

Programmanalyse 2010 – Teil 1:
Sparten und Formen

→ Profile und Funktionen deutscher Fernsehprogramme

Von Udo Michael Krüger*

Strukturprofile von Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben

Orientiert man sich an einem Grundgedanken des dualen Systems, nämlich unterscheidbare Programmangebote zu gewährleisten und damit das Gesamtspektrum potenzieller Zuschauerbedürfnisse breit abzudecken, stellt sich die Frage, wie dies in der Programmrealität verwirklicht wird. Ob und inwieweit Distanzen zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Programmprofilen in der empirischen Realität nachweisbar sind, soll anhand der aktuellen Programmanalyse 2010 beantwortet werden. Auf der Basis des Gesamtjahres wurden die Strukturprofile der bundesweit empfangbaren Programmangebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben in den drei Dimensionen Sparten, Sendungsformen und Inhaltsschwerpunkte ermittelt. Ferner wurden die Fictionangebote der Sender nach Produktionsländern verglichen. Dazu wurden wieder die Sendungslisten mit Sendetiteln und Zeitangaben (1) der AGF-Sendungscodierung sowie tagesaktuelle Programmankündigungen und archivierte Programmaufzeichnungen verwendet, die neu aufbereitet, teilweise umcodiert und ausgewertet wurden. Ein Ziel dieser Verfahrensweise liegt darin, die Programmdateien auf Sendungsebene nach einheitlichen Programmkategorien darzustellen und sie differenziert und unabhängig von unterschiedlichen Codierweisen der Sender vergleichen zu können. Die in der Programmanalyse 2009 begründete und praktisch angewandte Neujustierung der Abgrenzung zwischen Information und nonfiktionaler Unterhaltung im Spartenmodell wirkt sich auch 2010 nachhaltig aus. (2) Während einige Sender bei der AGF-Sendungscodierung einen weiten Informationsbegriff bevorzugen, der von klassischen Informationssendungen wie Nachrichten bis zur Doku-Soap reicht, ergibt sich bei einem restriktiven Informationsverständnis, bei dem die Hybridformate des Reality TV und Infotainmentsendungen überwiegend als Teil der nonfiktionalen Unterhaltung ausgewiesen werden, ein anderes Bild öffentlich-rechtlicher und privater Programmprofile.

Spartenprofile im Programmjahr 2010

Im Spartenmodell der Programmanalyse werden die Angebotsschwerpunkte der Sender wie in den Vorjahren nach acht Sparten unterschieden: 1. Information, 2. Sport, 3. Nonfiktionale Unterhaltung, 4. Musik, 5. Kinder-/Jugendprogramm, 6. Fiction (ohne Kinderprogramm), 7. Sonstiges und 8. Werbung. Die Verteilung der Gesamtsendezeit auf diese Sparten führt zu Programmprofilen der Sender,

aus denen sich bei langfristiger Fortschreibung entnehmen lässt, ob Strukturstabilität oder Tendenzen zur Veränderung der Angebote und damit ihrer Grundfunktionen bestimmend waren. Distanzen der Programmprofile verweisen hauptsächlich auf zwei Faktoren, zum einen auf medienexterne außergewöhnliche Ereignisse mit temporärem Einfluss auf die Programmierung eines Senders ohne Folgen für die langfristige dominierende Positionierung des Senders und zum anderen auf sender-eigene Veränderungen der Programmierung mit dem Ziel, durch Schwerpunktverlagerungen oder Formatinnovationen neue Aufmerksamkeitsimpulse zu schaffen.

Im Einzelnen wurden für das Programmjahr 2010 folgende Spartenprofile der Sender ermittelt (vgl. Abbildung 1 und Tabelle 1):

Das Erste Programm der ARD wurde hauptsächlich von den Sparten Information und Fiction geprägt. Auf Informationsangebote entfielen 40,4 Prozent der Gesamtsendedauer, dies entspricht im Durchschnitt 582 Minuten täglich. An zweiter Stelle rangierte das Fictionangebot mit 34,6 Prozent (499 Min./Tag). Den dritten Rangplatz belegte der Sport mit 7,7 Prozent (111 Min./Tag). Die übrige Sendezeit verteilte sich auf nonfiktionaler Unterhaltung (6,3%), Kinderprogramm (6,1%), Musik (1,0%) sowie auf Sonstiges (2,6%) und Werbung (1,4%).

Das ZDF-Programmangebot hatte in der Sparte Information einen Sendezeitanteil von 47,9 Prozent (690 Min./Tag). Der Fictionanteil betrug 27,2 Prozent (392 Min./Tag). An dritter Stelle rangierte die nonfiktionaler Unterhaltung mit 9,4 Prozent vor Sport mit 6,5 Prozent. Die übrige Sendezeit entfiel auf Kinderprogramm (4,7%) und Musik (0,8%) sowie auf Sonstiges (2,2%) und Werbung (1,4%). Beide öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme hatten somit ihre Hauptkomponenten in den Sparten Information und Fiction.

Die Spartenprofile der privaten Hauptprogramme unterschieden sich wesentlich von denen der öffentlich-rechtlichen. Das RTL-Programm kam auf einen Informationsanteil von 22,8 Prozent (328 Min./Tag). Als stärkste Sparte erwies sich mit einem Drittel der gesamten Sendezeit die nonfiktionaler Unterhaltung (33,3%, 479 Min./Tag), der neben den konventionellen Unterhaltungsformaten auch die Hybridformate des Factual Entertainment zugeordnet wurden. Das Fictionangebot entsprach mit 22,0 Prozent (317 Min./Tag) dem Umfang an Information. Gegenüber diesen drei Sparten des redaktionellen RTL-Programms hatten Sport (1,9%), Musik (1,1%) und Kinderprogramm (0,3%) nur geringe Sendezeitanteile. Auf Sonstiges, hauptsächlich eigene Programmwerbung durch Trailer, entfielen weitere 5,1 Prozent und auf Werbung 13,5 Prozent (195 Min./Tag) der Sendezeit.

Hauptsparten im Ersten: Information vor Fiction

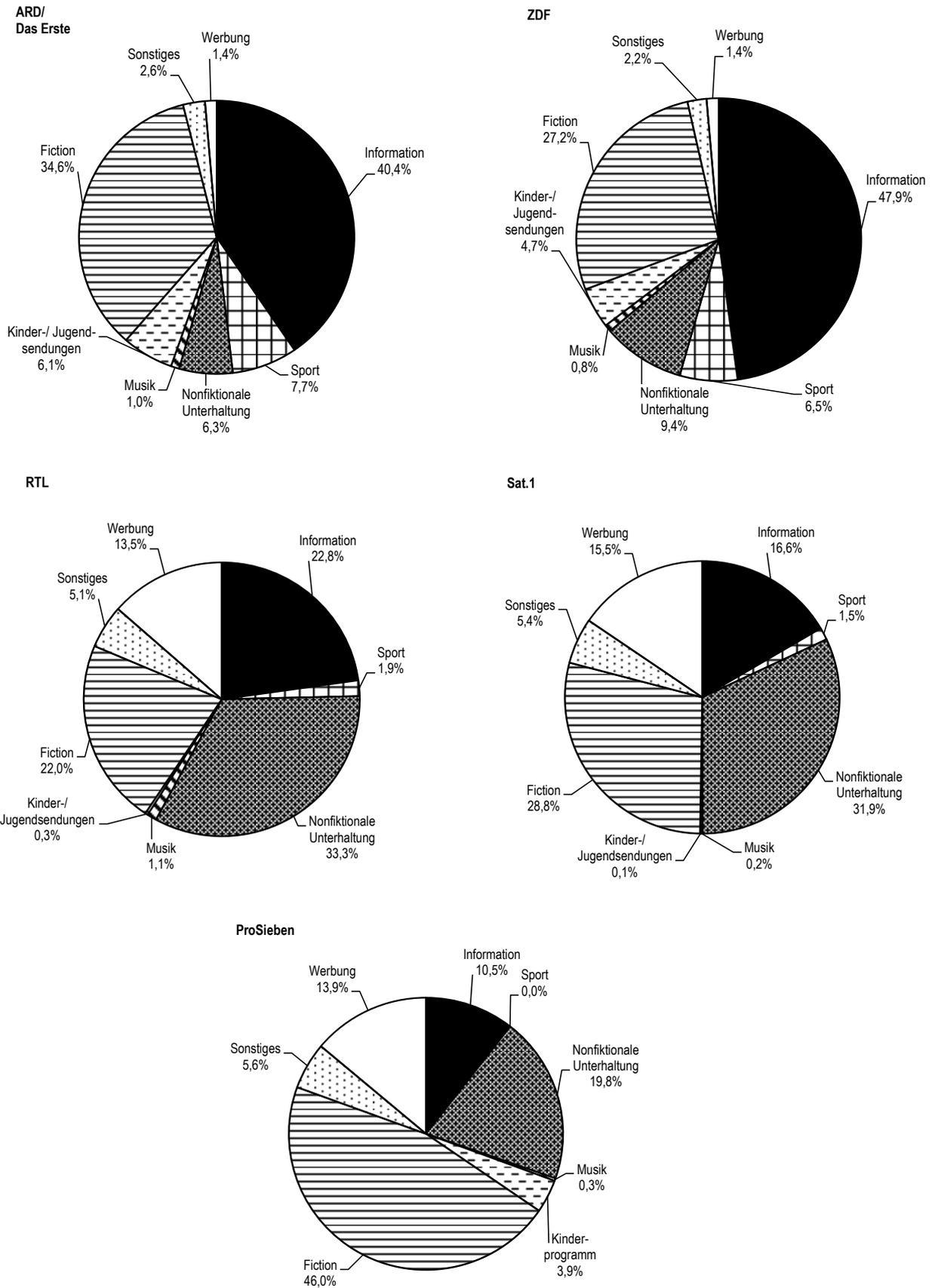
ZDF mit höchstem Anteil Information

Nonfiktionaler Unterhaltung stärkste Sparte bei RTL

Angebots-schwerpunkte nach acht Sparten unterschieden

* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb.1 Programmsparten 2010
Anteil an der Sendedauer in %



Basis: Gesamtprogramm 1 440 Min./Tag.
Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

① **Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008* bis 2010**

	Sendedauer Min./Tag			in %		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ARD/Das Erste						
Information	582	591	582	40	41	40
Sport	112	84	111	8	6	8
Nonfiktionale Unterhaltung	92	89	90	6	6	6
Musik	18	18	14	1	1	1
Kinder-/Jugendsendungen	72	87	87	5	6	6
Fiction	510	517	499	35	36	35
Sonstiges	34	35	37	2	2	3
Werbung	20	19	20	1	1	1
Gesamt Min./Tag	1 440	1 440	1 440	100	100	100
ZDF						
Information	659	714	690	46	50	48
Sport	101	77	94	7	5	7
Nonfiktionale Unterhaltung	162	145	135	11	10	9
Musik	17	16	12	1	1	1
Kinder-/Jugendsendungen	61	69	67	4	5	5
Fiction	387	367	392	27	25	27
Sonstiges	33	33	31	2	2	2
Werbung	20	20	20	1	1	1
Gesamt Min./Tag	1 440	1 440	1 440	100	100	100
RTL						
Information	309	337	328	21	23	23
Sport	22	24	27	2	2	2
Nonfiktionale Unterhaltung	335	408	479	23	28	33
Musik	33	30	16	2	2	1
Kinder-/Jugendsendungen	19	14	4	1	1	0
Fiction	359	361	317	25	25	22
Sonstiges	68	72	74	5	5	5
Werbung	296	193	195	21	13	14
Gesamt Min./Tag	1 440	1 440	1 440	100	100	100
Sat.1						
Information	240	244	238	17	17	17
Sport	8	14	21	1	1	1
Nonfiktionale Unterhaltung	426	466	460	30	32	32
Musik	15	7	3	1	0	0
Kinder-/Jugendsendungen	1	1	1	0	0	0
Fiction	443	403	415	31	28	29
Sonstiges	90	82	78	6	6	5
Werbung	216	224	223	15	16	15
Gesamt Min./Tag	1 440	1 440	1 440	100	100	100
ProSieben						
Information	223	227	152	15	16	11
Sport	3	0	0	0	0	0
Nonfiktionale Unterhaltung	335	336	285	23	23	20
Musik	16	3	4	1	0	0
Kinder-/Jugendsendungen	50	48	57	3	3	4
Fiction	540	539	662	37	37	46
Sonstiges	75	76	80	5	5	6
Werbung	198	211	200	14	15	14
Gesamt Min./Tag	1 440	1 440	1 440	100	100	100

* 2008 abweichend von Vorjahren recodiert.

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Bei Sat.1 Fiction und nonfiktionale Unterhaltung etwa gleich auf

Im Programmangebot von Sat.1 fielen die Informationsangebote noch geringer aus als bei RTL. So betrug bei Sat.1 der Informationsanteil nur 16,6 Prozent (238 Min./Tag) der Gesamtsendezeit, während für nonfiktionale Unterhaltung 31,9 Prozent (460 Min./Tag) und für Fiction 28,8 Prozent (415 Min./Tag) der täglichen Sendezeit verwendet wurden. Zusammen erreichten diese beiden Sparten der Unterhaltung bei Sat.1 61 Prozent der Gesamtsendezeit. Auf andere redaktionelle Sparten wie Sport (1,5%), Musik (0,2%) und Kinderprogramm (0,1%) entfielen kaum nennenswerte Anteile. Die übrige Sendezeit verteilte sich auf Sonstiges (5,4%), im Wesentlichen Eigenwerbung, sowie auf kommerzielle Werbung (15,5%; 223 Min./Tag).

ProSieben: Fiction macht knappe Hälfte des Angebots aus

ProSieben schränkte sein Informationsangebot zugunsten des Unterhaltungsangebots am weitesten ein. Im Spartenprofil betrug der Informationsanteil im Jahr 2010 nur 10,5 Prozent (152 Min./Tag). Der Angebotsschwerpunkt konzentrierte sich mit 46,0 Prozent (662 Min./Tag) auf Fiction. Etwa ein Fünftel der Gesamtsendezeit (19,8%; 285 Min./Tag) entfiel auf nonfiktionale Unterhaltung. Die übrige Sendezeit für redaktionelle Sendungen verteilte sich auf Kinder-/Jugendprogramm (3,9%) und Musik (0,3%). Sportangebote in Form eigenständiger Sendungen gab es auch 2010 bei ProSieben nicht. Auf Sonstiges (5,6%) entfiel etwa der gleiche Anteil wie bei den anderen Privatsendern. Der Anteil der Werbung lag bei 13,9 Prozent (200 Min./Tag) und blieb damit unter dem Volumen von Sat.1.

Auf der Ebene der Programmsparten ist für das Programmjahr 2010 als erster Befund festzuhalten: Die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme ARD/Das Erste und ZDF unterscheiden sich von den privaten Hauptprogrammen durch ein dominantes Informationsangebot. Die privaten Hauptprogramme legen ihr Angebotsschwergewicht auf Unterhaltungssparten, wobei sie sich in der Gewichtung von nonfiktionaler und fiktionaler Unterhaltung unterscheiden.

Sportjahr 2010 mit Fußball-WM und Olympia

Vergleicht man die Spartenprofile von 2010 mit den beiden Vorjahren, fallen die Veränderungen bei der ARD sehr gering und leicht erklärbar aus. Unter dem Einfluss der sportlichen Großereignisse Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika und Olympische Winterspiele in Kanada stieg die Sendezeit für Sport um 27 Minuten pro Tag, reduziert wurden dafür die Sparten Fiction (minus 18 Min./Tag) und Information (minus 9 Min./Tag). Diese Verschiebung der Sendezeit ist hauptsächlich auf den durch große Sportereignisse verursachten „Pendeleffekt“ in aufeinander folgenden Jahren zurückzuführen. Vergleicht man nämlich die Sendezeitverteilung im Zweijahresintervall, wird deutlich, dass insbesondere die ARD ein ausgesprochen stabiles Spartenprofil besitzt, in dem keine nennenswerten programmstrategisch erklärbaren und ereignisunabhängigen Veränderungen mit sichtbaren Auswirkungen in den Sparten auffallen.

Auch beim ZDF wirkte sich das Sportjahr 2010 in einer Zunahme der Sendezeit für Sport aus, hier allerdings nur um 17 Minuten pro Tag. Die Tatsache, dass auch die Sparte Fiction (25 Min./Tag) zulegen, während in den Sparten Information (minus 24 Min./Tag) und nonfiktionale Unterhaltung (minus 10 Min./Tag) ein Rückgang der Sendezeit zu verzeichnen war, verweist zugleich darauf, dass im ZDF neben dem ereignisbedingten Sporteffekt auch Veränderungen anderer Art stattgefunden haben.

Dagegen lassen sich die Veränderungen in den privaten Hauptprogrammen, in denen bei geringen Sportanteilen keine ähnlich starken Sporteffekte ausgelöst werden können, hauptsächlich programmstrategischen Entscheidungen zuschreiben. Betrachtet man dazu die Spartenprofile der Jahre 2008 bis 2010, so ergibt sich für die drei Sender ein unterschiedliches Bild. Die geringsten Veränderungen gab es bei Sat.1, während sie bei RTL und ProSieben gegenläufig waren. RTL erhöhte stetig das nonfiktionale Unterhaltungsangebot mit Sendezeit, die 2009 der Werbung und 2010 dem Fictionangebot entzogen wurde. ProSieben erhöhte dagegen das Fictionangebot und reduzierte dafür die nonfiktionale Unterhaltung und das Informationsangebot.

Sendungsformen

Betrachtet man die Verteilung der Gesamtsendezeit auf Sendungsformen, zeigen sich weitere strukturelle Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen (vgl. Abbildung 2 und Tabelle 2). (3)

Auch die Sendungsformen der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme erwiesen sich als stabil, während sie in den privaten Hauptprogrammen im Ganzen flexibler erscheinen. Charakteristisch für die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme ist der Umfang von Nachrichtenangeboten, Magazinen, klassischen Reportagen und Dokumentationen. So erreichte im Programmjahr 2010 der Nachrichtenanteil im Ersten (9,2%) und beim ZDF (9,5%) unverändert knapp ein Zehntel der Gesamtsendezeit und damit mehr als den doppelten Umfang von RTL (4,1%). Sat.1 kam unter Berücksichtigung aller Kurzausgaben im Frühstücksfernsehen (4) auf einen Nachrichtenanteil von 1,9 Prozent. Marginal blieb auch 2010 der Nachrichtenanteil bei ProSieben (0,8%). Auch bei den Magazinen hatten ARD (22,9%) und ZDF (32,3%) einen deutlichen Vorsprung vor RTL (17,5%), Sat.1 (12,6%) und ProSieben (8,7%). Ebenso klar fiel der Vorsprung öffentlich-rechtlicher vor den privaten Sendern bei klassischen journalistischen Reportagen und Dokumentationen aus. Auf diese Sendungsformen entfiel bei ARD (9,5%) und ZDF (8,5%) ähnlich wie beim Nachrichtenangebot jeweils knapp ein Zehntel der Gesamtsendezeit, während das vergleichbare Angebot bei RTL (2,0%), Sat.1 (2,3%) und ProSieben (1,4%) wie im Vorjahr unter der 3-Prozent-Marke lag.

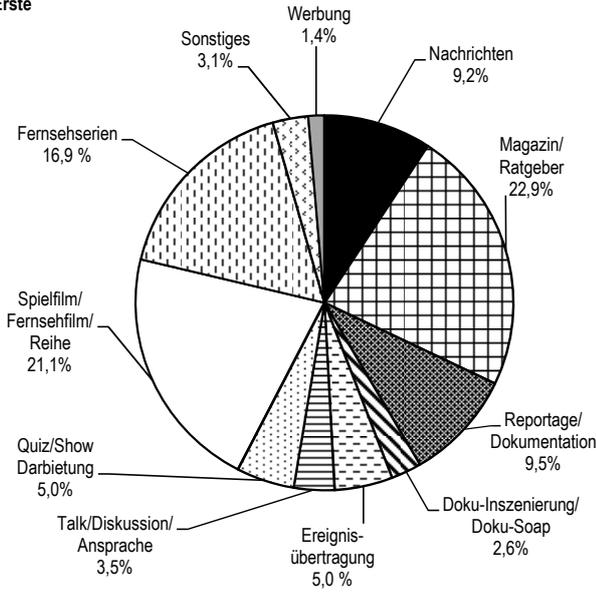
Deshalb ARD und ZDF mit höheren Sportanteilen als 2009

RTL erhöhte nonfiktionalen Unterhaltungsangebot, ProSieben das Fictionangebot

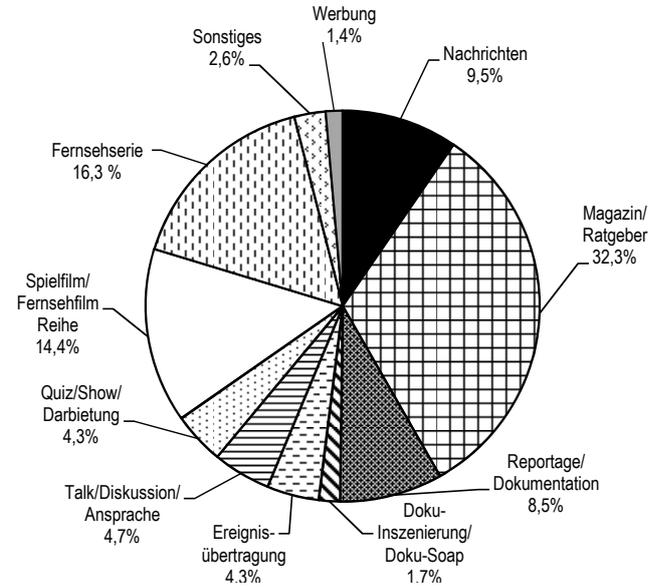
ARD und ZDF: Ein Zehntel des Programms sind Nachrichten

Abb. 2 Sendungsformen 2010
Sendezeitanteile in %

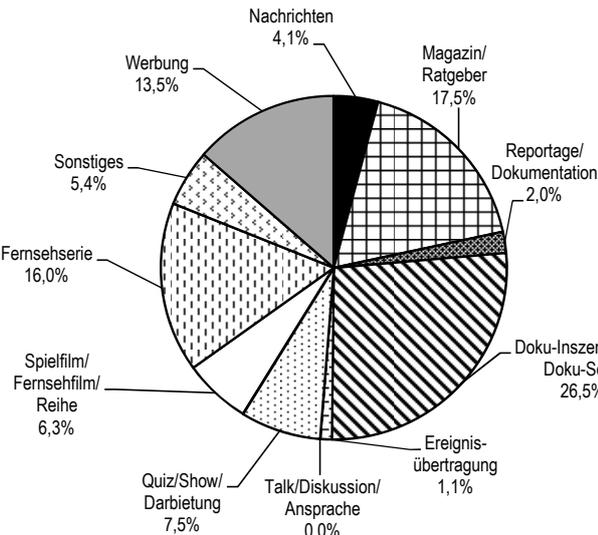
**ARD/
Das Erste**



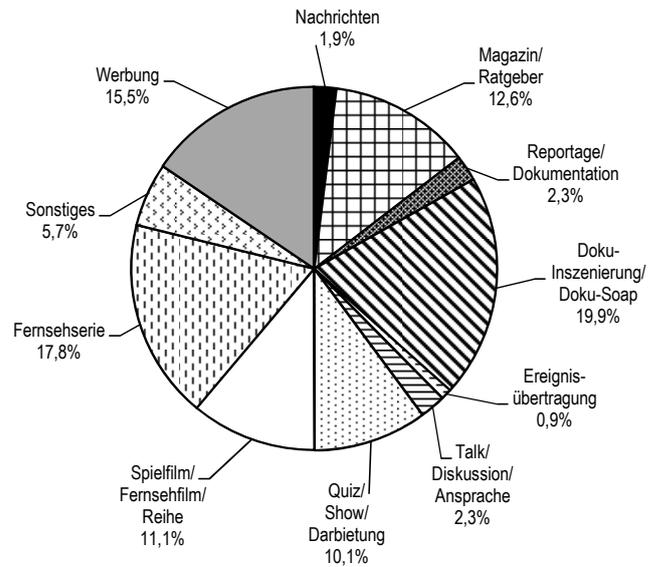
ZDF



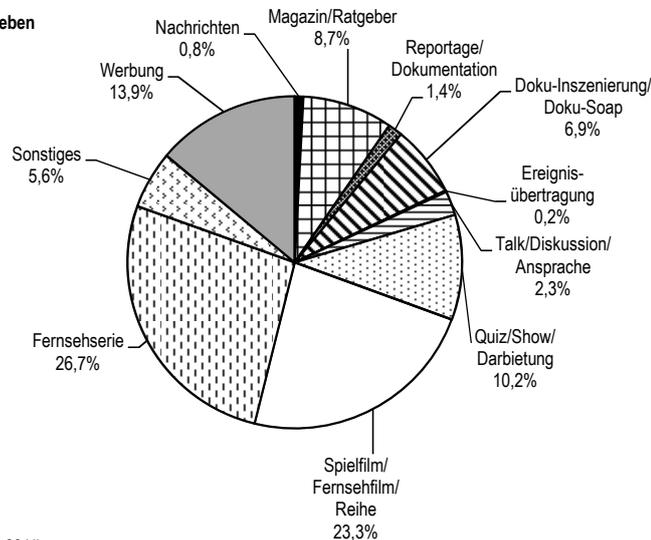
RTL



Sat.1



ProSieben



Basis: Gesamtprogramm 1 440 Min./Tag.
Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

② **Sendungsformen¹⁾ 2008* bis 2010**

in Min./Tag und %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
in Min./Tag															
Nachrichten ²⁾	132	135	133	136	138	137	56	57	59	35	28	28	12	12	12
Magazin/Ratgeber	341	331	330	456	478	465	226	254	252	185	179	181	197	213	126
Reportage/Dokumentation	132	129	136	114	129	122	35	39	29	14	39	33	10	23	20
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	39	41	38	40	37	25	215	291	382	229	288	286	119	124	100
Ereignisübertragung	74	62	71	72	57	62	17	18	15	6	10	14	4	4	2
Talk/Diskussion/Ansprache	52	52	50	80	81	68	50	33	0	102	34	33	67	39	34
Ratespiel/Quiz/Gameshow	27	29	33	10	11	10	16	10	11	41	65	65	36	38	47
Show/Darbietung	39	38	39	39	34	51	79	94	97	78	86	80	130	112	101
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	296	329	305	187	190	208	112	106	91	149	129	160	298	320	335
Fernsehserie	243	232	243	247	230	235	267	268	231	295	274	256	290	267	384
Sonstige redakt. Formen ³⁾	9	7	7	4	3	3	3	3	4	1	2	3	2	1	1
Sonstiges ⁴⁾	34	35	37	35	33	34	68	72	74	90	82	78	75	76	80
Werbung	20	19	20	20	20	20	296	193	195	216	224	223	198	211	200
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⁾	9,2	9,3	9,2	9,5	9,6	9,5	3,9	4,0	4,1	2,4	1,9	1,9	0,8	0,9	0,8
Magazin/Ratgeber	23,7	23,0	22,9	31,7	33,2	32,3	15,7	17,7	17,5	12,8	12,5	12,6	13,7	14,8	8,7
Reportage/Dokumentation	9,2	9,0	9,5	7,9	8,9	8,5	2,5	2,7	2,0	1,0	2,7	2,3	0,7	1,6	1,4
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	2,7	2,9	2,6	2,8	2,6	1,7	14,9	20,2	26,5	15,9	20,0	19,9	8,3	8,6	6,9
Ereignisübertragung	5,2	4,3	5,0	5,0	3,9	4,3	1,2	1,3	1,1	0,4	0,7	0,9	0,3	0,3	0,2
Talk/Diskussion/Ansprache	3,6	3,6	3,5	5,6	5,6	4,7	3,5	2,3	0,0	7,1	2,4	2,3	4,7	2,7	2,3
Ratespiel/Quiz/Gameshow	1,9	2,0	2,3	0,7	0,8	0,7	1,1	0,7	0,8	2,8	4,5	4,5	2,5	2,6	3,2
Show/Darbietung	2,7	2,7	2,7	2,7	2,4	3,6	5,5	6,5	6,8	5,4	6,0	5,5	9,0	7,8	7,0
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	20,6	22,8	21,1	13,0	13,2	14,4	7,8	7,4	6,3	10,3	9,0	11,1	20,7	22,2	23,3
Fernsehserie	16,9	16,1	16,9	17,1	15,9	16,3	18,5	18,6	16,0	20,5	19,1	17,8	20,2	18,5	26,7
Sonstige redakt. Formen ³⁾	0,6	0,5	0,5	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0	0,0
Sonstiges ⁴⁾	2,3	2,4	2,6	2,4	2,3	2,4	4,7	5,0	5,1	6,3	5,7	5,4	5,2	5,3	5,6
Werbung	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	20,6	13,4	13,5	15,0	15,5	15,5	13,7	14,7	13,9
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

* 2008 abweichend von Vorjahren recodiert.

1) Sparte Kinderprogramm aufgelöst.

2) Nachrichten incl. Kurznachrichten aus Frühstückfernsehen.

3) Einschließlich Wetterinfo.

4) Trailer, Überleitungen, Restzeitfüller.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Private Sender: Die privaten Sender legten ihren Schwerpunkt wieder auf Reality-Formate. Vor allem bei RTL (26,5%), aber auch bei Sat.1 (19,9%) und ProSieben (6,9%) deuten die hohen Sendezeitanteile für Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen, die um ein Vielfaches die entsprechenden Angebote von ARD (2,6%) und ZDF (1,7%) übertrafen, darauf hin, wie wichtig diese Formate für die Privatsender geworden sind. (5)

Bei den anderen nonfiktionalen Sendungsformen mit geringeren Zeitanteilen fielen die Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern weniger auffällig aus. Ereignisübertragungen erhielten bei ARD (5,0%) und ZDF (4,3%) mehr Sendezeit als bei RTL (1,1%), Sat.1 (0,9%) und ProSieben (0,2%). Bei Formaten der Kategorie Talk/Diskussion/Ansprache unterschieden sich ARD (3,5%), ZDF (4,7%), Sat.1 (2,3%) und ProSieben (2,3%) nur wenig, während RTL diese Form nach stetiger Reduzierung in den Vorjahren fast ganz aussparte. Anders als die Gesprächsfor-

men, die sowohl für Informations-, als auch für Unterhaltungsangebote verwendet werden, haben die Quizformate vorwiegend Unterhaltungscharakter. Sie wurden vergleichsweise stärker bei Sat.1 (4,5%), ProSieben (3,2%) und im Ersten (2,3%) verwendet, am wenigsten beim ZDF (0,7%) und bei RTL (0,8%). Formate der Kategorie Show/Darbietung erhielten bei RTL (6,8%), Sat.1 (5,5%) und ProSieben (7,0%) mehr Sendezeit als bei ARD (2,7%) und ZDF (3,6%).

Vergleicht man die fiktionalen Sendungsformen, dominierten bei Spielfilmen und Fernsehfilmen ProSieben (23,3%) und ARD (21,1%) deutlich gegenüber ZDF (14,4%), Sat.1 (11,1%) und RTL (6,3%). Im Serienangebot hatte ProSieben (26,7%) eine führende Rolle, während die anderen Sender mit Sendezeitanteilen zwischen 16 und 18 Prozent nahe beieinander lagen.

ProSieben mit meisten Serien im Angebot

Bei Privaten einige Veränderungen bei den Sendungsformen

Wie bei den Sparten zeigten sich bei ARD und ZDF auch bei den Sendungsformen in den letzten drei Jahren nur geringe Schwankungen. Dagegen gab es bei den privaten Sendern, insbesondere bei RTL und ProSieben, deutlich erkennbare Strukturveränderungen. RTL reduzierte die Sendezeit von Serien, Talk, Spielfilmen und Reportagen und erhöhte 2010 nochmals das Angebot an Doku-Soaps um durchschnittlich 91 Minuten pro Tag (plus 6,3%-Punkte). Bei Sat.1 beschränkte sich die Veränderung auf fiktionale Formen, Serien verloren Sendezeit zugunsten von Spielfilmen und Fernsehfilmen. Am auffälligsten waren die Veränderungen bei ProSieben. Hier wurden Magazine um 87 Minuten und Doku-Soaps um 24 Minuten pro Tag reduziert. Diese Sendezeit kam hauptsächlich den Fernsehserien mit 117 Minuten pro Tag (plus 8,1%-Punkte) zugute.

Sendungsformen der Sparten

Differenziert man die Sendungsformen nach Programmsparten, ergibt sich ein detaillierteres Bild. Insbesondere wird sichtbar, welcher Sender mit welchen Formen Informations- und Unterhaltungsfunktionen erfüllt (vgl. Tabelle 3).

Vielfältige Sendungsformen in der Sparte Information

Den Sendungsformen der Sparte Information werden im allgemeinen professionelle journalistische Leistungen bei der Berichterstattung und Einordnung von Ereignissen und Themen sowie bei der Moderation von meinungsbildenden Sendungen zugeschrieben. Dies gilt für alle Formen der Nachrichten und Magazine – wobei das Spektrum von Politikmagazinen bis zu Boulevardmagazinen reicht –, ebenso für Morgenmagazine und das Frühstückfernsehen ungeachtet ihrer inhaltlichen Schwerpunkte. Hinzu kommen als monothematische Formen klassische Reportagen und Dokumentationen, zeitgeschichtliche und kulturgeschichtliche Dokumentationen, ferner Ereignisübertragungen, Talk/Diskussion/Ansprache, soweit sie gesellschaftliche Themenrelevanz haben, und schließlich alle sonstige Informationsformen eigenständige Wetter-sendungen.

Nachrichtensendungen

Die Nachrichtensendungen entsprechen dem klassischen Informationsbegriff am stärksten. Systematische Programmvergleiche, unabhängig davon, wer sie durchführte, stimmen bisher darin überein, dass sich die öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichtenangebote in Umfang, Vielfalt und Themenschwerpunkten wesentlich unterscheiden. (6) Die meisten Nachrichtensendungen bieten erwartungsgemäß ARD und ZDF, während bei den Privatsendern Ausstrahlungsfrequenz, Umfang und Vielfalt der Formate geringer ausfällt. Dabei unterscheiden sich RTL, Sat.1 und ProSieben nochmals untereinander.

Das Erste kam 2010 in der Sparte Information (ohne Nachrichten im Kinderprogramm) auf ein Nachrichtenangebot von 130 Minuten pro Tag (9,0%), das sich aus den Hauptausgaben der „Tagesschau“ und den Nachrichtenmagazinen „Tagesthemen“ und „Nachtmagazin“ sowie den über den gesamten Tag verteilten Kurznachrichten einschließlich der Ausgaben im „ARD/ZDF-Morgenmagazin“ und „Mittagsmagazin“ zusammensetzte. Hinzu kamen einige Extra-Ausgaben.

Das ZDF sendete 2010 (ohne die Kindernachrichtensendung „logo!“) im Tagesdurchschnitt 136 Minuten (9,4%) an Nachrichtenangeboten, die sich ähnlich wie bei der ARD aus den Hauptausgaben von „heute“ und den Nachrichtenmagazinen „heute-journal“ und „heute nacht“ sowie den im Morgen- und Mittagsmagazin und über den weiteren Tag verteilten Kurz- und Spezialausgaben von „heute“ ergaben. Hinzu kamen die Ausgaben „heute in Deutschland“ und „heute in Europa“, außerdem auch hier Extra-Ausgaben. Der leichte Vorsprung des ZDF gegenüber der ARD resultierte aus dem „ZDFwochen-journal“. Umfang und ganztägige Verfügbarkeit der Nachrichtenangebote in unterschiedlichen Formaten unterstreichen den Stellenwert dieser Sendungsform in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen. Bei der ARD machen die Nachrichtensendungen im Ganzen gesehen knapp ein Zehntel der Gesamtsendezeit und etwa ein Viertel des Informationsangebots aus, beim ZDF sind es ebenfalls knapp ein Zehntel der Gesamtsendezeit, hier allerdings aufgrund des größeren Informationsangebots ein Fünftel in der Sparte Information.

Die drei Privatsender unterschieden sich nicht nur durch ihr geringeres Nachrichtenangebot von den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen, sondern auch untereinander. RTL hatte bei weiterem Zuwachs auf 59 Minuten pro Tag (4,1%) unter den Privatsendern wie in den Vorjahren wieder den höchsten Nachrichtenanteil. Dieser verteilte sich auf die Hauptausgaben von „RTL aktuell“ und „RTL aktuell – Weekend“ sowie auf Kurzausgaben der „RTL News“ und das „RTL-Nachtjournal“ mit einer Wiederholung im Nachtprogramm. Auch hier gab es aus besonderen Anlässen Extra-Ausgaben. Das Nachrichtenangebot von Sat.1 fiel mit 28 Minuten pro Tag (1,9%) nicht nur im Umfang deutlich geringer aus, sondern es beschränkte sich auch auf die Hauptnachrichtenausgabe „Sat.1 Nachrichten“ und Kurzausgaben im Frühstückfernsehen sowie eine zweiminütige Sonderausgabe zum Tod des polnischen Präsidenten. ProSieben erreichte mit seinem Nachrichtenangebot, das aus der Hauptausgabe „Newstime“, Kurznachrichten und den „ProSieben Spätnachrichten“ bestand, nur einen Umfang von 12 Minuten im Tagesdurchschnitt (0,8%) und blieb damit auch 2010 unter der 1-Prozent-Marke.

Magazine

Die höchsten Anteile zur Informationssparte trugen auch 2010 bei allen Sendern wieder die Maga-

Das Erste mit 130 Minuten Nachrichten täglich

136 Minuten Nachrichten im ZDF

Privatsender mit unterschiedlich großem Nachrichtenangebot

③ Sparten und Formen 2008* bis 2010

	Sendedauer in Min./Tag														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Information	582	591	582	659	714	690	309	337	328	240	244	238	223	227	152
Nachrichten ¹⁾	132	132	130	135	137	136	56	57	59	35	28	28	12	12	12
Magazin	291	294	295	394	403	381	223	250	248	185	179	181	197	201	115
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen	125	128	127	126	128	127	48	44	47	125	133	126	-	-	-
Boulevardmagazin	39	37	40	55	57	52	78	76	72	25	18	17	122	120	38
Andere Magazine/Ratgeber	127	128	128	213	217	202	97	129	129	34	29	38	75	81	77
Dokumentation/Bericht/Reportage	97	92	89	86	107	90	25	25	16	12	34	25	9	12	20
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	6	4	6	5	5	6	-	-	0	8	-	-	2	0	3
Ereignisübertragung	8	13	9	14	15	13	2	1	0	-	0	0	1	0	2
Talk/Diskussion/Ansprache	40	49	47	20	45	59	0	1	0	0	1	0	-	-	-
Wetterinfo	7	7	7	3	3	2	3	3	4	1	1	3	2	0	0
Sonstiges	1	0	-	3	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	112	84	111	101	77	94	22	24	27	8	14	21	3	0	-
Sportberichterstattung	43	35	48	43	36	45	10	11	12	2	4	8	0	0	-
Übertragung	66	48	61	58	41	49	11	14	15	6	10	13	3	0	-
Sonstiges	3	0	2	0	0	0	-	0	-	-	0	-	-	0	-
Nonfiktionale Unterhaltung	92	89	90	162	145	135	335	408	479	426	466	460	335	336	285
Journalistische Unterhaltungsformen	13	7	3	95	83	65	53	40	5	101	34	33	67	61	45
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	4	3	1	36	48	56	3	11	5	-	1	0	0	25	11
Talk/Gespräch	9	3	2	59	36	9	50	32		101	33	33	67	39	34
Factual Entertainment	33	38	31	35	32	19	215	291	382	222	288	286	118	123	97
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	33	38	31	35	32	19	215	291	382	222	288	286	118	123	97
Konventionelle Unterhaltungsformen	46	47	56	31	30	51	66	78	92	103	144	142	150	151	143
Quiz/Gameshow/Spiele	24	26	30	10	11	10	16	10	11	41	65	65	36	38	47
Show/Darbietungen/ Übertragung	22	21	26	22	19	41	51	67	81	63	79	77	114	113	97
Musik	18	18	14	17	16	12	33	30	16	15	7	3	16	3	4
Show/Konzert	18	18	14	17	16	11	33	30	16	15	7	3	16	3	4
Sonstiges	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	0	-	-
Kinder-/Jugendprogramm	72	87	87	61	69	67	19	14	4	1	1	1	50	48	57
Nonfikt. Kindersendungen	41	43	38	14	15	15	-	0	-	-	0	-	1	0	-
Fiktionale Kindersendungen	30	44	49	47	53	52	19	14	4	1	1	1	49	48	57
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	4	10	13	4	6	9	2	2	4	1	1	1	1	1	1
Fernsehserie	26	34	36	43	48	43	18	12	-	-	-	-	48	47	56
Sonstiges	0	-	-	0	0	0	-	-	-	0	-	-	-	-	-
Fiction	510	517	499	387	367	392	359	361	317	443	403	415	540	539	662
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	292	319	292	183	185	199	110	105	86	148	129	159	297	320	334
Fernsehserie	217	198	206	204	182	192	249	257	231	295	274	256	243	219	328
Sonstiges	1	0	0	-	0	0	-	-	-	-	0	0	-	0	0
Sonstige Sparten	34	35	37	33	33	31	68	72	74	90	82	78	75	76	80
Werbung	20	19	20	20	20	20	296	193	195	216	224	223	198	211	200
Werbeblock/Sponsorspot	20	19	20	20	20	20	205	193	195	215	223	222	197	198	199
Teleshopping/Sonst. Werbeformen	-	-	-	-	-	-	91	-	-	1	0	1	0	13	1
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 2008* bis 2010 (Fortsetzung)

	Sendedauer in %														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Information	40,4	41,0	40,4	45,8	49,6	47,9	21,4	23,4	22,8	16,7	17,0	16,6	15,5	15,8	10,5
Nachrichten ¹⁾	9,2	9,2	9,0	9,4	9,5	9,4	3,9	4,0	4,1	2,4	1,9	1,9	0,8	0,9	0,8
Magazin	20,2	20,4	20,5	27,3	28,0	26,5	15,5	17,4	17,2	12,8	12,5	12,6	13,7	14,0	8,0
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen	8,7	8,9	8,8	8,7	8,9	8,8	3,3	3,1	3,2	8,7	9,2	8,7	-	-	-
Boulevardmagazin	2,7	2,6	2,8	3,8	4,0	3,6	5,4	5,3	5,0	1,7	1,2	1,2	8,5	8,3	2,6
Andere Magazine/Ratgeber	8,8	8,9	8,9	14,8	15,1	14,1	6,7	9,0	9,0	2,4	2,0	2,6	5,2	5,7	5,4
Dokumentation/Bericht/Reportage	6,7	6,4	6,2	5,9	7,5	6,2	1,8	1,7	1,1	0,8	2,4	1,8	0,6	0,9	1,4
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,4	0,2	0,4	0,3	0,4	0,4	-	-	0,0	0,5	-	-	0,1	0,0	0,2
Ereignisübertragung	0,5	0,9	0,6	0,9	1,0	0,9	0,1	0,1	0,0	-	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Talk/Diskussion/Ansprache	2,8	3,4	3,2	1,4	3,1	4,1	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	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0	0,0
Sonstiges	0,0	0,0	-	0,2	-	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	7,8	5,8	7,7	7,0	5,4	6,5	1,5	1,7	1,9	0,6	1,0	1,5	0,2	0,0	-
Sportberichterstattung	3,0	2,4	3,3	3,0	2,5	3,2	0,7	0,7	0,8	0,2	0,3	0,5	0,0	-	-
Übertragung	4,6	3,3	4,2	4,0	2,9	3,4	0,8	0,9	1,0	0,4	0,7	0,9	0,2	0,0	-
Sonstiges	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	6,4	6,2	6,3	11,3	10,1	9,4	23,2	28,4	33,3	29,6	32,3	31,9	23,3	23,3	19,8
Journalistische Unterhaltungsformen	0,9	0,5	0,2	6,6	5,8	4,5	3,7	2,8	0,3	7,0	2,3	2,3	4,7	4,2	3,1
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	0,3	0,2	0,1	2,5	3,3	3,9	0,2	0,8	0,3	-	0,1	0,0	0,0	1,7	0,8
Talk/Gespräch	0,6	0,2	0,1	4,1	2,5	0,6	3,5	2,2	-	7,0	2,3	2,3	4,7	2,7	2,3
Factual Entertainment	2,3	2,6	2,2	2,5	2,2	1,3	14,9	20,2	26,5	15,4	20,0	19,9	8,2	8,6	6,7
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	2,3	2,6	2,2	2,5	2,2	1,3	14,9	20,2	26,5	15,4	20,0	19,9	8,2	8,6	6,7
Konventionelle Unterhaltungsformen	3,2	3,3	3,9	2,2	2,1	3,5	4,6	5,4	6,4	7,2	10,0	9,8	10,4	10,5	10,0
Quiz/Gameshow/Spiele	1,7	1,8	2,1	0,7	0,8	0,7	1,1	0,7	0,8	2,8	4,5	4,5	2,5	2,6	3,2
Show/Darbietungen/ Übertragung	1,5	1,5	1,8	1,5	1,3	2,8	3,5	4,7	5,6	4,4	5,5	5,3	7,9	7,9	6,7
Musik	1,3	1,3	1,0	1,2	1,1	0,8	2,3	2,1	1,1	1,1	0,5	0,2	1,1	0,2	0,3
Show/Konzert	1,3	1,3	1,0	1,2	1,1	0,7	2,3	2,1	1,1	1,1	0,5	0,2	1,1	0,2	0,3
Sonstiges	-	-	-	-	-	0,1	-	-	-	-	-	-	0,0	-	-
Kinder-/Jugendprogramm	5,0	6,1	6,1	4,2	4,8	4,7	1,3	0,9	0,3	0,1	0,0	0,1	3,5	3,3	3,9
Nonfikt. Kindersendungen	2,9	3,0	2,7	0,9	1,1	1,1	-	-	-	-	-	-	0,1	0,0	-
Fiktionale Kindersendungen	2,1	3,1	3,4	3,3	3,7	3,6	1,3	0,9	0,3	0,1	0,0	0,1	3,4	3,3	3,9
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	0,3	0,7	0,9	0,3	0,4	0,6	0,1	0,1	0,3	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1
Fernsehserie	1,8	2,4	2,5	3,0	3,3	3,0	1,2	0,8	-	-	-	-	3,3	3,3	3,9
Sonstiges	0,0	-	-	0,0	0,0	0,0	-	-	-	0,0	-	-	-	-	-
Fiction	35,4	35,9	34,6	26,9	25,5	27,2	25,0	25,1	22,0	30,7	28,0	28,8	37,5	37,4	46,0
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	20,3	22,1	20,3	12,7	12,8	13,8	7,7	7,3	6,0	10,3	8,9	11,1	20,6	22,2	23,2
Fernsehserie	15,1	13,7	14,3	14,2	12,6	13,3	17,3	17,8	16,0	20,5	19,1	17,8	16,9	15,2	22,8
Sonstiges	0,0	0,0	0,0	-	0,0	0,0	-	-	-	-	0,0	0,0	-	0,0	0,0
Sonstige Sparten	2,4	2,4	2,6	2,3	2,3	2,2	4,7	5,0	5,1	6,3	5,7	5,4	5,2	5,3	5,6
Werbung	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	20,6	13,4	13,5	15,0	15,5	15,5	13,7	14,7	13,9
Werbblock/Sponsorspot	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	14,2	13,4	13,5	14,9	15,5	15,4	13,7	13,8	13,8
Teleshopping/Sonst. Werbeformen	-	-	-	-	-	-	6,3	-	-	0,1	0,0	0,1	0,0	0,9	0,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* 2008 abweichend von Vorjahren recodiert.

1) Nachrichten ohne Kinderprogramm; Nachrichten im Sat.1 Frühstücksfernsehen eigene Hochrechnung.

zine bei. Das Erste bestritt wie in den Vorjahren (20,5%) ein Fünftel seiner Gesamtsendezeit und die Hälfte seines Informationsangebots mit Magazinen. Beim ZDF (26,5%) überschritt der Magazinanteil die Hälfte des Informationsangebots. Bei RTL (17,2%), Sat.1 (12,6%) und ProSieben (8,0%) fiel der Magazinanteil an der Gesamtsendezeit geringer aus, dort lieferte er jedoch den größten Anteil zum Informationsangebot.

Gruppierung nach drei Kategorien: Morgenmagazine, Boulevardmagazine, andere Magazine

Die Gruppierung der Magazine nach drei Kategorien, und zwar Morgenmagazine/Frühstücksfernsehen, Boulevardmagazine und andere Magazine, erleichtert den Überblick über unterschiedliche Magazintypen im Informationsangebot. Bei der ARD nahm das werktägliche gemeinsam mit dem ZDF ausgestrahlte Morgenmagazin 8,8 Prozent der Gesamtsendedauer ein, während das Boulevardmagazin „Brisant“ (2,8%) bei werktäglicher Ausstrahlung im Vorabendprogramm und Wiederholung im Nachtprogramm deutlich weniger Sendezeit erhielt. Die anderen Magazine kamen zusammengekommen bei der ARD auf den gleichen Sendezeitanteil (8,9%) wie das Morgenmagazin. Diese Gruppierung umfasst zum einen das werktägliche „Mittagsmagazin“ im wöchentlichen Wechsel mit dem ZDF, zum anderen die Politikmagazine der einzelnen ARD-Landesrundfunkanstalten, 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“. Hinzu kommen die Kulturmagazine „ttt - titel thesen temperamente“ und „Druckfrisch“ sowie das Wissensmagazin „W wie Wissen“. Erweitert wird das Magazinangebot durch das werktägliche Servicemagazin „ARD-Buffer“ und die Ausgaben der „Ratgeber“-Reihe zu den Sachgebieten Bauen und Wohnen, Geld, Gesundheit, Heim und Garten, Recht, Reise, Technik, Auto und Verkehr im Nachmittagsprogramm am Wochenende.

ZDF mit umfangreichstem Magazinangebot

Die Sendezeit des umfangreicheren Magazinangebots im ZDF (26,5%) verteilte sich auf das ARD/ZDF-Morgenmagazin (8,8%), die Boulevardmagazine (3,6%) mit den beiden Sendungen „hallo Deutschland“ und „Leute heute“ einschließlich Extra-Ausgaben und Wiederholungen sowie auf andere Magazine (14,1%), deren Anteil höher als bei der ARD ausfiel. Die anderen Magazine umfassten das mit der ARD gemeinsam ausgestrahlte „Mittagsmagazin“, ferner „Dreh Scheibe 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 vorrangig in den Magazinen „ZDF.reporter“ und „ML Mona Lisa“, soziale und ostdeutsche Themen in „blickpunkt“ behandelt. Verschiedenen Sachthemenbereichen widmeten sich das Kulturmagazin „Aspekte“, die Magazine zu Wissenschaft und Forschung „Abenteuer Forschung“, „Abenteuer Wissen“, „nano“ und „neues“ (beide aus 3Sat) sowie „ZDF.umwelt“. Einen beacht-

lichen Anteil zum Magazinumfang lieferte beim ZDF das Ratgebermagazin „Volle Kanne – Service täglich“ im Vormittagsprogramm.

Das RTL-Magazinangebot (17,2%) in der Sparte Information bestand aus dem Morgenmagazin (3,2%) mit der werktäglichen Ausgabe von „Punkt 6“, ferner den Boulevardmagazinen (5,0%) „Explosiv – Das Magazin“ und „Exklusiv Das Star-Magazin“ mit Wochenend- und Spezialausgaben am Vorabend sowie diversen anderen Magazinen (9,0%). Zu dieser Gruppierung trug die meiste Sendezeit „Punkt zwölf“ mit leichten Themen und viel Service am Mittag bei. Hinzu kommen auch hier Magazinreihen mit verschiedenen Schwerpunkten. So widmete sich das „Spiegel TV“-Magazin jeweils Sonntag am Spätabend vorrangig politischen und gesellschaftlichen Themen, „Stern TV“ gesellschaftlichen und alltagsnahen Themen, „10 vor 11“ von dctp der anspruchsvollen Kultur und „Extra – Das RTL-Magazin“ teils gesellschaftlichen, teils boulevardesken Themen.

Das Magazinangebot von Sat.1 (12,6%) bestand größtenteils aus dem Frühstücksfernsehen (8,7%). Vom ARD/ZDF-Morgenmagazin unterschied es sich vor allem durch überwiegend leichte Themen in lockerer Präsentation. Der Typ der Boulevardmagazine (1,2%) beschränkte sich bei Sat.1 auch 2010 auf „Das Sat.1-Magazin“ mit werktäglicher Ausstrahlung. Andere Magazine (2,6%) kamen ohne werktägliche Ausstrahlungsfrequenz insgesamt nur auf einen geringen Umfang. Darunter fanden sich wieder die Titel „Akte“ mit gesellschaftlichen Themen, „News & Stories“ von dctp für Kultur, „Planetopia“ für Wissenschaft sowie die leichteren Magazine „Weck Up“ und „Stars & Stories“. Dieser Gruppierung wurde auch das Talkmagazin „Kerner“ zu diversen Themen zugeordnet.

Bei ProSieben bestand das reduzierte Informationsangebot (10,5%) auch 2010 größtenteils aus Magazinen (8,0%). Dazu trug das Boulevardmagazin „Taff“ (2,6%) ein Drittel der Sendezeit bei. Unter den anderen Magazinen (5,4%) hatte weiterhin das Wissensmagazin „Galileo“ in allen Varianten (5,0%) das größte Gewicht, während „Focus TV“ (0,03%) mit gesellschaftlichen Themen bei wöchentlicher Ausstrahlung nur einen marginalen Anteil beitrug.

Reportagen und Dokumentationen

Klassische Reportagen und Dokumentationen waren 2010 mit einem Gesamtsendezeitanteil von jeweils 6,2 Prozent die drittgrößte Komponente im Informationsangebot von ARD und ZDF. Deutlich geringer fielen die Anteile dieser Formen journalistischer Berichterstattung bei RTL (1,1%), Sat.1 (1,8%) und ProSieben (1,4%) aus. Dem größeren Angebotsumfang der Reportagen und Dokumentationen bei ARD und ZDF entspricht auch eine größere Vielfalt an Sendetiteln, mit denen ein breites Themenspektrum von Politik, Wirtschaft, Gesell-

17 Prozent des RTL-Programms sind Magazine

Magazinangebot von Sat.1 vor allem im Frühstücksfernsehen

ProSieben: Boulevardmagazin „Taff“ und Wissensmagazin „Galileo“

Vielfalt an Sendungstiteln und breites Themenspektrum bei Das Erste und ZDF

schaft, Zeitgeschichte und verschiedenen Sachgebieten bis hin zu Themen des Alltagslebens und Human Interest abgedeckt wird. Verdeutlicht man dies exemplarisch, lassen sich bei der ARD unter anderem die Titel „ARD-Brennpunkt“ bei aktuellen Anlässen, ferner Reihen wie „ARD-exklusiv“, „Bilderbuch Deutschland“, „Deutschlandbilder“, „Weltreisen“, „Damals in der DDR“, „60 Jahre ARD – Vier lange Nächte“ und „Deutsche Dynastien“ sowie zahlreiche Einzeltitel anführen.

Beim ZDF bestand das Angebot an Reportagen und Dokumentationen im Jahr 2010 weiterhin aus den Reihen „37 Grad“, „Terra X“, „Vor 30 Jahren“, „XXL: Die lange Nacht“, Ausgaben von „ZDF spezial“, „ZDF.reportage“ und „ZDF-History“. Daneben finden sich die Reihen „Königliche Hochzeit“, „Die Deutschen“ und verschiedene Länderporträts, darunter anlässlich der Fußball-WM in Südafrika ein Schwerpunkt zu Themen Afrikas.

Auch bei Privatsendern verschiedene Reihen zu diversen Themen

Auch bei RTL gab es im Angebot der Reportagen und Dokumentationen verschiedene Reihen, die sich mit diversen Themenkomplexen befassten. Dazu gehörten im Jahr 2010 weiterhin „Die große Reportage“, „Future Trend Reportage“, „30 Minuten Deutschland“ und „Faszination Leben“, ferner „Recht & Ordnung“ und andere Sendungen. Sat.1 sendete als Reportagen und Dokumentationen die Reihen „24 Stunden“, „Akte Schicksal“, „Das Making of...“, „Focus TV-Reportage“, „Spiegel TV-Reportage“, „Toto & Harry“ und „Ermittlungsakte – dem Verbrechen auf der Spur“. Bei ProSieben gab es die Reihentitel „ProSieben Reportage“, „Wissen Weltweit“, „Popstars – Girls forever“, „Michael Jackson – Eine Legende geht“. Schon diese exemplarischen Sendetitel illustrieren die unterschiedlichen Akzente, die die Sender setzen.

Ereignisübertragungen und Gesprächsformen mit geringen Anteilen am Informationsangebot

Andere Formen im Informationsangebot

Weitere Sendungsformen in der Sparte Information sind Ereignisübertragungen und Gesprächsformen mit erheblich geringeren Sendezeitanteilen. Die Ereignisübertragungen verschaffen verschiedenen Bereichen des öffentlichen Lebens ein Forum der Selbstdarstellung. Wie in den Vorjahren betraf dies kirchliche Ereignisse, evangelische und katholische Gottesdienste, die es nur bei ARD und ZDF zu sehen gab. Andere Sendungen entstanden aus aktuellen politischen Anlässen. Dazu fanden sich als exemplarische Titel bei der ARD „Bundestag live“, „Bundesverfassungsgericht live“, „Wahl des Bundespräsidenten“ und zu politischen und kulturellen Gedenkfeiern die Titel „Abschied von den toten Soldaten“, „CIVIS Medienpreis 2010“, „Friedenspreis des deutschen Buchhandels“. Ähnlich waren es beim ZDF unter anderem die Titel „Heute im Parlament“, „Wahl in Nordrhein-Westfalen“, „Ludwig-Börne-Preis an Marcel Reich-Ranicki“ sowie „Krönung einer Liebe“.

Bei den privaten Sendern fiel das Spektrum der Anlässe und damit auch der Anteil der Ereignisübertragungen eng begrenzt aus. Bei RTL gab es

zu Silvester „RTL News Spezial: Live vom Brandenburger Tor“ und den „RTL Spendenmarathon 2010“, bei Sat.1 als einzige Übertragung „Der Bayerische Fernsehpreis 2010“ und bei ProSieben Übertragungen der Preisverleihungen zum „Golden Globe Awards 2010“, „Oscar 2010“ und „Scream Awards 2010“.

Gesprächsformen in der Sparte Information fanden sich fast nur bei ARD (3,2 %) und ZDF (4,1 %). Bei der ARD waren dies hauptsächlich politische und politiknahe Talkshows und Diskussionen und zu einem geringen Anteil Ansprachen. Zu den politischen Talkshows gehörten „Presseclub“, „Anne Will“ und „Hart aber fair“, überwiegend auch „Menschen bei Maischberger“ und „Beckmann“. Die Ansprachen beschränkten sich auf „Das Wort zum Sonntag“ sowie auf Ansprachen staatlicher und gesellschaftlicher Repräsentanten zu Festtagen. Im ZDF verteilten sich die Gesprächsformen auf ein breiteres inhaltliches Spektrum. Den Politikbereich deckten die Talkshow „Maybrit Illner“ sowie die Diskussionssendungen „Berliner Runde“ und „Was nun, Herr ...?“ ab. Gesellschaftspolitisch, philosophisch und kulturell ausgerichtet waren „Das Philosophische Quartett“, „Nachtstudio“, „Die Vorleser“, eine Mischung aus gesellschaftlicher Relevanz und Prominenz bot der Late Night Talk „Markus Lanz“ und Service die Sendung „Die Ärzte“. Bei RTL wurde als Gesprächssendung die Reihe der Sommerinterviews fortgesetzt und bei Sat.1 die kirchliche Gesprächsreihe „So gesehen“. In vielen Talk-Formaten werden zunehmend Spielfilme verwendet, die nicht nur die Präsentation auflockern, sondern auch die argumentative Konfrontation zwischen den Akteuren verschärfen sollen.

Gesprächsformen in Sparte Information fast nur bei ARD und ZDF

Sportangebote verteilen sich auf Magazine und Reportagen sowie auf Ereignisübertragungen. Während für Sportberichterstattung überwiegend feste Sendeplätze über das gesamte Jahr vorgesehen sind, konzentrieren sich die Übertragungen auf saisonale und zeitlich begrenzte Ereignisphasen, in denen sie großflächige Programmschwerpunkte bilden. Bei ARD (4,2 %) und ZDF (3,4 %), die gemeinsam über die meisten Sportübertragungsrechte verfügen, entfielen auch 2010 auf großflächige Übertragungen die meisten Sendezeitanteile. Die herausragenden Ereignisse des Jahres waren die Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika und die Olympischen Winterspiele in Kanada. Hinzu kamen die Übertragungen von diversen einzelnen Wintersportarten, Fußball-Länderspielen, Boxen, DTM-Autorennen, Tour de France und anderen Veranstaltungen.

Großflächige Übertragungen von WM und Olympia bei ARD und ZDF

Auch für die Sportberichterstattung (ARD: „Sportschau“; ZDF: „Das Aktuelle Sportstudio“, „ZDF SPORTreportage“ und „SPORTextra“) wurden bei ARD (3,3 %) und ZDF (3,2 %) mehr Sendezeitanteile als bei den Privaten aufgewendet. Neben den Berichten über die internationalen Großveranstaltungen bildete hier wieder die Berichterstattung über Spiele der Fußball-Bundesliga einen Schwerpunkt. Sportangebote in den privaten Programmen gab es 2010 nur bei RTL und Sat.1,

④ Factual Entertainment 2010

	Min./Tag.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben
Factual Entertainment	31	19	382	286	97	2	1	27	20	7
Doku/fiktionalisiert	-	-	-	83	-	-	-	-	6	-
Doku-Soap	31	19	166	12	95	2	1	12	1	7
Scripted Doku-Soap	-	-	174	2	-	-	-	12	0	-
Real-Life-Inszenierung	-	-	11	-	2	-	-	1	-	0
Gerichtsshow	-	-	31	189	-	-	-	2	13	-
Restsendezeit	1 409	1 421	1 058	1 154	1 343	98	99	73	80	93
Gesamtsendezeit	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100	100	100	100	100

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

wobei weder die Übertragungen noch die Berichterstattung im Sendezeitanteil die 1-Prozent-Marke überschritten. Bei RTL lag das Schwergewicht weiterhin auf der Formel 1, hinzu kamen im Zuge anteiliger Übertragungsrechte einige Spiele der Fußball-WM und Boxen. Bei Sat.1 waren es hauptsächlich Fußballspiele der UEFA Champions League und Europa League.

Formen der nonfiktionalen Unterhaltung

In der Sparte nonfiktionaler Unterhaltung verteilen sich die Sendungsformen auf 1. journalistische Unterhaltung (Magazin, Ratgeber, Reportage, Übertragung, Talk in unterhaltsamer Präsentation), 2. Formate des Factual Entertainment (Doku-Soaps/Doku-Inszenierungen) und 3. konventionelle Unterhaltungsformen (Quiz, Darbietungsshow).

Formate der journalistischen Unterhaltung

Formate der journalistischen Unterhaltung waren 2010 bei der ARD (0,2%) seltener als beim ZDF (4,5%) anzutreffen. Dazu gehörten bei der ARD unter anderem die Titel „Inas Nacht“ sowie Übertragungen der Rosenmontagszüge und vom Oktoberfest 2010. Beim ZDF wurden hierunter die im Nachmittagsprogramm ausgestrahlten Kochshows mit Ratgeberfunktion „Die Küchenschlacht“, „Lafer!Lichter!Lecker!“ sowie am Spätabend „Lanz kocht“ zugeordnet. Bei RTL (0,3%) wurden in diese Kategorie unter anderem die Titel „Deutschland sucht den Superstar – Das Magazin“, „Das Supertalent – Backstage“ zugeordnet. Bei Sat.1 (2,3%) war es die Daily-Talkshow „Britt“ und bei ProSieben die Titel „red! Stars, Lifestyle & More“, „Victoria’s Secret Fashion Show“, „Der Grammy Award 2010 – live aus L.A.“ sowie „Talk Talk Talk“ und „Talk Talk Talk – Die Late Show“.

Factual Entertainment: RTL führend

Factual Entertainment umfasst die Hybridformate des Reality TV, die unter den Bezeichnungen Doku-Soap, Docutainment, Coaching, Real-Life-Show und Gerichtsshow in serieller Produktion informative, unterhaltende und beratende Elemente vermischen. In diesem Bereich der nonfiktionalen Unterhaltung dominierten auch 2010 wieder die Privatsender (vgl. Tabelle 4). Die Führungsrolle im Hinblick auf Umfang und Weiterentwicklung dieser Formate hatte weiterhin RTL mit einem Sendezeitanteil von 26,5 Prozent des Gesamtsendevolumens. Davon entfielen auf herkömmliche Doku-Soaps ein-

schließlich Coaching 11,5 Prozent und auf Scripted Doku-Soaps 12,1 Prozent, während Gerichtsshow (2,1%) und Real-Life-Inszenierungen (0,8%) nur einen geringen Stellenwert hatten.

Exemplarische Sendetitel der Doku-Soaps waren auch 2010 „Die Kinderärzte“, „Die Super Nanny“, „Einsatz in vier Wänden“, „Mein Baby“, „Raus aus den Schulden“, „Unsere erste gemeinsame Wohnung“, ferner „Die Ausreißer – Der Weg zurück“, „Teenager außer Kontrolle – Letzter Ausweg Wilder Wesen“, „Vermisst“ und „Mitten im Leben“. Ähnlich wie im Vorjahr entfiel allein auf die Doku-Soap „Mitten im Leben“ mit 105 Minuten pro Tag ein Sendezeitanteil von 7,3 Prozent des RTL-Gesamtprogramms. Erheblich ausgeweitet wurden die Scripted Doku-Soaps mit Kennzeichnung im Abspann („Nach einer wahren Geschichte. Alle handelnden Personen sind frei erfunden.“), deren Anteil von 2,7 Prozent im Vorjahr auf 12,1 Prozent anstieg. Diese nach Drehbuch mit Schauspielern produzierten Reihen entsprechen als Hybrid aus Nonfiction und Fiction kaum mehr den Anforderungen einer Dokumentation, sie wurden jedoch als Pseudo-Dokus wegen ihres Ursprungs weiterhin dem Nonfictionangebot zugerechnet, um sie von den klassischen Fictionformen unterscheidbar zu halten. Dazu gehörten im Einzelnen die Sendungen „Verdachtsfälle“ (5,0%), „Familien im Brennpunkt“ (4,5%), „Die Schulumittel“ (1,9%) und „Betrugsfälle“ (0,8%). Das Angebot an Real-Life-Inszenierung wurde mit „Bauer sucht Frau“ und „Die Farm“ fortgesetzt. Hinzu kamen „Schwiegertochter gesucht“ und „Dating im Dunkeln“. Die meiste Sendezeit für Gerichtsshow entfiel bei RTL auf die Sendung „Das Strafgericht“, während „Staatsanwalt Posch ermittelt“ nur noch einen geringen Anteil ausmachte.

Anteil der Scripted Doku-Soaps stieg bei RTL auf 12%

Im Unterschied zu RTL hat Sat.1 sein Angebot an Factual Entertainment (19,9%) im Jahr 2010 nicht mehr ausgeweitet. Bei Sat.1 verteilte sich auch die Sendezeit anders auf die verschiedenen Formate. Der größte Anteil entfiel auf Gerichtsshow (13,1%) („Richter Alexander Hold“, „Richterin Barbara Salesch“), gefolgt von fiktionalisierter Doku

Keine Ausweitung des Factual Entertainment bei Sat.1

(5,7%) („Zwei bei Kallwass“), während für konventionelle Doku-Soaps (0,8%) (u.a. „Pures Leben – mitten in Deutschland“; „Die Gerichtsvollzieher – Klopfen, Klingeln und Kassieren“; „Der Wendler-Clan“) und für Scripted Doku-Soaps (0,2%) im Vergleich zu RTL nur wenig Sendezeit aufgewendet wurde. Allerdings folgte Sat.1 mit der Einführung der Sendung „Schicksale – und plötzlich ist alles anders“ dem von RTL vorgegebenen Trend in Richtung Scripted Doku-Soaps.

Gesunkener Anteil bei ProSieben

Bei ProSieben sank der Anteil des Factual Entertainment im Jahr 2010 von 8,6 Prozent auf 6,7 Prozent. Dies waren hauptsächlich Doku-Soaps (z.B. „We are Family! So lebt Deutschland“) und Coaching-Formate (6,6%) für jüngere Zuschauergruppen, unter anderem mit den Titeln „Der Salonretter – waschen, schneiden, föhnen“, „Die Jobretter“, „It’s my Life“.

Bei ARD (2,2%) und ZDF (1,3%) hatten Formate des Factual Entertainment nur ein geringes Gewicht im Gesamtprogramm. Dabei handelte es sich hauptsächlich um die im Nachmittagsprogramm ausgestrahlten Zoo-Doku-Soaps, im Ersten unter anderem „Eisbär, Affe & Co.“, „Panda, Gorilla & Co.“, „Seehund, Puma & Co“; ferner die Doku-Soap „Verrückt nach Meer“. Beim ZDF waren es die Zoo-Dokus „Dresdner Schnauzen“, „Tierisch Kölsch“ und „Tierische Kumpel“, ferner die Doku-Soaps „Hochzeitsfieber!“ und „Immer diese Nachbarn!“. Von den Reality-Formaten der Privatsender unterscheiden sich die Zoo-Doku-Soaps von ARD und ZDF vor allem durch authentische Schauplätze und konfliktfreien Handlungskontext.

Konventionelle Unterhaltungsformate

Auch beim Angebot konventioneller Unterhaltungsformate – dazu gehören Ratespiel, Quiz, Gameshow und Darbietungsshow – dominierten die Privatsender. Sat.1 und ProSieben bestritten mit diesem Unterhaltungsangebot ein Zehntel ihres Gesamtprogramms. Wesentlichen Anteil an der Kategorie der Quiz/Gameshow/Spiele hatten bei Sat.1 (4,5%) die Titel „Quiz Night“, „Genial daneben – Die Comedy Arena“, „Clever – die Show, die Wissen schafft“ und „Mein Mann kann“. Bei ProSieben (3,2%), waren es unter anderem die Titel „ProSieben Night-Loft“, „Schlag den Star“, „Crazy Competition“. RTL (0,8%) beschränkte sein Angebot in diesem Bereich im Wesentlichen auf Sendungen mit Günter Jauch („Wer wird Millionär?“; „5 gegen Jauch“). Im Ersten (2,1%) erhielten diese Unterhaltungsformate (darunter „Das Duell im Ersten“, „Das Quiz mit Jörg Pilawa“ und „Frag doch mal die Maus“) mehr Gewicht als im ZDF (0,7%) unter anderem mit den Titeln „History! Das Quiz“, „Rette die Million“ und „Wetten, dass...?“.

Formate der Darbietungsshow von Comedy bis Satire

Auch mit Darbietungsshow, deren Formate von der Comedy-Show bis zur Politsatire reichten, übertrafen die Privatsender die öffentlich-rechtlichen

Angebote. Dabei lagen die Sendezeitanteile von RTL (5,6%), unter anderem mit „Cindy aus Marzahn“, „Das Supertalent“, „Frei Schnauze“ und „Willkommen bei Mario Barth“, und von Sat.1 (5,3%), unter anderem mit den Sendungen „Die Oliver Pocher Show“, „Was guckst Du?“, „Sechserpack“, „Zack! Comedy nach Maß“, gleichauf. ProSieben (6,7%) hatte hier unter anderem mit „TV Total“, „Schlag den Raab“ und „Switch Reloaded“ das umfangreichste Angebot. Demgegenüber fielen die Sendezeitanteile der ARD (1,8%; „Verstehen Sie Spaß“, „Harald Schmidt“, „Satiregipfel“ u.a.) und des ZDF (2,8%; „Topfgeldjäger“, „heute show“, „Neues aus der Anstalt“, „Lange Nacht der Klein-kunst“ u.a.) deutlich geringer aus. Auch in diesem Unterhaltungsbereich finden sich bei den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern unterschiedliche Akzente. Während die privaten Angebote mehr auf Comedy-Effekte setzten, hatten die öffentlich-rechtlichen Angebote häufiger einen aktuellen Bezug zu gesellschaftlichen und politischen Ereignissen.

Musiksendungen

Die Abgrenzung zwischen der Sparte nonfiktionaler Unterhaltung in der Form von Darbietungsshow mit Schwerpunkt auf Wortbeiträgen und der Sparte Musik hat bei zunehmender Tendenz zur Vermischung von Formaten in der Fernsehunterhaltung an Trennschärfe verloren. Versucht man dennoch eine Differenzierung, zeigt sich, dass die geringen Musikangebote auch 2010 hauptsächlich aus Unterhaltungs- und Castingshows mit Schwerpunkt auf musikalischen Darbietungen bestanden, während Konzerte in den Hauptprogrammen nur eine marginale Rolle spielten.

Kinderprogramm

Das Kinderprogramm mit altersgemäßen Sendungen, die hauptsächlich auf Sendeplätzen am Wochenende und an Feiertagen in der frühen Morgenphase bis in den Vormittag ausgestrahlt werden, war auch 2010 wieder ein Angebot, in dem die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme dominierten. In dieser Sparte boten ARD und ZDF 2010 den jüngeren Zuschauern ein breites Spektrum an informativen, nonfiktionalen und fiktionalen Formen an. Die informativen Formen umfassten 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“, „Fortsetzung folgt“). Hinzu kamen Ratespiele („Willis Quiz Quark Club“) und als fiktionale Formen bei ARD und ZDF zahlreiche Märchenfilme und Serien (ARD: „Die Kinder vom Alstertal“, „Die Pfefferkörner“, „Rennschwein Rudi Rüssel“; ZDF: „Bibi Blocksberg“, „H2O – Plötzlich Meerjungfrau“). Bei RTL und Sat.1 bestand das geringe Angebot für die Zielgruppe Kinder und Jugendliche aus Filmen (RTL: „Angels – Engel gibt es wirklich“, „Die Flucht zum Hexenberg“, „Carol und die Weihnachtsgeister“; Sat.1: „Peter Pan: Neue Abenteuer in Nimmersland“, „Der geheimnisvolle Ritter“). Bei ProSieben waren es neben einigen Filmen („Lissi und

Musik hauptsächlich im Rahmen von Unterhaltungs- und Castingshows

Vielfältiges Angebot für Kinder bei ARD und ZDF

der wilde Kaiser“) größtenteils Animationsserien wie „Futurama“ oder „Die Simpsons“ als Angebote für Kinder und junge Familien.

Fiction

Größtes Filmangebot bei ARD und ProSieben

Die Fictionangebote (ohne Hybridformate) umfassen im Wesentlichen die Formen Spielfilm, Fernsehfilm/TV-Movie und Fernsehserien, während Kurzfilme und Bühnenaufführungen in den Hauptprogrammen allenfalls Randerscheinungen blieben. Zusammengefasst hatten die Langzeitformate Spielfilm und Fernsehfilm bei ProSieben (23,2%) und der ARD (20,3%) die höchsten Anteile. Mit Abstand folgten das ZDF (13,8%) und Sat.1 (11,1%) vor RTL (6,0%). Auch beim Angebot an Fernsehserien dominierte ProSieben (22,8%) durch Ausweitung der Sendezeit um knapp 8 Prozentpunkte, während RTL (16,0%) und Sat.1 (17,8%) ihre Serientendenzen reduzierten. Etwas geringer fiel der Serienanteil bei ARD (14,3%) und ZDF (13,3%) aus.

Werbeformen

Werbung konzentriert sich auf Blockform und Sponsoring

Werbespots in Blockform und Sponsoring prägten das Angebot an kommerzieller Werbung. Beide Formen wurden von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern genutzt, wobei Werbeblöcke das Schwergewicht ausmachten. Andere Werbeformen wie Teleshopping, die nur den privaten Sendern gestattet sind, wurden 2010 kaum noch verwendet. Daher stimmen die Gesamtanteile der Werbeangebote nahezu mit der Summe der Anteile aus Werbeblöcken und Sponsoring überein. Bei ARD und ZDF waren es jeweils 1,4 Prozent, bei RTL 13,5 Prozent, bei Sat.1 15,4 und bei ProSieben 13,8 Prozent des Gesamtsendevolumens. Die darin enthaltenen Sponsoringspots machten bei allen Sendern nur einen minimalen Anteil bis zu 0,2 Prozent aus.

Inhalte

Inhaltsstrukturen der Gesamtprogrammangebote lassen sich auf der Basis von Sendungstiteln nur unter dem Vorbehalt vergleichen, dass zwar monothematische Sendungen eindeutig nach Inhaltskategorien, dagegen Mehrthemensendungen wie Nachrichten, Magazine oder Talkshows meist nur pauschal nach inhaltlichen Schwerpunkten oder als Mischform diverser Themen zugeordnet werden können. Auch wenn damit Einbußen an Aussagekraft verbunden sind, vermittelt eine grobe Strukturierung der inhaltlichen Schwerpunkte in den Programmen einen Eindruck davon, wie stark sich öffentlich-rechtliche und private Sender in der Wahrnehmung publizistischer Funktionen unterscheiden (vgl. Abbildung 3 und Tabelle 5). Eine Analyse auf Beitragsebene und auf Basis einer vierwöchigen Programmstichprobe, die detailliertere Einblicke auch in die inhaltlichen Profile erlaubt, erscheint in einer der nächsten Ausgaben der Media Perspektiven.

Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte vor allem bei ARD und ZDF

Es überrascht nicht, dass die Vermittlung von Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte hauptsächlich in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen stattfindet. Mit geringen Einbußen gegenüber dem Vorjahr, das als Wahljahr

einen besonders günstigen Ereignishintergrund für zusätzliche Politiksendungen bot, betrug die Sendezeit für Politik und Wirtschaft i.w.S. im Jahr 2010 bei ARD (18,3%) und ZDF (19,2%) knapp ein Fünftel des Gesamtsendevolumens. In weitem Abstand folgte RTL (7,8%), während Sat.1 (1,9%) und ProSieben (0,9%) diesen Themenbereich weitgehend aussparten. Die hier nicht im Einzelnen ausgewiesenen Zusammenhänge zwischen Sendungsformen und Inhalten lassen erkennen, dass über die Hälfte der Politikthematisierung durch pauschale Zurechnung der Nachrichtensendungen, weitere 30 Prozent durch Magazine mit politischen oder wirtschaftlichen Themenschwerpunkten und knapp ein Zehntel durch Reportagen und Dokumentationen zustande kamen. Damit erweisen sich die klassischen Sendungsformen der Informationsvermittlung, die für die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme kennzeichnend sind, als strukturelle Voraussetzung für die Thematisierung von Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte. Die inhaltlichen Schwerpunkte der privaten Sender lagen weiterhin im nichtpolitischen Themenbereich, insbesondere mit Themen aus dem Alltagsleben und zwischenmenschlichen Beziehungen sowie mit dem Themenkomplex Recht, Kriminalität, Unfall, Katastrophe.

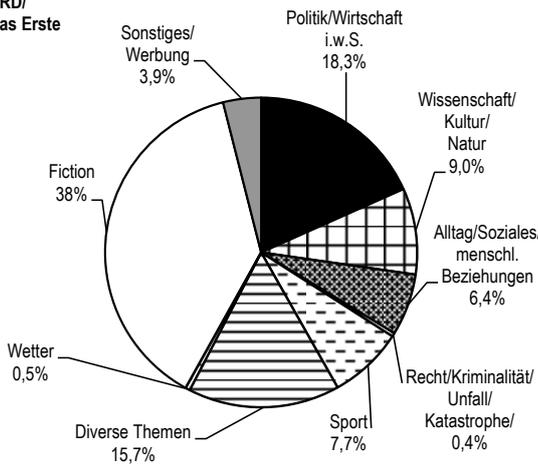
Im Zusammenhang mit Sendungsformen gesehen, entstanden die Alltagsthemen annähernd zur Hälfte und die Themen der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe zu über 90 Prozent durch Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen. Am ausgiebigsten wurden Alltagsthemen von RTL (25,4%) behandelt und übertrafen dort bei einem Viertel der Sendezeit sogar den Anteil der Fiction. Umgekehrt entfiel bei der ARD (6,4%) auf diese Themen im Vergleich zu den anderen Sendern das geringste Gewicht.

Die Präferenzen der Sender werden deutlicher erkennbar, wenn man die inhaltlichen Schwerpunkte 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. Bei den privaten Sendern war die politische Thematisierung nur schwach ausgeprägt, vor allem bei Sat.1 und ProSieben infolge des geringen Nachrichtenangebots. In allen drei Privatsendern fiel die meiste Sendezeit der Sparte Information auf einen Themenmix aus diversen Inhalten, die überwiegend durch die werktäglichen Magazinsendungen am Morgen, Mittag und Vorabend, zum Teil mit Wiederholungen im Nachtprogramm, entstanden. Wesentlichen Anteil daran hatten die Morgenmagazine und das Frühstücksfernsehen, die Magazinsendung von RTL am Mittag sowie die Boulevardmagazine aller Sender. Dieser Themenmix prägte am stärksten das

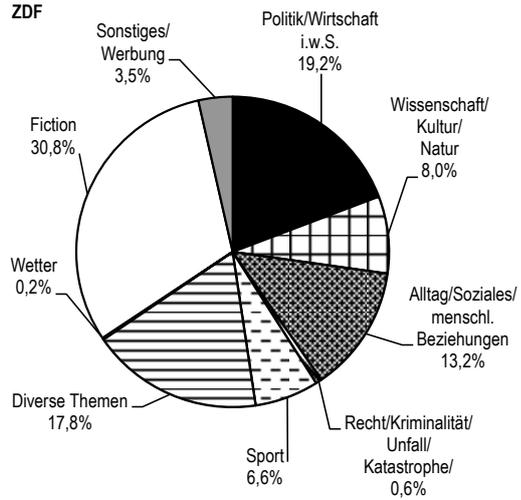
Alltagsleben am ausgiebigsten bei RTL thematisiert

Abb. 3 Nonfiktionale Inhalte 2010
Anteil an der Sendedauer in %

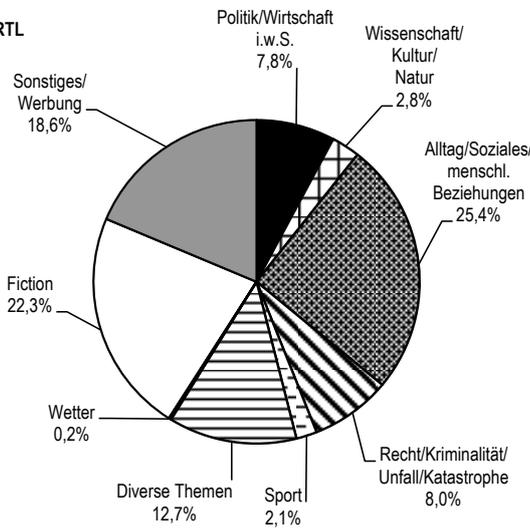
**ARD/
Das Erste**



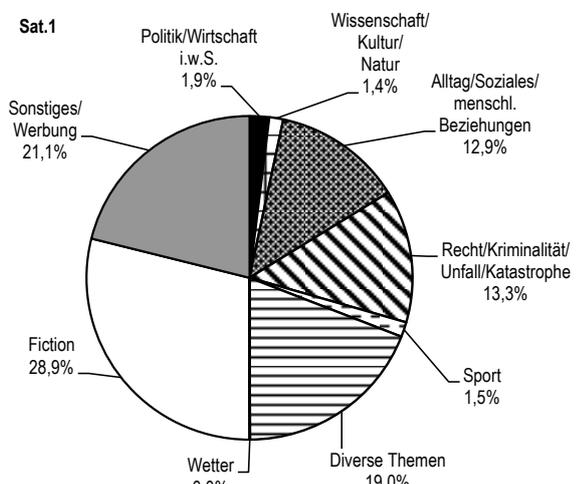
ZDF



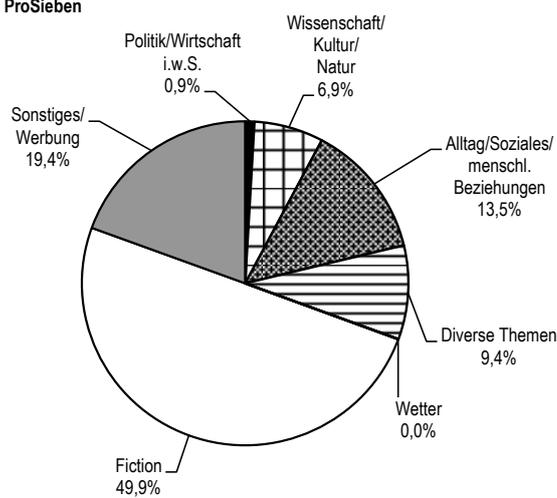
RTL



Sat.1



ProSieben



Basis: Gesamtprogramm 1 440 Min./Tag.
Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

⑤ Inhaltsprofile 2010

Kategorien gruppiert

	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben	Gesamt
in Min./Tag						
Politik/Wirtschaft i.w.S.	263	276	112	28	13	688
Kultur/Religion	59	60	37	15	27	198
Tier/Natur	58	33	0	0	0	91
Wissenschaft/Forschung	13	23	3	5	71	115
Alltag/Soziales/menschl. Beziehungen	93	190	365	185	194	1 027
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	5	9	115	191	0	321
Sport	111	95	30	21	0	258
Diverse Themen	226	257	183	274	135	1 081
Wetter	7	2	4	0	0	14
Fiction-Spannung	126	205	112	210	198	852
Fiction-Unterhaltung	378	198	204	196	454	1 430
Fiction-Anspruch	20	4	1	2	3	30
Fiction-Animation	23	36	5	9	63	136
Sonstiges/Werbung	57	51	269	304	280	960
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	7 200
in %						
Politik/Wirtschaft i.w.S.	18	19	8	2	1	10
Kultur/Religion	4	4	3	1	2	3
Tier/Natur	4	2	0	0	0	1
Wissenschaft/Forschung	1	2	0	0	5	2
Alltag/Soziales/menschl. Beziehungen	6	13	25	13	13	14
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	0	1	8	13	0	4
Sport	8	7	2	1	0	4
Diverse Themen	16	18	13	19	9	15
Wetter	0	0	0	0	0	0
Fiction-Spannung	9	14	8	15	14	12
Fiction-Unterhaltung	26	14	14	14	32	20
Fiction-Anspruch	1	0	0	0	0	0
Fiction-Animation	2	3	0	1	4	2
Sonstiges/Werbung	4	4	19	21	19	13
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Informationsangebot bei RTL und Sat.1, während er bei ARD und ZDF nach der Politikthematise- rung an zweiter Stelle rangierte. Bei ProSieben fiel das Angebot diverser Themen nach Einstellung des Magazins „S.A.M.“ am geringsten aus. Die inhalt- lich stärkste Komponente der Informationssparte bei ProSieben bestand 2010 im Themenkomplex Kultur, Wissenschaft, Tier, Natur, zu dem das popu- läre Magazin „Galileo“ am meisten beitrug.

Lange Sendestrecken für Doku-Soaps im Tagesprogramm von RTL

In der Sparte nonfiktionale Unterhaltung, in der die Privatsender, insbesondere RTL (33,3%) und Sat.1 (31,9%), eine führende Rolle haben, domi- nierte RTL (23,1%) mit Alltagsthemen und zwi- schenmenschlichen Beziehungsthemen sowie mit Comedy-Spaß. Dazu trugen vor allem die langen Sendestrecken mit Doku-Soaps im Tagesprogramm, Wiederholungen in der Nacht und Comedys zum Ausklang der Woche bei. Sat.1 bestritt sein nonfik- tionales Unterhaltungsangebot etwa zu gleichen Anteilen mit Alltags- und Beziehungsthemen einschließlich Comedy-Spaß (12,5%) und dem The- menkomplex Recht, Kriminalität, Unfall, Katastrophe (13,2%). ProSieben (13,2%) bevorzugte All- tagsthemen und Humor, sparte Rechts- und Krimi-

nalitätsthemen aus. Bei ARD (6,3%) und ZDF (9,4%) verteilte sich die geringere Sendezeit für nonfik- tionale Unterhaltungsangebote unterschiedlich. Die ARD verwendete die Hälfte für den Themenkom- plex Kultur, Wissenschaft, Religion, Tier, Natur (3,1%) und das ZDF zwei Drittel für Alltag, Sozia- les, Freizeit, zwischenmenschliche Beziehungen und Humor (6,1%).

Fictiongenres

Inhaltliche Schwerpunkte des Fictionangebots der Sender wurden anhand der gruppierten Genrekate- gorien 1. Spannungsbetonte Genres, 2. leichte Un- terhaltungsgenres und 3. Anspruchsgenres (sowie separat Genres der Animation) verglichen. Span- nungsbetonte Genres (Krimis, Action, Abenteuer, Krieg u.ä.) wurden im Jahr 2010 bei Sat.1 (14,6%), ZDF (14,3%) und ProSieben (13,8%) stärker einge- setzt als bei ARD (8,8%) und RTL (7,7%). Unterhal- tungsbetonte Genres (Komödien, Familiengeschich- ten, Soaps, Sitcom, Melodrama u.ä.) prägten am stärksten das Fictionangebot von ProSieben (31,5%)

⑥ Sparten und Inhalte 2008* bis 2010

	Sendedauer in Min./Tag									ProSieben					
	ARD			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Information	582	591	582	659	714	690	309	337	328	240	244	238	223	227	152
Politik/Wirtschaft i.w.S.	265	272	259	274	302	276	95	109	112	38	28	28	12	14	13
Kultur/Wissenschaft/Natur	72	69	70	84	82	79	10	8	7	16	17	16	73	80	90
Alltag/Soziales/ menschl. Beziehungen	59	55	57	93	98	97	40	43	36	2	11	6	9	0	3
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	3	4	5	6	7	9	3	4	0	4	-	1	0	-	-
Diverse Themen ¹⁾	176	184	184	200	223	226	157	170	169	179	186	172	129	133	45
Wetter	7	7	7	3	3	2	3	3	4	1	1	3	1	0	0
Sport	112	84	111	101	77	94	22	24	27	8	14	21	3	0	-
Nonfiktionale Unterhaltung	92	89	90	162	145	135	335	408	479	426	466	460	335	336	285
Politik/Wirtschaft i.w.S.	2	2	2	0	1	0	-	0	0	-	1	1	-	-	-
Kultur/Wissenschaft/Natur	42	44	45	40	35	25	5	14	17	0	2	1	10	17	5
Alltag/Soziales/ menschl. Beziehungen	20	19	18	60	65	88	226	307	333	139	175	180	210	233	190
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	-	0	-	-	-	0	32	43	115	206	195	190	-	-	-
Diverse Themen ¹⁾	28	24	25	62	44	21	73	44	14	81	92	89	115	85	90
Musik	18	18	14	17	16	12	33	30	16	15	7	3	16	3	4
Pop/Rock/Schlager	6	2	0	14	6	2	33	21	14	15	1	0	16	2	4
Volksmusik	12	11	12	2	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	0	1	1	2	2	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstiges	-	5	1	-	6	6	-	10	2	-	6	3	-	1	-
Kinderprogramm	72	87	87	61	69	67	19	14	4	1	1	1	50	48	57
Nonfiktionale Kindersendungen	41	43	38	14	15	15	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Fiktionale Kindersendungen	31	44	49	47	53	52	19	14	4	1	1	1	49	48	57
Kinderfilme/Serien	9	22	28	5	12	16	5	5	3	-	0	1	-	0	1
Zeichentrick/Puppentrick	21	22	21	42	41	35	14	9	1	1	0	0	49	48	56
Sonstiges	-	-	-	0	0	0	-	-	-	0	-	-	-	-	-
Fiction	510	517	499	387	367	392	359	361	317	443	403	415	540	539	662
Spannung	121	138	126	180	180	205	144	129	112	268	217	210	207	192	198
Unterhaltung	368	363	350	202	180	182	211	227	201	168	179	195	326	334	454
Anspruch	22	15	20	5	7	4	2	1	1	2	1	2	2	4	3
Animation	-	1	2	0	0	1	2	4	4	5	6	9	5	10	7
Sonstiges	34	35	37	33	33	31	68	72	74	90	82	78	75	76	80
Werbung	20	19	20	20	20	20	296	193	195	216	224	223	198	211	200
Gesamt	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440

(Fortsetzung nächste Seite)

und der ARD (24,3%). Ein geringeres Gewicht erhielten diese Genres bei RTL (14,0%), Sat.1 (13,5%) und ZDF (12,6%). Anspruchsgenres (Gesellschaftskritik, Porträtfilm, Roadmovie u.ä.) wurden in den Hauptprogrammen nur selten angeboten. In diesen Fällen rangierte die ARD (1,4%) vor ZDF (0,3%), ProSieben (0,2%), Sat.1 (0,1%) und RTL (0,0%).

Genrepräferenzen der Sender im Bereich Fiction kaum verändert

Abgesehen von geringen Schwankungen haben sich die Genrepräferenzen der Sender im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert. Lediglich bei ProSieben wirkte sich die Erhöhung des Fictionangebots voll zugunsten der leichten Fictiongenres aus.

Produktionsländer des Fictionangebots

Mit dem Vergleich der Produktionsländer von Fictionsendungen wird die Frage beantwortet, inwieweit die Vorgaben der EU-Fernsehrichtlinie, nach denen die Sender Mindestquoten für europäische Produktionen erfüllen sollen, um die wirtschaftlichen Wettbewerbschancen europäischer Produzenten und die europäische Kultur gegen Auslandsimporte zu stärken, von den Sendern eingehalten wurden. Dazu wurden die Produktionsländer der Fictionangebote (ohne Kinderprogramm) in folgenden Kategorien gruppiert: 1. Deutschland/Deutschland in Kooperation mit anderen, 2. europäische Länder, 3. USA und 4. sonstige Länder (vgl. Abbildung 4 und Tabelle 7).

ARD und ZDF mit meisten Sendungen aus deutscher Produktion

⑥ Sparten und Inhalte 2008* bis 2010 (Fortsetzung)

	Sendedauer in %									Sat.1			ProSieben		
	ARD			ZDF			RTL			2008	2009	2010	2008	2009	2010
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Information	40,4	41,0	40,4	45,8	49,6	47,9	21,4	23,4	22,8	16,7	17,0	16,6	15,5	15,8	10,5
Politik/Wirtschaft/ Gesellschaft/Zeitgeschichte	18,4	18,9	18,0	19,0	20,9	19,2	6,6	7,6	7,8	2,7	1,9	1,9	0,8	1,0	0,9
Kultur/Wissenschaft/ Religion/Tier/Natur	5,0	4,8	4,9	5,8	5,7	5,5	0,7	0,5	0,5	1,1	1,2	1,1	5,1	5,5	6,2
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl. Beziehungen	4,1	3,8	4,0	6,5	6,8	6,7	2,8	3,0	2,5	0,1	0,8	0,4	0,6	0,0	0,2
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	0,2	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,2	0,2	0,0	0,3	-	0,1	0,0	-	-
Diverse Themen ¹⁾	12,2	12,8	12,8	13,9	15,5	15,7	10,9	11,8	11,8	12,5	12,9	11,9	8,9	9,2	3,1
Wetter	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0
Sport	7,8	5,8	7,7	7,0	5,4	6,5	1,5	1,7	1,9	0,6	1,0	1,5	0,2	0,0	-
Nonfiktionale Unterhaltung	6,4	6,2	6,3	11,3	10,1	9,4	23,2	28,4	33,3	29,6	32,3	31,9	23,3	23,3	19,8
Politik/Wirtschaft/ Gesell./Zeitgeschichte	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	-	0,0	0,0	-	0,1	0,0	-	-	-
Kultur/Wissenschaft/ Religion/Tier/Natur	2,9	3,0	3,1	2,8	2,4	1,7	0,3	1,0	1,2	0,0	0,2	0,1	0,7	1,2	0,3
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl. Beziehungen	1,4	1,3	1,3	4,2	4,5	6,1	15,7	21,4	23,1	9,7	12,2	12,5	14,6	16,2	13,2
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	-	0,0	-	-	-	0,0	2,2	3,0	8,0	14,3	13,5	13,2	-	-	-
Diverse Themen ¹⁾	1,9	1,7	1,8	4,3	3,1	1,5	5,0	3,1	1,0	5,6	6,4	6,2	8,0	5,9	6,2
Musik	1,5	1,3	1,0	1,2	1,1	0,8	2,3	2,1	1,1	1,1	0,5	0,2	1,1	0,2	0,3
Pop/Rock/Schlager	0,4	0,1	0,0	1,0	0,4	0,1	2,3	1,4	1,0	1,1	0,1	0,0	1,1	0,1	0,3
Volksmusik	0,8	0,7	0,9	0,1	0,1	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Diverses	-	0,4	0,1	-	0,4	0,4	-	0,7	0,1	-	0,4	0,2	-	0,1	-
Kinderprogramm	5,0	6,1	6,1	4,2	4,8	4,7	1,3	0,9	0,3	0,1	0,0	0,1	3,5	3,3	3,9
Nonfiktionale Kindersendungen	2,9	3,0	2,7	0,9	1,1	1,1	-	-	-	-	-	-	0,1	0,0	-
Fiktionale Kindersendungen	2,1	3,1	3,4	3,3	3,7	3,6	1,3	0,9	0,3	0,1	0,0	0,1	3,4	3,3	3,9
Kinderfilme/Serien	0,6	1,5	1,9	0,4	0,8	1,1	0,4	0,3	0,2	-	0,0	0,1	-	0,0	0,0
Zeichentrick/Puppentrick	1,5	1,5	1,5	2,9	2,9	2,5	1,0	0,6	0,1	0,1	0,0	0,0	3,4	3,3	3,9
Sonstiges	-	-	-	0,0	0,0	0,0	-	-	-	0,0	-	-	-	-	-
Fiction	35,4	35,9	34,6	26,9	25,5	27,2	25,0	25,1	22,0	30,7	28,0	28,8	37,5	37,4	46,0
Spannung	8,4	9,6	8,8	12,5	12,5	14,3	10,0	8,9	7,7	18,6	15,0	14,6	14,4	13,3	13,8
Unterhaltung	25,6	25,2	24,3	14,0	12,5	12,6	14,7	15,8	14,0	11,7	12,4	13,5	22,6	23,2	31,5
Anspruch	1,5	1,0	1,4	0,3	0,5	0,3	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2
Animation	-	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,6	0,4	0,7	0,5
Sonstiges	2,4	2,4	2,6	2,3	2,3	2,2	4,7	5,0	5,1	6,3	5,7	5,4	5,2	5,3	5,6
Werbung	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	20,6	13,4	13,5	15,0	15,5	15,5	13,7	14,7	13,9
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

* 2008 abweichend von Vorjahren recodiert.

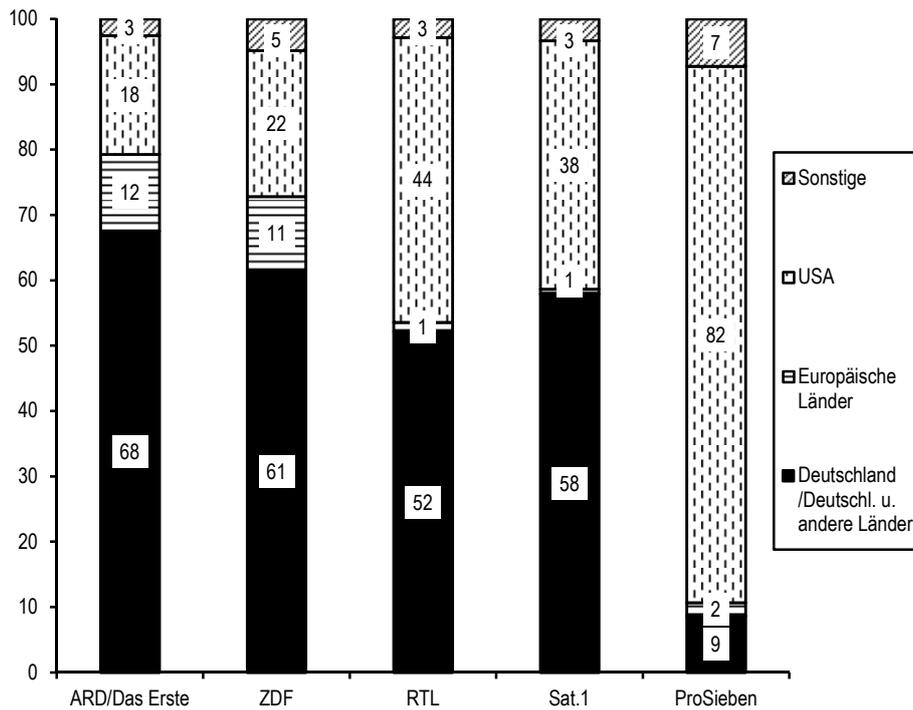
1) Stark geprägt von Frühstückfernsehen und Boulevardmagazinen.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Die meisten Fictionangebote aus deutscher Produktion oder in deutscher Koproduktion mit anderen Ländern sendete im Jahr 2010 die ARD (68%). Wie der Vergleich mit den Vorjahren zeigt, blieb die Struktur der Herkunftsländer relativ stabil. Die US-Produktionen (18%) trugen zum ARD-Fictionangebot bei leicht sinkender Tendenz weniger als ein Fünftel und europäische Produktionen (12%) bei leichter Erhöhung mehr als ein Zehntel zur Sende-

zeit bei. Das ZDF (61%) folgte bei deutschen Produktionen und Koproduktionen auf dem zweiten Rangplatz. Nach dem Spitzenwert von 70 Prozent im Vorjahr, in dem die deutschen Produktionen zulasten der US-Produktionen höher ausfielen, hatte das ZDF 2010 wieder die gleiche Verteilung wie

Abb. 4 Produktionsländer der Fictionangebote (ohne Kinderprogramm) 2010
Sendezeit in %



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2010.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

⑦ **Produktionsländer der Fictionangebote 2008 bis 2010 (ohne Kinderprogramm)**

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
in Min./Tag															
Deutschland/ Deutschl. u. andere Länder	351	357	337	237	255	241	182	198	165	271	258	241	73	61	57
Europäische Länder	49	45	58	41	41	44	10	9	5	6	5	3	13	19	14
USA	100	100	91	84	51	87	147	141	138	152	128	158	425	424	543
Sonstige	10	14	13	24	20	19	19	13	9	14	12	14	29	36	48
Gesamt	510	517	499	387	367	392	359	361	317	443	403	415	540	539	662
in %															
Deutschland/ Deutschl. u. andere Länder	69	69	68	61	70	61	51	55	52	61	64	58	14	11	9
Europäische Länder	10	9	12	11	11	11	3	2	1	1	1	1	2	3	2
USA	20	19	18	22	14	22	41	39	44	34	32	38	79	79	82
Sonstige	2	3	3	6	5	5	5	4	3	3	3	3	5	7	7
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

im Jahr 2008. Dabei erreichten die US-Produktionen (22%) den doppelten Umfang der europäischen Produktionen (11%).

Zwei der drei untersuchten Privatsender übertrafen mit deutschen Produktionen und deutschen Koproduktionen auch im Jahr 2010 wieder die 50-Prozent-Marke: Sat.1 (58%) kam dabei dem ZDF

näher als RTL (52%). Ein auffälliger Unterschied zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern bei der Herkunft der Fictionangebote bestand wieder im Verhältnis von US-Produktionen und europäischen Produktionen. Sowohl RTL (44%) als auch Sat.1 (38%) bevorzugten klar die US-Produktionen, während europäische Länder jeweils nur rund 1 Prozent des Fictionangebots ausmachten.

ProSieben erfüllte auch 2010 EU-Quote für europäische Produktionen nicht

ProSieben hatte auch 2010 wieder eine Sonderstellung im Sendervergleich, denn es bestritt sein Fictionangebot zu mehr als vier Fünfteln mit US-Produktionen (82%), während auf deutsche Produktionen und deutsche Koproduktionen bei sinkender Tendenz nur 9 Prozent und auf europäische Produktionen 2 Prozent des Fictionangebots entfielen.

Fazit

Die Programmanalyse belegt erneut die charakteristischen Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Fernsehsendern in den Jahren 2008 bis 2010. Die wesentlichen Befunde aus den Querschnitt- und Längsschnittvergleichen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Erhebliche Unterschiede zwischen ARD, ZDF und Privaten in allen Bereichen

1. Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme unterscheiden sich in allen Dimensionen von den privaten Hauptprogrammen. Die Spartenprofile aus dem Jahr 2010 zeigen, dass die Informationsangebote bei ARD (40%) und ZDF (48%) den Schwerpunkt der öffentlich-rechtlichen Programmprofile ausmachen, während RTL (23%), Sat.1 (17%) und ProSieben (11%) ihnen einen deutlich geringeren Stellenwert beimessen. Strukturelle Unterschiede gibt es ebenso bei den Unterhaltungsangeboten. Die öffentlich-rechtlichen Programme bestreiten ihr Unterhaltungsangebot hauptsächlich mit Fictionsendungen, die privaten Programme verteilen dagegen ihre Sendezeit für Unterhaltung gleichmäßiger auf fiktionale und nonfiktionale Angebote. ARD und ZDF haben außerdem mehr Sport und Kinderprogramm als RTL, Sat.1 und ProSieben. Im Jahresvergleich der Spartenprofile zeigen sich bei ARD und ZDF die geringsten Veränderungen. Sie beschränkten sich im Wesentlichen auf den regelmäßigen Verdrängungseffekt, den der Sport in Jahren mit besonderen Ereignissen (Fußball-WM, Olympische Spiele) bei anderen Sparten verursacht. Deutlicher fallen die Veränderungen bei den Privatsendern aus, insbesondere bei RTL und ProSieben. Während RTL das nonfiktionale Unterhaltungsangebot von Jahr zu Jahr ausweitete und dafür zunächst einen Teil der Werbung (Teleshopping), dann das Fictionangebot reduzierte, erhöhte ProSieben 2010 sein Fictionangebot und kürzte dafür sein Informationsangebot.

ARD und ZDF mit vielfältigen journalistischen Formen, Zuwachs der Doku-Soaps bei RTL

2. Auch in den Sendungsformen unterscheiden sich öffentlich-rechtliche und private Hauptprogramme erheblich. In allen konventionellen journalistischen Formen – Nachrichten, Magazine, Reportagen und Dokumentationen – haben ARD und ZDF ein umfangreicheres und vielfältigeres Angebot, auf dem ihre führende Rolle als Informationsanbieter beruht. Bei RTL noch stärker als bei Sat.1 bestimmen die Sendungsformen des Factual Entertainment, Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen, die der Sparte nonfiktionale Unterhaltung zugeordnet werden, das Programmprofil. Während das Fictionangebot bei ARD und ZDF relativ ausgewogen mit Filmen und Serien bestritten wird, dominieren bei RTL und Sat.1 die Serien. ProSieben als führender Fictionsender hat das größte Angebot sowohl bei Serien als auch bei Filmen. Wie bei den Sparten zeigen

sich auch bei den Sendungsformen die geringsten Veränderungen bei ARD und ZDF. Dagegen fand bei RTL eine Verlagerung von den konventionellen Unterhaltungsformen auf neue dokumentarische Unterhaltungsformen statt. Exemplarisch hierfür ist bei RTL der Zuwachs der Scripted Doku-Soaps, die bei Sat.1 erst in geringerem Umfang angeboten werden. ProSieben reduzierte sein Magazinangebot zugunsten des Serienangebots.

3. Politisch und gesellschaftlich relevante Themen kommen hauptsächlich von ARD und ZDF, denn vor allem sie bieten die dafür geeigneten redaktionellen Sendungsformen in größerem Umfang an, während die privaten Sender Themen des Alltags und Privatlebens sowie der Glamourwelt des Showbiz bevorzugen, die in den seriellen Realityformaten sowie den boulevardnahen Magazinen verwirklicht werden.

Beim Fictionangebot überwiegen insgesamt gesehen die leichten Unterhaltungsgenres gegenüber den spannungsbetonten Genres. Anspruchsvolle Fictiongenres werden nur in marginalem Umfang angeboten. In der Fictionunterhaltung sowie in den konventionellen Formaten der nonfiktionalen Unterhaltung liegen am ehesten die Gemeinsamkeiten der Sender.

5. Nach Herkunftsländern unterschieden stammt bei ARD und ZDF der größte Teil des Fictionangebots aus deutscher Produktion und deutscher Koproduktion mit anderen Ländern, während US-Produktionen nur etwa ein Fünftel und europäische Produktionen gut ein Zehntel des Umfangs ausmachen. Auch RTL und Sat.1 liegen mit ihren Anteilen an Fictionsendungen nationaler Herkunft über dem Minimum, das von der EU-Fernsehrichtlinie gefordert wird, allerdings decken die beiden Privatsender anteilig doppelt so viel Sendezeit mit US-Produktionen ab wie ARD und ZDF. ProSieben bestreitet sein Fictionangebot zu mehr als vier Fünfteln der Sendezeit mit US-Produktionen und liegt damit weit unter der Anforderung der EU-Fernsehrichtlinie betreffend europäische Produktionen.

Die empirischen Befunde dieser Programmanalyse belegen, dass die Programmprofile der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme weitgehend unverändert geblieben sind. Die Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen sind weiterhin vor allem in den Bereichen der Information so deutlich, dass darin eine funktionale Teilung im dualen System erkennbar wird.

Anmerkungen:

- 1) Die Daten wurden von der ZDF-Medienforschung bereitgestellt.
- 2) Vgl. Krüger, Udo Michael: Factual Entertainment – Fernsehunterhaltung im Wandel. Programmanalyse 2009 – Teil 1: Sparten und Formen. In: Media Perspektiven 4/2010, S. 158–181. Zur Begrün-

Politische und gesellschaftliche Themen vorwiegend bei ARD und ZDF

Leichte Genres überwiegen im Fictionangebot

ARD, ZDF, RTL und Sat.1 erfüllen EU-Produktionsquote

- dung und Bedeutung des Konzepts Factual Entertainment vgl. Hill, Annette: *Reality TV. Audiences and popular factual television*. Abingdon 2005; Bruzzi, Stella: *New Documentary*. Abingdon 2006; Corner, John: *Performing the Real. Documentary Diversions*. In: Murry, Susan/Laurie Quелlette (Hrsg.): *Reality TV. Remaking Television Culture*, New York 2009, S. 44–64.
- 3) Wie in den Vorjahren wurden 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).
- 4) Fehlende Angaben von Sat.1 über Kurznachrichten im Frühstücksfernsehen wurden annäherungsweise hochgerechnet und nachkorrigiert.
- 5) Vgl. hierzu auch Lünenborg, Margreth/ Dirk Martens/Tobias Köhler/Claudia Töpfer: *Skandalisierung im Fernsehen. Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality TV Formaten*. Berlin 2011.
- 6) Vgl. Krüger, Udo Michael: *Infomonitor 2010: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Themen, Ereignisse und Akteure*. In: *Media Perspektiven* 2/2011, S. 91–114; vgl. hierzu ebenso die im Auftrag der Landesmedienanstalten durchgeführten Programmanalysen von Hans-Jürgen Weiß und anderen, zuletzt: Joachim/Bertil Schwotzer: *Konzeption, Methode und Basisdaten der ALM-Studie 2009/2010*. In: *ALM* (Hrsg.): *Programmbericht 2010. Fernsehen in Deutschland*. Berlin 2011, S. 229–244.

