ein Viertel und das ZDF knapp ein Fünftel seines Informationsangebots ab.

RTL mit größtem Nachrichtenangebot unter den Privaten

Die Privatsender rangieren mit ihren Nachrichtensendungen hinsichtlich Umfang und Vielfalt der Formate weit abgeschlagen hinter den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen. RTL nahm 2009 mit 57 Minuten pro Tag eine mittlere Position ein. Dazu trugen die Hauptausgaben von „RTL aktuell“ und „RTL aktuell – Weekend“ sowie das „RTL-Nachtjournal“ am meisten bei. Hinzu kamen Kurzausgaben unter dem Titel „RTL News“ und Spezialausgaben des „Nachtjournals“ anlässlich der verschiedenen Wahlen im Jahr 2009. Eher marginal erscheint daneben das Nachrichtenangebot von Sat.1 mit 18 Minuten pro Tag. Sie kamen zustande durch die Hauptausgabe „Sat.1 Nachrichten“ und Kurzausgaben im Frühstückfernsehen sowie durch wenige Spezialausgaben. Marginal ist auch das Nachrichtenangebot von ProSieben bei einem Umfang von 12 Minuten im Tagesdurchschnitt des Jahres 2009. Dieses Nachrichtenangebot kam zustande durch die Hauptausgabe von „Newstime“, Kurznachrichten und die „ProSieben Spätnachrichten“. (17)

Magazine

Umfangreichste Sendungsform im Informationsangebot

Die Magazine waren auch 2009 bei allen Sendern die umfangreichste Sendungsform im Informationsangebot. Bei der ARD (20,4%) kam die Hälfte des Informationsangebots durch Magazine zustande. Das ZDF (28,0%) deckte über die Hälfte seines Informationsangebots mit Magazinen ab. Dies galt 2009 auch für RTL (17,4%) und Sat.1 (13,2%). Bei ProSieben entfielen von 15,8 Prozent der Gesamtsendezeit in der Sparte Information 14,0 Prozent allein auf Magazine.

Magazine sind als Mehrthemensendungen in qualitativer Hinsicht nur eingeschränkt nach ihrer publizistischen Funktion einzuschätzen. Unterscheidet man dabei zwischen den Formaten Politikmagazin, Ratgebermagazin, Morgenmagazin/Frühstückfernsehen und Boulevardmagazin sowie anderen Magazinen, ergibt sich auch für diese Sendungsform der Informationssparte ein differenzierteres Bild, aus dem sich weitere Profilunterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen entnehmen lassen.

ARD: Breite Palette unterschiedlichster Magazine

Bei der ARD verteilten sich die 20,4 Prozent der Sendezeit für Magazine im Informationsangebot größtenteils auf das werktäglich gemeinsam mit dem ZDF ausgestrahlte Morgenmagazin (8,9%). Hinzu kamen Ratgebermagazine (2,9%). Dazu gehörten 2009 das werktägliche Servicemagazin „ARD-Buffer“ und die Ausgaben der „Ratgeber“-Reihe zu Sachgebieten wie Bauen+Wohnen, Heim+Garten, Geld, Gesundheit, Recht, Reise, Technik, Auto+Verkehr im Nachmittagsprogramm am Wochenende. Kaum weniger Sendezeit entfiel auf das Boule-

vardmagazin „Brisant“ (2,6%) mit werktäglicher Ausstrahlung im Vorabendprogramm und Wiederholung im Nachtprogramm. Der Anteil anderer Magazine (6,0%) schließt zum einen das werktägliche „Mittagsmagazin“ im wöchentlichen Wechsel mit dem ZDF ein, zum anderen umfasst er die Politikmagazine der einzelnen ARD-Landesanstalten, und zwar „Fakt“ (MDR), „Kontraste“ (rbb), „Monitor“ (WDR), „Panorama“ (NDR), „Report Mainz“ (SWR) und „Report München“ (BR) sowie „Bericht aus Berlin“, „Europamagazin“ und „Weltspiegel“, ferner das Wirtschaftsmagazin „Plusminus“. Weitere thematisch orientierte Magazine decken verschiedene Sachgebiete ab, darunter die Kulturmagazine „titel thesen temperamente“ und „Druckfrisch“, das Medienmagazin „Zapp“ sowie das Wissensmagazin „W wie Wissen“. Zu diesem inhaltlich vielfältigen und langfristig ausgestrahlten Magazinangebot sind im Jahr 2009 die Titel „Echtzeit“ und „Geheimnis Geschichte“ hinzugekommen.

Das zeitlich umfangreichere Magazinangebot im ZDF (28,0%) bestand 2009 zu etwa einem Drittel aus dem ARD/ZDF-Morgenmagazin (8,9%). Auf Ratgebermagazine – „Volle Kanne – Service täglich“ – entfielen weitere 4,0 Prozent der Sendezeit. Auch die beiden Boulevardmagazine „hallo Deutschland“ und „Leute heute“ mit ihren Extra-Ausgaben und Wiederholungen kamen auf 4,0 Prozent. Der Anteil anderer Magazine (11,1%) umfasste das mit der ARD gemeinsam ausgestrahlte „Mittagsmagazin“, ferner „Drehscheibe Deutschland“ am Mittag, die Politikmagazine „Berlin direkt“, „Frontal 21“ und „Auslandsjournal“, den „Länderspiegel“, das Wirtschaftsmagazin „WISO“ sowie als Übernahme im Nachtprogramm die „3satbörse“. Gesellschaftliche Themen werden mit den Magazinen „ZDF.reporter“, „ML Mona Lisa“ und „blickpunkt“ abgedeckt. Hinzu kommen einzelne Sachthemenbereiche, denen sich das Kulturmagazin „Aspekte“ sowie die Magazine zu Wissenschaft und Forschung „Abenteuer Forschung“, „Abenteuer Wissen“, „nano“ und „neues“ (beide aus 3sat) sowie „ZDF.umwelt“ widmen.

Das RTL-Magazinangebot (17,4%) in der Sparte Information hatte Schwerpunkte in den werktäglichen Ausgaben von „Punkt 6“ am Morgen und „Punkt 12“ am Mittag. Allein das werktäglich auf zwei Stunden ausgeweitete Magazin „Punkt 12“ am Mittag, das sich vom eher politikhaltigen ARD/ZDF-Mittagsmagazin durch leichte Themen und Servicecharakter unterscheidet, trug 4,7 Prozent zum RTL-Gesamtprogramm und 20 Prozent zur Informationssparte bei. Die beiden Boulevardmagazine „Explosiv – Das Magazin“ und „Exclusiv Das Star-Magazin“ mit Wochenend- und Spezialausgaben trugen weitere 5,3 Prozent zur Gesamtsendezeit bzw. 23 Prozent zum Informationsangebot bei. Für Politik steht das „Spiegel TV“-Magazin jeweils Sonntag am Spätabend, gesellschaftliche Themen werden mit „Stern TV“ und „Extra – Das RTL-Magazin“ abgedeckt, Kultur mit „10 vor 11“ von dctp. (18)

ZDF mit zeitlich umfangreichstem Magazinangebot

RTL: Magazine am Morgen und mittags

Frühstücksfernsehen bei Sat.1

Das Magazinangebot von Sat.1 (13,2%) wurde größtenteils mit dem Frühstücksfernsehen (9,9%) bestritten. Im Unterschied zum ARD/ZDF-Morgenmagazin wie auch zu „Punkt 6“ von RTL ist dort die Themenmischung wesentlich politikferner und die Präsentation im Studio unterhaltsamer. Das Angebot an Boulevardmagazinen (1,2%) beschränkte sich nur auf einen Sendungstitel, das „Sat.1-Magazin“ mit werktäglicher Ausstrahlung. Auch die anderen Magazine (2,0%) hatten nur einen geringen Umfang. Dort standen die Titel „Akte 09“ für gesellschaftliche Themen, „News & Stories“ von dctp für Kultur, „Planetopia“ für Wissenschaft. Als leichtere Magazine sind „Weck Up“ und „Stars & Stories“ zu bezeichnen. Neu hinzugekommen ist nach dem Wechsel von Johannes B. Kerner vom ZDF zu Sat.1 das Talkmagazin „Kerner“.

ProSieben: Info-Angebot besteht fast nur aus Magazinen

ProSieben bestritt sein Informationsangebot (15,8%) fast nur mit Magazinen (14,0%). Unterscheidet man diese nach Formaten, entfiel der größte Teil auf die Boulevardmagazine (8,3%) „SAM“ und „Taff“ einschließlich Extra-Ausgaben und Wiederholungen. Hinzu kamen mit Ratgeberfunktion die Ausgaben von „Cine Tipp“ (0,5%), denen nach wie vor teilweise der Charakter der Senderpromotion für das eigene Fictionangebot zukommt. Mit den klassischen Ratgebermagazinen in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen zu diversen Sachgebieten sind diese Beiträge nicht vergleichbar. Unter den anderen Magazinen (5,2%) hat das Wissensmagazin „Galileo“ einen herausragenden Stellenwert. Soweit bei ProSieben gesellschaftlich relevante Themen behandelt werden, haben sie ihren Platz nach wie vor im Magazin „Focus TV“.

Reportagen und Dokumentationen

Der Anteil monothematischer Reportagen und Dokumentationen fiel im Jahr 2009 wegen der Einordnung der Doku-Soaps als Unterhaltungsprogramme insgesamt geringer aus. Der Einschnitt hat sich vor allem bei RTL und ProSieben, den Sendern mit den meisten Doku-Soaps, ausgewirkt, während dies bei ARD, ZDF und Sat.1 weniger ins Gewicht fiel. Klassische Reportagen und Dokumentationen blieben dennoch die drittgrößte Komponente im Informationsangebot. ARD (6,4%) und ZDF (7,5%) nahmen mit diesen Formaten journalistischer Berichterstattung, Hintergrundanalysen und gesellschaftlich relevanter Themen eine führende Rolle ein. Demgegenüber fielen die Angebote bei RTL (1,7%), Sat.1 (2,4%) und ProSieben (0,9%) deutlich geringer aus.

Vielfältige Reportagen und Dokumentationen bei ARD und ZDF

Die öffentlich-rechtlichen und privaten Angebote unterscheiden sich nicht nur im Umfang, sondern ebenso in der Sendetitelvielfalt der Reportagen und Dokumentationen. Mit diesen Sendungen decken ARD und ZDF ein breites Themenspektrum ab, das von Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Zeitgeschichte und diversen Sachgebieten bis hin zu Themen des Alltagslebens reicht. Exemplarische Sendungstitel,

die langfristig als Reihen zu diversen Einzelthemen ausgestrahlt werden, waren im Jahr 2009 unter anderem der ARD-„Brennpunkt“ bei aktuellen Anlässen, „ARD-exklusiv“, „Bilderbuch Deutschland“. Hinzu kamen 60 mal „Deutschland, Legenden“ sowie Dokumentationen und Porträts anlässlich des 20-jährigen Gedenkens an den Mauerfall.

Das ZDF-Angebot an Reportagen und Dokumentationen lässt sich in seiner Breite ebenfalls an langfristigen Reihen mit zahlreichen Einzelthemen veranschaulichen. Dazu gehörten „37 Grad“, „Terra X“, „Vor 30 Jahren“, „XXL: Die lange Nacht“, Ausgaben von „ZDF spezial“, „ZDF.reportage“ und „ZDF-History“. Mit diesen Reihen und weiteren Einzelsendungen deckte das ZDF ein ähnlich breites Themenspektrum ab wie die ARD.

Betrachtet man das Angebot an Reportagen und Dokumentationen bei RTL, lassen sich auch hier verschiedene Reihen anführen, die sich diversen Themenkomplexen widmen. Dazu gehörten im Jahr 2009 „Die große Reportage“, „Future Trend Reportage“, „30 Minuten Deutschland“, „Faszination Leben“ und andere Sendungen.

Bei Sat.1 erschienen als Reportagen und Dokumentationen die Reihen „24 Stunden“, „Akte Schicksal“, „Das Making of, Dinosaurier“, „Focus TV-Reportage“, „Spiegel TV-Reportage“ sowie Einzeltitel.

Aus dem Angebot von ProSieben lassen sich die Reihentitel „ProSieben Reportage“, „ProSieben Spezial - Wissen Weltweit“, andere Spezial-Ausgaben, „50 Jahre Bravo“ und einige andere Einzeltitel auführen.

Andere Formen im Informationsangebot

Unter den übrigen Formen in der Sparte Information sind Ereignisübertragungen und Gesprächsformen mit Sendezeitanteilen vertreten, die weit hinter den Formen journalistischer Berichterstattung rangieren. Die Ereignisübertragungen vermitteln ein Bild aus verschiedenen Bereichen des öffentlichen Lebens. Dazu gehörten auch 2009 wieder kirchliche Ereignisse, evangelische und katholische Gottesdienste und Gedenkfeiern, die es nur bei ARD und ZDF zu sehen gab. Hinzu kommen politische Gedenkfeiern, unter anderem bei der ARD über „60 Jahre Deutscher Bundestag“, „Festakt - 20 Jahre Friedliche Revolution“ sowie aus aktuellem Anlass „Bundestag Live“, „Obama in Europa“, „Wahl des Bundespräsidenten“, „Wahlarena“ u. a. m. Zu diesen Anlässen bot das ZDF Übertragungen mit den Titeln Europawahl 2009, diverse Übertragungen anlässlich der Bundestagswahl 2009, „Das Fest der Freiheit“, „ZDF spezial: Deutschland empfängt Obama“ und andere mehr. Bei RTL fanden sich die Titel „2009 - Wir wählen: Die Bundestagswahl“, „RTL News Spezial: Welcome President Obama“, „RTL Spendenmarathon 2009“. Bei Sat.1 erschien als Übertragung der Titel „Entscheidung für Deutschland - Die Wahl 2009“ und bei ProSieben „TV total Bundestagswahl 2009“.

Mehrere Reportage-reihen bei RTL

Bundestagswahl 2009 wichtiges Fernsehereignis

Dass Gesprächsformen in der Sparte Information weitgehend bei ARD (3,4%) und ZDF (3,1%) zu

Talksendungen in der Sparte Information

finden sind, bei RTL (0,1%) und Sat.1 (0,1%) nur minimal und bei ProSieben gar nicht anzutreffen sind, ist auf ein anderes Verständnis von politischer und gesellschaftlicher Relevanz im Sinne des traditionellen Öffentlichkeitsbegriffs zurückzuführen. Das Spektrum der Gesprächsformen repräsentierten 2009 in der ARD hauptsächlich die Titel „Presseclub“, „Anne Will“, „Hart aber fair“, „Menschen bei Maischberger“ sowie, bei veränderter Themengewichtung, auch „Beckmann“. Im ZDF waren es „Maybrit Illner“, „Das Philosophische Quartett“, „Nachtstudio“, „Die Vorleser“, „Markus Lanz“ sowie diverse Einzeltitel teilweise anlässlich der Bundestagswahl. Bei RTL und Sat.1 handelte es sich ausschließlich um Talksendungen und Diskussionen zur Bundestagswahl, die sich auf die Wahlkampfzeit beschränkten. Ansprachen erschienen auch 2009 wieder als politische oder religiös-konfessionelle Sendungen (Weihnachts- und Neujahrsansprachen von Bundeskanzlerin und Bundespräsident, „Das Wort zum Sonntag“, „So gesehen“).

Im Sport überwiegend Übertragungen

Sportangebote, die in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen umfangreicher waren als in den privaten, wurden überwiegend als Übertragungen gesendet. Bei ARD (3,3%) und ZDF (2,9%) lag der Anteil aufgrund der unterschiedlichen Übertragungsrechte höher als bei RTL (0,9%), Sat.1 (0,7%) und ProSieben (0,0%). Zu den bei ARD und ZDF übertragenen Ereignissen gehörten im Jahr 2009 unter anderem Alpine Ski-WM, Biathlon-Weltcup, Boxen, DFB-Pokal, DTM Deutsche Tourenwagen Masters, Eisschnelllauf-WM, Fußball-Länderspiele, Langlauf-Weltcup, Ski-Weltcup, Tour de France. Bei RTL entfiel die meiste Sendezeit der Übertragungen wieder auf die Formel 1, hinzu kamen die Handball-WM 2009 sowie Boxen. Bei Sat.1 waren es die Fußballspiele der Champions League, UEFA Europa League und T-Home Cup 2009. Bei ProSieben war die Übertragung „Die ProSieben Fight Night“ im Sportangebot eher als Randerscheinung zu betrachten.

Neben den Übertragungen wurden Sportereignisse auch in Reportagen vermittelt. Außerdem berichteten ARD und ZDF, minimal auch RTL, über Sport in Magazinformat (ARD: „Sportschau“; ZDF: „Das Aktuelle Sportstudio“, „ZDF SPORTreportage“; RTL: „Rallye Weltmeisterschaft – Das Magazin“).

Formen der nonfiktionalen Unterhaltung

Die Sparte nonfiktionaler Unterhaltung umfasst nach der neuen Einordnung hybrider Dokureihen ein im Umfang wie auch in der Vielfalt erweitertes Angebot, das sich nun in drei Bereiche gliedert: 1. journalistische Unterhaltung, 2. Formate des Factual Entertainment (Doku-Soaps/Doku-Inszenierungen) und 3. konventionelle Unterhaltungsformen.

Journalistische Unterhaltung

Journalistische Unterhaltung wird hier als Gruppierungsmerkmal für die Formate Magazin, Reportage, Ereignisübertragung und Talk in journalistischer Präsentation leichter unterhaltsamer Inhalte verwendet. Zu dieser Gruppierung gehören bei der ARD „Alfredissimo“, „Hansi Hinterseer“, Oktoberfest 2009, Rosenmontagszüge, „Inas Nacht“ und

„Waldis WM-Club“. Beim ZDF gehören zu den Formaten der journalistischen Unterhaltung die Kochshows mit Ratgeberfunktion „Die Küchenschlacht“, „Lafer!Lichter!Lecker!“, „Lanz kocht“ sowie der Late Night-Talk „Johannes B. Kerner“ mit Schwerpunkt auf Human-Interest-Themen. Bei RTL wurden dieser Kategorie die Titel „Deutschland sucht den Superstar – Das Magazin“, „100% Dieter Bohlen“, „Das Supertalent – Backstage“, „Die Lustigsten Schlamassel der Welt“, „Domino Day 2009“, „Ich bin ein Star – holt mich hier raus – Spezial“ zugeordnet. Bei Sat.1 waren es „Die Promi-Singles – Traumfrau sucht Mann“ und die Daily-Talkshow „Britt“. Und bei ProSieben gehörten hierzu die Titel „Popstars – Du & Ich“, „Das große Kipp-Roll-Fall Spektakel“, „Oscar 2009 – Die Academy Awards – live aus L.A.“ sowie „Talk Talk Talk – Die Late Show“.

Der als Factual Entertainment bezeichnete Angebotskomplex an Unterhaltungsformaten schließt neben den Real-Life-Shows und Gerichtsshow neben den Doku-Soaps in verschiedenen Stadien ihrer Entwicklung mit ein. Betrachtet man die Effekte der Verschiebung der Doku-Soaps genauer, lässt sich für 2009 folgendes Bild festhalten: Die ARD kam bei den Doku-Soaps auf einen Sendezeitanteil von 2,4 Prozent (vgl. Tabelle 4). Neben der Reihe „Die Bräuteschule 1958“ machten hier die im Nachmittagsprogramm ausgestrahlten Zoo-Doku-Soaps „Eisbär, Affe & Co.“, „Elefant, Tiger & Co.“, „Giraffe, Erdmännchen & Co.“, „Leopard, Seebär & Co.“, „Panda, Gorilla & Co.“ sowie „Seehund, Puma & Co.“ den größten Anteil aus. Beim ZDF entfielen auf Doku-Soaps 2,2 Prozent der Sendezeit. Hierzu gehörten im Jahr 2009 die Zoo-Doku-Soaps „Dresdner Schnauzen“, „Nürnberger Schnauzen“, „Tierisch Kölsch“ und „Tierische Kumpel“. Soweit in den Vorjahren noch andere Titel dieser Art ausgestrahlt wurden, sind sie im vorliegenden Angebotsvergleich in gleicher Weise recodiert worden.

Charakteristisch für die Zoo-Doku-Soaps von ARD und ZDF ist, dass sie sich ausschließlich auf das Sachgebiet Tier/Natur beziehen und dazu eine real-authentische öffentliche Umgebung nutzen, die vom Sender nicht selbst gestaltet wird. Dagegen ist das Angebot an Doku-Soaps bei RTL nicht nur wesentlich umfangreicher, sondern in der Ausdifferenzierung verschiedener Formate auch wesentlich breiter. Hier hat sich aus der herkömmlichen Doku-Soap Mitte des Jahres 2009 die Scripted Doku-Soap als neue Hybridvariante herausgebildet. Die herkömmlichen Doku-Soaps trugen zum RTL-Gesamtprogramm 13,6 Prozent der Sendezeit bei, die Scripted Doku-Soaps weitere 2,7 Prozent. Das Spektrum der herkömmlichen Doku-Soaps umfasste die so genannten Self-Improvement-Dokus, Home-Improvement, Coaching usw., darunter adaptierte Formate britischer Reihen aus der Produktion der BBC. Exemplarische Sendetitel sind hier-

Factual Entertainment

Doku-Soaps: Über 16 Prozent Anteil am Programm von RTL

④ **Nonfiktionale Unterhaltung und Factual Entertainment 2009**

	Min./Tag.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben
Nonfiktionale Unterhaltung	89	145	408	466	336	6,2	10,1	28,4	32,3	23,3
Magazin allgemein	-	-	2	-	11	-	-	0,1	-	0,8
Ratgebermagazin	1	47	-	-	-	0,0	3,2	-	-	-
Boulevardmagazin	-	-	1	-	-	-	-	0,0	-	-
Reportage/Dokumentation	1	0	5	1	10	0,1	0,0	0,3	0,1	0,7
Übertragung	1	1	4	-	3	0,1	0,0	0,2	-	0,2
Doku/fiktionalisiert	3	-	6	58	6	0,2	-	0,4	4,0	0,4
Doku-Soap	35	32	197	34	116	2,4	2,2	13,6	2,3	8,1
Scripted Docu-Soap	-	-	39	-	-	-	-	2,7	-	-
Talk/Gespräch	3	36	32	33	39	0,2	2,5	2,2	2,3	2,7
Gerichtsshow	-	-	37	195	-	-	-	2,6	13,5	-
Show/Nummernprog.	17	11	60	79	98	1,2	0,8	4,2	5,5	6,8
Ratespiel/Quiz/Gameshow	26	11	10	65	38	1,8	0,8	0,7	4,5	2,6
Satire/Kabarett/Kleinkunst	3	7	4	-	-	0,2	0,5	0,3	-	-
Real-Life-Inszenierung	-	-	12	1	1	-	-	0,8	0,1	0,1
Castingshow	-	-	-	-	12	-	-	-	-	0,8
Videoclips	0	-	-	-	-	0,0	-	-	-	-
Restsendezeit	1 351	1 295	1 032	974	1 104	93,8	89,9	71,6	67,7	76,7
Gesamtsendezeit	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Factual Entertainment	38	32	291	288	123	2,6	2,2	20,2	20,0	8,6
Doku/fiktionalisiert	3	-	6	58	6	0,2	-	0,4	4,0	0,4
Doku-Soap	35	32	197	34	116	2,4	2,2	13,6	2,3	8,1
Scripted Doku-Soap	-	-	39	-	-	-	-	2,7	-	-
Real-Life-Inszenierung	-	-	12	1	1	-	-	0,8	0,1	0,1
Gerichtsshow	-	-	37	195	-	-	-	2,6	13,5	-
Restsendezeit	1 402	1 408	1 149	1 152	1 317	97,4	97,8	79,8	80,0	91,4
Gesamtsendezeit	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

für „Die Kinderärzte“, „Die Super Nanny“, „Einsatz in vier Wänden“, „Erwachsen auf Probe“, „Mein Baby“, „Raus aus den Schulden“, „Unsere erste gemeinsame Wohnung“, ferner „Die Ausreißer - Der Weg zurück“, „Teenager außer Kontrolle - Letzter Ausweg Wilder Wesen“, „Mitten im Leben“. Von diesen Titeln trug im Jahr 2009 allein „Mitten im Leben“ mit 104 Minuten pro Tag 7,2 Prozent zum RTL-Gesamtprogramm bei. Zu den neueren Scripted Doku-Soaps gehören die Titel „Familien im Brennpunkt“, „Verdachtsfälle“ und „Die Schulermittler“. In diesen Reihen wird der Grad der Inszenierung, Dramatisierung und Emotionalität gesteigert. Durch den Einsatz von Drehbuch und Schauspielern entfernt sich die Variante der Scripted Doku-Soap weiter von der ursprünglichen Bedeutung der Dokumentation und entspricht mehr dem Hybrid aus Nonfiction und Fiction. Mit der Kennzeichnung im Abspann („Nach einer wahren Geschichte. Alle handelnden Personen sind frei erfunden“) wird die Fiktionalisierung explizit ausgewiesen.

Sat.1 noch mit relativ geringem Anteil Doku-Soaps

Auch Sat.1 hat sein Angebot an Doku-Soaps im Jahr 2009 erweitert. Allerdings lag der Sendezeitanteil erst bei 2,3 Prozent. Hier hielt der Titel

„Pures Leben - mitten in Deutschland“ den Spitzenplatz mit 23 Minuten pro Tag. Weitere Titel, als Docutainment und Coaching-Formate angekündigt, waren „Allestester im Einsatz“, „Deutschland wird schwanger“, „Die Gerichtsvollzieher - Klingeln, Klopfen und Kassieren“, „Die Superlehrer“, „Geheime Helfer“ und „Jugendcoach Oliver Lück“.

ProSieben kam als Anbieter von Doku-Soaps im Jahr 2009 auf einen Sendezeitanteil von 8,1 Prozent. Diese Reihen waren mehr auf Self-improvement und Darstellung positiver Lebensgefühle für junge Zuschauergruppen ausgerichtet. Dafür stehen die Titel „Deine Chance! 3 Bewerber - 1 Job“, „Do It Yourself - S.O.S.“, „Lebe deinen Traum! Jetzt wird alles anders“, „U20 - Deutschland, Deine Teenies“ sowie „We are Family! So lebt Deutschland“.

Hinzu kamen bei den Privatsendern weitere Sendereihen, die in pseudo-dokumentarischer Form authentische Realität illusionieren und hier als Doku-Inszenierung oder Doku-Fiction ausgewiesen werden. Bei RTL sind es die Titel „Anwälte der Toten - Rechtsmediziner decken auf“ und „Die Autohändler“, bei Sat.1 „Zwei bei Kallwass“ und bei ProSieben „Die Abschlussklasse 2005“. Zudem werden einige Titel als Real-Life-Inszenierung subsumiert, und zwar bei RTL „Bauer sucht Frau“, „Ich bin ein

Doku-Soaps bei ProSieben zielen vor allem auf junge Leute

Doku-Inszenierung und Doku-Fiction

Star – holt mich hier raus“, „Schwiegertochter gesucht“, bei Sat.1 „Gräfin gesucht“ und bei ProSieben „Guilia in Love?“ Sämtliche Titel dieser Formate sind durch einen hohen Inszenierungsgrad und Unterhaltungsfaktor gekennzeichnet. Dabei stehen sie der nonfiktionalen Unterhaltung näher als der klassischen Fiction.

Gerichtsshow

Sat.1 größter Anbieter von Gerichtsshow
Schließlich werden hier in den Bereich des Factual Entertainments auch die Gerichtsshow einbezogen. Nachdem RTL diese Formate in den letzten Jahren sukzessiv durch Doku-Soaps ausgetauscht hat und nur noch einen Anteil von 2,6 Prozent im Programm belassen hat („Das Strafgericht“, „Staatsanwalt Posch ermittelt“ und „Echt gerecht“), war Sat.1 mit einem Anteil von 13,5 Prozent der Gesamtsehzeit im Jahr 2009 größter Anbieter von Gerichtsshow („Richter Alexander Hold“ und „Richterin Barbara Salesch“). Obwohl diese Reihen mit der Kennzeichnung „Alle Fälle sind frei erfunden“ im Abspann als fiktionalisiert ausgewiesen werden, unterscheiden sie sich konzeptionell dennoch von klassischer Fiction, so dass sie im Kontext ihrer Entwicklung hier noch dem Factual Entertainment zugeordnet bleiben.

Konventionelle Unterhaltungsformate

Rückgang bei Quiz, Gameshow, Darbietungsshow
Der Wandel in der Fernsehunterhaltung durch Ausweitung der Doku-Soaps wirkt sich auch durch einen Rückgang konventioneller Unterhaltungsformate aus. Dazu gehören Ratespiel, Quiz, Gameshow und Darbietungsshow. In beiden Kategorien blieben die Privatsender jedoch auch 2009 führend. Bei Spielen, Quiz und Gameshow lagen Sat.1 (4,5%; „Quiz Night“, „Genial daneben“) und ProSieben (2,6%; „ProSieben Night-Loft“, „Schlag den Star“, „WipeOut – Heul nicht, lauf!“) vor den anderen Sendern. Bei Darbietungsshow und Nummernsendungen führte ProSieben (7,6%; „Schlag den Raab“, „Switch Reloaded“, „Comedy Street“) vor Sat.1 (5,5%; „Was guckst Du?“; „Mensch Markus“, „Zack! Comedy nach Maß“) und RTL (4,4%; „Das Supertalent“, „Cindy aus Marzahn“, „Böse Mädchen“). ARD und ZDF hingegen kamen bei keinem dieser Formate über die 2-Prozent-Marke.

Musiksendungen

Für das geringe Angebot an Musiksendungen ist charakteristisch, dass es sich größtenteils um Darbietungsshow handelte. Bei RTL kam dabei als Variante die Form der Castingshow mit Eigengewicht hinzu. Konzerte im traditionellen Habitus waren nur in sehr geringem Umfang anzutreffen.

Kinderprogramm

Vielfältiges Angebot für Kinder bei ARD und ZDF
Das Kinderprogramm erhält seine Eigenständigkeit aus der Intention der Sender, für diese Zielgruppe ein altersgemäßes Angebot zu vermitteln. Dafür gibt es in den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen Sendeplätze am Wochenende und an Feiertagen in der frühen Morgenphase bis in den Vormittag hinein. Darüber hinaus gibt es Sendungen für Kinder und Jugendliche auch im Tagesprogramm und Vorabend. In dieser Sparte bo-

ten ARD und ZDF 2009 den jüngeren Zuschauern ein breites Spektrum an informativen, nonfiktionalen und fiktionalen Formen an. Dazu gehörten Nachrichten („Logo!“ im ZDF; „neuneinhalb“ im Ersten), Magazine (ARD: „Die Sendung mit der Maus“, „Wissen macht Ah!“; ZDF: „Löwenzahn“, „Tabaluga tivi“) und Reportagen (ARD: „Karen in Action“, „Willi wills wissen“), ferner Spiele („Willis Quiz Quark Club“) sowie Filme (Märchenfilme) und Serien („Die Pfefferkörner“, „Bibi Blocksberg“). Die privaten Sender beschränkten ihre Angebote für die Zielgruppe Kinder und Jugendliche auf fiktionale Formen. Neben Filmen (RTL: „Barberbieni – Paulines Abenteuer im Vatikan“, „Carol und die Weihnachtsgeister“; Sat.1: „Der Prinz von Ägypten“; ProSieben: „Nessie – Das Geheimnis von Loch Ness“) waren dies 2009 größtenteils Animationserien (RTL: „Power Rangers“, „Woody Woodpecker“; ProSieben: „Die Simpsons“, „Inspektor Gadget“).

Fiction

Das Angebot klassischer Fictionsendungen (ohne Hybridformate) umfasst im Wesentlichen die drei Formen Spielfilm, Fernsehfilm/TV-Movie und Fernsehserie. Kurzfilme und Bühnenaufführungen haben in den Hauptprogrammen nur einen verschwindenden Anteil, der gegen 0 Prozent der Sendezeit geht. Fasst man die Langzeitformate Spielfilm und Fernsehfilm zusammen, rangierten ARD (22,1%) und ProSieben (22,2%) in dieser Kategorie mit den höchsten Anteilen vor dem ZDF (12,8%), gefolgt von Sat.1 (8,9%) und RTL (7,3%). Die beiden privaten Sender Sat.1 (19,1%) und RTL (17,8%) legten das Schwergewicht auf Fernsehserien. Auch ProSieben (15,2%) rangierte beim Serienangebot noch vor ARD (13,7%) und ZDF (12,6%). Im Vergleich zum Vorjahr hat sich das Fictionangebot der ARD etwas von den Serien zu Spielfilmen und Fernsehfilmen verlagert. Beim ZDF war es in den Formen Spielfilm/Fernsehfilm konstant geblieben, während das Serienangebot etwas Sendezeit an andere Sparten abgegeben hat. Bei RTL waren beide Formen annähernd konstant vertreten. Bei Sat.1 hat sich der Serienanteil leicht verringert. Und bei ProSieben haben die Serien etwas Sendezeit an die Formen Spielfilm/Fernsehfilm abgegeben.

Werbeformen

Das Werbeangebot ergibt sich aus der Spotwerbung in Blockform und Sponsoring, die bei öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern gleichermaßen vertreten sind. Hinzu kommen andere Werbeformen, insbesondere Teleshopping, die nur den privaten Sendern gestattet sind. Vergleicht man das Werbeangebot in den Formen Werbeblock/Sponsoring und Teleshopping/Sonstige Werbeformen, erklären sich einige Veränderungen in den Gesamtgrößen der privaten Sender gegenüber dem Vorjahr. So kam der auffällige Rückgang im Werbeanteil bei RTL von 20,6 Prozent 2008 auf 13,4 Prozent im Jahr 2009 hauptsächlich durch Ausschluss der Dauerwerbesendung in Form von Teleshopping zu-

Sat.1 und RTL mit Schwergewicht auf Serien

RTL: Geringerer Werbeanteil durch Aufgabe von Teleshopping

stande, die 2008 noch einen Anteil von 6,3 Prozent ausmachte. Hinzu kam ein geringer Rückgang bei der Blockwerbung von 14,2 auf 13,4 Prozent. Bei Sat.1 ist der schon in den Vorjahren sehr geringe Anteil anderer Werbeformen weiter auf 0,0 Prozent geschrumpft, während die Formen Werbeblock/Sponsoring von 14,9 auf 15,5 Prozent an Sendezeit leicht zugelegt haben. ProSieben wies im Unterschied zum Vorjahr wieder einen geringen Anteil anderer Werbeformen (0,9%) auf und kam damit bei gleich bleibender Blockwerbung zu einem leichten Zuwachs des gesamten Werbeanteils von 13,7 auf 14,7 Prozent der Sendezeit im Jahr 2009.

Inhalte

Die Programmanalyse auf der Basis von Sendungstiteln des Gesamtjahres 2009 hat den Vorteil alle Titel einbeziehen zu können, zugleich aber den Nachteil, bei der Zuordnung von Inhalten nur den monothematischen Sendungen angemessen Rechnung tragen zu können, während die sogenannten Mehrthemensendungen nur pauschal oder residual behandelt werden können. Die makroanalytische Annäherung an die Inhaltsstrukturen der Sender ist dennoch aussagekräftig genug, um die Grundzüge der Themenorientierung und damit avisierten publizistischen Funktionen öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme vergleichen zu können. Diese Auffassung lässt sich auch deshalb vertreten, weil drei wichtige Formen der Mehrthemensendungen in ihren Inhaltsprofilen durch Analysen auf Beitragsebene weitgehend bekannt sind. Dies gilt für Hauptnachrichten und Nachrichtenmagazine, ferner für die Boulevardmagazine und mit Einschränkungen auch für die Morgenmagazine. Zunächst werden wieder die gruppierten Inhaltsprofile der Sender für sich betrachtet.

Politik, Wirtschaft, Gesellschaft vor allem bei ARD und ZDF thematisiert

Der auffälligste Befund beim Vergleich der Inhaltsprofile liegt darin, dass sich die Vermittlung von Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte in hohem Maße auf die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme beschränkt. ARD (19,2%) und ZDF (21,0%) trugen 2009 zu diesen Themen ein Fünftel ihrer Sendezeit bei, erst in weitem Abstand folgte RTL (7,6%), während Sat.1 (1,4%) und ProSieben (1,0%) diesen Themenbereich fast vollkommen ausklammerten (vgl. Abbildung 4 und Tabelle 5). Berücksichtigt man, dass diese Werte unter den Bedingungen eines Wahljahres zustande kamen, kann man hierin einen neuerlichen Beleg für die Funktionsteilung zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehauptprogrammen sehen. Die Schwerpunkte der privaten Sender lagen nach wie vor im nichtpolitischen Themenbereich. Dazu gehören vor allem die Themen aus dem Alltagsleben, Soziales, Freizeit und zwischenmenschliche Beziehungen. Dieser Themenkomplex wurde am ausgiebigsten von RTL (24,3%) behandelt und machte dort etwa ein Viertel der Sendezeit aus, während die ARD diesen Themen

nur 6,3 Prozent der Sendezeit widmete und damit im Vergleich zu den anderen Sendern das geringste Gewicht verlieh.

Die Inhaltsprofile und Themenpräferenzen werden deutlicher erkennbar, wenn man sie wie vorher die Formen im Zusammenhang mit den Programmsparten betrachtet (vgl. Tabelle 6). Bei ARD und ZDF lag der Schwerpunkt des Informationsangebots klar auf der Thematisierung der klassischen Felder Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte. Diese Bereiche des öffentlichen Lebens erhielten in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen vor allen anderen Themen den Vorrang. Die privaten Sender – RTL mit Einschränkung ausgenommen – haben dem kaum etwas entgegenzusetzen. So fiel dort die meiste Sendezeit in der Sparte Information auf einen Themenmix aus diversen Inhalten, die überwiegend als nichtpolitische Beiträge in Magazinsendungen einzustufen sind. Soweit es im Informationsangebot um alltagsnahe Inhalte geht, waren sie vor allem beim ZDF, ferner bei ARD und RTL zu finden. ProSieben profilierte sich eher durch den vergleichsweise höchsten Anteil an Sendezeit für Themen aus Wissenschaft und Forschung.

Private mit stärkerem Themenmix nichtpolitischer Inhalte

Die Sparte der nonfiktionalen Unterhaltung wurde dagegen – wie in den Vorjahren – von den Privatsendern dominiert. Dazu trug wesentlich bei, dass die Realityformen dieser Sparte zugeordnet wurden. So kommt auch hier der hohe Anteil alltagsnaher und auf zwischenmenschliche Beziehungen gerichteter Themen zustande, die infolge der umfangreichen seriellen Doku-Soaps bei RTL die meiste Sendezeit ausmachen. ProSieben füllte damit an zweiter Stelle liegend ein Sechstel seiner Sendezeit. Sat.1 bestritt sein nonfiktionales Unterhaltungsangebot etwa zu gleichen Teilen aus den Alltags- und Beziehungsthemen sowie den Themen, die hier dem Komplex Recht, Kriminalität, Unfall, Katastrophe zugeordnet sind, aber letztlich auch im Zusammenhang mit Normabweichungen im Alltagsleben und den Beziehungen des privaten Umfeldes stehen.

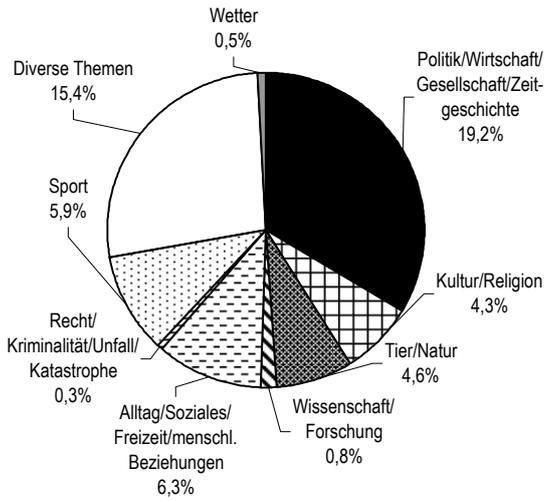
Nonfiktionale Unterhaltung von Privaten dominiert

Fictiongenres

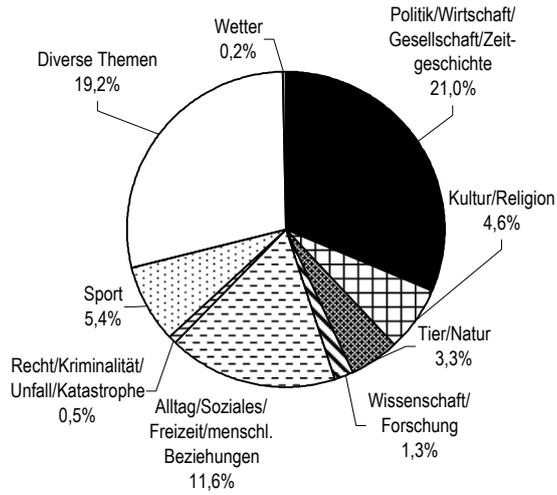
Das Fictionangebot der Sender lässt sich im Hinblick auf inhaltliche Schwerpunkte anhand der drei gruppierten Genrekategorien 1. Spannungsbetonte Genres, 2. Leichte Unterhaltungsgenres und 3. Anspruchsgenres vergleichen. Spannungsbetonte Genres, dazu zählen Krimis, Action, Abenteuer, Krieg u.ä., erhielten im Jahr 2009 bei Sat.1 (15,0%) den vergleichsweise höchsten Anteil an der Gesamtsendezeit, gefolgt von ProSieben (13,3%) und ZDF (12,5%), während diese Genres bei ARD (9,6%) und RTL (8,9%) unter 10 Prozent ausmachten. Unterhaltungsbetonte Genres, Komödien, Familiengeschichten, Soaps u.ä., wurden dagegen am meisten von der ARD (25,2%) und ProSieben (23,2%) bevorzugt. Bei RTL (15,8%), ZDF (12,5%) und Sat.1 (12,4%) erhielten sie ein geringeres Gewicht im Programm. Anspruchsgenres wie Literaturverfilmung, Zeitkritik u.ä. fanden sich zwar bei

Abb. 4 Nonfiktionale Inhalte 2009
Anteil an der Sendedauer in %

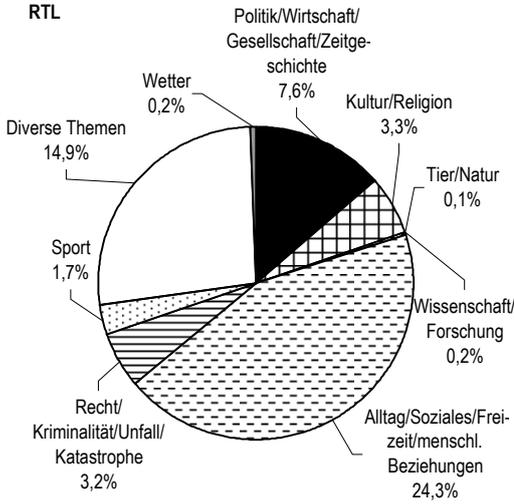
**ARD/
Das Erste**



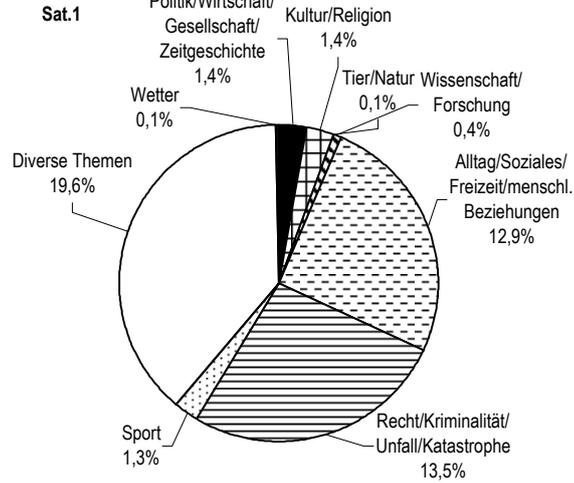
ZDF



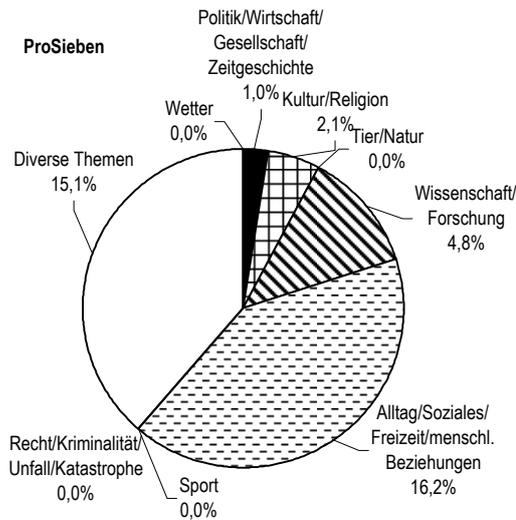
RTL



Sat.1



ProSieben



Basis: Gesamtprogramm 1 440 Min./Tag.
Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2009.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

⑤ **Inhaltsprofile 2009**

Kategorien gruppiert

	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben	Gesamt
in Min./Tag						
Politik/Wirtschaft/						
Gesellschaft/Zeitgeschichte	277	303	109	20	14	723
Kultur/Religion	63	66	48	19	30	226
Tier/Natur	66	47	1	2	-	115
Wissenschaft/Forschung	12	19	3	5	70	109
Alltag/Soziales/Freizeit/						
menschl. Beziehungen	91	168	351	186	234	1 029
Recht/Kriminalität/						
Unfall/Katastrophe	5	7	47	195	-	253
Sport	85	78	25	19	0	207
Diverse Themen	222	277	214	283	218	1 213
Wetter	7	3	3	1	0	15
Fiction (Action/Spannung)	138	180	129	217	192	856
Fiction (Leichte Unterhaltung)	386	191	232	179	334	1 322
Fiction (Anspruch)	15	7	1	1	4	28
Fiction (Animation)	23	41	12	7	57	141
Sonstiges/Werbung	54	53	265	305	287	963
Gesamt	1 440	7 200				
in %						
Politik/Wirtschaft/						
Gesellschaft/Zeitgeschichte	19,2	21,0	7,6	1,4	1,0	10,0
Kultur/Religion	4,3	4,6	3,3	1,4	2,1	3,1
Tier/Natur	4,6	3,3	0,1	0,1	0,0	1,6
Wissenschaft/Forschung	0,8	1,3	0,2	0,4	4,8	1,5
Alltag/Soziales/Freizeit/						
menschl. Beziehungen	6,3	11,6	24,3	12,9	16,2	14,3
Recht/Kriminalität/						
Unfall/Katastrophe	0,3	0,5	3,2	13,5	0,0	3,5
Sport	5,9	5,4	1,7	1,3	0,0	2,9
Diverse Themen	15,4	19,2	14,9	19,6	15,1	16,8
Wetter	0,5	0,2	0,2	0,1	0,0	0,2
Fiction (Action/Spannung)	9,6	12,5	9,0	15,0	13,3	11,9
Fiction (Leichte Unterhaltung)	26,8	13,3	16,1	12,4	23,2	18,4
Fiction (Anspruch)	1,0	0,5	0,1	0,1	0,3	0,4
Fiction (Animation)	1,6	2,9	0,9	0,5	4,0	2,0
Sonstiges/Werbung	3,7	3,6	18,4	21,2	19,9	13,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

allen Sendern, jedoch nur in marginaler Größenordnung. Dabei rangierten ARD (1,0%) und ZDF (0,5%) vor ProSieben (0,3%), RTL sowie Sat.1 (jeweils 0,1%).

Nur geringe Schwankungen bei Genrekategorien

Im Vergleich zu den Vorjahren hat sich die Gewichtung dieser Genrekategorien bei der ARD und bei RTL nicht nennenswert verändert. Beim ZDF sind die unterhaltungsbetonten Genres leicht rückläufig. Bei Sat.1 zeigen sich Schwankungen im Anteil der spannungsbetonten Genres, und bei ProSieben wurde nach 2007 das Angebot an unterhaltungsbetonten Genres erweitert.

Produktionsländer des Fictionangebots

Auch für das Jahr 2009 galten die Vorgaben der EU-Fernsehrichtlinie, nach denen die Sender Min-

destquoten für europäische Produktionen erfüllen sollen, um die wirtschaftlichen Wettbewerbschancen europäischer Produzenten und die europäische Kultur gegen Auslandsimporte zu stärken. Inwieweit die Sender diese Vorgaben erfüllten, lässt sich am Angebot klassischer Fictionsendungen vergleichen. Da sich die Sendungscodierung der Fictionangebote 2009 nicht geändert hat, lassen sich die Programmdateien zu diesem Untersuchungspunkt in der bisherigen Form fortschreiben. Dazu werden die Produktionsländer der Fictionangebote in folgenden Kategorien unterschieden: 1. Deutschland/ Deutschland in Kooperation mit anderen, 2. Europäische Länder, 3. USA und 4. Sonstige Länder.

Aus dem Sendervergleich ergibt sich als Befund: ARD und ZDF sendeten auch 2009 die meisten Fictionangebote aus deutscher Produktion oder in deutscher Koproduktion mit anderen Ländern. Im

ARD und ZDF mit meisten Angeboten aus deutscher Produktion

⑥ Sparten und Inhalte 2007 bis 2009*

	Sendedauer in Min./Tag														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Information	586	582	591	683	659	714	290	309	337	267	240	244	236	223	227
Politik/Wirtschaft/ Gesellschaft/Zeitgeschichte	262	265	272	266	274	302	98	95	109	45	38	19	11	12	14
Kultur/Wissenschaft/ Religion/Tier/Natur	75	72	69	99	84	82	9	10	8	19	16	17	92	73	80
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl. Beziehungen	60	59	55	111	93	98	49	40	43	8	2	11	21	9	0
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	7	3	4	4	6	7	2	3	4	1	4	-	2	0	-
Diverse Themen**	176	176	184	201	200	223	127	157	170	193	179	195	109	129	133
Wetter	7	7	7	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	0
Sport	86	112	84	85	101	77	25	22	24	10	8	14	5	3	0
	86	112	84	85	101	77	25	22	24	10	8	14	5	3	0
Nonfiktionale Unterhaltung	96	92	89	120	162	145	365	335	408	454	426	466	425	335	336
Politik/Wirtschaft/ Gesell./Zeitgeschichte	2	2	2	0	0	1	-	-	0	-	-	1	1	-	-
Kultur/Wissenschaft/ Religion/Tier/Natur	43	42	44	33	40	35	2	5	14	2	0	2	3	10	17
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl. Beziehungen	20	20	19	25	60	65	175	226	307	122	139	175	259	210	233
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	-	-	0	-	-		117	32	43	140	206	195	-	-	-
Diverse Themen	31	28	24	62	62	44	71	73	44	190	81	92	163	115	85
Musik	23	18	18	19	17	16	24	33	30	8	15	7	6	16	3
Pop/Rock/Schlager	7	6	2	13	14	6	24	33	21	8	15	1	6	16	2
Volksmusik	15	12	11	4	2	2	-	-	0	-	-	0	-	-	0
Ernste Musik	1	0	1	3	2	2	-	-	0	-	-	0	-	-	0
	-	-	5	-	-	6	-	-	10	-	-	6	-	-	1
Kinderprogramm	73	72	87	74	61	69	18	19	14	2	1	1	49	50	48
Nonfiktionale Kindersendungen	40	41	43	24	14	15	-	-	0	-	-	0	2	1	0
Fictionale Kindersendungen	33	31	44	51	47	53	18	19	14	2	1	1	47	49	48
Kinderfilme/Serien	10	9	22	10	5	12	10	5	5	-	-	0	-	-	0
Zeichentrick/Puppentrick	23	21	22	41	42	41	8	14	9	2	1	0	47	49	48
Sonstiges	-	-	0	-	0	0	-	-	0	-	0	0	-	-	0
Fiction	520	510	517	403	387	367	351	359	361	375	443	403	419	540	539
Spannung	131	121	138	184	180	180	135	144	129	178	268	217	187	207	192
Unterhaltung	374	368	363	210	202	180	214	211	227	192	168	179	228	326	334
Anspruch	14	22	15	9	5	7	2	2	1	2	2	1	1	2	4
Animation	-	-	1	0	0	0	1	2	4	3	5	6	3	5	10
Sonstiges	35	34	35	33	33	33	67	68	72	76	90	82	78	75	76
Werbung	21	20	19	21	20	20	299	296	193	248	216	224	221	198	211
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)

Fictionangebot der ARD erreichten deutsche Produktionen und Koproduktionen im Jahr 2009 mit einem Anteil von 69 Prozent des Fictionvolumens von 517 Minuten pro Tag den gleichen Anteil wie im Vorjahr (vgl. Abbildung 5 und Tabelle 7). Auf europäische Länder entfielen weitere 8 Prozent, auf die USA 19 Prozent und auf sonstige Länder 3 Prozent. Abgesehen von der Erhöhung des Fictionvolumens um 7 Minuten pro Tag und minimalen Ver-

schiebungen im 1-Prozent-Bereich blieb die Struktur der Herkunftsländer bei der ARD unverändert.

Beim ZDF sank das Fictionangebot um 20 Minuten pro Tag auf 367 Minuten im Jahr 2009. Damit veränderte sich auch die Struktur der Her-

⑥ Sparten und Inhalte 2007 bis 2009* (Fortsetzung)

	Sendedauer in %														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Information	40,7	40,4	41,0	47,5	45,8	49,6	20,1	21,4	23,4	18,5	16,7	17,0	16,4	15,5	15,8
Politik/Wirtschaft/ Gesellschaft/Zeitgeschichte	18,2	18,4	18,9	18,5	19,0	20,9	6,8	6,6	7,6	3,1	2,7	1,3	0,8	0,8	1,0
Kultur/Wissenschaft/ Religion/Tier/Natur	5,2	5,0	4,8	6,9	5,8	5,7	0,6	0,7	0,5	1,3	1,1	1,2	6,4	5,1	5,5
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl. Beziehungen	4,1	4,1	3,8	7,7	6,5	6,8	3,4	2,8	3,0	0,5	0,1	0,8	1,4	0,6	0,0
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	0,5	0,2	0,3	0,3	0,4	0,5	0,1	0,2	0,2	0,0	0,3	-	0,2	0,0	-
Diverse Themen**	12,2	12,2	12,8	14,0	13,9	15,5	8,9	10,9	11,8	13,4	12,5	13,6	7,6	8,9	9,2
Wetter	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Sport	6,0	7,8	5,8	5,9	7,0	5,4	1,8	1,5	1,7	0,7	0,6	1,0	0,3	0,2	0,0
	6,0	7,8	5,8	5,9	7,0	5,4	1,8	1,5	1,7	0,7	0,6	1,0	0,3	0,2	0,0
Nonfiktionale Unterhaltung	6,7	6,4	6,2	8,4	11,3	10,1	25,4	23,2	28,4	31,5	29,6	32,3	29,5	23,3	23,3
Politik/Wirtschaft/ Gesell./Zeitgeschichte	0,1	0,2	0,1	0,0	0,0	0,1	-	-	0,0	-	-	0,1	0,0	-	-
Kultur/Wissenschaft/ Religion/Tier/Natur	3,0	2,9	3,0	2,3	2,8	2,4	0,1	0,3	1,0	0,1	0,0	0,2	0,2	0,7	1,2
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl. Beziehungen	1,4	1,4	1,3	1,7	4,2	4,5	12,2	15,7	21,4	8,5	9,7	12,2	18,0	14,6	16,2
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	-	-	0,0	-	-	-	8,1	2,2	3,0	9,7	14,3	13,5	-	-	-
Diverse Themen	2,1	1,9	1,7	4,3	4,3	3,1	4,9	5,0	3,1	13,2	5,6	6,4	11,3	8,0	5,9
Musik	1,6	1,3	1,3	1,4	1,2	1,1	1,7	2,3	2,1	0,6	1,1	0,5	0,4	1,1	0,2
Pop/Rock/Schlager	0,5	0,4	0,1	0,9	1,0	0,4	1,7	2,3	1,4	0,6	1,1	0,1	0,4	1,1	0,1
Volksmusik	1,0	0,8	0,7	0,3	0,1	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	0,1	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	0,4	-	-	0,4	-	-	0,7	-	-	0,4	-	-	0,1
Kinderprogramm	5,0	5,0	6,1	5,2	4,2	4,8	1,2	1,3	0,9	0,2	0,1	0,0	3,4	3,5	3,3
Nonfiktionale Kindersendungen	2,8	2,9	3,0	1,6	0,9	1,1	-	-	-	-	-	-	0,2	0,1	0,0
Fictionale Kindersendungen	2,3	2,1	3,1	3,5	3,3	3,7	1,2	1,3	0,9	0,2	0,1	0,0	3,3	3,4	3,3
Kinderfilme/Serien	0,7	0,6	1,5	0,7	0,4	0,8	0,7	0,4	0,3	-	-	0,0	-	-	0,0
Zeichentrick/Puppentrick	1,6	1,5	1,5	2,8	2,9	2,9	0,5	1,0	0,6	0,2	0,1	0,0	3,3	3,4	3,3
Sonstiges	-	-	-	-	0,0	0,0	-	-	-	-	0,0	-	-	-	-
Fiction	36,1	35,4	35,9	28,0	26,9	25,5	24,4	25,0	25,1	26,0	30,7	28,0	29,1	37,5	37,4
Spannung	9,1	8,4	9,6	12,7	12,5	12,5	9,4	10,0	8,9	12,3	18,6	15,0	13,0	14,4	13,3
Unterhaltung	26,0	25,6	25,2	14,6	14,0	12,5	14,8	14,7	15,8	13,3	11,7	12,4	15,9	22,6	23,2
Anspruch	1,0	1,5	1,0	0,6	0,3	0,5	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3
Animation	-	-	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,3	0,2	0,3	0,4	0,2	0,4	0,7
Sonstiges	2,5	2,4	2,4	2,3	2,3	2,3	4,7	4,7	5,0	5,3	6,3	5,7	5,4	5,2	5,3
Werbung	1,4	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	20,8	20,6	13,4	17,2	15,0	15,5	15,4	13,7	14,7
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	100,0	100,0	100,0

* 2007 und 2008 abweichend von Vorjahren recodiert.

** Stark geprägt von Frühstückfernsehen und Boulevardmagazinen.

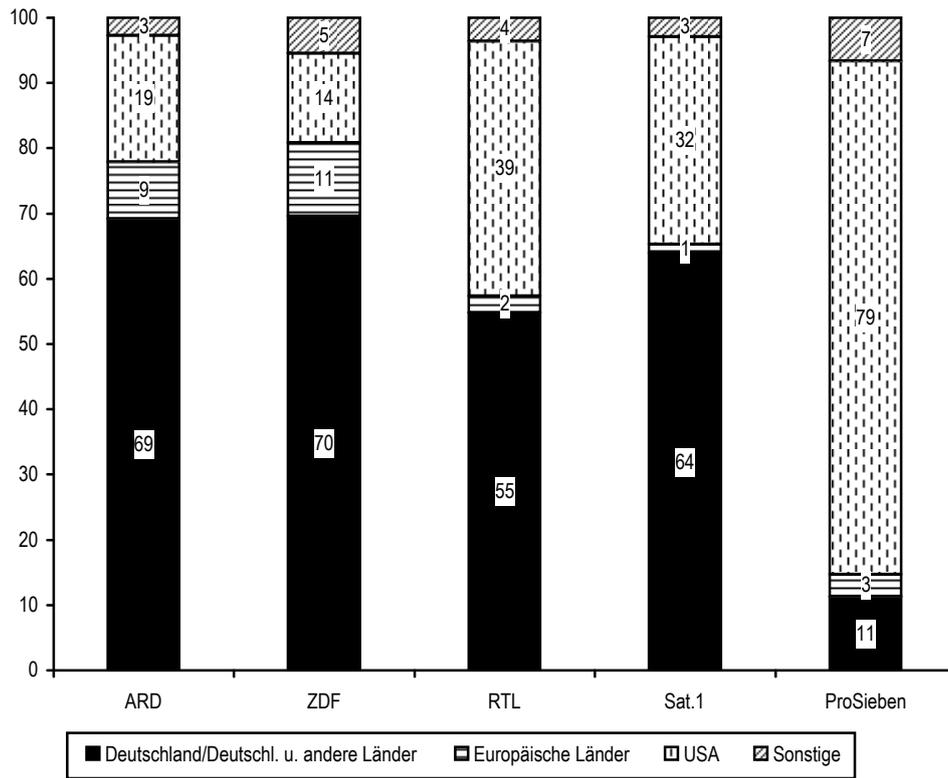
Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

kunftsländer. Der Anteil aus deutscher Produktion oder Koproduktion stieg von 61 auf 70 Prozent. Damit erreichte das ZDF die Höchstquote. Ein Rückgang von 22 auf 14 Prozent war bei den Produktionen aus den USA zu verzeichnen, während die europäischen Länder unverändert bei 11 Prozent lagen. Der Anteil aus sonstigen Ländern betrug beim ZDF 5 Prozent.

Veränderungen gegenüber dem Vorjahr sind auch bei den Privatsendern zu verzeichnen. So stieg bei RTL der Anteil deutscher Produktionen oder Koproduktionen bei nahezu unverändertem Fictionumfang von 51 auf 55 Prozent. Dieser Zuwachs um vier Prozentpunkte resultiert aus jeweils leichten Rückgängen bei anderen Produktionsländern. Aus europäischen Ländern stammten nur noch 2 Pro-

ProSieben: Anteil deutscher Produktion oder Koproduktion weiter gesunken

Abb. 5 Produktionsländer der Fictionangebote (ohne Kinderprogramm) 2009
Sendezeit in %



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2009.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

⑦ **Produktionsländer der Fictionangebote 2007 bis 2009 (ohne Kinderprogramm)**

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
in Min./Tag															
Deutschland/Deutschl. u. andere Länder	340	351	357	233	237	255	171	182	198	201	271	258	54	73	61
Europäische Länder	58	49	45	61	41	41	2	10	9	8	6	5	10	13	19
USA	109	100	100	84	84	51	166	147	141	154	152	128	323	425	424
Sonstige	13	10	14	25	24	20	12	19	13	12	14	12	33	29	36
Gesamt	520	510	517	403	387	367	351	359	361	375	443	403	419	540	539
in %															
Deutschland/Deutschl. u. andere Länder	65	69	69	58	61	70	49	51	55	54	61	64	13	14	11
Europäische Länder	11	10	9	15	11	11	1	3	2	2	1	1	2	2	3
USA	21	20	19	21	22	14	47	41	39	41	34	32	77	79	79
Sonstige	2	2	3	6	6	5	3	5	4	3	3	3	8	5	7
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

zent, aus den USA 39 Prozent und aus sonstigen Ländern 4 Prozent. Sat.1 verringerte das Fictionangebot um 40 Minuten pro Tag auf ein Sendevolumen von 403 Minuten pro Tag. Bei Sat.1 erhöhte sich der Anteil der Fictionangebote aus deutscher Produktion oder Koproduktion von 61 auf 64 Prozent. Dabei sank der Anteil aus US-Produktion auf 32 Prozent. Auf europäische Länder entfiel nur 1 Pro-

zent und auf sonstige Länder 3 Prozent. Im Fictionangebot bei ProSieben gingen die Veränderungen in entgegengesetzte Richtung. Das ohnehin geringe Angebot aus deutscher Produktion oder Koproduktion sank von 14 auf 11 Prozent. Umgekehrt stiegen die Anteile aus europäischen Ländern von 2 auf

3 Prozent und aus sonstigen Ländern von 5 auf 7 Prozent. Der dominierende Anteil an US-Produktionen blieb mit 79 Prozent unverändert.

Fazit

Die Programmanalyse 2009 kommt nach der Neujustierung der Sparten Information und nonfiktionale Unterhaltung, die sich aus der Trennung zwischen klassischer Reportage/Dokumentation und Doku-Soaps ergibt, zu folgenden Ergebnissen:

ARD und ZDF führend bei Information

1. Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme behaupten sich unverändert als führende Informationsanbieter mit weitem Vorsprung vor den privaten Sendern. Dabei hat das Erste einen Informationsanteil von 41 Prozent und das ZDF von 50 Prozent. Unter den privaten Sendern liegt RTL mit 23 Prozent vor Sat.1 mit 17 Prozent und ProSieben mit 16 Prozent.

RTL und Sat.1 mit gleichmäßiger Verteilung bei fiktionaler und nonfiktionaler Unterhaltung

2. Hauptsäule der Unterhaltung ist beim Ersten und beim ZDF das Fictionangebot. Bei RTL und Sat.1 verteilen sich die Gewichte der Unterhaltung gleichmäßiger auf nonfiktionaler und fiktionaler Unterhaltung, während bei ProSieben das Fictionangebot überwiegt.

3. RTL hat nach Einstellung seiner Teleshopsendungen 2009 einen geringeren Werbeanteil als Sat.1 und ProSieben.

4. Die dominierende Rolle der öffentlich-rechtlichen Sender als Informationsanbieter beruht auf höherem Umfang an Sendezeit und größerer Vielfalt journalistischer Sendungsformen. Dazu tragen die Magazine am meisten bei, gefolgt von den Nachrichtensendungen und klassischen Reportagen/Dokumentationen.

Gestiegener Anteil der Doku-Soaps bei den Privaten

5. Die dominierende Rolle der privaten Sender als Unterhaltungsanbieter beruht im Bereich der nonfiktionalen Unterhaltung auf einem weiter gestiegenen Angebot an Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen, die bei ARD und ZDF nur gering vertreten sind. Trendsetter in der Entwicklung neuer Hybridformen ist weiterhin RTL.

Geringe Unterschiede im Fictionangebot

6. Gering sind die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern in den Formen der fiktionalen Unterhaltung. ARD und ProSieben bieten am meisten Spielfilme und Fernsehfilme. Beim ZDF ist das Verhältnis zwischen Filmen und Serien ausgeglichen. RTL und Sat.1 bestreiten ihr Fictionangebot hauptsächlich mit Fernsehserien.

Hoher Entpolitisierungsgrad bei den Privaten

7. Beim Vergleich der Inhaltsprofile zeigt sich für den nonfiktionalen Bereich, dass die Angebote mit politisch und gesellschaftlich relevanten Themen im Wesentlichen von ARD und ZDF kommen. Auffällig ist bei den privaten Sendern der hohe Entpolitisierungsgrad, insbesondere bei Sat.1 und Pro-

Sieben. Die privaten Sender bevorzugen Themen des Alltags, der Freizeit und zwischenmenschlichen Beziehungen, in denen sich Emotionalität und privates Leben widerspiegeln. Im Fictionbereich bieten die Sender vorwiegend leichte Unterhaltungsgenres an, spannungsbetonte Genres überwiegen nur bei Sat.1, und anspruchsvolle Fictiongenres gab es im Jahr 2009 kaum.

8. Bei ARD und ZDF machen Fictionsendungen aus deutscher Produktion oder Koproduktion mit deutscher Beteiligung über zwei Drittel des Fictionsangebots aus. Diesem Anteil nähert sich inzwischen auch Sat.1, während ProSieben weiterhin sein Fictionangebot zu etwa vier Fünftel mit US-Produktionen bestreitet.

Die Befunde zeigen, dass die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme während der letzten Jahre programmstrukturell stabil blieben, während sich bei den privaten Sendern hauptsächlich die Fernsehunterhaltung veränderte. Dies wird allerdings erst sichtbar, wenn man wie in dieser Programmanalyse 2009 einen Perspektivenwechsel vollzieht, bei dem Hybridformate aufgrund ihres Unterhaltungspotenzials nun als Factual Entertainment der Sparte nonfiktionaler Unterhaltung zugeordnet werden. Damit ist die Fernsehunterhaltung insgesamt breiter und vielfältiger geworden. Die „neue“ Fernsehunterhaltung stellt sich dar als eine multifunktionale Form der populären Alltagskultivierung, die den Durchschnittsmenschen noch häufiger als Akteur einbezieht und das Private zum öffentlichen Erlebnis macht.

Programmstrukturen bei ARD und ZDF stabil

Anmerkungen:

- 1) Vgl. hierzu Nichols, Bill: *Representing Reality*. Bloomington 1991; Murray, Susan/Laurie Quelling: *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York 2009; Bruzzi, Stella: *New Documentary*. Abingdon 2006; Hill, Annette: *Reality TV. Audiences and popular factual television*. Abingdon 2005.
- 2) Vgl. Corner, John: *Performing the Real. Documentary Diversions*. In: Murry, Susan/Laurie Quelling (Hrsg.): *Reality TV. Remaking Television Culture*, New York 2009, S. 57.
- 3) Vgl. Bruzzi (Anm. 1).
- 4) Vgl. Corner (Anm. 2), S. 48f.
- 5) Vgl. ebd., S. 50ff.
- 6) Vgl. ebd., S. 55.
- 7) Vgl. Hill, (Anm. 1), S. 178.
- 8) Vgl. ebd., S. 27ff.
- 9) Vgl. ebd., S. 180.
- 10) Vgl. ebd., S. 181.
- 11) Vgl. ebd., S. 59.
- 12) Vgl. hierzu u.a. Lünenborg, Margreth: *Phänomene der Entgrenzung: Journalismus zwischen Fakt und Fiktion, Information und Unterhaltung*. In: Friedrichsen, Mike/Udo Göttlich (Hrsg.): *Diversifikation in der Unterhaltungsproduktion*. Köln 2004, S. 108–123.
- 13) Vgl. *Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland – ALM* (Hrsg.): *Programmbericht 2009*. Programmforschung und Programmdiskurs. Berlin 2010; www.alm.de/fileadmin/Medienforschung/Programmbericht2009/ALM-Programmbericht_2009.pdf (15.4.2010).
- 14) *Zwar wurde schon in der letzten Programmanalyse auf die Bedeutung der Doku-Soaps und ihre Nähe zum Factual Entertainment eingegangen, jedoch noch nicht die Codierung geändert*. Vgl. Krüger, Udo Michael/Thomas Zapf-Schramm: *Politikthematization und Alltagskultivierung im Infoangebot*. Programmanalyse 2008 von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben. In: *Media Perspektiven* 4/2009, S. 201–222, hier S. 211.

- 15) Dieser Beitrag wird in einer der nächsten Ausgaben der Media Perspektiven erscheinen.
- 16) Wie in den Vorjahren werden dabei folgende Kategorien 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 (senderexterne Ereignisse und Fremdveranstaltungen als Live- oder zeitlich versetzte Übertragung), 6. Gesprächsformen (Diskussion, Talk, Ansprache), 7. unterhaltende Formen mit Spiel- und Wettbewerbscharakter sowie Publikumsbeteiligung (Quiz, Gameshow, 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 Nonprofit-Spots) und 14. Werbeformen (Werbeblöcke, Teleshop und Sponsorwerbung).
- 17) Vgl. Krüger, Udo Michael: Infomonitor 2009: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Themen, Ereignisse und Akteure. In: Media Perspektiven 2/2010, S. 50–72.
- 18) „10 vor 11“ ersetzt seit Januar 2009 am Montag die bis Ende 2008 jeweils am Sonntag ausgestrahlte dctp-Kultursendung „Primetime – Spätausgabe“.

