

Programmanalyse 2011 –
Teil 1: Sparten und Formen

→ Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung

Von Udo Michael Krüger*

Fernsehprogramme stehen in immer intensiverem Wettbewerb

Die großen deutschen Fernsehprogramme stehen in einem immer intensiver werdenden Wettbewerb, nicht nur mit dem wachsenden digitalen Fernsehangebot, sondern auch mit neuen Angeboten, die über das Internet in den Fernsehmarkt drängen. Die langfristige Programmanalyse erlaubt es, die Auswirkungen dieses intensivierten Wettbewerbs auf die Programmstrategie der Sender zu untersuchen. Welchen Spielraum für Veränderungen nutzen die Sender? In welche Richtungen gehen die öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme? Um diesen Fragen nachzugehen, wurde die Angebotsentwicklung von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben auf der Basis einer Vollerhebung für das Jahr 2011 fortgeschrieben. Als Datenquellen wurden wieder die Sendungslisten der AGF-Programmcodierung, tagesaktuelle Programmankündigungen und Programmaufzeichnungen verwendet. (1) In die Vollerhebung auf Sendungsebene geht jeder redaktionelle Sendetitel und jede nichtredaktionelle Programmeinheit (Werbung, Trailer, Füller) mit der Sendedauer ein. Die Bezugsbasis für den quantitativen Vergleich der Programmprofile ist jeweils das Gesamtangebot von 24 Stunden pro Tag.

Untersuchungsbasis

Insgesamt umfasst die Untersuchungsbasis für fünf Sender in einem Programmjahr 43 800 Stunden Sendezeit. Diese Sendezeit verteilt sich jährlich auf etwa 6 000 verschiedene Sendungstitel. Ermittelt werden die Profile der Sender für Programmsparten, Sendungsformen und inhaltliche Schwerpunkte der Sendungen sowie für Produktionsländer der Fictionangebote, und zwar in Minuten pro Tag und in Prozentanteilen an der Gesamtsendezeit des Senders.

Spartenprofile im Programmjahr 2011

Fokus auf langfristigeren Veränderungen

Das langfristig angewandte Spartenmodell der Programmanalyse unterscheidet die Sendungen nach acht Sparten: 1. Information, 2. Sport, 3. Nonfiktionale Unterhaltung, 4. Musik, 5. Kinder-/Jugendprogramm, 6. Fiction (ohne Kinderprogramm), 7. Sonstiges und 8. Werbung. Die anhand dieser Kategorien ermittelten Spartenprofile der Sender zeigen, worin sich die Sender strukturell voneinander unterscheiden und inwieweit sie sich verändern. Veränderungen sind vor allem dann von Interesse, wenn sie in gleichbleibender Richtung über mehrere Jahre erfolgen und auf programmstrategische Maßnahmen der Sender hindeuten. Von geringerer

Bedeutung sind dagegen temporäre Schwankungen der Programmprofile zum Beispiel infolge außergewöhnlicher Ereignisse wie etwa internationaler Großsportveranstaltungen, Wahlen oder Katastrophen. Unberücksichtigt bleiben in dieser Strukturanalyse Veränderungen bei der Platzierung von Sendungen, Wiederholungen und die Veränderungen der Präsentationsformen.

Aus den Spartenprofilen lässt sich für das Jahr 2011 folgende Angebotsituation ableiten (vgl. Abbildung 1):

Das Erste Programm der ARD bot seinen Zuschauern eine annähernd ausgewogene Mischung aus Information und Fiction. Auf die Sparte Information entfielen 41,6 Prozent der Gesamtsendedauer, dies entspricht im Durchschnitt 599 Minuten täglich. Auf die Sparte Fiction (ohne Kinder-/Jugendsendungen) entfielen 34,7 Prozent (499 Min./Tag). Mit Abstand folgen fast gleichauf Kindersendungen (6,4%), Sport (6,3%) und nonfiktionale Unterhaltung (6,2%). Die restliche Sendezeit verteilt sich auf Musiksendungen (0,8%) sowie auf Sonstiges (2,6%) und Werbung (1,4%).

Das ZDF kam 2011 auf einen Informationsanteil von 46,9 Prozent bei durchschnittlich 675 Minuten täglich und lag damit vor allen anderen Sendern. Der Fictionanteil fiel mit 28,1 Prozent (405 Min./Tag) geringer aus als bei der ARD, dafür bot das ZDF mehr nonfiktionale Unterhaltung (10,5%; 151 Min./Tag). Auf Sportsendungen entfielen 5,2 Prozent und auf Kinder- und Jugendsendungen 5,1 Prozent. Die übrige Sendezeit verteilte sich ähnlich wie bei der ARD auf Musik (0,6%), Sonstiges (2,0%) und Werbung (1,5%).

Die privaten Hauptprogramme unterschieden sich mit ihren Spartenprofilen wesentlich von ARD und ZDF durch ein geringeres Informationsangebot, ein dominierendes Unterhaltungsangebot sowie einen höheren Werbeanteil. Das RTL-Programm hatte 2011 einen Informationsanteil von 22,2 Prozent (320 Min./Tag). Auf nonfiktionale Unterhaltungsangebote unterschiedlicher Art entfiel über ein Drittel der gesamten Sendezeit (35,7% bzw. 514 Min./Tag). Das Fictionangebot rangierte mit 21,2 Prozent (305 Min./Tag) knapp hinter dem Informationsanteil. Auf Sportangebote entfielen nur 1,5 Prozent, auf Musiksendungen 1,6 Prozent der Sendezeit. Kinder-/Jugendsendungen spielten kaum eine Rolle (0,1%). Auf Sonstiges, im Wesentlichen eigene Programmwerbung durch Trailer, entfielen weitere 5,2 Prozent der Sendezeit und auf Werbung 12,5 Prozent (180 Min./Tag).

Sat.1 kam in der Sparte Information auf 18,6 Prozent (268 Min./Tag) der Sendezeit. Erheblich höher fielen hier die Anteile für nonfiktionale Unterhaltung mit 30,7 Prozent (443 Min./Tag) und für Fiction mit 29,1 Prozent (419 Min./Tag) aus. Diese beiden dominanten Sparten der Unterhaltungsangebote

ARD/Das Erste: Information vor Fiction

ZDF: Informationsanteil von knapp 47 Prozent

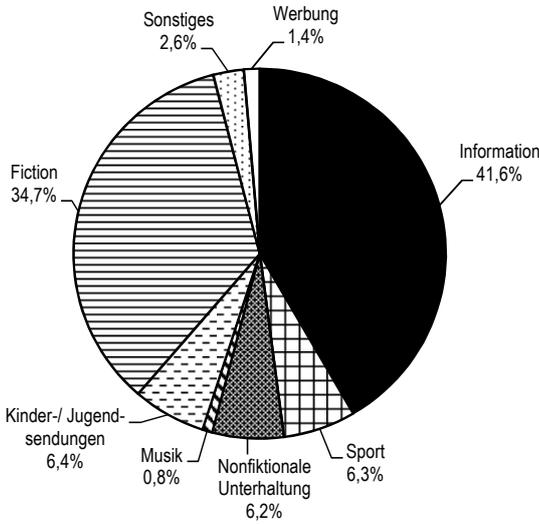
RTL: Mehr als ein Drittel nonfiktionaler Unterhaltung

Sat.1: 60 Prozent Fiction und nonfiktionaler Unterhaltung

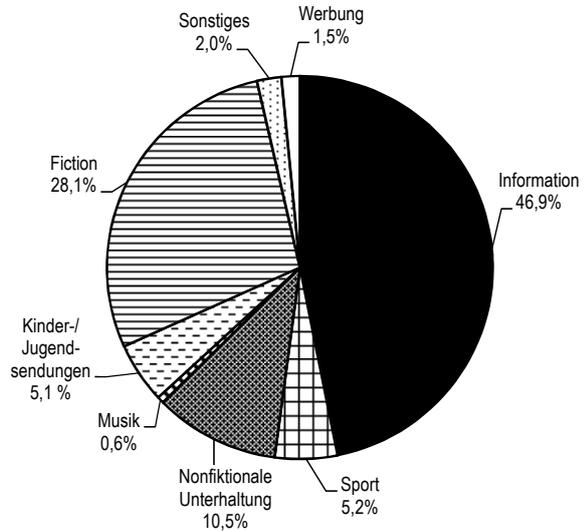
* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb.1 Programmsparten 2011
Anteil an der Sendedauer in %

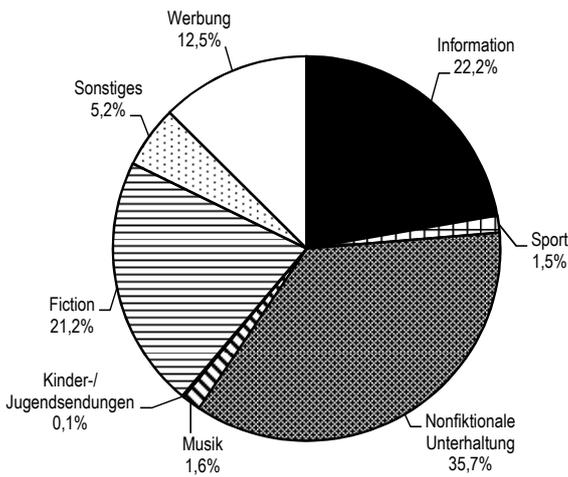
**ARD/
Das Erste**



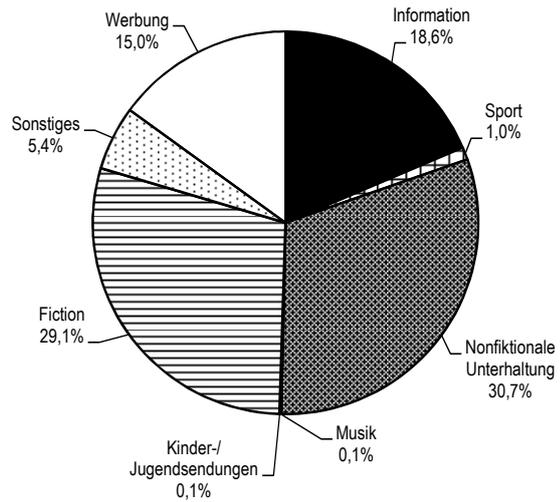
ZDF



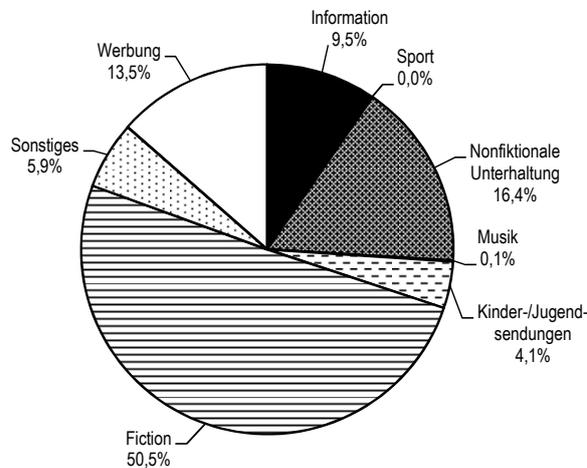
RTL



Sat.1



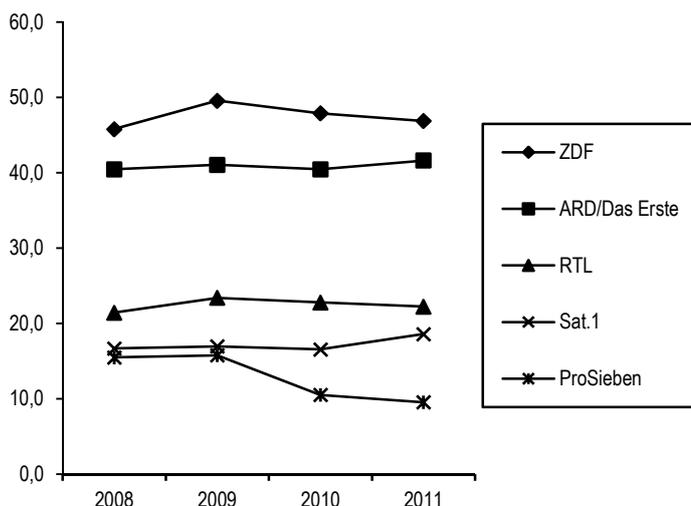
ProSieben



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

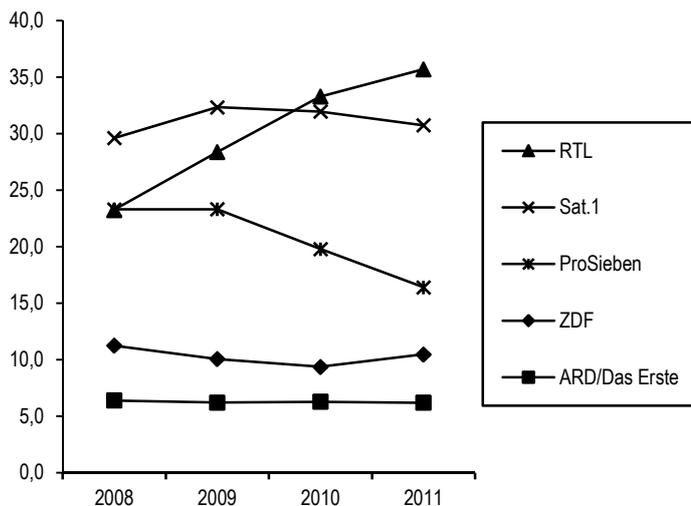
Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 2 Sparte Information bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2011
Sendezeitanteile in %



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 3 Sparte Nonfiktionale Unterhaltung bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2011
Sendezeitanteile in %



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

te machten bei Sat.1 zusammen 60 Prozent der Gesamtsendezeit aus. Nur wenig Sendezeit erhielten Sport (1,0%), Musik (0,1%) und Kinder-/Jugendprogramm (0,1%). Die restliche Sendezeit verteilte sich auf Sonstiges (5,4%), im Wesentlichen Eigenwerbung, sowie auf kommerzielle Werbung (15,0%; 216 Min./Tag).

ProSieben: höchster Anteil an Fiction

ProSieben hatte unter den Privatprogrammen das geringste Informationsangebot, dafür den höchsten Fictionanteil. Im Spartenprofil betrug der Informationsanteil 9,5 Prozent (137 Min./Tag), während der Fictionanteil 50,5 Prozent (727 Min./Tag) erreichte. Etwa ein Sechstel der Sendezeit (16,4%; 236 Min./Tag) entfiel auf nonfiktionale Unterhaltung, weitere 4,1 Prozent auf Kinder-/Jugendsendungen. Musik

(0,1%) hatte einen marginalen Anteil, und Sportangebote fehlten auch 2011 bei ProSieben. Auf Sonstiges (5,9%) entfiel etwa der gleiche Anteil wie bei den anderen Privatsendern. Der Anteil der Werbung lag bei 13,5 Prozent (194 Min./Tag).

Vergleicht man die Spartenprofile über mehrere Jahre, zeigt sich bei der ARD/Das Erste eine hohe Programmstabilität (vgl. Tabelle 1 und Abbildungen 2 bis 4). Sowohl die dominanten Informationsangebote und Fictionangebote als auch die schwächer vertretenen Sparten weisen nur minimale Schwankungen auf, die vor allem durch den schon

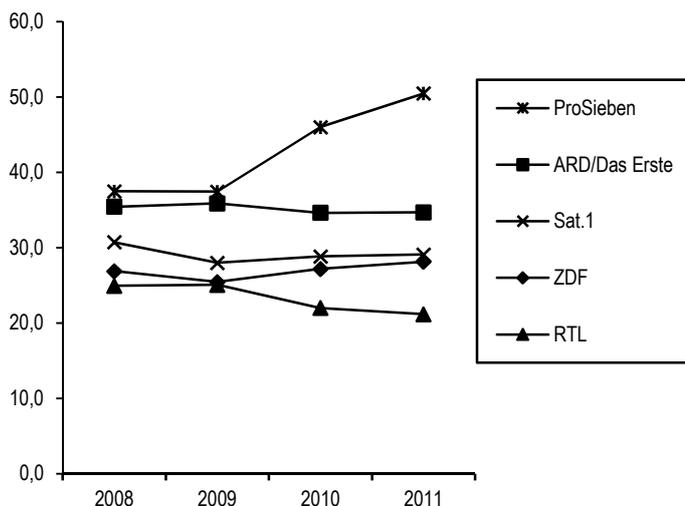
Hohe Stabilität des Spartenprofils bei ARD/Das Erste

① Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2009 bis 2011*

	Sendedauer Min./Tag			in %		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
ARD/Das Erste						
Information	591	582	599	41,0	40,4	41,6
Sport	84	111	91	5,8	7,7	6,3
Nonfiktionale Unterhaltung	89	90	89	6,2	6,3	6,2
Musik	18	14	12	1,3	1,0	0,8
Kinder-/Jugendsendungen	87	87	92	6,1	6,1	6,4
Fiction	517	499	499	35,9	34,6	34,7
Sonstiges	35	37	38	2,4	2,6	2,6
Werbung	19	20	20	1,3	1,4	1,4
Gesamt Min./Tag	1 440	1440	1440	100,0	100,0	100,0
ZDF						
Information	714	690	675	49,6	47,9	46,9
Sport	77	94	75	5,4	6,5	5,2
Nonfiktionale Unterhaltung	145	135	151	10,1	9,4	10,5
Musik	16	12	8	1,1	0,8	0,6
Kinder-/Jugendsendungen	69	67	74	4,8	4,7	5,1
Fiction	367	392	405	25,5	27,2	28,1
Sonstiges	33	31	29	2,3	2,2	2,0
Werbung	20	20	22	1,4	1,4	1,5
Gesamt Min./Tag	1 440	1440	1440	100,0	100,0	100,0
RTL						
Information	337	328	320	23,4	22,8	22,2
Sport	24	27	21	1,7	1,9	1,5
Nonfiktionale Unterhaltung	408	479	514	28,4	33,3	35,7
Musik	30	16	22	2,1	1,1	1,6
Kinder-/Jugendsendungen	14	4	2	0,9	0,3	0,1
Fiction	361	317	305	25,1	22,0	21,2
Sonstiges	72	74	75	5,0	5,1	5,2
Werbung	193	195	180	13,4	13,5	12,5
Gesamt Min./Tag	1 440	1440	1440	100,0	100,0	100,0
Sat.1						
Information	244	238	268	17,0	16,6	18,6
Sport	14	21	15	1,0	1,5	1,0
Nonfiktionale Unterhaltung	466	460	443	32,3	31,9	30,7
Musik	7	3	2	0,5	0,2	0,1
Kinder-/Jugendsendungen	1	1	1	0,0	0,1	0,1
Fiction	403	415	419	28,0	28,8	29,1
Sonstiges	82	78	78	5,7	5,4	5,4
Werbung	224	223	216	15,5	15,5	15,0
Gesamt Min./Tag	1 440	1440	1440	100,0	100,0	100,0
ProSieben						
Information	227	152	137	15,8	10,5	9,5
Sport	0	0	0	0,0	0,0	0,0
Nonfiktionale Unterhaltung	336	285	236	23,3	19,8	16,4
Musik	3	4	1	0,2	0,3	0,1
Kinder-/Jugendsendungen	48	57	59	3,3	3,9	4,1
Fiction	539	662	727	37,4	46,0	50,5
Sonstiges	76	80	85	5,3	5,6	5,9
Werbung	211	200	194	14,7	13,9	13,5
Gesamt Min./Tag	1 440	1440	1440	100,0	100,0	100,0

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

Abb. 4 Sparte Fiction bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2011
Sendezeitanteile in %



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

mehrfach erwähnten Pendeleffekt des Sports verursacht werden. So stieg zum Beispiel im sportintensiven Jahr 2010 die Sendezeit für Sport, während der Anteil anderer Sparten geringer ausfiel. Im nachfolgenden Jahr 2011 ohne vergleichbare Sportereignisse ging der Sportanteil wieder entsprechend zurück.

Zuwachs an Fiction und nonfiktionaler Unterhaltung beim ZDF

Beim ZDF dagegen verringerte sich 2011 nicht nur der Sportanteil, sondern auch der Informationsanteil. Einen Zuwachs gab es dafür bei nonfiktionaler Unterhaltung und Fiction. Trotz des tendenziell rückläufigen Informationsanteils zwischen 2009 und 2011 blieb das ZDF weiterhin der Sender mit dem höchsten Informationsangebot.

Bei RTL wurde die Sendezeit für nonfiktionaler Unterhaltung in größeren Raten stetig ausgeweitet. Im Jahr 2011 lag sie um 35 Minuten pro Tag höher als im Jahr 2010. In den Jahren 2008 bis 2011 stieg das nonfiktionaler Unterhaltungsangebot durch die Ausweitung von Reality-Formaten auf gut ein Drittel der Gesamtsendezeit. Reduziert wurde dafür in der Sparte Fiction, aber auch die übrigen Sparten verloren etwas Sendezeit. Sat.1 erhöhte den Informationsanteil und reduzierte die nonfiktionaler Unterhaltung.

Stärkste Veränderungen im Profil von ProSieben

Die stärksten Veränderungen zeigen sich bei ProSieben. Schrittweise verringert wurden die Informationsangebote auf weniger als 10 Prozent im Jahr 2011 und die nonfiktionalen Unterhaltungsangebote auf gut 16 Prozent. Ausgeweitet wurde dafür das Fictionangebot, das im Jahr 2011 mehr als die Hälfte der Gesamtsendezeit von ProSieben ausfüllte.

Sendungsformen

Ebenso wie die Spartenprofile belegen auch die Profile der Sendungsformen klare Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen. Dies zeigt sich, wenn man die Sendungen spartenübergreifend nach Kategorien struk-

turiert, die den üblichen redaktionellen Konventionen entsprechen (vgl. Tabelle 2 und Abbildung 5). (2)

Im Programmjahr 2011 betrug der Nachrichtenanteil bei der ARD/Das Erste (9,4%) und beim ZDF (9,6%) ähnlich wie in den Jahren zuvor knapp ein Zehntel der Gesamtsendezeit. Dagegen kam RTL (4,3%) als stärkster Nachrichtenanbieter unter den drei Privatsendern nicht auf die Hälfte des öffentlich-rechtlichen Angebots. Noch geringer war es bei Sat.1 (2,2%), selbst unter Berücksichtigung aller Kurzausgaben im Frühstücksfernsehen. (3) Bei ProSieben (0,8%) kann man das Nachrichtenangebot eher als marginal bezeichnen.

Eine starke Rolle spielte bei ARD/Das Erste und dem ZDF erneut das Magazinangebot. Bei der ARD machte es 23,3 Prozent aus, während es beim ZDF 31,2 Prozent erreichte. Beide öffentlich-rechtlichen Programme lagen mit ihrem Magazinangebot weit vor RTL (16,8%), Sat.1 (13,6%) und ProSieben (8,2%). RTL schränkte die Magazinsendezeit etwas ein, Sat.1 dagegen erhöhte sie geringfügig. Bei ProSieben waren die Magazine bereits von 2009 auf 2010 erheblich reduziert worden, diese rückläufige Tendenz wurde auch, wenngleich nur schwach, im Jahr 2011 beibehalten.

Die klassischen Formen journalistischer Reportagen und Dokumentationen wurden vor allem in den öffentlich-rechtlichen Programmen angeboten. Bei ARD (8,1%) und ZDF (7,6%) entfielen auf Reportagen und Dokumentationen 2011 wieder deutlich höhere Anteile als bei RTL (1,9%), Sat.1 (2,5%) und ProSieben (0,7%). Gegenüber dem Vorjahr zeigt sich bei der ARD etwas mehr als beim ZDF eine Verringerung der Sendezeit dieser Angebote (vgl. Abbildung 6). Bei der ARD dürfte sich dies

Größtes Nachrichtenangebot bei ARD und ZDF

Ö.-r. Sender auch bei Magazinen vorn

② **Sendungsformen¹⁾ 2009 bis 2011**

in Min./Tag und %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
in Min./Tag															
Nachrichten ²⁾	135	133	135	138	137	138	57	59	61	28	28	32	12	12	12
Magazin/Ratgeber	331	330	336	478	465	449	254	252	242	179	181	195	213	126	118
Reportage/Dokumentation	129	136	116	129	122	110	39	29	27	39	33	36	23	20	10
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	41	38	39	37	25	12	291	382	418	288	286	276	124	100	59
Ereignisübertragung	62	71	69	57	62	55	18	15	14	10	14	11	4	2	2
Talk/Diskussion/Ansprache	52	50	64	81	68	58	33	0	-	34	33	47	39	34	34
Ratespiel/Quiz/Gameshow	29	33	27	11	10	23	10	11	13	65	65	36	38	47	14
Show/Darbietung	38	39	37	34	51	71	94	97	99	86	80	90	112	101	126
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	329	305	302	190	208	216	106	91	82	129	160	190	320	335	307
Fernsehserie	232	243	250	230	235	251	268	231	226	274	256	230	267	384	479
Sonstige redakt. Formen ³⁾	7	7	7	3	3	2	3	4	3	2	3	3	1	1	0
Sonstiges ⁴⁾	35	37	38	33	34	34	72	74	75	82	78	78	76	80	85
Werbung	19	20	20	20	20	22	193	195	180	224	223	216	211	200	194
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	9,4	9,6	9,5	9,6	4,0	4,1	4,3	1,9	1,9	2,2	0,9	0,8	0,8
Magazin/Ratgeber	23,0	22,9	23,3	33,2	32,3	31,2	17,7	17,5	16,8	12,5	12,6	13,6	14,8	8,7	8,2
Reportage/Dokumentation	9,0	9,5	8,1	8,9	8,5	7,6	2,7	2,0	1,9	2,7	2,3	2,5	1,6	1,4	0,7
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	2,9	2,6	2,7	2,6	1,7	0,9	20,2	26,5	29,0	20,0	19,9	19,2	8,6	6,9	4,1
Ereignisübertragung	4,3	5,0	4,8	3,9	4,3	3,8	1,3	1,1	0,9	0,7	0,9	0,7	0,3	0,2	0,1
Talk/Diskussion/Ansprache	3,6	3,5	4,5	5,6	4,7	4,0	2,3	0,0	-	2,4	2,3	3,3	2,7	2,3	2,3
Ratespiel/Quiz/Gameshow	2,0	2,3	1,9	0,8	0,7	1,6	0,7	0,8	0,9	4,5	4,5	2,5	2,6	3,2	1,0
Show/Darbietung	2,7	2,7	2,6	2,4	3,6	4,9	6,5	6,8	6,9	6,0	5,5	6,3	7,8	7,0	8,8
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	22,8	21,1	21,0	13,2	14,4	15,0	7,4	6,3	5,7	9,0	11,1	13,2	22,2	23,3	21,3
Fernsehserie	16,1	16,9	17,4	15,9	16,3	17,4	18,6	16,0	15,7	19,1	17,8	16,0	18,5	26,7	33,3
Sonstige redakt. Formen ³⁾	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0
Sonstiges ⁴⁾	2,4	2,6	2,6	2,3	2,4	2,3	5,0	5,1	5,2	5,7	5,4	5,4	5,3	5,6	5,9
Werbung	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	13,4	13,5	12,5	15,5	15,5	15,0	14,7	13,9	13,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

durch Umverteilung von Sendezeit zugunsten der Gesprächsformen als Folge der Neustrukturierung der Talkshows erklären. Beim ZDF verloren neben den Magazinen und Reportagen/Dokumentationen auch die Formate Doku-Inszenierung/Doku-Soap und Talk etwas Sendezeit, während die unterhaltungsbetonten Sendungsformen Quiz, Show und Serien Sendezeit hinzugewannen.

Private legen weniger Gewicht auf klassische journalistische Formen

In den Privatprogrammen wurde den klassischen journalistischen Formen schon immer weniger Gewicht gegeben, stattdessen erhielten neue Formen der Inszenierung von Themen und privaten Lebenssituationen den Vorrang. Diese Formen bieten den Sendern mehr Möglichkeiten, Themen nach eigenen Kriterien der Zielgruppenoptimierung auszuwählen und seriell in Staffeln zu produzieren, ohne dabei von senderexternen Ereignissen der gesellschaftlichen Realität abhängig zu sein.

RTL als Trendsetter dieser Programmstrategie erhöhte auch 2011 nochmals die Sendezeitanteile für Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen, die dort inzwischen einen Anteil von 29,0 Prozent der Gesamtsendezeit erreicht haben (vgl. Abbildung 7).

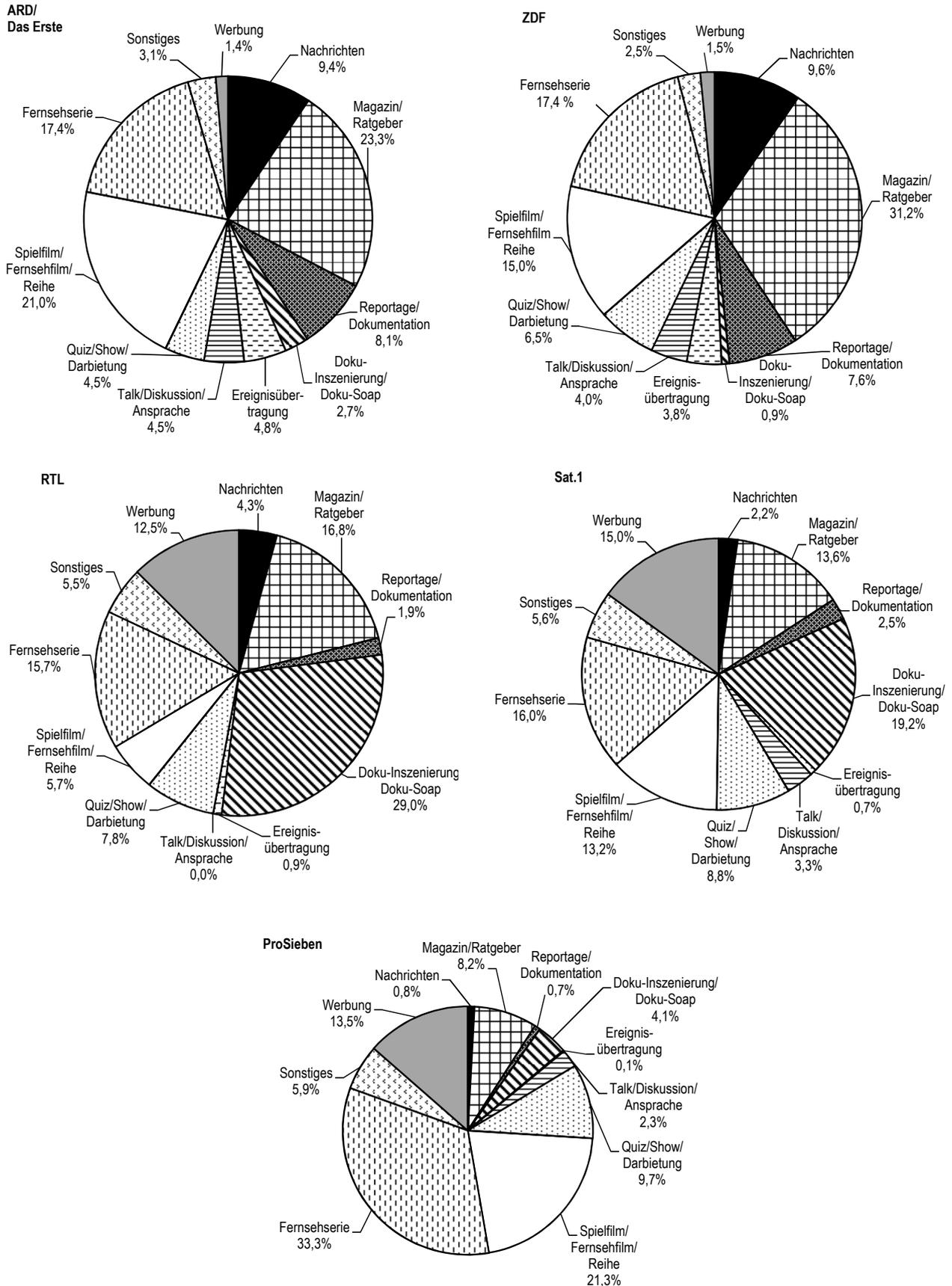
Sat.1 (19,2%) hingegen weitete das Angebot an Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen nicht aus, und bei ProSieben (4,1%) deuten sinkende Sendezeitanteile für Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen eher daraufhin, dass die Attraktivität dieser Reality-Formate für die vom Sender bevorzugten Zielgruppen bereits nachlässt, denn stattdessen wurde wieder mehr Sendezeit für Fictionserien aufgewendet. In den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen haben Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen nur einen geringen Stellenwert. Darunter fielen 2011 bei ARD (2,7%) und ZDF (0,9%) hauptsächlich die unterhaltsamen Zoo-Dokus im Nachmittagsprogramm.

RTL: Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen erreichen 29 Prozent Anteil am Programm

Einen festen Platz in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen haben seit jeher die Ereignis-

übertragungen

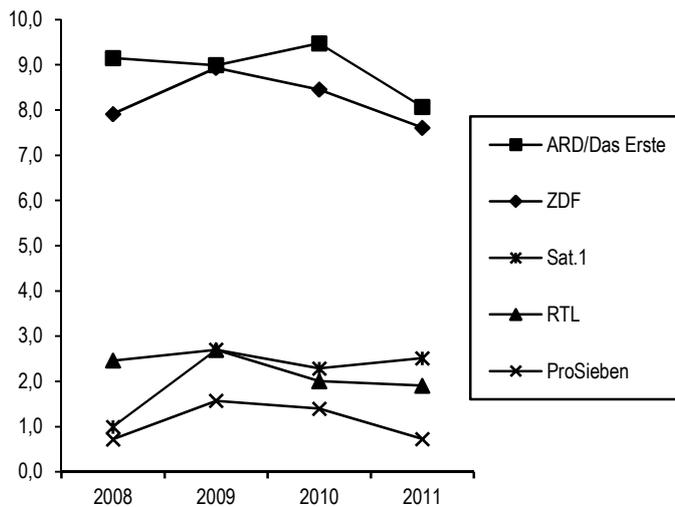
Abb. 5 Sendungsformen 2011
Sendezeitanteile in %



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

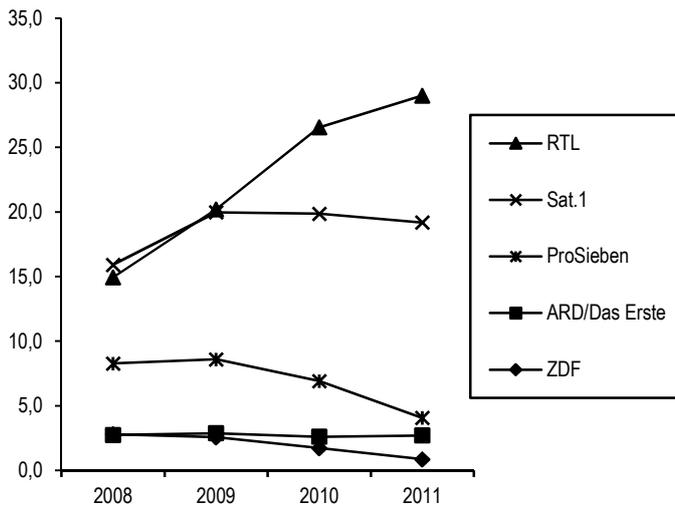
Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 6 Reportagen/Dokumentationen bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2011
Sendezeitanteile in %



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 7 Doku-Inszenierung/Doku-Soap bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2011
Sendezeitanteile in %



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

übertragungen aus verschiedenen Bereichen des aktuellen Geschehens. Bei ARD (4,8%) und ZDF (3,8%) erhielten sie auch 2011 wieder mehr Sendezeit als bei RTL (0,9%), Sat.1 (0,7%) und ProSieben (0,1%). Hierauf wirken sich einerseits die Übertragungsrechte bei Sportveranstaltungen und Show-Events aus, andererseits auch außergewöhnliche Politikereignisse sowie gesellschaftlich-kulturelle Ereignisse wie Kirchentage und Gottesdienste.

Talkshow und Diskussion

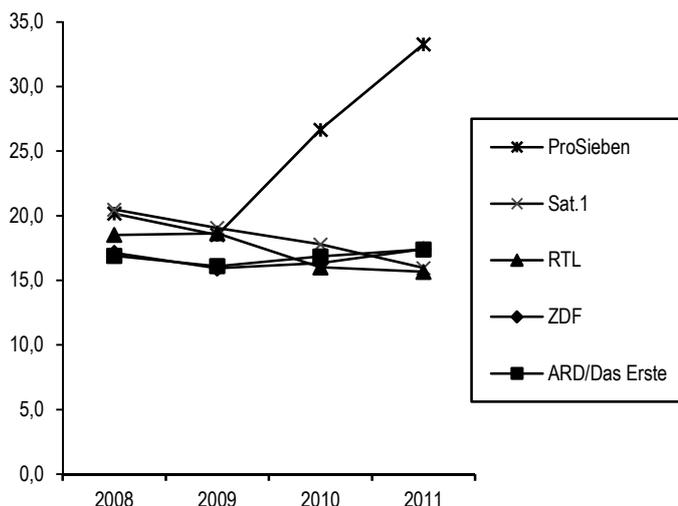
Auch die verbalen Sendungsformen, dazu gehören alle Talkshows, Diskussionen und Ansprachen, wurden 2011 umfangreicher von ARD (4,5%) und ZDF (4,0%) angeboten als von Sat.1 (3,3%) und ProSieben (2,3%). Bei der ARD zeigte sich eine ge-

ringe Ausweitung, beim ZDF ein geringer Rückgang der Gesprächsformen. RTL hatte sein Talkshowangebot schon 2010 eingestellt. Die Bedeutung dieser Formen lässt sich allerdings erst genauer ermessen, wenn man sie unter dem Aspekt ihrer unterschiedlichen Funktionen im Tages-, Abend- und Nachtprogramm vergleicht.

Quiz- und Showformate

Quiz- und Showformate spielten in den Formprofilen der privaten Sender nach wie vor eine größere Rolle als bei ARD und ZDF. Zusammengefasst kamen beide Formen bei den privaten Sendern mit der stärksten Unterhaltungsfunktion, ProSieben (9,8%) und Sat.1 (8,8%), auch 2011 wieder auf die höchsten Sendezeitanteile, dichtauf gefolgt von RTL (7,8%), danach ZDF (6,5%) und ARD (4,5%).

Abb. 8 Fernsehserien bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2011
Sendezeitanteile in %



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Fiction ein Schwerpunkt im ARD-Programm

Die fiktionalen Sendungsformen (einschließlich Kindersendungen) machten weiterhin einen Schwerpunkt der öffentlich-rechtlichen Unterhaltungsangebote aus. Bei der ARD/Das Erste entfiel 2011 auf die Fictionkategorie Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe (21,0%) über ein Fünftel des Gesamtprogramms, auf Fernsehserien 17,4 Prozent. Während die längeren Fictionformate leicht abnahmen, stiegen die Serien leicht an. Gegenüber den Vorjahren zeigt sich damit eine geringfügige Verschiebung zugunsten der Serien (vgl. Abbildung 8).

Auch beim ZDF leichter Anstieg der Fiction

Beim ZDF fiel der Anteil an Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe (15,0%) etwas geringer aus, während Serien (17,4%) den gleichen Anteil hatten wie bei der ARD. Beide Sendungsformen hatten beim ZDF einen leichten Zuwachs, der zur Ausweitung des Fictionangebots insgesamt führte und hauptsächlich durch die Umverteilung von Sendezeit aus berichtenden Formen zustande kam.

Betrachtet man die Fictionformen der Privatsender, bietet sich ein unterschiedliches Bild. Bei RTL mit dem geringsten Fictionangebot war für Filme wie auch für Serien eine rückläufige Tendenz zu verzeichnen, die sich aus dem schrittweisen Austausch von Fiction gegen Reality-Formate erklärt. Der Spielfilmanteil von RTL betrug 2011 nur 5,7 Prozent, der Serienanteil 15,7 Prozent der Sendezeit. Sat.1 kam in diesem Angebotsbereich dem ZDF am nächsten. Auf Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe entfielen im Jahr 2011 13,2 Prozent und auf Serien 16,0 Prozent. Während der letzten Jahre hat sich im Fictionangebot von Sat.1 der Filmanteil etwas erhöht und dafür der Serienanteil verringert.

ProSieben weitest Serienangebot auf ein Drittel des Gesamtprogramms aus

ProSieben unterschied sich von allen anderen Sendern durch eine starke Ausweitung seines Serienangebots. 2011 stieg der Sendezeitanteil der Fernsehserien auf 33,3 Prozent des Gesamtprogramms. Durch Umschichtungen der Sendezeit von berichtenden Formen wie auch längeren Fictionformen

zu den kürzeren Formen der Fictionserien veränderte ProSieben sein Formenprofil nachhaltig und positionierte sich damit als größter Serienanbieter.

Sendungsformen der Sparten

Die Verknüpfung der Sendungsformen mit den Programmsparten verdeutlicht, welche Sendungsformen das Spartenprofil bestimmen. Diese Differenzierung berücksichtigt damit auch eine Zuordnung von Funktionen der Formen (vgl. Tabelle 3).

In medienpolitischen Kontroversen geht es selten darum, ob dem Fernsehpublikum genug Unterhaltungsangebote zur Auswahl gestellt werden, sondern im Vordergrund steht meist die Frage, ob die Informationsangebote ausreichend sind und wie sie beschaffen sein sollten. Betrachtet man daraufhin die Sendungsformen in der Sparte Information, lassen sich die Profile der öffentlich-rechtlichen und privaten Programme auch im Detail schärfer unterscheiden. Exemplarisch angeführte Sendetitel veranschaulichen dazu die konkreten Angebote in den Programmkategorien.

Nachrichtensendungen

Der erheblich größere Umfang an Sendezeit, den die Nachrichtensendungen als Informationsangebote bei ARD und ZDF einnehmen, ergibt sich vor allem aus der Vielfalt und der breiten Streuung der Nachrichtensendungen im Ablauf eines Programmtages. Einen Schwerpunkt setzen die öffentlich-rechtlichen Programme mit den Hauptnachrichten „Tagesschau“ (20.00 Uhr) und „heute“ (19.00 Uhr) in der Primetime und den Nachrichtenmagazinen „Tagesthemen“ (wechselnde Anfangszeiten) und „heute-Journal“ (21.45 Uhr) am Spätabend sowie den Nachtmagazinen „ARD-Nachtmagazin“ und „heute nacht“ an der Grenze zum Nachtprogramm der Sender. Hinzu kommen die Kurzaussagen im

Sendungsformen geben Hinweise auf Funktionen des Programms

Breite Streuung des Nachrichtenangebots bei ARD und ZDF

③ Sparten und Formen 2009 bis 2011

	Sendedauer in Min./Tag														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Information	591	582	599	714	690	675	337	328	320	244	238	268	227	152	137
Nachrichten ¹⁾	132	130	133	137	136	137	57	59	61	28	28	32	12	12	12
Magazin	294	295	300	403	381	373	250	248	237	179	181	195	201	115	112
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen	128	127	131	128	127	129	44	47	47	133	126	126	-	-	-
Boulevardmagazin	37	40	40	57	52	57	76	72	62	18	17	26	120	38	34
Andere Magazine/Ratgeber	128	128	129	217	202	187	129	129	128	29	38	43	81	77	78
Dokumentation/Bericht/Reportage	92	89	81	107	90	89	25	16	17	34	25	31	12	20	10
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	4	6	6	5	6	5	-	0	-	-	-	0	0	3	1
Ereignisübertragung	13	9	11	15	13	15	1	0	1	0	0	1	0	2	2
Talk/Diskussion/Ansprache	49	47	62	45	59	49	1	0		1	0	5	-	-	-
Wetterinfo	7	7	7	3	2	2	3	4	3	1	3	3	0	0	0
Sonstiges	0	-	-	-	3	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	84	111	91	77	94	75	24	27	21	14	21	15	0	-	-
Sportberichterstattung	35	48	35	36	45	35	11	12	10	4	8	5	0	-	-
Übertragung	48	61	56	41	49	40	14	15	11	10	13	10	0	-	-
Sonstiges	0	2	1	0	0	0	0	-	-	0	-	-	0	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	89	90	89	145	135	151	408	479	514	466	460	443	336	285	236
Journalistische Unterhaltungsformen	7	3	2	83	65	59	40	5	5	34	33	42	61	45	40
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	3	1	0	48	56	50	11	5	5	1	0	0	25	11	7
Talk/Gespräch	3	2	2	36	9	8	32	-	-	33	33	42	39	34	34
Factual Entertainment	38	31	33	32	19	7	291	382	418	288	286	276	123	97	58
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	38	31	33	32	19	7	291	382	418	288	286	276	123	97	58
Konventionelle Unterhaltungsformen	47	56	54	30	51	85	78	92	91	144	142	125	151	143	139
Quiz/Gameshow/Spiele	26	30	27	11	10	22	10	11	13	65	65	36	38	47	14
Show/Darbietungen/Übertragung	21	26	27	19	41	63	67	81	78	79	77	89	113	97	125
Musik	18	14	12	16	12	8	30	16	22	7	3	2	3	4	1
Show/Konzert	18	14	12	16	11	8	30	16	22	7	3	2	3	4	1
Sonstiges	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kinder-/Jugendprogramm	87	87	92	69	67	74	14	4	2	1	1	1	48	57	59
Nonfikt. Kindersendungen	43	38	38	15	15	12	0	-	-	0	-	-	0	-	-
Fiktionale Kindersendungen	44	49	53	53	52	62	14	4	2	1	1	1	48	57	59
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	10	13	16	6	9	13	2	4	2	1	1	1	1	1	2
Fernsehserie	34	36	37	48	43	49	12	-	-	-	-	-	47	56	56
Sonstiges	-	-	-	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fiction	517	499	499	367	392	405	361	317	305	405	415	419	539	662	727
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	319	292	286	185	199	203	105	86	80	129	159	189	320	334	304
Fernsehserie	198	206	213	182	192	202	257	231	226	274	256	230	219	328	423
Sonstiges	0	0	0	0	0	-	-	-	-	0	0	-	0	0	-
Sonstige Sparten	35	37	38	33	31	29	72	74	75	82	78	78	76	80	85
Werbung	19	20	20	20	20	22	193	195	180	224	223	216	211	200	194
Werbeblock/Sponsorspot	19	20	20	20	20	22	193	195	180	223	222	216	198	199	194
Teleshopping/Sonst.Werbeformen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	1	0	13	1	0
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440

(Fortsetzung nächste Seite)

③ Sparten und Formen 2009 bis 2011 (Fortsetzung)

	Sendedauer in %														
	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Information	41,0	40,4	41,6	49,6	47,9	46,9	23,4	22,8	22,2	17,0	16,6	18,6	15,8	10,5	9,5
Nachrichten ¹⁾	9,2	9,0	9,2	9,5	9,4	9,5	4,0	4,1	4,3	1,9	1,9	2,2	0,9	0,8	0,8
Magazin	20,4	20,5	20,8	28,0	26,5	25,9	17,4	17,2	16,5	12,5	12,6	13,5	14,0	8,0	7,7
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen	8,9	8,8	9,1	8,9	8,8	8,9	3,1	3,2	3,3	9,2	8,7	8,7	-	-	-
Boulevardmagazin	2,6	2,8	2,8	4,0	3,6	4,0	5,3	5,0	4,3	1,2	1,2	1,8	8,3	2,6	2,4
Andere Magazine/Ratgeber	8,9	8,9	9,0	15,1	14,1	13,0	9,0	9,0	8,9	2,0	2,6	3,0	5,7	5,4	5,4
Dokumentation/Bericht/Reportage	6,4	6,2	5,6	7,5	6,2	6,2	1,7	1,1	1,2	2,4	1,8	2,2	0,9	1,4	0,7
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	-	0,0	-	-	-	0,0	0,0	0,2	0,1
Ereignisübertragung	0,9	0,6	0,8	1,0	0,9	1,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Talk/Diskussion/Ansprache	3,4	3,2	4,3	3,1	4,1	3,4	0,1	0,0	-	0,1	0,0	0,4	-	-	-
Wetterinfo	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0
Sonstiges	0,0	-	-	-	0,2	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	5,8	7,7	6,3	5,4	6,5	5,2	1,7	1,9	1,5	1,0	1,5	1,0	0,0	-	-
Sportberichterstattung	2,4	3,3	2,4	2,5	3,2	2,4	0,7	0,8	0,7	0,3	0,5	0,3	-	-	-
Übertragung	3,3	4,2	3,9	2,9	3,4	2,8	0,9	1,0	0,8	0,7	0,9	0,7	0,0	-	-
Sonstiges	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	6,2	6,3	6,2	10,1	9,4	10,5	28,4	33,3	35,7	32,3	31,9	30,7	23,3	19,8	16,4
Journalistische Unterhaltungsformen	0,5	0,2	0,2	5,8	4,5	4,1	2,8	0,3	0,4	2,3	2,3	2,9	4,2	3,1	2,8
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	0,2	0,1	0,0	3,3	3,9	3,5	0,8	0,3	0,4	0,1	0,0	0,0	1,7	0,8	0,5
Talk/Gespräch	0,2	0,1	0,1	2,5	0,6	0,6	2,2	-	-	2,3	2,3	2,9	2,7	2,3	2,3
Factual Entertainment	2,6	2,2	2,3	2,2	1,3	0,5	20,2	26,5	29,0	20,0	19,9	19,2	8,6	6,7	4,0
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	2,6	2,2	2,3	2,2	1,3	0,5	20,2	26,5	29,0	20,0	19,9	19,2	8,6	6,7	4,0
Konventionelle Unterhaltungsformen	3,3	3,9	3,7	2,1	3,5	5,9	5,4	6,4	6,3	10,0	9,8	8,7	10,5	10,0	9,6
Quiz/Gameshow/Spiele	1,8	2,1	1,9	0,8	0,7	1,6	0,7	0,8	0,9	4,5	4,5	2,5	2,6	3,2	1,0
Show/Darbietungen/Übertragung	1,5	1,8	1,9	1,3	2,8	4,3	4,7	5,6	5,4	5,5	5,3	6,2	7,9	6,7	8,7
Musik	1,3	1,0	0,8	1,1	0,8	0,6	2,1	1,1	1,6	0,5	0,2	0,1	0,2	0,3	0,1
Show/Konzert	1,3	1,0	0,8	1,1	0,7	0,6	2,1	1,1	1,6	0,5	0,2	0,1	0,2	0,3	0,1
Sonstiges	-	-	-	-	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kinder-/Jugendprogramm	6,1	6,1	6,4	4,8	4,7	5,1	0,9	0,3	0,1	0,0	0,1	0,1	3,3	3,9	4,1
Nonfikt. Kindersendungen	3,0	2,7	2,7	1,1	1,1	0,8	-	-	-	-	-	-	0,0	-	-
Fiktionale Kindersendungen	3,1	3,4	3,7	3,7	3,6	4,3	0,9	0,3	0,1	0,0	0,1	0,1	3,3	3,9	4,1
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	0,7	0,9	1,1	0,4	0,6	0,9	0,1	0,3	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,2
Fernsehserie	2,4	2,5	2,6	3,3	3,0	3,4	0,8	-	-	-	-	-	3,3	3,9	3,9
Sonstiges	-	-	-	0,0	0,0	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fiction	35,9	34,6	34,7	25,5	27,2	28,1	25,1	22,0	21,2	28,0	28,8	29,1	37,4	46,0	50,5
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	22,1	20,3	19,8	12,8	13,8	14,1	7,3	6,0	5,5	8,9	11,1	13,1	22,2	23,2	21,1
Fernsehserie	13,7	14,3	14,8	12,6	13,3	14,0	17,8	16,0	15,7	19,1	17,8	16,0	15,2	22,8	29,4
Sonstiges	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	-	0,0	0,0	-	0,0	0,0	-
Sonstige Sparten	2,4	2,6	2,6	2,3	2,2	2,0	5,0	5,1	5,2	5,7	5,4	5,4	5,3	5,6	5,9
Werbung	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	13,4	13,5	12,5	15,5	15,5	15,0	14,7	13,9	13,5
Werbeblock/Sponsorspot	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	13,4	13,5	12,5	15,5	15,4	15,0	13,8	13,8	13,5
Teleshopping/Sonst.Werbeformen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0	0,1	0,0	0,9	0,0	0,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

gemeinsamen Morgenmagazin und Mittagsmagazin sowie weitere Nachrichtenausgaben im Tagesablauf einschließlich Sonderausgaben. Ohne den Anteil der Kindernachrichten betrug im Jahr 2011 das Nachrichtenangebot der ARD/Das Erste 133 Minuten pro Tag (9,2%) und vom ZDF 137 Minuten pro Tag (9,5%). Der leichte Vorsprung des ZDF gegenüber der ARD resultierte wieder aus dem „ZDF-wochen-journal“.

Das Nachrichtenangebot von RTL belief sich insgesamt auf 61 Minuten (4,3%) pro Tag. Dazu trugen die Hauptnachrichten „RTL aktuell“ (18.45 Uhr), das „RTL-Nachtjournal“ (0.00 Uhr) und Kurzausgaben von „RTL News“ sowie Extra-Ausgaben bei. Das Nachrichtenangebot von Sat.1 kam auf 32 Minuten (2,2%) täglich. Dazu trugen die „Sat.1 Nachrichten“ (20.00 Uhr) als Hauptnachrichtensendung und Sonderausgaben 13 Minuten pro Tag bei, die übrigen 19 Minuten basieren auf Kurznachrichten im Sat.1-Frühstücksfernsehen. ProSieben hatte mit täglich insgesamt 12 Minuten (0,8%), die sich aus den Hauptnachrichten „Newstime“ (18.00 Uhr), den „ProSieben Spätnachrichten“ (im Nachtprogramm) sowie „ProSieben Kurznachrichten“ ergeben, weiterhin eine marginale Rolle im Nachrichtenangebot der Hauptprogramme.

Bei Privatsendern größere Tageszeitphasen ohne Nachrichten

Mit dem geringeren Umfang von Nachrichtensendungen der Privatsender verringert sich auch die Formenvielfalt der täglichen Ausgaben, dabei entstehen größere Tageszeitphasen ohne Nachrichtenunterbrechung, die anderen Sendungsformen vorbehalten bleiben. Unter dem Aspekt der Platzierung von Informations- und Unterhaltungsangeboten, die unter anderem wichtig für die Nutzungschancen von Sendungen ist, ist es daher auch konsequent, wenn die privaten Programme im Unterschied zu ARD und ZDF die Zeit von 20.15 Uhr bis 0.00 Uhr in der Regel als nachrichtenfreie Zone hauptsächlich für Unterhaltungsangebote verwenden.

Bei allen Sendern war im Jahr 2011 ein sehr geringer Zuwachs im Nachrichtenangebot zu verzeichnen. Er kam allerdings nicht durch neue Sendeleplätze, sondern durch Sonderausgaben anlässlich großer Katastrophen sowie mehrerer Landtagswahlen zustande.

Magazine

Magazine erwiesen sich auch 2011 wieder als umfangreichste Sendungsform in der Sparte Information. Die ARD (20,8%) bestritt ein Fünftel ihrer Gesamtsendezeit und die Hälfte ihres Informationsangebots mit Magazinen. Das ZDF (25,9%) deckte ein Viertel seiner Gesamtsendezeit und ebenfalls die Hälfte des Informationsangebots mit Magazinen ab. In den Privatprogrammen trugen die Magazine bei insgesamt geringerem Anteil an der Gesamtsendezeit (RTL 16,5%, Sat.1 13,5%, ProSieben 7,7%) noch mehr zum Informationsangebot bei.

Umfangreichste Form in der Sparte Information

Unterscheidet man zwischen thematisch heterogenen Morgenmagazinen bzw. Frühstücksfernsehen, Boulevardmagazinen und eher monothematischen Magazinen mit unterschiedlichen Inhaltsschwerpunkten, liefert das relative Gewicht dieser Magazintypen einen Einblick in die Struktur und Platzierung des Magazinangebots in den öffentlich-rechtlichen und privaten Informationsangeboten.

Das werktätlich von 5.30 Uhr bis 9.00 Uhr ausgestrahlte „ARD/ZDF-Morgenmagazin“ füllte 2011 ohne Kurznachrichten in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen knapp ein Zehntel der Gesamtsendezeit. Einen ähnlichen Umfang an Netto-sendezeit (ohne Nachrichten, Werbung und Trailer) erreichte auch das von 5.30 Uhr bis ca. 10.00 Uhr ausgestrahlte „Sat.1-Frühstücksfernsehen“. Die Morgenmagazine prägen somit auch den Gesamtcharakter der Informationsangebote, bei der ARD machten sie über ein Fünftel, bei Sat.1 knapp die Hälfte der Sparte Information aus. RTL kam mit „Punkt Sechs“ als Morgenmagazin auf 47 Minuten pro Tag Sendezeit, damit trug diese Sendung nur knapp 15 Prozent zum RTL-Informationsangebot bei. ProSieben sendete in der Morgenphase kein Magazin.

Unter den drei Magazintypen machen die Boulevardmagazine den geringsten Anteil aus. Das ARD-Boulevardmagazin „Brisant“ nahm unverändert 2,8 Prozent der Gesamtsendezeit ein. Im ZDF kamen die Boulevardmagazine mit den beiden Sendungen „hallo Deutschland“ und „Leute heute“ einschließlich Extra-Ausgaben und Wiederholungen auf 4,0 Prozent. Nur geringfügig darüber lag der Anteil der Boulevardmagazine bei RTL (4,3%) mit „Explosiv – Das Magazin“ und „Exklusiv – Das Star-Magazin“ einschließlich Wochenend- und Spezialausgaben. Bei Sat.1 fiel der Anteil der Boulevardmagazine (1,8%) mit dem Titel „Das Sat.1-Magazin“ geringer aus als in den anderen Programmen. Pro Sieben kam mit dem Boulevardmagazin „Taff“ (2,4%) ebenfalls auf einen geringen Anteil.

Die anderen, überwiegend monothematischen Magazine machten bei der ARD knapp ein Zehntel der Gesamtsendezeit und damit über ein Fünftel des Informationsangebots aus. Beim ZDF fielen diese Magazine noch umfangreicher aus. Dies erklärt auch den insgesamt höheren Informationsanteil des ZDF. Verglichen mit den Vorjahren zeigt sich hier beim ZDF allerdings ein schrittweiser Abbau von 15,1 Prozent 2009 zu 14,1 Prozent 2010 bis auf 13,0 Prozent der Gesamtsendezeit 2011. Unter den privaten Programmen erwies sich RTL (8,9%) als größter Anbieter dieses Magazintyps, gefolgt von ProSieben (5,4%) und Sat.1 (3,0%).

Zu den langfristig ausgestrahlten Magazinen gehörten im ARD-Informationsangebot unter anderem das werktägliche „ARD/ZDF-Mittagsmagazin“, die Politikmagazine „Fakt“ (MDR), „Kontraste“ (rbb), „Monitor“ (WDR), „Panorama“ (NDR), „Report Mainz“ (SWR) und „Report München“ (BR) sowie „Bericht aus Berlin“, „Europamagazin“ und „Welt-

Drei Kategorien von Magazinen unterschieden

Morgenmagazine

Boulevardmagazine

Monothematische Magazine

Langfristig ausgestrahlte Magazine bei der ARD

spiegel“, ferner das Wirtschaftsmagazin „Plusminus“, die Kulturmagazine „ttt – titel thesen temperamente“ und „Druckfrisch“, das Wissensmagazin „W wie Wissen“, das werktägliche Servicemagazin „ARD-Buffer“ und die „Ratgeber“-Reihe zu den Sachgebieten Bauen und Wohnen, Geld, Gesundheit, Heim und Garten, Internet, Recht, Reise, Technik, Auto und Verkehr im Nachmittagsprogramm sowie „Land und lecker“ im Vormittagsprogramm am Wochenende.

**Vielfältiges
Magazinangebot
auch beim ZDF**

Dem entsprechen beim ZDF neben dem „ARD/ZDF-Mittagsmagazin“ „Drehscheibe Deutschland“ am Mittag die Politikmagazine „Berlin direkt“, „Frontal 21“ und „Auslandsjournal“, der „Länderspiegel“ und das Wirtschaftsmagazin „WISO“. Gesellschaftliche Themen werden vorrangig in den Magazinen „ZDF.reporter“ und „ML Mona Lisa“, soziale und ostdeutsche Themen in „blickpunkt“ behandelt. Verschiedenen Sachthemenbereichen widmeten sich die Kulturmagazine „Aspekte“, „Das blaue Sofa“ sowie die Magazine zu Wissenschaft und Forschung „Abenteuer Forschung“, „Abenteuer Wissen“ und „ZDF.umwelt“. Einen beachtlichen Anteil zum Magazinumfang trug beim ZDF das Ratgebermagazin „Volle Kanne – Service täglich“ im Vormittagsprogramm bei.

**Geringere Zahl
an Magazinen bei
RTL und Sat.1**

Bei RTL bestand das Magazinangebot unter anderem in der Sendung „Punkt zwölf“ mit leichten Themen und viel Service am Mittag. Hinzu kamen das „Spiegel TV-Magazin“ jeweils Sonntag am Spätabend mit politischen und gesellschaftlichen Themen, „Stern TV“ mit gesellschaftlichen und alltagsnahen Themen, „10 vor 11“ von dctp mit Kulturthemen und „Extra – Das RTL-Magazin“ mit gesellschaftlichen und boulevardnahen Themen. Sat.1 sendete weiterhin die Titel „Akte“ mit gesellschaftlichen Themen, „News & Stories“ von dctp für Kultur, „Planetopia“ für Wissenschaft, die leichteren Magazine „Weck Up“ und „Stars & Stories“ sowie das Talkmagazin „Kerner“ mit diversen Themen.

**ProSieben:
„Galileo“ nimmt
Sonderrolle ein**

Bei ProSieben nahm weiterhin das Wissensmagazin „Galileo“ eine besondere Position ein. Allein mit dieser Sendung einschließlich Sonderausgaben bestritt ProSieben 5,1 Prozent des Gesamtprogramms und mehr als die Hälfte seines Informationsangebots.

**ARD: „Brennpunkte“
und breites
Themenspektrum bei
Einzeltiteln**

Reportagen und Dokumentationen

Reportagen und Dokumentationen in konventioneller Machart trugen auch 2011 wieder wesentlich mehr zum Informationsangebot der öffentlich-rechtlichen als dem der privaten Hauptprogramme bei. Im quantitativen Vergleich kamen ARD (5,6%) und ZDF (6,2%) mit dieser Sendungsform auf ein Mehrfaches der Sendezeit von RTL (1,2%), Sat.1 (2,2%) und ProSieben (0,7%). Sieht man von einigen Reihentiteln wie „ARD-Brennpunkt“ zu herausragenden aktuellen Ereignissen oder „ARD-exclusiv“ mit überwiegend sozialen Themen ab, zeichnet sich dieser Angebotsbereich vor allem durch die Vielfalt an Einzeltiteln mit einem breiten Themenspektrum aus. Die Reportagen und Dokumen-

tationen der ARD verteilten sich hauptsächlich auf Sendeplätze am Wochenende im Tagesprogramm und am Montag und Mittwoch im Abendprogramm. Tier- und Naturdokumentationen wurden vorzugsweise in der Primetime, gesellschaftskritische und politikhaltige Dokumentationen meist nach 23.00 Uhr gesendet. Gegenüber dem Vorjahr hat sich das Angebot an Reportagen und Dokumentationen der ARD um durchschnittlich 8 Minuten pro Tag verringert.

Beim ZDF blieb der Umfang dieser Sendungsform unverändert. Den wesentlichen Anteil trugen hierzu weiterhin die Reihen „37 Grad“ mit sozialen Themen, „Terra X“, „XXL: Die lange Nacht“, „ZDF-History“, „ZDF.reportage“, Ausgaben von „ZDF spezial“ und die neue Reihe „ZDF zoom“ bei. Hinzu kommen Einzeltitel und wie bei der ARD ereignisbezogene Reportagen und Berichte über Parteitage und Wahlen oder über ein Hochzeitsereignis im britischen Königshaus.

Auch RTL führte seine Reihen fort, die sich mit diversen Themenkomplexen befassten. Dazu gehörten 2011 „30 Minuten Deutschland“, „Die große Reportage“, „Future Trend Reportage“ und „Faszination Leben“, ferner einige Einzeltitel ohne Politikbezug. Bei Sat.1 finden sich unter den Reportagen und Dokumentationen weiterhin die Reihen „24 Stunden“, „Akte Schicksal“, „Ermittlungsakte“, „Focus TV-Reportage“, „Spiegel TV-Reportage“, ferner „Blockbuster TV – Making of“. Bei ProSieben gab es ebenfalls die Reihe „Blockbuster TV – Making of“, dagegen fehlten 2011 die Reihentitel „ProSieben Reportage“ und „Wissen Weltweit“, stattdessen finden sich einige „ProSieben Spezial“-Ausgaben und Einzeltitel.

Andere Formen im Informationsangebot

Unter den anderen Sendungsformen in der Sparte Information sind Ereignisübertragungen und Gesprächsformen besonders zu erwähnen. Die Ereignisübertragungen betrafen wie in den Vorjahren hauptsächlich kirchliche Veranstaltungen, darunter evangelische und katholische Gottesdienste, diese fanden auch 2011 nur bei ARD und ZDF statt, sowie Übertragungen vom Papstbesuch in Deutschland. Ebenso gehören zu diesem Angebot Sendungen aus dem Bundestag live, zu Landtagswahlen und zu politischen und kulturellen Gedenkfeiern. Ereignisübertragungen der privaten Sender beschränkten sich auf wenige Anlässe, bei RTL der „RTL Spendenmarathon 2011“ und die britische Hochzeit von William und Kate, bei Sat.1 der Papstbesuch und eine Sendung zum Tod von Bernd Eichinger.

Mit der Einführung der sonntäglichen Polit-Talkshow mit Günther Jauch im September 2011 änderten sich bei der ARD nicht nur Sendeplätze, sondern auch der Umfang des Talkshowangebots im Ersten. Die nunmehr fünf Talkshows „Günther

**ZDF u. a. mit
„37 Grad“ und
„Terra X“**

**Reportagereihen
bei RTL und Sat.1**

**Mehr Sendeplätze
für Gesprächsformen
bei der ARD**

Jauch“, „Beckmann“, „Hart aber fair“, „Anne Will“ und „Menschen bei Maischberger“ im Abendprogramm sowie der „Presseclub“ am Sonntagmittag und die übrigen Gesprächssendungen in der Sparte Information beliefen sich auf insgesamt 62 Minuten pro Tag (4,3% der Gesamtsendezeit). In dieser Ausweitung von täglich 15 Minuten zusätzlichem Talkangebot gegenüber dem Vorjahr besteht die auffälligste Änderung im ARD-Informationsangebot im Jahr 2011. Was die Reportagen und Dokumentationen an Sendezeit verloren (8 Minuten pro Tag) gewannen die Talkshows hinzu. Die übrigen 7 Minuten kamen aus dem verringerten Sportanteil.

ZDF reduzierte Gesprächsformen

Das ZDF reduzierte dagegen seine Gesprächsformen um 10 Minuten auf 49 Minuten pro Tag (3,4%). Es entfielen „Die Vorleser“ und „Natürlich Steffens!“. Die verbleibenden Talksendungen konzentrierten sich weniger auf den Hauptabend als bei der ARD. Dem Themenfeld Politik widmeten sich weiterhin die Talkshow „Maybrit Illner“ sowie die Diskussionssendungen „Berliner Runde“ und „Was nun, Herr...?“. Gesellschaftspolitisch ausgerichtet war die Sendung „Peter Hahne“ am Sonntagmittag, philosophisch und kulturell „Das Philosophische Quartett“ und „Nachtstudio“ mit Sendeplätzen nach 0.00 Uhr, gesellschaftliche Themen und Prominenz bot der Late-Night-Talk „Markus Lanz“ und Service die Sendung „Die Ärzte“ im Vormittagsprogramm.

Das Angebot an Gesprächsformen der privaten Programme in der Sparte Information beschränkte sich auf Sendungen bei Sat.1, zum einen die Fortsetzung der kirchlichen Gesprächsreihe „So gesehen“ am Wochenende und die neu eingeführte Talksendung „Eins gegen Eins“ montags am Spätabend.

Formen der nonfiktionalen Unterhaltung

Insbesondere durch den Boom der Reality-Formate ist die Grenze zwischen Informations- und Unterhaltungssendungen diffuser geworden. Um diesem Problem zu begegnen, wurde in der ARD/ZDF-Programmanalyse 2009 erstmals für Hybridformate die Kategorie „Factual Entertainment“ in die Programmcodierung eingeführt. (4) Seitdem wird die nonfiktionale Unterhaltung als Sparte in drei Kategorien untergliedert: 1. journalistische Unterhaltung (Magazin, Ratgeber, Reportage, Übertragung, Talkshow), 2. Formate des Factual Entertainment (alle Formen der Doku-Soap und Reality-Formate) und 3. konventionelle Unterhaltungsformen (Quiz, Darbietungsshow).

ARD mit geringstem Angebot an nonfiktionaler Unterhaltung

Bei der ARD/Das Erste fielen 2011 die Sendezeitanteile der Sparte nonfiktionale Unterhaltung (6,2%) in allen drei Kategorien unter allen Sendern am geringsten aus. Formen der journalistischen Unterhaltung („Inas Nacht“, Übertragungen der Rosenmontagszüge und vom Oktoberfest) erhielten vergleichsweise geringe Sendezeitanteile, Factual Entertainment (2,3%) erschien in Form der Zoo-Doku-Soaps, und auch konventionelle Unterhaltungsformate kamen nur auf einen Anteil von

3,7 Prozent des Gesamtprogramms. Zu den prominenten Titeln gehörten unter anderem „Die große Show der Naturwunder“, „Dittsche – Das wirklich wahre Leben“, „Harald Schmidt“, „Krömer – Die internationale Show“, „Verstehen Sie Spaß?“.

Beim ZDF fiel die Sparte nonfiktionale Unterhaltung (10,5%) insgesamt umfangreicher aus. Dazu trugen vor allem diverse Kochsendungen im Nachmittagsprogramm bei, während die Zoo-Doku-Soaps etwas eingeschränkt wurden. Die konventionellen Unterhaltungsformen umfassten Shows und Nummernsendungen, darunter als Titel mit den höchsten Sendezeitanteilen „Topfgeldjäger“ und „ZDF-Fernsehgarten“. Ferner gehören hierzu die Satire- und Kabarettssendungen im Abendprogramm „heute-show“, „Neues aus der Anstalt“, „Pelzig unterhält sich“ sowie Quizsendungen und Gameshows („Rette die Million!“, „Wetten, dass.“ u.a.). Diese Formen erhielten seit 2009 schrittweise mehr Sendezeit. Gegenüber dem Vorjahr fiel 2011 die Sendezeit für konventionelle Unterhaltungsformen um etwa eine halbe Stunde pro Tag höher aus.

RTL mit dem größten Umfang an nonfiktionaler Unterhaltung (35,7%) führte auch 2011 den Ausbau des Factual Entertainment (29,0%) fort. Hier wurde das Angebot an Doku-Soaps täglich um mehr als eine halbe Stunde erhöht. Allein mit der Sendung „Mitten im Leben“ bestritt RTL im Jahr 2011 8,8 Prozent seines Gesamtprogramms. Wesentlich weniger Sendezeit räumte RTL den konventionellen Sendungsformen (6,3%) ein, deren Anteile sich in den letzten drei Jahren kaum veränderten. Der Schwerpunkt in dieser Kategorie lag bei den Shows und Nummernsendungen (5,4%). Weniger ins Gewicht fielen die Quizsendungen.

Sat.1 als zweitgrößter Anbieter in der Sparte nonfiktionale Unterhaltung (30,7%) deckte davon ebenfalls die meiste Sendezeit mit Formaten der Kategorie Factual Entertainment (19,2%) ab. In der Anzahl der Sendungen und im Gewicht der Sendezeit blieb Sat.1 jedoch deutlich hinter RTL. Stärker als RTL forcierte Sat.1 die konventionellen Unterhaltungsformate (8,7%) und davon besonders Shows und Nummernsendungen (6,2%). Die herausragenden Titel blieben auch 2011 unter anderem „Die dreisten drei“, „Mensch Markus“, „Sechserpack“, „Was guckst Du?“ und „Ladykracher“. In der Kategorie Quiz/Gameshow (2,5%) fiel die meiste Sendezeit auf „Genial daneben – Die Comedy Arena“, „Clever – Die Show, die Wissen schafft“, „Die perfekte Minute“ und „Mein Mann kann“. Im Unterschied zum ZDF-Angebot in der Kategorie konventionelle Unterhaltung legte Sat.1 den Akzent hauptsächlich auf Comedy, während das ZDF seinem Angebot zum Teil durch Satire und Kabarett mit Politikbezug eine andere Farbe beimischte.

Bei ProSieben verteilte sich das insgesamt geringere Angebot an nonfiktionaler Unterhaltung (16,4%) größtenteils auf konventionelle Unterhaltungsformen (9,6%), auf Factual Entertainment (4,0%) und journalistische Unterhaltung (2,8%) entfielen nur

ZDF: Halbe Stunde mehr nonfiktionaler Unterhaltung täglich als im Vorjahr

RTL führt Ausbau des Factual Entertainment fort

Sat.1 forciert konventionelle Formate der nonfiktionalen Unterhaltung

ProSieben: Doku-Soaps seit 2009 um mehr als die Hälfte reduziert

④ Factual Entertainment 2011

	Min./Tag.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben
Factual Entertainment	33	7	418	276	58	2,3	0,5	29,0	19,2	4,0
Doku/fiktionalisiert	-	-	-	62	-	-	-	-	4,3	-
Doku-Soap	33	7	189	9	51	2,3	0,5	13,1	0,6	3,6
Scripted Doku-Soap	-	-	188	5	-	-	-	13,0	0,3	-
Real-Life-Inszenierung	-	-	17	2	6	-	-	1,2	0,1	0,4
Gerichtsshow	-	-	24	199	-	-	-	1,7	13,8	-
Restsendezeit	1 407	1 433	1 022	1 164	1 382	97,7	99,5	71,0	80,8	96,0
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.

geringe Sendezeitanteile. In dieser Verteilung wirkte sich der Abbau von Doku-Soaps, deren Anteil seit 2009 von 8,6 auf 4,0 Prozent um mehr als die Hälfte reduziert wurde, erheblich aus. Weiterhin ausgestrahlt wurden „Das Model und der Freak“, „U20 – Deutschland, Deine Teenies“ und „We are Family! – So lebt Deutschland“, und als neue Doku-Soap nahm ProSieben „Wild Wedding – JA ich will, aber schnell“ ins Programm. Im Angebot konventioneller Unterhaltungssendungen verlagerte ProSieben einen Teil der Sendezeit von Quiz auf Shows. Die Kategorie der journalistischen Unterhaltung repräsentierten unter anderem „Talk, Talk, Talk – Die Late Show“ und das Unterhaltungsmagazin „red! Stars. Lifestyle & More“.

Betrachtet man wie in den Vorjahren die Formate des Factual Entertainment gesondert in einer Ausschnittvergrößerung, zeigt sich, dass Umfang, Vielfalt und Struktur dieser Angebote bei den Sendern unterschiedlich ausfielen (vgl. Tabelle 4). Von den fünf Varianten (fiktionalisierte Doku, herkömmliche Doku-Soap, Scripted Doku-Soap, Real-Live-Inszenierung, Gerichtsshow) waren bei ARD und ZDF weiterhin nur konventionelle Doku-Soaps anzutreffen. Bei RTL fanden sich dagegen vier und bei Sat.1 alle fünf Varianten. RTL weitete die Sendezeit beider Varianten der Doku-Soaps aus, dabei die konventionelle Doku-Soap stärker als die Scripted Doku-Soap, während die Gerichtsshow Sendezeit verloren. Als neue Titel erschienen bei RTL unter anderem „Entführt – Gib mir mein Kind zurück“, „Mietprellern auf der Spur“, „Undercover Boss“ und bei Sat.1 unter anderem „Babyalarm! Teeniemütter in Not“, „Kilo-Alarm“, „Liebes-Alarm“, „Messie-Alarm“.

Musiksendungen

Mischformen erschweren eindeutige Kategorisierung Der geringe Anteil an Musiksendungen im Gesamtprogramm und die zunehmende Vermischung von Musikdarbietungen mit Showelementen und Einzelfilmen erschwert auch in dieser Sparte eine eindeutige Zuordnung. Generell lässt sich feststellen, dass auch hier hybride Formen der Musikunterhaltung in allen Sendern vorherrschend sind. So überwog auch 2011 die Musikshow als Nummernsendung, Castingshow oder Event. Musiksendungen als Konzerte blieben in den Hauptprogrammen eine Ausnahme.

Kinderprogramm

Kinder- und Jugendsendungen gehören nach wie vor bei ARD und ZDF zum festen Bestandteil des Programmangebots. Die Sendeplätze für diese Altersgruppe konzentrieren sich auf das Wochenende und Feiertage und beschränken sich dabei weitgehend auf die frühe Morgenphase bis in den Vormittag. Als Angebote, die auch für junge Familien gedacht sind, werden solche Sendungen seltener auch zu anderen Tageszeiten ausgestrahlt. In den privaten Hauptprogrammen wurden Kinder- und Jugendsendungen 2011 wie schon in den Vorjahren nur in geringem Umfang angeboten. Im Hinblick auf die Sendungsformen lassen sich die Kinder- und Jugendsendungen nach nonfiktionalen und fiktionalen Formen unterscheiden. Im Jahr 2011 gab es nonfiktionalen Sendungen nur noch bei ARD (2,7%) und ZDF (0,8%).

Als Titel des nonfiktionalen Kinderprogramms erschienen bei der ARD unter anderem das Nachrichtenmagazin „Neuneinhalb“, ferner als prominente Magazintitel „Die Sendung mit der Maus“ und „Sesamstraße“, als Reportage u.a. „Felix und die wilden Tiere“, „Karen in Action“ und „Willi wills wissen“. Beim ZDF entsprachen dem die Kindernachrichtensendung „logo! Die Welt und ich“ und als Magazine „Löwenzahn“ und „pur+“.

Der größere Teil des Kinder-/Jugendprogramms bestand aus fiktionalen Sendungen, die bei der ARD 3,7 Prozent und beim ZDF 4,3 Prozent ausmachten. Zum geringeren Teil waren dies Spielfilme, darunter vorzugsweise Märchen- und Abenteuerfilme, zum größeren Teil Serien.

In den Privatprogrammen fanden sich als Filmangebote bei RTL „Herkules und die Sandlot Kids“, bei Sat.1 „Peter Pan: Neue Abenteuer in Nimmerland“, „Schneewittchen und die sieben Zwerge“ sowie „Till Eugenspiegel“ und bei ProSieben unter anderem „Der verlorene Schatz der Tempelritter“. Im Serienangebot fiel bei Pro Sieben die meiste Sendezeit neben „Futurama“ auf „Die Simpsons“.

Kinder- und Jugendsendungen weiterhin fester Bestandteil bei ARD und ZDF

**Filme und Serien bei
ARD, ZDF und Sat.1
ungefähr gleichge-
wichtig vertreten**

Fiction

Die Fictionangebote (hier ohne Kindersendungen) verteilen sich fast ausschließlich auf die beiden Kategorien Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe und Fernsehserien. Andere Formen blieben auch 2011 Randerscheinungen. Die Sender unterschieden sich in der Gewichtung dieser Formen. Während die öffentlich-rechtlichen Sender mehr zu einer Balance von Filmen und Serien tendierten, gaben die privaten Sender eher den Serien den Vorrang. Bei der ARD/Das Erste belief sich der Sendezeitanteil für Filme auf 19,8 Prozent und der für Serien auf 14,8 Prozent im Gesamtprogramm. Das ZDF verwendete für Filme (14,1%) einen ebenso großen Anteil wie für Serien (14,0%). Betrachtet man daneben die Privatsender, fällt zum einen der geringe Filmanteil (5,5%) gegenüber dem Serienanteil (15,7%) bei RTL und zum anderen der stark ausgeweitete Serienanteil (29,4%) gegenüber einem nur wenig veränderten Filmanteil (21,1%) bei ProSieben auf. Sat.1 kam den öffentlich-rechtlichen Sendern am nächsten, denn hier entwickelte sich das Fictionangebot in den letzten drei Jahren ebenfalls auf eine ausgewogenere Mischung aus Filmen (13,1%) und Serien (16,0%) hin.

Werbeformen

**Fast ausschließlich
konventionelle
Werbeformen in allen
Programmen**

Unterscheidet man die Werbeangebote nach konventionellen Formen (Werbeblock und Sponsorwerbung) und Sonderformen (Teleshopping und sonstige Werbeformen), zeigt sich, dass auch 2011 in allen Hauptprogrammen fast ausschließlich konventionelle Werbeformen verwendet wurden. Es dominierten die klassischen Werbeblöcke zwischen Sendungen sowie in den Privatprogrammen auch als Unterbrecher innerhalb der Sendungen. Bei der ARD machte Werbung 1,4 Prozent und beim ZDF 1,5 Prozent aus. RTL kam auf 12,5 Prozent, Sat.1 auf 15,0 Prozent und ProSieben auf 13,5 Prozent der Sendezeit.

Inhalte

Die Strukturierung der Programmangebote nach Inhaltskategorien ist anhand von Sendetiteln nur mit Einschränkungen möglich. Monothematische Sendungen lassen sich zwar relativ eindeutig zuordnen, Mehrthemensendungen wie Nachrichten, Magazine oder Talkshows dagegen nur annähernd nach inhaltlichen Schwerpunkten oder als Mischform diverser Themen. Ermittelt man für die Programmangebote der Sender die Inhaltsprofile als zweite Säule im Spartenmodell, ergeben sich dennoch wichtige Anhaltspunkte für typische Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen (vgl. Tabelle 5).

**Ö.-r. Sender sind
Hauptanbieter
politischer und
gesellschaftlich
relevanter
Information**

Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme erwiesen sich wieder als Hauptanbieter politisch und gesellschaftlich relevanter Information. Für Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte wurde von ARD (18,7%) und ZDF (19,1%) knapp ein Fünftel der Sendezeit aufgewendet. In die-

sem relevanten Themenbereich hatten die privaten Sender auch 2011 nur vergleichsweise wenig beizutragen. RTL (8,1%) kam den öffentlich-rechtlichen Sendern noch am nächsten, während Sat.1 (2,5%) und ProSieben (0,9%) nur eine Außenseiterrolle spielten.

Im Bereich nichtpolitischer Themen des Nonfictionangebots unterschieden sich auffällig die Präferenzen der Sender für Alltagsthemen und zwischenmenschliche Beziehungen, die hauptsächlich in Doku-Soaps vertreten sind. So dominierten bei RTL infolge des hohen Anteils an Doku-Soaps unverändert auch Alltagsthemen und zwischenmenschliche Beziehungen, denen sich ein Viertel der Sendezeit (25,4%) zurechnen ließ. Die ARD/Das Erste (6,6%) räumte diesen Inhalten am wenigsten Sendezeit ein. Beim ZDF (13,8%) entfiel auf Alltagsthemen und zwischenmenschliche Beziehungen ähnlich viel Sendezeit wie bei Sat.1 (12,0%) und ProSieben (12,2%). Charakteristisch für die Präferenzen der privaten Sender war der Themenkomplex Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe, der bei Sat.1 (14,3%) und RTL (9,8%) wesentlich höher lag als bei ARD (0,3%) und ZDF (1,0%).

Auch diese Befunde lassen sich durch Verknüpfung der Inhaltskategorien mit den Programmsparten im Jahresvergleich differenzierter betrachten (vgl. Tabelle 6). Im Informationsangebot lag der inhaltliche Schwerpunkt in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen 2011 unverändert auf der Thematisierung von Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte. Für Berichte, Analysen und Meinungen zu diesen Themen des öffentlichen Lebens wendeten ARD/Das Erste (18,4%) und ZDF (18,7%) mit deutlichem Abstand zu RTL (8,1%), vor allem aber zu Sat.1 (2,5%) und ProSieben (0,9%) die meiste Sendezeit auf. Dem größeren Umfang dieses Angebots der öffentlich-rechtlichen Sender entspricht auch eine breitere Vielfalt an redaktionellen Formen.

Wesentlichen Anteil an den Informationsangeboten hatten bei allen Sendern die in den Morgenmagazinen von ARD, ZDF und RTL, dem Frühstückfernsehen von Sat.1, dem Mittagmagazin von RTL sowie den Boulevardmagazinen dieser Sender vermittelten diversen Themen. Bei ARD und ZDF rangierte diese Mischform an zweiter Stelle, bei RTL und Sat.1 entfiel auf diesen Themenmix die meiste Sendezeit der Informationsangebote. Im Umfang geringer waren die Themen zu Kultur/Wissenschaft/Tier/Natur in allen Programmen. In dieser Kategorie rangierte ProSieben mit seinem populären Wissensmagazin „Galileo“ knapp vor ARD und ZDF. Ein weiterer Teil der Informationsangebote betraf Themen der Kategorie Alltag/Soziales/zwischenmenschliche Beziehungen, die hauptsächlich vom ZDF und von der ARD angeboten wurden.

Vergleicht man die Inhaltsstruktur über mehrere Jahre hinweg, lassen sich zum Teil leichte Veränderungen erkennen. Bei der ARD erhöhte sich der Anteil diverser Themen. Im ZDF sank das Angebot

**Private thematisieren
stärker Alltags-
themen, Privates,
Kriminalität und
Katastrophen**

**Gemischte Themen
mit signifikanten
Anteilen**

**Leichte Verände-
rungen im Jahres-
vergleich**

⑤ **Inhaltsprofile 2011**

Kategorien gruppiert

	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben	Gesamt
in Min./Tag						
Politik/Wirtschaft i.w.S.	270	275	117	35	14	692
Kultur/Religion	54	57	45	19	17	193
Tier/Natur	66	16	-	1	1	83
Wissenschaft/Forschung	15	17	3	6	68	108
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	4	14	141	205	-	364
Alltag/Soziales/menschl. Beziehungen	95	199	366	173	176	1 010
Sport	91	76	26	16	3	212
Diverse Themen	228	265	176	268	96	1 052
Wetter	7	2	3	3	0	17
Fiction-Spannung	138	246	114	235	200	932
Fiction-Unterhaltung	375	172	187	172	520	1 426
Fiction-Anspruch	18	8	-	2	3	30
Fiction-Animation	21	41	6	12	63	143
Sonstiges/Werbung	58	52	255	294	279	938
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	7 200
in %						
Politik/Wirtschaft i.w.S.	18,7	19,1	8,1	2,5	0,9	9,6
Kultur/Religion	3,8	4,0	3,1	1,3	1,2	2,7
Tier/Natur	4,6	1,1	-	0,0	0,0	1,1
Wissenschaft/Forschung	1,0	1,2	0,2	0,4	4,7	1,5
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	0,3	1,0	9,8	14,3	-	5,1
Alltag/Soziales/menschl. Beziehungen	6,6	13,8	25,4	12,0	12,2	14,0
Sport	6,3	5,3	1,8	1,1	0,2	2,9
Diverse Themen	15,8	18,4	12,2	18,6	6,7	14,6
Wetter	0,5	0,2	0,2	0,2	0,0	0,2
Fiction-Spannung	9,6	17,1	7,9	16,3	13,9	12,9
Fiction-Unterhaltung	26,1	12,0	13,0	11,9	36,1	19,8
Fiction-Anspruch	1,2	0,5	-	0,1	0,2	0,4
Fiction-Animation	1,5	2,8	0,4	0,8	4,4	2,0
Sonstiges/Werbung	4,0	3,6	17,7	20,4	19,4	13,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

an Kultur/Wissenschaft/Tier/Natur und Politik/Wirtschaft i.w.S. etwas. Dafür nahm die Sendezeit in der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe leicht zu. Bei RTL haben Alltagsthemen leicht abgenommen, dafür Politikthemen etwas zugenommen. Bei Sat.1 stieg die Sendezeit für diverse Themen und Politikthemen. Bei ProSieben sank die Sendezeit für Themen zu Kultur/Wissenschaft/Tier/Natur. Sämtliche Veränderungen waren allerdings sehr gering, so dass sich daraus noch kein programmstruktureller Wandel ableiten ließe.

Alltagsthemen bekommen bei Privaten auch über Factual Entertainment erheblichen Umfang

Im nonfiktionalen Unterhaltungsangebot der privaten Programme wirkte sich vor allem der Einfluss von Factual Entertainment aus. Hier widmete RTL den Themen des Alltags und der zwischenmenschlichen Beziehungen knapp ein Viertel (23,7%) seines Gesamtprogramms, und auch bei Sat.1 (12,0%) und ProSieben (12,0%) hatten diese Themen einen wesentlichen Anteil am nonfiktionalen Unterhaltungsangebot. Hinzu kamen Themen der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe, die bei Sat.1 (14,0%) durch das Angebot der Gerichtsshow's stärker vertreten waren als bei RTL (9,7%). Vergleicht man damit die öffentlich-rechtlichen Angebote in

dieser Sparte, so ist allein das ZDF (7,3%) mit seinen Kochshows bei Themen des Alltags erwähnenswert, bei der ARD spielten weder Alltagsthemen noch Kriminalitätsthemen als Inhalte der nonfiktionalen Unterhaltung eine nennenswerte Rolle. Veränderungen zeichnen sich darin ab, dass beim ZDF die Alltagsthemen leicht zunahmen, bei RTL jedoch erheblich stärker. Bei Sat.1 machte sich der Rückgang der Talkshows in sinkenden Anteilen diverser Themen bemerkbar, entsprechend bei ProSieben der Abbau von Doku-Soaps bei den Alltagsthemen und Talkshows bei den diversen Themen.

Fictiongenres

Die inhaltlichen Schwerpunkte des Fictionangebots der Sender wurden wieder anhand der gruppierten Genrekategorien 1. Spannungsbetonte Genres, 2. Leichte Unterhaltungsgenres und 3. Anspruchsgenres (sowie separat Genres der Animation) vergli-

Spannungsbetonte Genres stärker bei ZDF und RTL, unterhaltungsbetonte bei ARD und ProSieben

⑥ Sparten und Inhalte 2009 bis 2011

	Sendedauer in Min./Tag														
	ARD			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Information	591	582	599	714	690	675	337	328	320	244	238	268	227	152	137
Politik/Wirtschaft i.w.S.	272	259	265	302	276	269	109	112	117	28	28	35	14	13	14
Kultur/Wissenschaft/Natur	69	70	69	82	79	68	8	7	7	17	16	17	80	90	77
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	4	5	4	7	9	14	4	0	0	-	1	4	-	-	-
Alltag/Soziales/ menschl. Beziehungen	55	57	58	98	97	91	43	36	30	11	6	2	0	3	7
Diverse Themen ¹⁾	184	184	196	223	226	231	170	169	163	186	172	206	133	45	40
Wetter	7	7	7	3	2	2	3	4	3	1	3	3	0	0	0
Sport	84	111	91	77	94	75	24	27	21	14	21	15	0	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	89	90	89	145	135	151	408	479	514	466	460	443	336	285	236
Politik/Wirtschaft i.w.S.	2	2	2	1	0	7	0	0	-	1	1	0	-	-	-
Kultur/Wissenschaft/Natur	44	45	45	35	25	13	14	17	18	2	1	6	17	5	7
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	0	-	-	-	0	-	43	115	140	195	190	201	-	-	-
Alltag/Soziales/ menschl. Beziehungen	19	18	21	65	88	105	307	333	342	175	180	172	233	190	172
Diverse Themen ¹⁾	24	25	21	44	21	27	44	14	13	92	89	62	85	90	56
Musik	18	14	12	16	12	8	30	16	22	7	3	2	3	4	1
Pop/Rock/Schlager	2	0	4	6	2	1	21	14	21	1	0	-	2	4	1
Volksmusik	11	12	7	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	1	1	1	2	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstiges	5	1	-	6	6	6	10	2	1	6	3	2	1	-	-
Kinderprogramm	87	87	92	69	67	74	14	4	2	1	1	1	48	57	59
Nonfiktionale Kindersendungen	43	38	38	15	15	12	-	-	-	-	-	-	0	-	-
Fictionale Kindersendungen	44	49	53	53	52	62	14	4	2	1	1	1	48	57	59
Kinderfilme/Serien	22	28	32	12	16	21	5	3	2	0	1	0	0	1	2
Zeichentrick/Puppentrick	22	21	21	41	35	41	9	1	-	0	0	1	48	56	56
Sonstiges	-	-	-	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fiction	517	499	499	367	392	405	361	317	305	403	415	419	539	662	727
Spannung	138	126	138	180	205	246	129	112	114	217	210	235	192	198	200
Unterhaltung	363	350	344	180	182	151	227	201	185	179	195	171	334	454	518
Anspruch	15	20	18	7	4	8	1	1	-	1	2	2	4	3	3
Animation	1	2	-	0	1	-	4	4	6	6	9	11	10	7	7
Sonstiges	35	37	38	33	31	29	72	74	75	82	78	78	76	80	85
Werbung	19	20	20	20	20	22	193	195	180	224	223	216	211	200	194
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)

chen. Spannungsbetonte Genres (Krimis, Action, Abenteuer, Krieg u. ä.) erhielten im Jahr 2011 beim ZDF (17,1%) und bei Sat.1 (16,3%) deutlich mehr Sendezeit als bei ARD/Das Erste (9,6%), RTL (7,9%) und ProSieben (13,9%). Unterhaltungs- betonte Genres (Komödien, Familiengeschichten, Soaps, Sitcom, Melodrama u.ä.) prägten am stärksten das Fictionangebot von ProSieben (36,0%) und der ARD (23,9%). Ein geringeres Gewicht erhielten diese Genres beim ZDF (10,5%), bei RTL (12,9%) und Sat.1 (11,9%). Anspruchsgenres (Gesellschafts-

kritik, Porträtfilm, Roadmovie u. ä.) wurden in den Hauptprogrammen nur selten angeboten. In diesen Fällen rangierte die ARD (1,2%) vor ZDF (0,5%), ProSieben (0,2%), Sat.1 (0,1%) und RTL (0,0%). Animationsfilme gab es 2011 in geringem Umfang fast ausschließlich in den privaten Programmen.

Im Vergleich der Inhaltsprofile für die Jahre 2009 bis 2011 zeigen sich anders als noch im Vorjahr einige Veränderungen in den Genrepräferenzen der Sender. Beim ZDF wurden die spannungs- betonten Genres ausgeweitet, dafür die unterhaltungs- betonten reduziert. Bei ProSieben wurden dagegen die unterhaltungs- betonten Genres weiterhin ausgebaut, nur sie profitierten von der Ausweitung des Fictionangebots bei diesem Sender.

⑥ Sparten und Inhalte 2009 bis 2011 (Fortsetzung)

	Sendedauer in %														
	ARD			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Information	41,0	40,4	41,6	49,6	47,9	46,9	23,4	22,8	22,2	17,0	16,6	18,6	15,8	10,5	9,5
Politik/Wirtschaft i.w.S.	18,9	18,0	18,4	20,9	19,2	18,7	7,6	7,8	8,1	1,9	1,9	2,5	1,0	0,9	0,9
Kultur/Wissenschaft/Natur	4,8	4,9	4,8	5,7	5,5	4,7	0,5	0,5	0,5	1,2	1,1	1,2	5,5	6,2	5,3
Recht/Kriminalität/															
Unfall/Katastrophe	0,3	0,4	0,3	0,5	0,6	1,0	0,2	0,0	0,0	-	0,1	0,3	-	-	-
Alltag/Soziales/															
menschl. Beziehungen	3,8	4,0	4,1	6,8	6,7	6,3	3,0	2,5	2,1	0,8	0,4	0,1	0,0	0,2	0,5
Diverse Themen ¹⁾	12,8	12,8	13,6	15,5	15,7	16,0	11,8	11,8	11,3	12,9	11,9	14,3	9,2	3,1	2,8
Wetter	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0
Sport	5,8	7,7	6,3	5,4	6,5	5,2	1,7	1,9	1,5	1,0	1,5	1,0	0,0	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	6,2	6,3	6,2	10,1	9,4	10,5	28,4	33,3	35,7	32,3	31,9	30,7	23,3	19,8	16,4
Politik/Wirtschaft i.w.S.	0,1	0,1	0,2	0,1	0,0	0,5	0,0	0,0	-	0,1	0,0	0,0	-	-	-
Kultur/Wissenschaft/Natur	3,0	3,1	3,1	2,4	1,7	0,9	1,0	1,2	1,3	0,2	0,1	0,4	1,2	0,3	0,5
Recht/Kriminalität/															
Unfall/Katastrophe	0,0	-	-	-	0,0	-	3,0	8,0	9,7	13,5	13,2	14,0	-	-	-
Alltag/Soziales/															
menschl. Beziehungen	1,3	1,3	1,4	4,5	6,1	7,3	21,4	23,1	23,7	12,2	12,5	12,0	16,2	13,2	12,0
Diverse Themen ¹⁾	1,7	1,8	1,5	3,1	1,5	1,8	3,1	1,0	0,9	6,4	6,2	4,3	5,9	6,2	3,9
Musik	1,3	1,0	0,8	1,1	0,8	0,6	2,1	1,1	1,6	0,5	0,2	0,1	0,2	0,3	0,1
Pop/Rock/Schlager	0,1	0,0	0,3	0,4	0,1	0,1	1,4	1,0	1,5	0,1	0,0	-	0,1	0,3	0,1
Volksmusik	0,7	0,9	0,5	0,1	0,1	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	0,1	0,0	0,1	0,1	0,2	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Diverses	0,4	0,1	-	0,4	0,4	0,4	0,7	0,1	0,1	0,4	0,2	0,1	0,1	-	-
Kinderprogramm	6,1	6,1	6,4	4,8	4,7	5,1	0,9	0,3	0,1	0,0	0,1	0,1	3,3	3,9	4,1
Nonfiktionale Kindersendungen	3,0	2,7	2,7	1,1	1,1	0,8	-	-	-	-	-	-	0,0	-	-
Fictionale Kindersendungen	3,1	3,4	3,7	3,7	3,6	4,3	0,9	0,3	0,1	0,0	0,1	0,1	3,3	3,9	4,1
Kinderfilme/Serien	1,5	1,9	2,2	0,8	1,1	1,5	0,3	0,2	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2
Zeichentrick/Puppetrick	1,5	1,5	1,5	2,9	2,5	2,8	0,6	0,1	-	0,0	0,0	0,0	3,3	3,9	3,9
Sonstiges	-	-	-	0,0	0,0	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fiction	35,9	34,6	34,7	25,5	27,2	28,1	25,1	22,0	21,2	28,0	28,8	29,1	37,4	46,0	50,5
Spannung	9,6	8,8	9,6	12,5	14,3	17,1	8,9	7,7	7,9	15,0	14,6	16,3	13,3	13,8	13,9
Unterhaltung	25,2	24,3	23,9	12,5	12,6	10,5	15,8	14,0	12,9	12,4	13,5	11,9	23,2	31,5	36,0
Anspruch	1,0	1,4	1,2	0,5	0,3	0,5	0,1	0,0	-	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2	0,2
Animation	0,1	0,1	-	0,0	0,1	-	0,3	0,3	0,4	0,4	0,6	0,8	0,7	0,5	0,5
Sonstiges	2,4	2,6	2,6	2,3	2,2	2,0	5,0	5,1	5,2	5,7	5,4	5,4	5,3	5,6	5,9
Werbung	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	13,4	13,5	12,5	15,5	15,5	15,0	14,7	13,9	13,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Stark geprägt von Frühstückfernsehen und Boulevardmagazinen.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

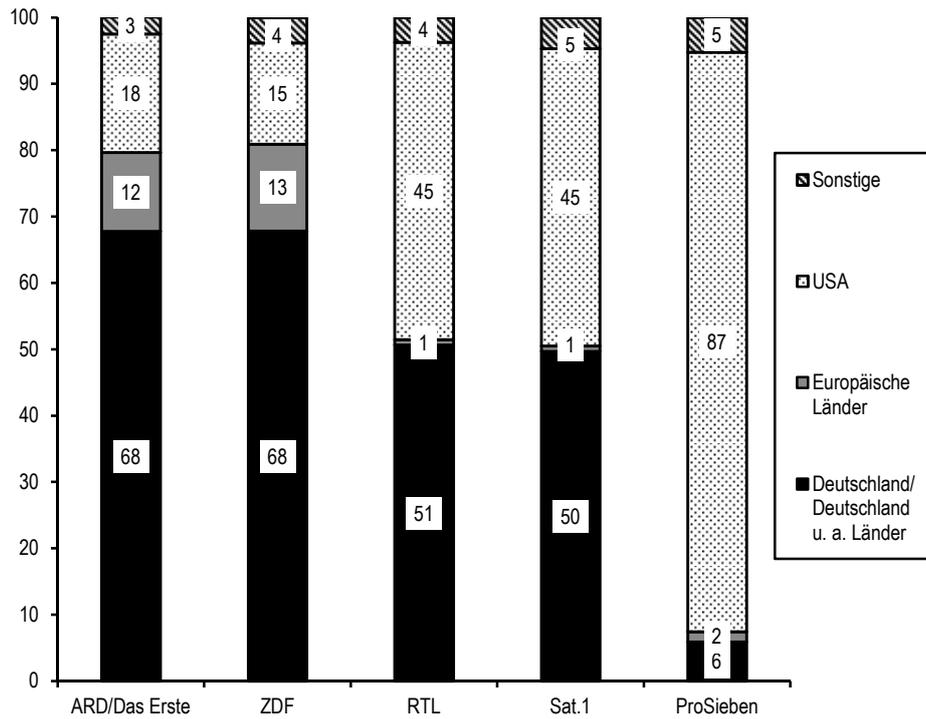
Produktionsländer des Fictionangebots

Verglichen wurden in der Fortschreibung dieser Programmanalyse wieder die Produktionsländer von Fictionsendungen der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme. Den Anlass liefert weiterhin die EU-Fernsehrichtlinie, nach der die Sender Mindestquoten für europäische Produktionen erfüllen sollen, um die wirtschaftlichen Wettbewerbschancen europäischer Produzenten und die europäische Kultur gegen Auslandsimporte zu stärken. Dabei handelt es sich allerdings nach wie vor nur um Empfehlungen ohne rechtsverbindliche Verpflichtung zur Umsetzung.

Gruppiert man die Produktionsländer der Fictionangebote (ohne Kinderprogramm) in den Kategorien 1. Deutschland/Deutschland in Kooperation mit anderen, 2. Europäische Länder, 3. USA und 4. Sonstige Länder, gelangt man zu folgenden Befunden (vgl. Abbildung 9 und Tabelle 7): Die meisten Fictionangebote aus deutscher Produktion oder in

Zwei Drittel der Fictionangebote von ARD und ZDF aus deutscher (Ko-)Produktion

Abb. 9 Produktionsländer der Fictionangebote (ohne Kinderprogramm) 2011
Sendezeit in %



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2011.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

deutscher Koproduktion mit anderen Ländern sendeten im Jahr 2011 die ARD (68%) und das ZDF (68%) mit jeweils über zwei Drittel der für Fiction aufgewendeten Sendezeit. Bei der ARD blieb die Struktur der Herkunftsländer gegenüber dem Vorjahr unverändert. Die US-Produktionen (18%) trugen zum ARD-Fictionangebot wieder knapp ein Fünftel und europäische Produktionen (12%) über ein Zehntel zur Sendezeit bei. Das ZDF erhöhte den Anteil deutscher Produktionen und Koproduktionen zulasten der US-Produktionen, die von 22 auf 15 Prozent zurückfielen. Damit hatten die US-Produktionen etwa wieder den Anteil wie im Jahr 2009. Auf europäische Produktionen entfielen bei ARD (12%) und ZDF (13%) ähnliche Anteile.

RTL und Sat.1 kommen auf rund 50 Prozent

Die beiden Privatsender RTL und Sat.1 kamen mit deutschen Produktionen und deutschen Koproduktionen im Jahr 2011 auf 51 Prozent bzw. 50 Prozent. Von den öffentlich-rechtlichen unterschieden sich diese privaten Sender auch durch ihren höheren Anteil an US-Produktionen und geringeren Anteil europäischer Produktionen. Die US-Produktionen bildeten sowohl bei RTL (45%) als auch bei Sat.1 (45%) die zweitstärkste Säule der Programmbeschaffung, während aus europäischen Ländern jeweils nur 1 Prozent des Fictionangebots stammten.

ProSieben wich auch 2011 bei der Programmherkunft sehr deutlich von den anderen Sendern ab. ProSieben bestritt sein Fictionangebot zu 87 Prozent mit US-Produktionen, während auf deutsche Produktionen und deutsche Koproduktionen bei weiter sinkender Tendenz nur noch 6 Prozent und auf europäische Produktionen 2 Prozent des Fictionangebots entfielen.

Fazit

Die Programmanalyse 2011 vergleicht die Strukturprofile der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme in den Dimensionen Sparten, Sendungsformen, Inhaltsschwerpunkte und Produktionsländer der Fictionangebote. Die wesentlichen Befunde zur Angebotsentwicklung in den Jahren 2009 bis 2011 lassen sich danach in folgenden Punkten zusammenfassen:

1. Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme unterscheiden sich im Programmjahr 2011 weiterhin in allen Dimensionen wesentlich von den privaten Hauptprogrammen. Die Spartenprofile belegen deutlich eine Funktionsteilung mit Schwerpunkt der öffentlich-rechtlichen Sender auf der Informationsfunktion und der privaten Sender auf der Unterhaltungs- und Werbefunktion. In der Gewichtung nonfiktionaler und fiktionaler Unterhaltungsangebote unterscheiden sich die privaten Sender voneinander. RTL forciert die nonfiktionaler Unterhaltung und orientiert sich damit stärker am interna-

ProSieben verfehlt EU-Quoten deutlich: 87 Prozent US-Produktionen

Spartenprofile belegen erneut Funktionsteilung zwischen ö.-r. und privaten Hauptprogrammen

⑦ Produktionsländer der Fictionangebote 2009 bis 2011 (ohne Kinderprogramm)

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
in Min./Tag															
Deutschland/Deutschl. und andere Länder	357	337	338	255	241	275	198	165	155	258	241	208	61	57	43
Europäische Länder	45	58	59	41	44	53	9	5	2	5	3	3	19	14	11
USA	100	91	89	51	87	62	141	138	137	128	158	188	424	543	635
Sonstige	14	13	13	20	19	16	13	9	11	12	14	20	36	48	38
Gesamt	517	499	499	367	392	405	361	317	305	403	415	419	539	662	727
in %															
Deutschland/Deutschl. und andere Länder	69	68	68	70	61	68	55	52	51	64	58	50	11	9	6
Europäische Länder	9	12	12	11	11	13	2	1	1	1	1	1	3	2	2
USA	19	18	18	14	22	15	39	44	45	32	38	45	79	82	87
Sonstige	3	3	3	5	5	4	4	3	4	3	3	5	7	7	5
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

tionalen Trend zum Factual Entertainment, ProSieben bevorzugt dagegen die Fictionunterhaltung, Sat.1 eine Balance zwischen beiden. Die insgesamt schwach vertretenen Sparten Sport, Musik, Kinder-/Jugendsendungen werden überwiegend in den öffentlich-rechtlichen Programmen angeboten.

Führende Rolle von ARD und ZDF bei den klassischen Informationsformaten

2. Die führende Rolle der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme als Informationsanbieter basiert wesentlich auf dem Angebot klassischer Sendungsformen der Berichterstattung und Meinungsvermittlung. So wurde von ARD und ZDF deutlich mehr Sendezeit für Nachrichten, Magazine, Reportagen und Dokumentationen sowie Gesprächssendungen aufgewendet als bei RTL, Sat.1 und ProSieben. Bei den Privatsendern erhielten stattdessen als Formen der nonfiktionalen Unterhaltung Doku-Inszenierungen und Doku-Soaps mehr Sendezeit. Am stärksten bestritt damit RTL seine nonfiktionalen Unterhaltung. Auch die konventionellen Formen der nonfiktionalen Unterhaltung, Quiz und Show, wurden von den privaten Sendern stärker genutzt.

Politik/Gesellschaft eher bei ö.-r. Sendern thematisiert, Alltag/Privatleben eher bei Privaten

3. Die inhaltlichen Schwerpunkte entsprechen weitgehend den durch Sparten und Sendungsformen geschaffenen Strukturen der Programme. Daraus ergeben sich deutliche Unterschiede im Informations- wie im Unterhaltungsangebot. Bei politisch und wirtschaftlich relevanten Themen des öffentlichen Lebens dominierten ARD und ZDF. Die privaten Sender thematisierten in ihren Magazinen und Dokus stärker den Alltag der Menschen und das Privatleben mit Konflikten und Emotionen sowie die mediale Prominenz des Showbiz. Im Fictionangebot überwogen bei ARD, RTL und insbesondere ProSieben unterhaltungsbetonte Genres, bei ZDF und Sat.1 spannungsbetonte Genres.

ARD, ZDF, RTL und Sat.1 erfüllen im Fictionangebot EU-Quoten

4. Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme bestritten über zwei Drittel ihres Fictionangebots mit Filmen und Serien aus deutscher Produktion und deutscher Koproduktion mit anderen Ländern.

Unter den privaten Sendern entsprachen nur RTL und Sat.1 mit der Hälfte ihres Fictionangebots der in der EU-Fernsehrichtlinie geforderten nationalen Mindestquote. Bei ProSieben bestand das Fictionangebot zu 87 Prozent aus US-Produktionen.

5. Veränderungstendenzen in der Angebotsentwicklung der letzten drei Jahre waren in den privaten Programmen stärker ausgeprägt als in den öffentlich-rechtlichen. Stärkere Veränderungen gab es bei RTL und ProSieben. RTL weitete die nonfiktionalen Unterhaltungsangebote durch Reality-Formate hauptsächlich zulasten der Fiction aus, ProSieben reduzierte dagegen sowohl Information als auch nonfiktionalen Unterhaltung zugunsten der Fiction. Das ZDF erhöhte leicht das Fictionangebot, während ARD und Sat.1 ein stabiles Programmprofil beibehielten.

Sieht man die Angebotsentwicklung im Hinblick auf Funktionen der Hauptprogramme, hat sich in den strukturellen Bedingungen für deren Umsetzung nur wenig verändert. Die Funktionsteilung zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Sektor bleibt im Wesentlichen erhalten. Inwieweit sich Programminnovationen wie das Factual Entertainment im Unterhaltungsbereich weiter durchsetzen, bleibt angesichts auch gegenläufiger Tendenzen zur Verstärkung der Fictionangebote offen. Größere Auswirkungen der sich verändernden Rahmenbedingungen (Digitalisierung, Verschmelzung von AV-Medien und Online) zeichnen sich bislang in den Programmangeboten der großen Fernsehsender noch nicht ab.

Im Langfristvergleich Änderungen der Programmprofile eher bei Privaten

Noch keine größeren Auswirkungen veränderter Rahmenbedingungen in Programmstrukturen erkennbar

Anmerkungen:

- 1) Die Daten wurden von der ZDF-Medienforschung bereitgestellt. Bedingt durch Umcodierungen von Programmkategorien und Wahl einer einheitlichen Bezugsbasis für die Sendezeitberechnungen der Programmeinheiten, ergeben sich in der Programm-analyse systematische Abweichungen von der AGF-Programm-codierung.
- 2) 1. Nachrichtensendungen (tagesaktuelle, thematisch heterogene Einzelbeiträge), 2. Magazine als moderierte Sendungen mit thematisch eigenständigen Beiträgen, einschließlich solcher mit Ratgeberfunktion, 3. berichtende Formen der Realitätsdarstellung (Dokumentation, Bericht, Reportage, Porträt u.ä.), 4. dokumentarische Formen inszenierter Realität mit dramaturgischer Konzeption (Doku-Inszenierung, Doku-Soap), 5. Übertragung senderexterer Ereignisse und Fremdveranstaltungen als Live-Sendung oder zeitlich versetzte Übertragung, 6. Gesprächsformen (Diskussion, Talk, Ansprache), 7. unterhaltungsbetonte Formen mit Spiel- und Wettbewerbscharakter sowie Publikumsbeteiligung (Quiz, Gameshow, Kochshow, Castingshow u. ä.), 8. Formen der künstlerisch-professionellen Darbietungen (Showauftritt, Konzert, Comedy, Sketch, Nummer u.ä.). Hinzu kommen als fiktionale Sendungsformen 9. Spielfilm, 10. Fernsehfilm/Reihe/TV-Movie, 11. Fernsehserie und 12. Kurzfilm. Alle übrigen Programmteile werden zusammengefasst als 13. sonstige Sendungsformen (Programm-präsentationen, Überleitungen, Zeitfüller, Zeittücken sowie Gewinnzahlen und Nonprofit-Spots) und 14. Werbeformen (Werbeblöcke, Teleshop und Sponsorwerbung).
- 3) Die Kurznachrichten von Sat.1 im Frühstückfernsehen wurden annäherungsweise hochgerechnet und nachkorrigiert.
- 4) Vgl. Krüger, Udo Michael: Factual Entertainment – Fernsehunterhaltung im Wandel. In: Media Perspektiven 4/2010, S. 158–181. Zur Begründung 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.

