

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

Von Udo Michael Krüger\*

**Vierwöchige Stichprobe: Nonfiktionaler Programme, 17.00 bis 1.00 Uhr**

Gegenstand des zweiten Teils der Programmanalyse 2011 sind die Strukturen und Inhalte des Nonfictionangebots von ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Dazu wurden auf der Grundlage von Programmaufzeichnungen aus vier Wochen die redaktionellen Formen der ausgewählten Nonfictionssendungen und die Themen und Akteure in den Beiträgen dieser Sendungen analysiert. Die Stichprobe umfasste die Wochen vom 14. bis 20. März, 18. bis 24. Juni (1), 12. bis 18. September und 21. bis 27. November. Wie im Vorjahr wurde das im NRW-Kabelnetz (2) ausgestrahlte Programm im Tageszeitschnitt von 17.00 bis 1.00 Uhr untersucht. Für die Wahl dieser Zeitgrenzen spricht, dass damit die Angebote in der nutzungsintensiven Tageszeit eingeschlossen und großflächige Angebote wie die werktäglichen Morgenmagazine und das Factual Entertainment im Tagesprogramm sowie die Wiederholungen im Nachtprogramm ausgeschlossen bleiben. Nicht in die Analyse einbezogen wurden alle konventionellen Formen der nonfiktionalen Unterhaltung (Quiz, Spiele, Shows, Nummernsendungen). Das untersuchungsrelevante Angebot beschränkt sich somit auf alle Sendungen, die im ersten Teil der Programmanalyse 2011, der Vollerhebung der Programmstruktur auf Sendungsebene, als Informationsangebote, journalistische Unterhaltung oder Factual Entertainment ausgewiesen wurden. (3)

Der größte Teil des Nonfictionangebots besteht aus Informationsmeldungen, darunter tagesaktuelle sowie nichttagesaktuelle Sendungen. Die Inhalte werden nicht nur von erwartbaren „normalen“, sondern ebenso von außergewöhnlichen Ereignissen geprägt. Im Jahr 2011 betraf dies zum einen die Katastrophe im japanischen Atomkraftwerk Fukushima. Dieses Ereignis fiel in die erste Stichprobenwoche und ermöglicht damit beobachten zu können, welche Auswirkungen ein solches außergewöhnliches Ereignis auf die Programmangebote der verschiedenen Sender hatte. Ferner wurde der Ereignishintergrund in den Untersuchungswochen von Landtagswahlen in Sachsen-Anhalt und Berlin sowie von den Aufständen in den arabischen Ländern geprägt, die vor allem in den Nachrichten ein Dauerthema waren.

**Angebotsumfang** Im Jahr 2011 wurde für das untersuchte Nonfictionangebot der vier Hauptprogramme ein Gesamtumfang von 20 686 Minuten ermittelt. Im Vorjahr waren es 20 122 Minuten. Der durchschnittliche

Umfang belief sich auf 739 Minuten pro Tag und erreichte damit nach dem Rückgang im Vorjahr auf 719 Minuten pro Tag wieder das Niveau von 2009. Darin lässt sich ein erstes Indiz für relativ stabile Programmstrukturen sehen. (4) Das umfangreichste Nonfictionangebot hatten die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme. Auf das ZDF entfielen 244 Minuten, auf die ARD 212 Minuten pro Tag (vgl. Tabelle 1 und Abbildung 1). An dritter Stelle folgte RTL mit 185 Minuten und danach nochmals mit Abstand Sat.1 mit 98 Minuten pro Tag. Diese Rangfolge entspricht auch vorausgegangen Vergleichen auf der Ebene der Jahresvollhebung. Zur Ausweitung des Gesamtumfangs um 20 Minuten täglich trugen fast ausschließlich ARD (12 Min.) und ZDF (8 Min.) bei, während das Angebot von RTL nur um zwei Minuten zunahm und das von Sat.1 um zwei Minuten abnahm.

Neben dem größeren Angebotsumfang unterschieden sich die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme von den privaten vor allem durch das relative Gewicht der Informationsmeldungen im Vergleich zu den beiden anderen Kategorien des Nonfictionangebots (journalistische Unterhaltung und Factual Entertainment). Die meiste Sendezeit für Informationsmeldungen hatte das ZDF mit 230 Minuten vor der ARD mit 211 Minuten, gefolgt von RTL (134 Min.) und Sat.1 (90 Min.). Die anteilige Sendezeit der drei Kategorien verdeutlicht den hohen Stellenwert der Information in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen. So bestand das untersuchte Nonfictionangebot der ARD zu 99 Prozent aus Informationsmeldungen, andere Formen spielten so gut wie keine Rolle. Das im Umfang größere Nonfictionangebot des ZDF bestand zu 94 Prozent aus Informationsmeldungen, die übrige Sendezeit verteilte sich auf journalistische Unterhaltung (5%) und Factual Entertainment (1%). Sat.1 kam als Privatsender den öffentlich-rechtlichen Sendern in der Verteilung seiner Sendezeit auf Information (92%) und Factual Entertainment (8%) am nächsten, wobei allerdings der Minutenumfang nicht einmal die Hälfte dessen umfasste, was ARD und ZDF jeweils aufboten. Ein von den drei anderen Hauptprogrammen abweichendes Profil hatte RTL, dessen Nonfictionangebot nur zu knapp drei Viertel der Sendezeit aus Informationsmeldungen (73%) und zu über einem Viertel aus Factual Entertainment (27%) bestand.

Vergleicht man die Sendungsformen der Nonfictionangebote, zeichnen sich die redaktionellen Orientierungen der Sender ab, denn mit ihnen sind die Funktionen der Angebote eng verknüpft. Unter allen Sendungsformen entfiel mit 236 Minuten pro Tag die meiste Sendezeit auf Magazine (vgl. Tabelle 2 und Abbildung 2). Der Vorsprung der Magazine vor den Nachrichten (206 Min./Tag) war jedoch gering. Wie im Gesamtprogramm wurden die Magazine am stärksten von den Privatsendern bevorzugt, während bei ARD und ZDF die Nachrichtensendungen (34% bzw. 31%) vor den Magazinen rangierten. Der Schwerpunkt öffentlich-rechtlicher Angebote lag auf aktueller Bericht-

**Relatives Gewicht von Informations- und anderen Programmkategorien**

**Sendungsformen**

\* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

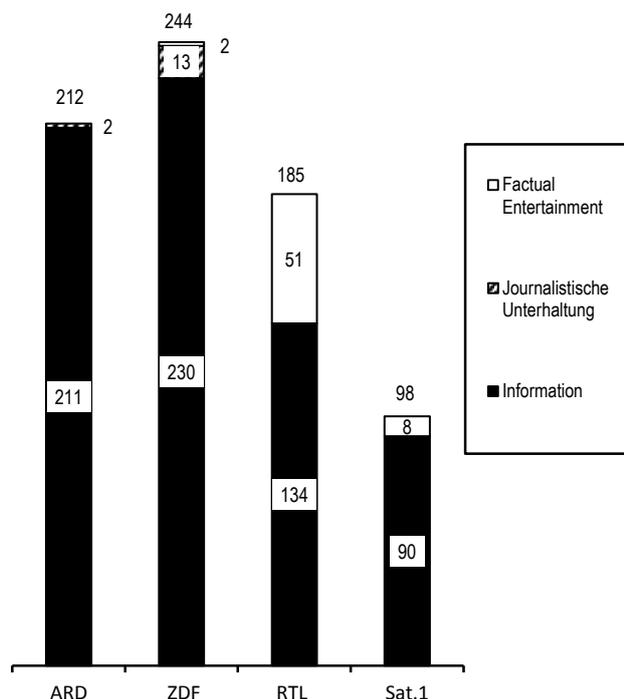
## ① Art und Umfang der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2011

	Sendedauer in Min./Tag					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Information	211	230	134	90	665	99	94	73	92	90
Journalistische Unterhaltung	2	13	0	0	14	1	5	0	0	2
Factual Entertainment	0	2	51	8	60	0	1	27	8	8
Gesamt	212	244	185	98	739	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 1 Art und Umfang der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2011**  
Sendedauer in Min./Tag



Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November; 17.00 bis 1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

erstattung. An dritter Stelle folgten bei ARD und ZDF die Gesprächssendungen und danach Dokumentationen, Berichte, Reportagen. Beide öffentlich-rechtlichen Sender beschränkten sich in ihrem Nonfictionangebot somit auf klassische redaktionelle Formen.

#### RTL: Höherer Anteil an Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen

Die Privatsender setzten ihre Akzente etwas anders. Dabei stand Sat.1 den öffentlich-rechtlichen Profilen näher als RTL. Bei Sat.1 dominierten die Magazine (41%), der größte Teil der übrigen Sendedauer verteilte sich auf konventionelle Reportagen, Gesprächssendungen und Nachrichten, während der Anteil der Reality-Formate geringer ausfiel. Auch RTL verwendete für sein Nonfictionangebot hauptsächlich Magazine (38%), im Unterschied zu den anderen Sendern wurde aber hier den Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen (27%) ein höherer Stellenwert gegeben, erst an dritter Stelle rangier-

ten Nachrichten (24%). Wenig Sendedauer erhielten bei RTL konventionelle Dokumentationen und Reportagen (9%), auch Gesprächssendungen (2%) blieben marginal. Neue dokumentarische Formen kennzeichneten somit am auffälligsten das Nonfictionangebot von RTL. Von den 60 Minuten Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen pro Tag im untersuchten Nonfictionangebot der Sender entfielen allein 51 Minuten auf RTL.

Einige Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr deuten auf den Einfluss der besonderen Ereignislage hin, andere eher auf senderspezifische Programmgestaltung. Im gesamten Nonfictionangebot hatten im Jahr 2011 die Nachrichtensendungen

#### Veränderungen zum Vorjahr

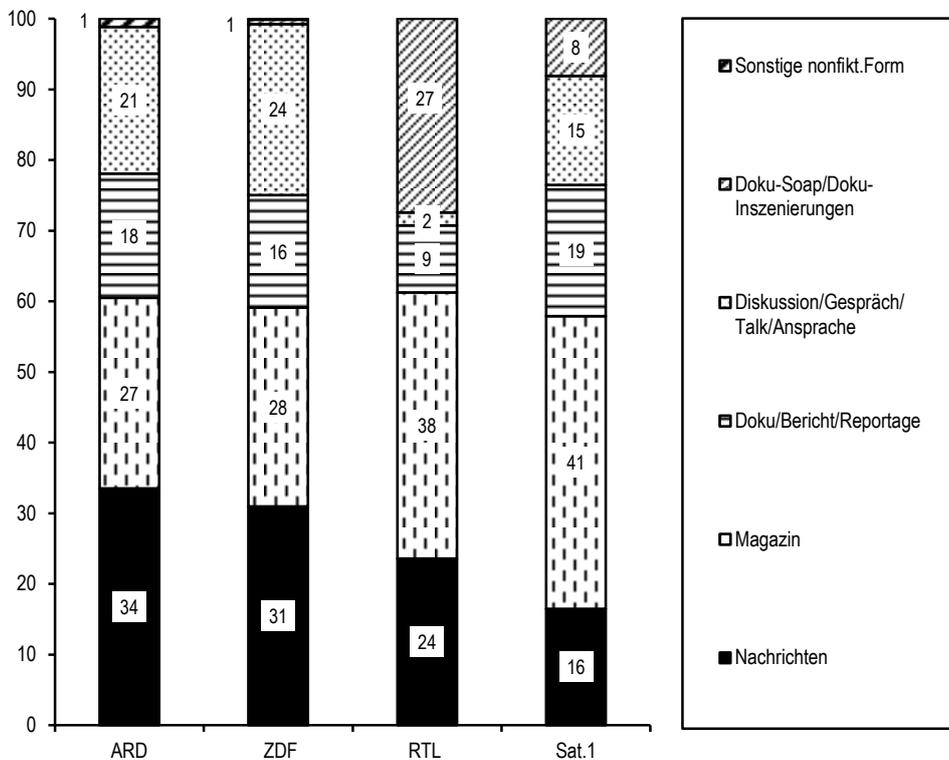
② **Sendungsformen des nonfiktionalen Angebots 2011**

	Sendedauer in Min/Tag					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Nachrichten	71	76	44	16	206	34	31	24	16	28
Magazin	57	69	70	40	236	27	28	38	41	32
Doku/Bericht/Reportage	37	39	17	18	112	18	16	9	19	15
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	44	59	3	15	122	21	24	2	15	16
Ereignisübertragung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Doku-Soap	-	2	51	8	60	0	1	27	8	8
Sonstige nonfiktionale Form	2	0	-	-	3	1	0	-	-	0
<b>Gesamt</b>	<b>212</b>	<b>244</b>	<b>185</b>	<b>98</b>	<b>739</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 2 Sendungsformen nonfiktionaler Angebote 2011**  
Sendezeitanteile in %



Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

den höchsten Zuwachs (22 Min./Tag), Magazine dagegen den höchsten Rückgang (minus 11 Min./Tag). Die Nachrichtenangebote wurden bei allen Sendern ausgeweitet. Unterschiedlich fielen bei den Sendern dagegen die Veränderungen der Sendezeit für Dokumentationen, Berichte und Reportagen aus. Während ARD und RTL für diese Formen mehr Sendezeit aufwendeten, reduzierte Sat.1 seinen

Anteil. Betrachtet man schließlich die Gesprächssendungen, so zeigt sich bei diesen Formen insgesamt ein Zuwachs von 13 Minuten pro Tag. Davon entfiel der größte Teil (10 Min./Tag) auf das ZDF.

**Inhalte**

Ein zentraler Punkt der Analyse besteht darin, die Themenpräferenzen der Sender in Inhaltsprofilen sichtbar zu machen. Geht man von einem offenen und wertneutralen Informationsbegriff aus, wird sich erst an den Inhalten zeigen, welches Informationsverständnis bei den Programmanbietern vor-

**Inhaltsprofile und Themenpräferenzen**

## ③ Inhaltsprofile des nonfiktionalen Angebots 2011

	Sendedauer in Min/Tag					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Politik i.w.S.	101	101	26	19	247	48	42	14	19	33
Soziales	18	6	18	7	49	9	2	10	7	7
Kultur/Wissenschaft/Natur	17	19	6	5	48	8	8	3	6	6
Alltag/Beziehungen/Freizeit	8	15	49	29	101	4	6	27	29	14
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	18	43	35	11	108	9	18	19	11	15
Katastrophen/Unglück	26	24	13	11	73	12	10	7	11	10
Kriminalität	8	17	22	9	57	4	7	12	9	8
Sport	4	6	5	3	18	2	2	3	3	2
Wetter	7	3	3	1	14	3	1	2	1	2
Sonstiges	6	8	7	4	25	3	3	4	4	3
Gesamt	212	244	185	98	739	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2011: 14.–20. März, 18.–24. Juni, 12.–18. September, 21.–27. November, 17.00–1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

herrschte. Dazu wurden die Themen der Sendungen auf Beitragsebene detailliert nach Inhaltskategorien, Sachgebieten und Themenitems erfasst und anhand folgender Kategorien verglichen: 1. Politik im weiteren Sinne (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft/Justiz und Zeitgeschichte), 2. Soziales, 3. Kultur/Wissenschaft/Natur, 4. Alltag/zwischenmenschliche Beziehungen/Freizeit, 5. Human Interest/Prominenz/Showbiz, 6. Katastrophe/Unglück, 7. Kriminalität, 8. Sport, 9. Wetter und 10. Sonstiges.

#### ARD und ZDF mit deutlich umfangreicherer Politikthematisierung

Nach den Inhaltsprofilen dieser Kategorien umfasste die Politikthematisierung bei ARD und ZDF jeweils 101 Minuten pro Tag (vgl. Tabelle 3 und Abbildung 3). Dem standen bei RTL 26 Minuten und bei Sat.1 19 Minuten gegenüber. Den allgemein hin als gesellschaftlich relevant geltenden Themen widmeten die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme in der nutzungsintensiveren Tageszeit zwischen 17.00 und 1.00 Uhr somit das Vier- bis Fünffache der beiden privaten Programme an Sendezeit.

Der wesentliche Unterschied zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern zeigt sich in den Inhaltsprofilen der Nonfictionangebote: Die ARD hatte mit 48 Prozent die meiste Politikthematisierung, für das ZDF ergaben sich 42 Prozent, Sat.1 kam auf 19 Prozent und RTL auf 14 Prozent. Bei der ARD rangierte an zweiter Stelle die Katastrophenthematisierung (12%), beim ZDF machte sie 10 Prozent aus, bei Sat.1 11 und bei RTL 7 Prozent. Thematische Gegenpositionen zur dominanten Politikthematisierung der öffentlich-rechtlichen Sender boten die privaten Sender mit Themen aus dem Alltag und zu zwischenmenschlichen Beziehungen an. Diese Alltagsthemen erhielten bei RTL (27%) und Sat.1 (29%) jeweils die meiste Sendezeit, während sie bei ARD (4%) und beim ZDF (6%) eine untergeordnete Rolle spielten. Stärker als ARD und ZDF betonten RTL und Sat.1 in ihren Nonfictionangeboten auch die Kriminalitätsthemen.

Vergleicht man die Inhaltsprofile von 2011 mit dem Vorjahr, zeigen sich vor allem folgende Veränderungen: Beim ZDF stieg der Anteil an Politikthemen im weiteren Sinn um 5 Prozentpunkte,

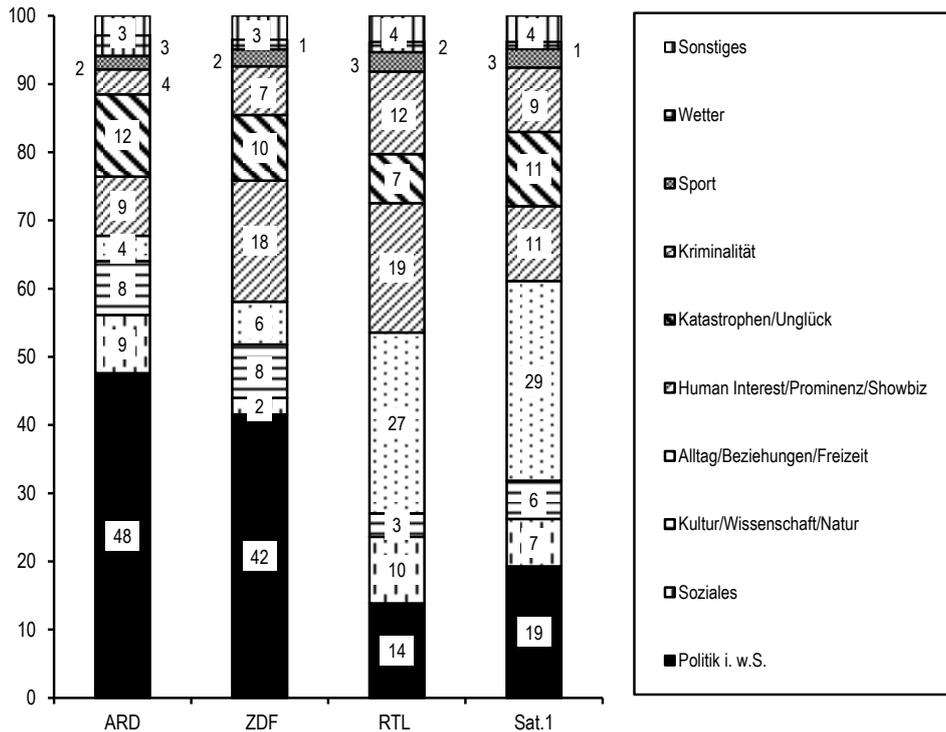
bei RTL und Sat.1 der Anteil sozialer Themen. Bei allen Sendern nahm die Katastrophenthematisierung deutlich zu.

Betrachtet man die Inhaltsprofile einzelner Sendungsformen, werden Zusammenhänge zwischen den Formen und Inhalten sowie weitere typische Unterschiede zwischen den Sendern erkennbar. So wird bei den Inhaltsprofilen der Nachrichtensendungen deutlich, dass die Sender zwar grundsätzlich ähnliche Themenpräferenzen hatten, diese jedoch unterschiedlich gewichteten. Im Gesamt der Nachrichtensendungen lagen die Themenschwerpunkte auf Politikthematisierung und Katastrophenberichterstattung. Dabei entfielen auf Politikthemen in den Nachrichten von ARD (67%) und ZDF (61%) höhere Anteile als bei RTL (40%) und Sat.1 (44%), während die Katastrophenberichterstattung bei RTL (18%) und Sat.1 (27%) anteilig höher lag als bei ARD (12%) und ZDF (13%) (vgl. Tabelle 4).

Politik und Katastrophen waren auch in den verschiedenen Nachrichtenformaten in ähnlicher Relation Hauptthemen der Berichterstattung. Dies gilt für die Hauptnachrichtensendungen „Tageschau“, „heute“, „RTL aktuell“ und „Sat.1 Nachrichten“, die beiden öffentlich-rechtlichen Nachrichtomagazine „Tagesthemen“ und „heute-journal“ sowie für die drei Nachtmagazine, das ARD-„Nachtmagazin“, „heute nacht“ vom ZDF und das „RTL-Nachtjournal“. Unter den konkurrierenden Sendungen des gleichen Typs erwiesen sich die öffentlich-rechtlichen Hauptnachrichten mit ihrer Politikthematisierung als dominierende Anbieter. Diese Rolle fällt ihnen mit den Nachrichtenmagazinen am Spätabend bei Politikanteilen von 68 bzw. 66 Prozent der Sendezeit ohne Konkurrenzangebote in dieser Zeitphase sogar uneingeschränkt zu. Dagegen fallen die Inhaltsprofile der Nachtmagazine von ARD, ZDF und RTL ähnlicher aus als die Hauptnachrichten dieser Sender.

#### Inhaltsprofile der Fernsehnews

**Abb. 3 Themenstruktur nonfiktionaler Angebote 2011**  
Sendezeitanteile in %



Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00 -1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Katastrophenbericht-  
erstattung auch in  
Kurznachrichten und  
Sonderausgaben**

In der Gruppierung anderer Nachrichtensendungen erreichten die Katastrophenthemen ihre Höchstwerte und übertrafen bei ARD und Sat.1 sogar die Politikanteile. Zu diesen Nachrichtenausgaben gehörten neben den Kurznachrichten vor allem Nachrichtensonderausgaben anlässlich außergewöhnlicher Ereignisse. Aus der Auflistung sämtlicher Einzelthemen geht hervor, dass vor allem die Fukushima-Katastrophe Ursache für den hohen Katastrophenanteil in allen Nachrichtensendungen war.

**Magazinangebot  
umfasst verschiedene  
Magazintypen**

Das Magazinangebot der Sender umfasst mehrere Magazintypen, denen sich unterschiedliche Funktionen zuordnen lassen. Diese manifestieren sich in jeweils anderen Themenschwerpunkten. Verglichen werden hier die Inhaltsprofile für Politikmagazine, Boulevardmagazine, Kultur-/Wissensmagazine, Regionalmagazine, Wirtschaftsmagazine und andere Magazine.

Die Inhaltsprofile der Magazinangebote der Sender wurden wesentlich davon geprägt, welche Magazintypen in welcher Ausstrahlungsfrequenz angeboten wurden. Das Magazinangebot der öffentlich-rechtlichen Sender blieb auch 2011 unverändert. In den Inhaltsprofilen von ARD und ZDF spiegelte sich dies in einer relativ ausgewogenen Themenstruktur wider. Jeweils ein Viertel der Sendezeit für Magazine entfiel bei ARD (25%) und

ZDF (25%) auf Politikthemen (vgl. Tabelle 5). Der zweitgrößte Themenkomplex entfiel bei ARD (24%) und ZDF (21%) auf Human Interest, Prominenz, Showbiz. Die andere Hälfte der Sendezeit verteilte sich auf Alltagsthemen und Themen zu Kultur, Wissenschaft, Natur, Katastrophen- und Kriminalitätsthemen. Die Inhaltsprofile der privaten Magazinangebote hatten eine andere Gewichtung. Bei RTL dominierten die Themen zu Human Interest/Prominenz/Showbiz (36%), gefolgt von Alltagsthemen (19%), während Politik, Katastrophen und Kriminalität jeweils mit etwa einem Zehntel der Sendezeit vertreten waren. Das Inhaltsprofil von Sat.1 fiel in der Mischung dieser Kategorien etwas gleichgewichtiger aus. Auf Alltagsthemen (27%) entfiel über ein Viertel der Sendezeit, etwa ein Sechstel verteilte sich jeweils auf Human-Interest-Themen, Kriminalitätsthemen und Politikthemen.

In der Einzelbetrachtung der Magazintypen zeigen sich inhaltliche Schwerpunkte und redaktionelle Vielfalt der Sender. Daran wird deutlich, welchen Bereichen durch thematisch ausgerichtete Magazine ein besonderes Gewicht eingeräumt wird.

Politikmagazine mit wöchentlicher Ausstrahlung gab es nur bei ARD, ZDF und RTL. Die vierwöchige Stichprobe umfasste bei der ARD die Inlandsmagazine „Bericht aus Berlin“, „Fakt“, „Kontraste“, „Monitor“, „Report“ aus Mainz und München („Panorama“ fiel 2011 nicht in die Stichprobe) sowie das

**Politikmagazine**

## ④ Inhaltsprofile der Nachrichtensendungen 2011

	Sendedauer in Min.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Nachrichten gesamt	1 992	2 117	1 218	451	5 779	100	100	100	100	100
Politik i.w.S.	1 326	1 294	489	197	3 305	67	61	40	44	57
Soziales	3	6	3	0	13	0	0	0	-	0
Kultur/Wissenschaft/Natur	63	124	40	10	237	3	6	3	2	4
Alltag/Beziehungen/Freizeit	15	32	84	12	143	1	2	7	3	2
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	31	40	47	31	149	2	2	4	7	3
Katastrophen/Unglück	240	273	219	121	854	12	13	18	27	15
Kriminalität	8	30	57	20	115	0	1	5	4	2
Sport	115	117	129	21	381	6	6	11	5	7
Wetter	119	97	70	13	299	6	5	6	3	5
Sonstiges	72	105	80	25	283	4	5	7	6	5
Hauptnachrichten	787	928	628	370	2 714	100	100	100	100	100
Politik i.w.S.	560	556	225	172	1 513	71	60	36	46	56
Soziales	-	4	-	-	4	-	0	-	-	0
Kultur/Wissenschaft/Natur	20	40	8	10	78	3	4	1	3	3
Alltag/Beziehungen/Freizeit	4	15	46	12	77	0	2	7	3	3
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	7	14	23	30	74	1	2	4	8	3
Katastrophen/Unglück	90	103	110	75	378	11	11	17	20	14
Kriminalität	3	8	31	20	62	0	1	5	5	2
Sport	31	69	103	20	224	4	7	16	6	8
Wetter	42	60	41	13	156	5	6	6	4	6
Sonstiges	31	59	42	18	149	4	6	7	5	6
Nachrichtenmagazine	838	853	-	-	1 691	100	100	-	-	100
Politik i.w.S.	572	561	-	-	1 133	68	66	-	-	67
Kultur/Wissenschaft/Natur	17	64	-	-	80	2	7	-	-	5
Alltag/Beziehungen/Freizeit	1	11	-	-	12	0	1	-	-	1
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	14	13	-	-	27	2	2	-	-	2
Katastrophen/Unglück	75	106	-	-	181	9	12	-	-	11
Kriminalität	2	6	-	-	8	0	1	-	-	0
Sport	67	24	-	-	91	8	3	-	-	5
Wetter	59	33	-	-	92	7	4	-	-	5
Sonstiges	31	36	-	-	67	4	4	-	-	4
Nachtmagazine	301	286	548	-	1 134	100	100	100	-	100
Politik i.w.S.	170	145	247	-	561	56	51	45	-	49
Soziales	3	2	3	-	8	1	1	1	-	1
Kultur/Wissenschaft/Natur	23	20	32	-	76	8	7	6	-	7
Alltag/Beziehungen/Freizeit	10	5	38	-	54	3	2	7	-	5
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	10	12	24	-	47	3	4	4	-	4
Katastrophen/Unglück	40	48	93	-	180	13	17	17	-	16
Kriminalität	3	16	26	-	46	1	6	5	-	4
Sport	16	24	24	-	65	5	9	4	-	6
Wetter	15	4	28	-	47	5	1	5	-	4
Sonstiges	9	9	32	-	50	3	3	6	-	4
Andere Nachrichten	67	49	43	81	240	100	100	100	100	100
Politik i.w.S.	24	32	17	25	98	36	64	40	31	41
Kultur/Wissenschaft/Natur	3	-	-	-	3	4	-	-	-	1
Alltag/Beziehungen/Freizeit	-	-	0	-	0	-	-	1	-	0
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	-	-	-	2	2	-	-	-	2	1
Katastrophen/Unglück	36	16	16	46	114	54	32	38	57	48
Sport	-	-	2	1	2	-	-	4	1	1
Wetter	2	-	2	-	4	3	-	4	-	2
Sonstiges	2	2	6	7	16	2	4	13	9	7

Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

⑤ Inhaltsprofile der Magazine 2011

	Sendedauer in Min.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Magazine gesamt	1 603	1 923	1 949	1 133	6 607	100	100	100	100	100
Politik i.w.S.	404	489	203	160	1 256	25	25	10	14	19
Soziales	60	85	97	50	291	4	4	5	4	4
Kultur/Wissenschaft/Natur	200	170	40	39	449	12	9	2	3	7
Alltag/Beziehungen/Freizeit	118	239	379	302	1 038	7	12	19	27	16
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	382	396	709	189	1 676	24	21	36	17	25
Katastrophen/Unglück	244	171	152	99	667	15	9	8	9	10
Kriminalität	156	310	235	166	867	10	16	12	15	13
Sport	-	10	19	52	81	-	1	1	5	1
Wetter	-	-	9	17	26	-	-	0	1	0
Sonstiges	40	52	106	58	256	3	3	5	5	4
Politikmagazin	374	327	168	-	869	100	100	100	-	100
Politik i.w.S.	257	233	63	-	553	69	71	38	-	64
Soziales	40	21	9	-	71	11	6	5	-	8
Kultur/Wissenschaft/Natur	16	13	-	-	28	4	4	-	-	3
Alltag/Beziehungen/Freizeit	15	8	45	-	68	4	2	27	-	8
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	1	-	-	-	1	0	-	-	-	0
Katastrophen/Unglück	24	29	11	-	64	7	9	6	-	7
Kriminalität	7	8	37	-	51	2	2	22	-	6
Sport	-	7	-	-	7	-	2	-	-	1
Sonstiges	14	9	4	-	27	4	3	2	-	3
Boulevardmagazin	815	917	567	292	2 591	100	100	100	100	100
Politik i.w.S.	55	57	2	-	115	7	6	0	-	4
Soziales	12	5	5	15	37	1	1	1	5	1
Kultur/Wissenschaft/Natur	22	17	0	-	39	3	2	0	-	2
Alltag/Beziehungen/Freizeit	33	134	58	135	361	4	15	10	46	14
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	348	368	401	90	1 207	43	40	71	31	47
Katastrophen/Unglück	192	136	18	19	365	24	15	3	6	14
Kriminalität	142	181	56	17	396	17	20	10	6	15
Sport	-	2	1	-	3	-	0	0	-	0
Sonstiges	11	17	24	17	68	1	2	4	6	3
Kultur-/Wissensmagazine	260	149	-	147	556	100	100	-	100	100
Politik i.w.S.	30	12	-	4	47	12	8	-	3	8
Soziales	-	6	-	10	16	-	4	-	7	3
Kultur/Wissenschaft/Natur	155	116	-	12	283	60	78	-	8	51
Alltag/Beziehungen/Freizeit	17	-	-	63	80	7	-	-	43	14
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	33	1	-	2	36	13	1	-	1	6
Katastrophen/Unglück	15	6	-	34	56	6	4	-	23	10
Sport	-	-	-	15	15	-	-	-	10	3
Sonstiges	9	7	-	7	24	4	5	-	5	4
Regionalmagazine	-	159	490	454	1 104	-	100	100	100	100
Politik i.w.S.	-	87	109	156	352	-	55	22	34	32
Soziales	-	5	32	25	62	-	3	7	5	6
Kultur/Wissenschaft/Natur	-	18	22	28	67	-	11	4	6	6
Alltag/Beziehungen/Freizeit	-	25	80	38	143	-	16	16	8	13
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	-	2	84	47	133	-	1	17	10	12
Katastrophen/Unglück	-	-	24	38	62	-	-	5	8	6
Kriminalität	-	19	58	42	118	-	12	12	9	11
Sport	-	1	18	37	55	-	0	4	8	5
Wetter	-	-	9	17	26	-	-	2	4	2
Sonstiges	-	3	55	27	85	-	2	11	6	8

(Fortsetzung nächste Seite)

## ⑤ Inhaltsprofile der Magazine 2011 (Fortsetzung)

	Sendedauer in Min.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Wirtschaftsmagazine	102	116	-	-	217	100	100	-	-	100
Politik i.w.S.	61	50	-	-	111	60	43	-	-	51
Soziales	7	15	-	-	23	7	13	-	-	11
Kultur/Wissenschaft/Natur	7	-	-	-	7	7	-	-	-	3
Alltag/Beziehungen/Freizeit	10	45	-	-	55	10	39	-	-	25
Katastrophen/Unglück	5	-	-	-	5	5	-	-	-	2
Kriminalität	7	1	-	-	7	7	1	-	-	3
Sonstiges	4	4	-	-	8	4	4	-	-	4
Andere Magazine	52	255	723	239	1 269	100	100	100	100	100
Politik i.w.S.	-	50	29	-	79	-	20	4	-	6
Soziales	-	32	50	-	85	-	13	7	-	7
Kultur/Wissenschaft/Natur	-	7	18	-	24	-	3	2	-	2
Alltag/Beziehungen/Freizeit	42	27	196	66	331	82	11	27	28	26
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	-	26	224	50	300	-	10	31	21	24
Katastrophen/Unglück	7	-	100	8	115	14	-	14	3	9
Kriminalität	-	102	84	108	294	-	40	12	45	23
Sonstiges	2	11	23	7	44	4	4	3	3	3

Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Auslandsmagazin „Weltspiegel“, beim ZDF die Inlandsmagazine „Berlin direkt“, „Frontal 21“ sowie das Auslandsmagazin „Auslandsjournal“ einschließlich „Auslandsjournal spezial“. Als privates Angebot kam das von RTL ausgestrahlte „Spiegel TV Magazin“ hinzu. Gemessen am Anteil der Sendezeit, die in diesen Magazinen auf Politikthemen entfiel, entsprachen die Angebote von ARD (69%) und ZDF (71%) der Hauptfunktion dieses Magazintyps. Rechnet man die Kategorie Soziales noch hinzu, widmeten sich die öffentlich-rechtlichen Politikmagazine zu etwa vier Fünfteln politischen und gesellschaftlichen Themen. Das Inhaltsprofil von „Spiegel TV Magazin“ bei RTL unterschied sich von den öffentlich-rechtlichen Politikmagazinen durch eine andere Gewichtung der Themen. Auf Politikthemen entfiel bei RTL ein Anteil von 38 Prozent der Sendezeit. Etwa die Hälfte der Sendezeit verteilte sich auf Alltagsthemen (27%) und Kriminalitätsthemen (22%).

**Boulevardmagazine**

Einen thematischen Gegenpol zu den Politikmagazinen repräsentieren die an Werktagen und am Wochenende ausgestrahlten Boulevardmagazine. Auch hier zeigt der Vergleich der Inhaltsprofile, dass es im typisch nichtpolitischen Themenspektrum unterschiedliche Akzente gab. Die öffentlich-rechtlichen Boulevardmagazine, dies waren bei der ARD „Brisant“ und beim ZDF „Hallo Deutschland“ sowie „Leute heute“, wiesen ähnliche Schwerpunkte auf. Danach entfiel bei ARD (43%) und ZDF (40%) die meiste Sendezeit auf leichte Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz. Weitere Schwerpunkte waren Katastrophen- und Kriminalitätsthemen. Das Themenspektrum reichte allerdings über die typisch boulevardesken Themen hinaus, denn auch Politikthemen fanden sich

in diesen Sendungen zu einem geringen Anteil bei ARD und ZDF.

Die Boulevardmagazine der Privatsender fielen aufgrund der Ausstrahlungsregelung für regionale Fensterprogramme nur unvollständig in den Sendungsvergleich. Da bei RTL an Werktagen auf dem Sendeplatz von „Explosiv“ das Regionale Fensterprogramm ausgestrahlt wird, geht nur die Wochenendausgabe „Explosiv Weekend“ in den Vergleich ein, ferner die Magazine „Exclusiv“ und „Exclusiv Weekend“. Die damit überrepräsentierte Variante der „Soft“-Boulevardmagazine hat zur Folge, dass im Inhaltsprofil der RTL-Boulevardmagazine mit Abstand die meiste Sendezeit auf Themen der Kategorie Human Interest, Prominenz, Showbiz (71%) entfiel, während Alltagsthemen und Kriminalitätsthemen nur jeweils ein Zehntel der Sendezeit ausmachten. Bei Sat.1 wurden die Boulevardmagazine „Das Sat.1 Magazin“ und „Stars & Stories“ uneingeschränkt ausgestrahlt. Das Inhaltsprofil der Boulevardmagazine von Sat.1 kam daher dem der öffentlich-rechtlichen Sender näher als dem von RTL. Bei Sat.1 erhielten Alltagsthemen (46%) mehr Sendezeit als die Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz (31%).

Auch bei den Kultur- und Wissensmagazinen wichen die Themenprofile öffentlich-rechtlicher und privater Sender voneinander ab. Während der Schwerpunkt hier bei ARD (60%) und ZDF (78%) auf Themen der Kategorie Kultur/Wissenschaft/Natur entfiel und damit der Funktion dieses Magazintyps entsprach, entfiel bei Sat.1 die meiste Sendezeit auf alltagsnahe populäre Wissensthemen

**Kultur- und Wissensmagazine**

(43%) und knapp ein Viertel auf Katastrophenthemen (23%). Dieser Unterschied beruht vor allem darauf, dass die öffentlich-rechtlichen Sender mehrere Kulturmagazine anbieten, bei Sat.1 aber nur das populäre Wissensmagazin „Planetopia“ in dieser Kategorie zur Geltung kommt. Zudem wirkte sich bei Sat.1 die Umwidmung dieser Reihe in einer Spezialausgabe anlässlich der Fukushima-Katastrophe mit auf das Inhaltsprofil aus.

**Regionalmagazine**

Regionalmagazine wurden von ZDF, RTL und Sat.1 angeboten. Auch in diesem Segment unterschieden sich die Inhaltsprofile öffentlich-rechtlicher und privater Sendungen. Das ZDF widmete über die Hälfte der Sendezeit seines Regionalmagazins „Länderspiegel“ der Politikthematisierung (55%), weitere Anteile verteilten sich auf Alltagsthemen, Kultur/Wissenschaft und Kriminalität. Im regionalen Fensterprogramm „Guten Abend RTL“ erhielt die Politikthematisierung (22%) ein erheblich geringeres Gewicht zugunsten der Berichte über Alltagsthemen, Human Interest-Themen und Kriminalität. Sat.1 räumte der Politikthematisierung (34%) ein Drittel seines Regionalmagazins „17:30 NRW“ ein. Die übrige Sendezeit verteilte sich über das Themenspektrum, wobei in keiner Kategorie die 10-Prozent-Marke überschritten wurde.

**Wirtschaftsmagazine**

Wirtschaftsmagazine gab es nur von ARD und ZDF. Sie unterschieden sich in ihrem Inhaltsprofil darin, dass die ARD das Hauptgewicht auf Politik, Wirtschaft und Gesellschaft (60%) legte und alltagsnahen Verbrauchertemen nur ein Zehntel der Sendezeit verlieh, während das ZDF mehr zu einem Gleichgewicht zwischen Wirtschaftsthemen (43%) und alltagsnahen Verbrauchertemen (39%) tendierte.

**Sonstige Magazine**

In der Gruppierung „Andere Magazine“ zeigt sich bei der ARD eine Konzentration der Sendezeit auf Alltagsthemen (82%), die ausschließlich durch die ARD-Ratgebermagazine zustande kam. Beim ZDF entfiel hier die meiste Sendezeit auf Kriminalitätsthemen (40%), die übrige Sendezeit verteilte sich hauptsächlich auf Politik (20%), ferner Soziales, Alltag und Human Interest. Auch bei Sat.1 erhielten Kriminalitätsthemen (45%) die meiste Sendezeit, die andere Hälfte blieb Alltagsthemen (28%) und Human-Interest-Themen (21%) vorbehalten. RTL verteilte seine Sendezeit in diesen Magazinen, zu denen auch „Stern TV“ gehörte, über alle Kategorien. Der größte Teil entfiel allerdings auch hier auf Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz (31%) und Alltag/zwischenmenschliche Beziehungen (27%).

**Vielfältiges Angebot an Dokumentationen, Berichten und Reportagen bei ARD und ZDF**

Die monothematischen Dokumentationen, Berichte und Reportagen waren in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen nicht nur umfangreicher vertreten, sondern sie unterschieden sich von den privaten Angeboten auch wesentlich in ihren Inhaltsprofilen. Wie schon bei anderen Sendungsformen zeigte sich hier, dass die Themenpräferenzen

der öffentlich-rechtlichen Sender stärker an politisch und gesellschaftlich relevanten Ereignissen und Problemen orientiert war, während die privaten Sender stärker zu nichtpolitischen Inhalten tendierten. Bei der ARD entfiel die Hälfte der Sendezeit von Dokumentationen, Berichten und Reportagen auf Politikthematisierung (51%), beim ZDF sogar 58 Prozent (vgl. Tabelle 6 und Abbildung 4). Die Relevanz dieser Thematisierung illustrierten im ARD-Angebot unter anderem die Sendetitel „Risiko Kind – Wohin führt die PID?“, „Gaddafis Geheimnisse – Terror und Luxus“, „So nah am Tod – Afghanistan im zehnten Kriegsjahr“, „Hindukusch und zurück – Ein Jahr im Leben zweier Bundeswehrsoldaten“. Beim ZDF überwogen zeitgeschichtliche Themen in der Reihe ZDF-History, darunter „Die Geheimnisse des John F. Kennedy“, „Geheimnisse des ‚Dritten Reichs‘“. Sowohl ARD als auch ZDF sendeten aktuelle Berichte zu Parteitag, den Landtagswahlen in Berlin und Sachsen-Anhalt sowie in ihren Sondersendungen „Brennpunkt“ und „ZDF-Spezial“ Berichte und Einordnungen zur Katastrophe in Japan und dem Aufstand in Libyen.

Mit diesen außergewöhnlichen Ereignissen befassten sich bei der ARD die Sendungen „Japan – Chronik einer Katastrophe“ und „Atom-Gau in Japan – Was heißt das für uns?“, beim ZDF unter anderem „ZDF Spezial: Überlebenskampf – Die Krisen in Libyen und Japan“. Einesteils standen die faktischen Ereignisse, andernteils deren Analyse und Erklärung im Vordergrund.

Die privaten Hauptprogramme sendeten Dokumentationen, Berichte und Reportagen in geringem Umfang. Politikthemen spielten hier nur eine geringe Rolle. Stattdessen bevorzugten sie Themen, die den Alltag der Menschen betrafen oder Prominenz und Showbiz in Szene setzten. RTL tendierte dabei stärker zu leichteren Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz (46%), Sat.1 stärker zu Alltagsthemen (55%).

Zum Themenkomplex Kultur, Wissenschaft, Natur trugen bei der ARD „Erlebnis Erde“, beim ZDF „Terra X“ und bei Sat.1 „News & Stories“ bei. Zu den Reportagen, in denen vorwiegend Alltagsthemen behandelt wurden, gehörten beim ZDF Ausgaben der Reihe „37 Grad“ und „ZDF reportage“, bei RTL „Die große Reportage“, „30 Minuten Deutschland“, „Faszination Leben“ und bei Sat.1 die Reihe „24 Stunden“, ferner „Focus TV Reportage“ und „Spiegel TV Reportage“. Betrachtet man die Angebote mit Themenschwerpunkt Human Interest/Prominenz/Showbiz, lassen sich als prominente Titel „ZDF Royal“, bei RTL „100 Prozent Karl Lagerfeld“ und „Michael Mittermeier live in Kanada – Just for Laughs 2010“ anführen.

Das im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitete Angebot an Gesprächssendungen (3407 Min.) wurde größtenteils von ARD (36%) und ZDF (49%) bestritten. RTL (3%) und Sat.1 (12%) spielten hier nur eine marginale Rolle. ARD, ZDF und Sat.1 deckten mit ihren Inhaltsprofilen ein breites Themenspektrum ab, unterschieden sich aber in den Schwerpunkten. Den höchsten Politikanteil hatte

**Geringerer Umfang bei den Privaten**

**Diskussion, Talk und Gespräch vor allem bei den ö.-r. Sendern**

## ⑥ Inhaltsprofile anderer Sendungsformen 2011

	Sendedauer in Min.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Dokumentation/Bericht/Reportage	1 044	1 092	490	508	3 134	100	100	100	100	100
Politik i.w.S.	531	630	24	23	1 208	51	58	5	4	39
Soziales	169	32	66	51	318	16	3	14	10	10
Kultur/Wissenschaft/Natur	138	94	-	32	264	13	9	-	6	8
Alltag/Beziehungen/Freizeit	60	87	169	281	597	6	8	35	55	19
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	9	53	224	39	325	1	5	46	8	10
Katastrophen/Unglück	126	134	-	19	279	12	12	-	4	9
Kriminalität	-	44	-	57	100	-	4	-	11	3
Sonstiges	12	18	6	5	41	1	2	1	1	1
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	1 234	1 654	96	423	3 407	100	100	100	100	100
Politik i.w.S.	567	429	-	147	1 143	46	26	-	35	34
Soziales	276	42	-	1	320	22	3	-	0	9
Kultur/Wissenschaft/Natur	70	144	96	71	380	6	9	100	17	11
Alltag/Beziehungen/Freizeit	27	73	-	76	176	2	4	-	18	5
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	95	725	-	42	861	8	44	-	10	25
Katastrophen/Unglück	106	80	-	58	244	9	5	-	14	7
Kriminalität	53	105	-	16	174	4	6	-	4	5
Sonstiges	40	57	-	12	110	3	3	-	3	3
Doku-Soap/Doku-Inszenierungen	-	43	1 417	221	1 680	-	100	100	100	100
Soziales	-	-	340	88	428	-	-	24	40	25
Alltag/Beziehungen/Freizeit	-	-	740	129	870	-	-	52	59	52
Kriminalität	-	-	333	-	333	-	-	24	-	20
Sport	-	43	-	-	43	-	100	-	-	3
Sonstiges	-	-	3	3	7	-	-	0	1	0
Sonstige nonfiktionale Form	70	9	-	-	78	100	100	-	-	100
Soziales	1	3	-	-	3	1	30	-	-	4
Wetter	66	1	-	-	67	94	15	-	-	86
Sonstiges	3	5	-	-	8	4	55	-	-	10

Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

die ARD (46%), auf soziale Themen entfielen weitere 22 Prozent der Sendezeit. Der Rest verteilte sich auf alle übrigen Themenbereiche. Gegenüber dem Vorjahr sank der Politikanteil in den ARD-Sendungen. In den einzelnen Polit-Talksendungen – „Anne Will“, „Hart aber fair“, „Menschen bei Maischberger“, und „Beckmann“ – scheint die Themenwahl offener geworden zu sein. Dies betraf in der Stichprobe auch die im September 2011 von Günter Jauch übernommene Talksendung „Günter Jauch“ auf dem Sonntagstermin. Zum Teil lässt sich dies aus der jeweils aktuellen Ereignislage erklären, auf die live gesendete oder kurzfristig aufgezeichnete Talkshows reagieren können. Andernteils wirkt sich aus, dass die Homogenität dieser Sendungen zunehmend durch offenere Beteiligung der Gäste und durch mehr Einspielfilme aufgebrochen wird. In diesen Fällen werden auch die Themen heterogener.

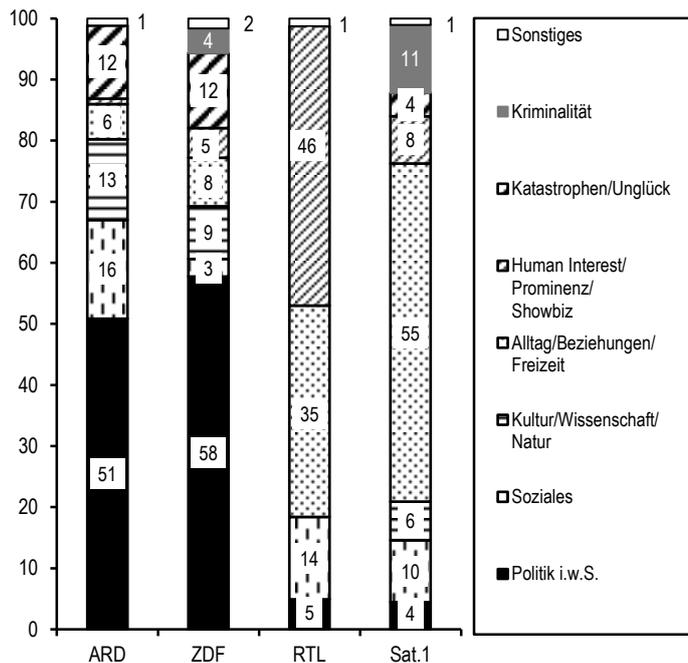
Im Talkshowangebot des ZDF entfiel die meiste Sendezeit auf den Themenbereich Human Interest/Prominenz/Showbiz (44%). Dazu trugen hauptsächlich die Sendungen „Markus Lanz“, „Lanz kocht“ und „Pelzig unterhält sich“ bei. Auf Poli-

tikthemen entfielen im ZDF nur 26 Prozent der Sendezeit. Sie kamen zustande durch „Maybrit Illner“, „Was nun, Herr Röttgen?“, „Was nun, Herr Schäuble?“ und die auch in der ARD ausgestrahlte „Berliner Runde“ anlässlich der Landtagswahlen. Vergleicht man die Polit-Talkshows der ARD mit dem ZDF-Angebot, zeigt sich, dass von den Moderatorensendungen „Maybrit Illner“ den höchsten Grad an Politikthematisierung aufwies. Einen qualitativ anspruchsvollen Akzent setzte das ZDF mit der Gesprächssendung „Das philosophische Quartett“.

Auf der Seite der privaten Sender bestand das Angebot nur aus wenigen Titeln. Bei RTL fiel allein darunter die dtcp-Produktion „10 vor 11“ mit anspruchsvollen Kulturthemen. Bei Sat.1 wurden die Gesprächssendungen im Jahr 2011 durch den Polit-Talk „Eins gegen Eins“ erweitert. Damit gab es neben „Kerner“ und der von dem Drittanbieter dtcp produzierten Kultursendung drei Talkformate mit unterschiedlicher Themenpräferenz. Diese Mischung ergab für Gesprächssendungen bei Sat.1

**Nur wenige Talk-Programme bei Privaten**

**Abb. 4 Inhaltsprofile von Dokumentation/Bericht/Reportage 2011**  
Sendedauer in %



Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00 -1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

einen Politikanteil von 35 Prozent, während sich die übrige Sendezeit vorwiegend auf Themen zu Kultur, Alltag, Katastrophen und Human Interest verteilte.

**Doku-Soap/Doku-Inszenierungen fast ausschließlich bei RTL und Sat.1**

Abgesehen von einer einzelnen ZDF-Sendung im Stil der Doku-Soap (5) wurden alle Sendungen dieses Formats in den privaten Programmen angeboten. Wie im Vorjahr präsentierte sich RTL als Hauptanbieter von Doku-Soaps und Pseudo-Dokus (1417 Min.) und prägte auch wesentlich das Inhaltsprofil dieser Sendungen. Die Hälfte der Sendezeit entfiel bei RTL auf Alltagsthemen und zwischenmenschliche Beziehungen, je ein Viertel auf Themen der Kategorien Soziales und Kriminalität. Zu den konventionellen Doku-Soaps gehörten unter anderem „Die Supernanny“, „Entführt – Gib mir mein Kind zurück!“, „Mietprellern auf der Spur“, „Rach, der Restauranttester“, „Vermisst“. Als Scripted Doku-Soaps wurden weiterhin „Betrugsfälle“ und „Die Schulumittler“ im untersuchten Tageszeitabschnitt gesendet. Das geringere Angebot an Doku-Soaps bei Sat.1 – „Baby-Alarm!“, „Teenie-mütter in Not“, „Liebes-Alarm!“, „Messie-Alarm!“, „Nur die Liebe zählt“ – hatte seine Themenschwerpunkte im Alltagsleben und in den zwischenmenschlichen Beziehungen der Akteure.

**Akteure**

Die Erfassung der Akteure im untersuchten Nonfictionangebot soll dazu beitragen, weitere Zusammenhänge zwischen den Formen und Inhalten der

Sendungen zu verdeutlichen. Dieser Untersuchungsteil beschränkt sich auf die nichttagesaktuellen Angebote unter Ausschluss der Nachrichtensendungen. Codiert wurden alle Personen, die in einer Sendung bzw. einem Beitrag absichtsvoll im Bild erschienen. Quantifiziert wurde die Auftrittshäufigkeit der Akteure, unabhängig von der Sendedauer des Auftritts. Da in Magazinen mit mehreren Themenbeiträgen in der Regel auch mehr Akteure auftreten als in monothematischen Sendungen, wird die Gesamthäufigkeit der Akteurauftritte auch vom Gesamtangebot der Sendungsformen mit beeinflusst, so dass auch hier eine differenzierte Betrachtung der einzelnen Sendungsformen zweckmäßig erscheint.

Wie in den Vorjahren wurden die Akteure nach folgenden Kategorien unterschieden: 1. Politiker als Amtsinhaber, 2. Repräsentanten einer Institution, Interessengruppe, eines Unternehmens, eines Vereins u. a., 3. Sachexperten, 4. Journalisten, 5. Polizei/Militär, 6. Prominente (Medien, Showbiz, Sport) und 7. diverse Alltagsbürger/Privatpersonen (gruppiert aus Durchschnittsmenschen, Personen in ausgewählten Berufsrollen oder Familienrollen, Personen mit Namen oder anonymisiert, ferner vom Durchschnitt abweichende Personen mit positiven oder negativen Besonderheiten) (vgl. Tabelle 7 und Abbildung 5).

**Sieben Akteurkategorien unterschieden**

Insgesamt wurden im Jahr 2011 im untersuchten Nonfictionangebot (ohne Nachrichtensendungen) 9772 Akteurauftritte erfasst, im Jahr 2010 waren es 9440 Akteurauftritte. Vergleicht man die Akteurprofile der Sender im gesamten Nonfictionan-

**Alltagsbürger/ Privatpersonen bei allen Sendern häufigste Akteure**

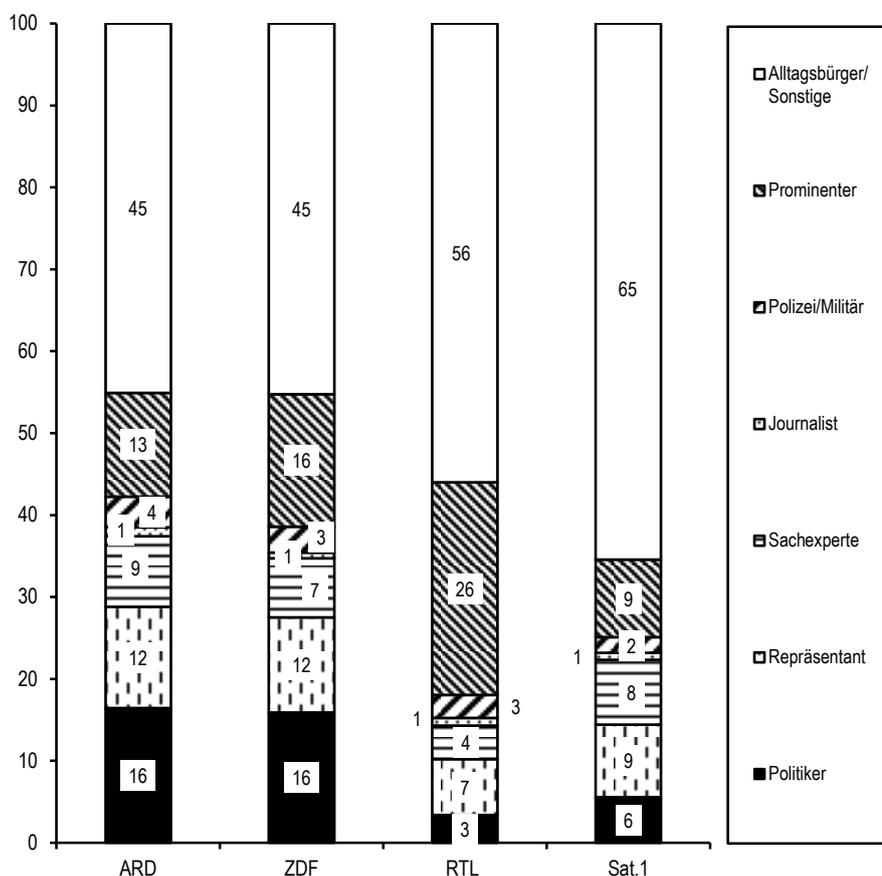
## ⑦ Akteure in den untersuchten Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) 2011

	Anzahl der Auftritte				Gesamt	in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1		ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Politiker	406	470	90	93	1 059	16	16	3	6	11
Repräsentant	306	343	183	148	980	12	12	7	9	10
Sachexperte	212	214	109	132	667	9	7	4	8	7
Journalist	27	21	25	14	87	1	1	1	1	1
Polizei/Militär	93	93	75	32	293	4	3	3	2	3
Prominenter	313	478	694	158	1 643	13	16	26	9	17
Alltagsbürger	1 114	1 338	1 498	1 095	5 043	45	45	56	65	52
Gesamt	2 471	2 957	2 674	1 670	9 772	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 5 Akteure in nonfiktionalen Angeboten 2011**  
Auftritte in %



Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

gebot ohne weitere Differenzierung, zeigt sich: Bei allen Sendern entfielen die meisten Akteurauftritte auf die Kategorie Alltagsbürger/Privatpersonen, ihr Anteil war jedoch in den privaten Programmen höher als in den öffentlich-rechtlichen. Von allen Akteurauftritten entfielen bei Sat.1 (65%) zwei Drittel und bei RTL (56%) über die Hälfte auf die Kategorie Alltagsbürger/Privatpersonen, bei ARD (45%) und ZDF (45%) machte ihr Anteil weniger als die Hälfte aus.

Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender unterschieden sich mit ähnlichen Akteurprofilen von den privaten. RTL unterschied sich durch seinen höheren Anteil an Prominenten von Sat.1. Vor allem politische und gesellschaftliche Funktionsträger hatten bei ARD und ZDF höhere Präsenzzraten als bei RTL und Sat.1. Dieser Befund entspricht dem, was sich angesichts der Inhaltsstruktur der

**Politische und gesellschaftliche Funktionsträger bei ARD und ZDF häufiger vertreten**

⑧ Akteure in Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) nach Sendungsformen 2011

	Anzahl der Auftritte					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Magazin	1 673	2 082	1 977	1 103	6 835	100	100	100	100	100
Politiker	134	185	90	80	489	8	9	5	7	7
Repräsentant	227	243	155	121	746	14	12	8	11	11
Sachexperte	133	91	86	93	403	8	4	4	8	6
Journalist	19	9	20	4	52	1	0	1	0	1
Polizei/Militär	65	78	49	16	208	4	4	2	1	3
Prominenter	287	387	650	135	1 459	17	19	33	12	21
Alltagsbürger/Sonstige	808	1 089	927	654	3 478	48	52	47	59	51
Dokumentation/Bericht/Reportage	485	629	226	274	1 614	100	100	100	100	100
Politiker	186	223	-	4	413	38	35	-	1	26
Repräsentant	48	76	9	23	156	10	12	4	8	10
Sachexperte	29	94	10	16	149	6	15	4	6	9
Journalist	3	10	3	3	19	1	2	1	1	1
Polizei/Militär	26	12	1	13	52	5	2	0	5	3
Prominenter	9	5	39	13	66	2	1	17	5	4
Alltagsbürger/Sonstige	184	209	164	202	759	38	33	73	74	47
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	308	227	13	235	783	100	100	100	100	100
Politiker	86	62	-	9	157	28	27	-	4	20
Repräsentant	29	21	-	3	53	9	9	-	1	7
Sachexperte	50	25	1	20	96	16	11	8	9	12
Journalist	5	2	-	7	14	2	1	-	3	2
Polizei/Militär	2	1	-	3	6	1	0	-	1	1
Prominenter	17	82	5	10	114	6	36	38	4	15
Alltagsbürger/Sonstige	119	34	7	183	343	39	15	54	78	44
Doku-Soap/Doku-Inszenierung	-	14	458	58	530	-	100	100	100	100
Repräsentant	-	-	19	1	20	-	-	4	2	4
Sachexperte	-	4	12	3	19	-	29	3	5	4
Journalist	-	-	2	-	2	-	-	0	-	0
Polizei/Militär	-	2	25	-	27	-	14	5	-	5
Prominenter	-	4	-	-	4	-	29	-	-	1
Alltagsbürger/Sonstige	-	4	400	54	458	-	29	87	93	86
Sonstige nonfiktionale Form	5	5	-	-	10	100	100	-	-	100
Repräsentant	2	3	-	-	5	40	60	-	-	50
Alltagsbürger/Sonstige	3	2	-	-	5	60	40	-	-	50

Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

untersuchten Nonfictionangebote erwarten lässt. Mit höheren Anteilen der Politikthematisierung in den Angeboten steigt auch die Präsenz von Politikern und Repräsentanten gesellschaftlicher Gruppen, die diese Themen in professionellen Rollen öffentlich vertreten. Mit höheren Anteilen der Alltagsthematisierung steigt umgekehrt die Präsenz der Alltagsbürger als Handelnde ohne institutionelle Bindung. An diesem Zusammenhang hat sich nichts Wesentliches geändert, auch wenn bei der ARD der Anteil der Alltagsbürger 2011 höher ausfiel als im Vorjahr.

fallen je nachdem, um welches Programmformat es sich handelt (vgl. Tabelle 8). Am wenigsten wird dies im Magazingesamtangebot sichtbar, weil sich durch Vermischung der einzelnen Magazintypen auch deren Themenpräferenzen und damit auch die Akteurkategorien vermischen. Im Gesamtangebot der Magazine entfiel bei allen Sendern etwa die Hälfte der Akteurauftritte auf Alltagsbürger/Privatpersonen. Mit deutlich geringerer Präsenz rangierten Prominente in den Magazinen an zweiter Stelle. Dabei hatten Prominente erheblich mehr Auftritte bei RTL als bei allen anderen Sendern.

**Akteurprofile nach Sendungsformen** Vergleicht man die Akteurprofile der Sender in verschiedenen Sendungsformen, zeigt sich, dass die Auftrittschancen der Akteure unterschiedlich aus-

Deutlich unterschieden sich die Akteurprofile der Sender bei Dokumentationen, Berichten und Reportagen, die in größerem Umfang von den öffentlich-rechtlichen Sendern angeboten wurden. Bei ARD und ZDF waren in diesen Sendungen Politiker und Alltagsbürger annähernd gleich häufig

**In Dokumentationen/ Berichten/Reportagen der Privatsender waren Alltagsbürger wesentlich stärker präsent**

## ⑨ Akteure in Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) nach Inhaltskategorien 2011

	Anzahl der Auftritte					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Politik i.w.S.	889	1 088	280	269	2 526	100	100	100	100	100
Politiker	363	427	76	73	939	41	39	27	27	37
Repräsentant	114	179	51	48	392	13	16	18	18	16
Sachexperte	93	116	9	15	233	10	11	3	6	9
Journalist	9	4	4	7	24	1	0	1	3	1
Polizei/Militär	31	17	9	3	60	3	2	3	1	2
Prominenter	13	-	2	7	22	1	-	1	3	1
Alltagsbürger/Sonstige	266	345	129	116	856	30	32	46	43	34
Soziales	143	128	207	125	603	100	100	100	100	100
Politiker	5	2	2	5	14	3	2	1	4	2
Repräsentant	31	19	16	15	81	22	15	8	12	13
Sachexperte	19	3	8	4	34	13	2	4	3	6
Journalist	-	1	-	-	1	-	1	-	-	0
Polizei/Militär	2	1	9	-	12	1	1	4	-	2
Prominenter	4	12	5	2	23	3	9	2	2	4
Alltagsbürger/Sonstige	82	90	167	99	438	57	70	81	79	73
Kultur/Wissenschaft/Natur	124	149	37	69	379	100	100	100	100	100
Politiker	4	13	1	4	22	3	9	3	6	6
Repräsentant	13	16	1	12	42	10	11	3	17	11
Sachexperte	27	22	6	12	67	22	15	16	17	18
Journalist	-	1	-	-	1	-	1	-	-	0
Polizei/Militär	-	1	-	-	1	-	1	-	-	0
Prominenter	31	33	8	7	79	25	22	22	10	21
Alltagsbürger/Sonstige	49	63	21	34	167	40	42	57	49	44
Alltag/Beziehungen/Freizeit	131	272	671	470	1 544	100	100	100	100	100
Politiker	1	4	-	-	5	1	1	-	-	0
Repräsentant	15	22	32	8	77	11	8	5	2	5
Sachexperte	15	14	32	46	107	11	5	5	10	7
Journalist	1	1	3	-	5	1	0	0	-	0
Polizei/Militär	7	-	19	6	32	5	-	3	1	2
Prominenter	3	25	68	16	112	2	9	10	3	7
Alltagsbürger/Sonstige	89	206	517	394	1 206	68	76	77	84	78
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	486	648	1012	289	2 435	100	100	100	100	100
Politiker	22	13	5	3	43	5	2	0	1	2
Repräsentant	58	44	37	22	161	12	7	4	8	7
Sachexperte	11	10	22	6	49	2	2	2	2	2
Journalist	12	9	17	1	39	2	1	2	0	2
Polizei/Militär	1	2	3	-	6	0	0	0	-	0
Prominenter	255	401	603	114	1 373	52	62	60	39	56
Alltagsbürger/Sonstige	127	169	325	143	764	26	26	32	49	31

(Fortsetzung nächste Seite)

vertreten. Auf beide Gruppierungen entfiel ungefähr jeweils ein Drittel aller Akteurauftritte. Außerdem erhielten hier die gesellschaftlichen Repräsentanten den Vorrang vor Prominenten. In den Dokumentationen, Berichten und Reportagen der Privatsender war die Präsenz der Alltagsbürger wesentlich stärker ausgeprägt. Hier entfielen fast drei Viertel der Akteurauftritte auf Alltagsbürger, Politiker auftritte fehlten dagegen bei RTL völlig, bei Sat.1 blieben sie eine Randerscheinung. Während ARD und ZDF auch den Repräsentanten und Sachexperten zusätzlich Präsenz verliehen, überwogen bei RTL die Prominenten vor den institutionellen Funktionsträgern.

Auch in den Diskussionen, Gesprächen und Talkshows, die bei RTL nur eine marginale Rolle spielten, unterschieden sich die Akteurprofile der Sender deutlich. In den Sendungen der ARD traten Alltagsbürger und Politiker als stärkste Gruppierung auf, im ZDF Prominente und Politiker. Beide öffentlich-rechtlichen Sender verschafften auch einigen Sachexperten Präsenz. Dagegen entfielen die Akteurauftritte in den Sendungen von Sat.1 mit knapp vier Fünftel auf die Kategorie Alltagsbürger/Privatpersonen, hinzu kamen an zweiter Stelle die Sachexperten.

**In Talksendungen von ARD und ZDF auch Sachexperten vertreten**

⑨ **Akteure in Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) nach Inhaltskategorien 2011 (Fortsetzung)**

	Anzahl der Auftritte					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Katastrophen/Unglück	367	316	100	140	923	100	100	100	100	100
Politiker	9	11	5	7	32	2	3	5	5	3
Repräsentant	32	28	11	14	85	9	9	11	10	9
Sachexperte	37	33	18	30	118	10	10	18	21	13
Journalist	1	3	-	6	10	0	1	-	4	1
Polizei/Militär	21	19	4	-	44	6	6	4	-	5
Prominenter	2	1	2	5	10	1	0	2	4	1
Alltagsbürger/Sonstige	265	221	60	78	624	72	70	60	56	68
Kriminalität	325	324	336	219	1 204	100	100	100	100	100
Politiker	2	-	-	1	3	1	-	-	0	0
Repräsentant	40	35	33	23	131	12	11	10	11	11
Sachexperte	8	11	12	16	47	2	3	4	7	4
Journalist	4	2	1	-	7	1	1	0	-	1
Polizei/Militär	31	51	31	23	136	10	16	9	11	11
Prominenter	5	1	3	-	9	2	0	1	-	1
Alltagsbürger/Sonstige	235	224	256	156	871	72	69	76	71	72
Sport	-	32	31	89	152	-	100	100	100	100
Politiker	-	-	1	-	1	-	-	3	-	1
Repräsentant	-	-	2	6	8	-	-	6	7	5
Sachexperte	-	5	2	3	10	-	16	6	3	7
Polizei/Militär	-	2	-	-	2	-	6	-	-	1
Prominenter	-	5	3	7	15	-	16	10	8	10
Alltagsbürger/Sonstige	-	20	23	73	116	-	63	74	82	76
Sonstiges	6	-	-	-	6	100	-	-	-	100
Repräsentant	3	-	-	-	3	50	-	-	-	50
Sachexperte	2	-	-	-	2	33	-	-	-	33
Alltagsbürger/Sonstige	1	-	-	-	1	17	-	-	-	17

Untersuchungszeitraum 2011: 14.-20. März, 18.-24. Juni, 12.-18. September, 21.-27. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Noch deutlicher als in allen anderen Sendungsformen wirkte sich der Ausschluss von politischen und gesellschaftlichen Funktionsträgern in den von den Privatsendern favorisierten Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen aus. In diesen Sendungen entfielen bei RTL 87 Prozent und bei Sat.1 93 Prozent der Akteurauftritte auf Alltagsbürger. Die restlichen Auftritte hatten nachrangig Polizei und Sachexperten.

Zusammenhänge wie bei den Sendungsformen zeigten sich auch zwischen den Inhaltskategorien der Nonfictionangebote und den Akteurprofilen. Da bei bestimmten Themen die dazu passenden Akteure zum Beispiel zur Vermittlung unterschiedlicher Standpunkte benötigt werden, ist es naheliegend, dass in unterschiedlichen Inhaltskategorien auch unterschiedliche Akteurprofile begünstigt werden. Je mehr sich die Sender in ihrer Themenstruktur unterscheiden, desto mehr dürften sie sich dann auch in ihren Akteurprofilen unterscheiden.

**Auch bezogen auf Inhaltskategorien Alltagsbürger mit den meisten Auftritten**

Vergleicht man die Akteurprofile in den verschiedenen Inhaltskategorien, zeigt sich, dass die Alltagsbürger fast in allen Inhaltsbereichen die meisten Auftritte hatten (vgl. Tabelle 9). Ihre Präsenz war bei allen Sendern am stärksten in den The-

menbereichen Alltag/zwischenmenschliche Beziehungen, Soziales, Katastrophen, Kriminalität und Sport ausgeprägt. Weniger stark war ihr Übergewicht in den Inhaltskategorien Politik, Kultur/Wissenschaft/Natur und Human Interest/Prominenz. In diesen Kategorien verteilten sich die Auftritte stärker zugunsten institutioneller, gesellschaftlicher oder anderer Funktionsträger. Naheliegenderweise kamen Politikerauftritte auf Höchstwerte bei Politikthemen. Dazu trugen vor allem die Sendungen von ARD und ZDF bei, während in den Beiträgen von RTL und Sat.1 auch in dieser Kategorie Alltagsbürger den Vorrang hatten. Prominente und Sachexperten waren relativ häufig bei Themen zu Kultur/Wissenschaft/Natur vertreten. In der Inhaltskategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz führten bei ARD, ZDF und RTL Prominente die Rangliste der Akteurauftritte mit Abstand vor den Alltagsbürgern an.

**Fazit**

Die Analyse der Nonfictionangebote in den Hauptprogrammen von ARD, ZDF, RTL und Sat.1 basierte wie in den Vorjahren auf einer vierwöchigen Stichprobe und konzentrierte sich auf die zuschauerstarke Tageszeitphase von 17.00 bis 1.00 Uhr. In die erste Untersuchungswoche fiel mit erkennbaren

Auswirkungen auf die Informationsangebote die Fukushima-Katastrophe. Die wesentlichen Befunde hinsichtlich der Untersuchungsbereiche Angebotsumfang, Sendungsformen, Inhalte und Akteure lassen sich in folgenden Punkten zusammenfassen:

**ARD und ZDF weiter mit Abstand größte Informationsanbieter**

1. Der Umfang der untersuchten Nonfictionangebote fiel 2011 bei der ARD durch mehr Informationsangebote und beim ZDF sowohl durch mehr journalistische Unterhaltungs- als auch durch mehr Informationsangebote höher aus als im Vorjahr. ARD und ZDF erwiesen sich damit als größte Informationsanbieter, gefolgt von RTL. Sat.1 blieb weiterhin kleinster Informationsanbieter im Vier-Sender-Vergleich.

**Stabile Struktur bei den Sendungsformen**

2. Die führende Rolle der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme beruhte auf einer stabilen Struktur der Sendungsformen, unter denen Nachrichtensendungen, Magazine, Gesprächsformen und Dokumentationen/Berichte/Reportagen in dieser Rangfolge den Schwerpunkt bildeten. RTL bestritt sein Informationsangebot hauptsächlich mit Magazinen und zu einem geringeren Teil mit Nachrichten und noch geringer mit konventionellen Dokumentationen und Reportagen. Ein erheblicher Teil seines Nonfictionangebots bestand wieder aus Doku-Soaps, die dem Factual Entertainment zuzurechnen sind. Auch Sat.1 favorisierte die Magazine als Sendungsform vor Dokumentationen/Reportagen und Gesprächsformen. Hinzu kamen auch hier Doku-Soaps, deren Anteil aber wesentlich geringer war als bei RTL. Im Vergleich zu den anderen Sendern hatte Sat.1 weiterhin das geringste Nachrichtenangebot. Gegenüber dem Vorjahr stieg bei allen Sendern ereignisbedingt das Nachrichtenangebot.

**ARD/ZDF vermitteln mehr gesellschaftlich relevante Themen, RTL/Sat.1 mehr Alltagsthemen**

3. Mit den unterschiedlichen Sendungsformen verbundenen sich auch Unterschiede in den Inhaltsprofilen der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme. ARD und ZDF widmeten sich wesentlich umfangreicher der Vermittlung von Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte und verschafften damit den allgemein politisch und gesellschaftlich als relevant geltenden Themen der institutionellen Politik ein breites Angebotsspektrum. RTL thematisierte bevorzugt dagegen das Alltagsleben und zwischenmenschliche Beziehungen, und bei Sat.1 war bereits der Angebotsumfang zu gering, um eine relevante Rolle als Informationsanbieter spielen zu können. Im Vergleich zum Vorjahr stieg bei allen Sendern die Katastrophenthematisierung (wesentlich auch durch die Fukushima-Katastrophe bedingt), dafür sank die Alltagsthematisierung.

**ARD und ZDF mit vielfältigerem Spektrum an Info-Sendungen**

4. Die Informationsangebote von ARD und ZDF verteilen sich auf verschiedene Nachrichtenformate und Magazine mit unterschiedlichen thematischen Ausrichtungen, hinzu kommen verschiedene Gesprächsformen und mehr Dokumentationen, Berichte und Reportagen als bei RTL und Sat.1. Damit bieten die öffentlich-rechtlichen Sender in ihrem Informationsangebot ein breiteres und vielfältigeres Spektrum, insbesondere an politischen

Inhalten, an als die privaten Sender. Das damit nicht vergleichbare Angebot der Privaten erfüllt eher eine komplementäre Funktion, indem es mehr die privaten Lebensbereiche thematisiert, in denen die institutionelle Politik und das organisierte öffentliche Leben nicht stattfinden.

5. In allen Sendungen (ausgenommen Nachrichtensendungen) gab es eine hohe Präsenz von Privatpersonen in Akteurrollen. Ihr Anteil fiel in den privaten Programmen höher aus als in den öffentlich-rechtlichen Programmen. Dagegen waren die Auftrittschancen von Politikern und Funktionsträgern aus Wirtschaft und Gesellschaft bei ARD und ZDF höher. Zusammenhänge zeigten sich sowohl zwischen Sendungsformen und Akteurprofilen als auch zwischen Inhaltskategorien und Akteurekategorien. ARD und ZDF tendierten in fast allen Themenbereichen außer Human Interest/Prominenz/Showbiz dazu, Politikern und gesellschaftlichen Repräsentanten mehr Auftrittschancen zu geben als die privaten Sender, während RTL und Sat.1 Alltagsbürgern mehr Auftrittschancen gaben.

Diese Befunde belegen auch für das Jahr 2011 wesentliche Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Nonfictionangeboten, mit denen sich die These einer Funktionsteilung in dem Sinne stützen lässt, dass die öffentlich-rechtlichen Sender ihren Auftrag zur Vermittlung von politisch und gesellschaftlich relevanten Themen in klassischen Formen des Journalismus wahrnehmen, während die privaten Sender dies in geringerem Grade tun und sich stattdessen in unterhaltungsorientierten Doku-Formaten stärker nichtpolitischen Themen im privaten Lebensbereich der Menschen zuwenden.

**RTL und Sat.1 geben Alltagsbürgern mehr Auftrittschancen**

**Funktionsteilung zwischen ö.-r. und privaten Sendern im Nonfictionangebot bestätigt**

Anmerkungen:

- 1) Im Unterschied zu den anderen Wochen von jeweils Montag bis Sonntag wurden hier die Tage von Samstag bis Freitag ausgewählt, um Pfingsten zu umgehen.
- 2) In den im NRW-Kabelnetz empfangbaren Regionalen Fensterprogrammen wird bei RTL statt des Boulevardmagazins „Explosiv“ das Regionalmagazin „Guten Abend RTL“ und bei Sat.1 statt der Fernsehserie „Niedrig und Kuhnt“ das Regionalmagazin „17:30 NRW“ ausgestrahlt. Dieser Austausch stärkt die Informationsangebote der Privatsender.
- 3) Vgl. Krüger, Udo Michael: Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung, Programmanalyse 2011 – Teil 1: Sparten und Formen. In: Media Perspektiven 4/2012, S. 215–236.
- 4) Vgl. Krüger, Udo Michael: Sendungsformen, Themen und Akteure im Nonfictionangebot von ARD, ZDF, RTL und Sat.1. In: Media Perspektiven 5/2010, S. 258–272.
- 5) Dabei handelt es sich um eine Folge der gemeinsam von ZDF und ORF produzierten Sendung „Der Wettlauf zum Südpol – Deutschland gegen Österreich“ am 15.3.2011, die sich im Thema wie im Anspruch von allen übrigen Doku-Soaps unterscheidet.

