

→ Zusammenfassungen

Stefan Geese/
Heinz Gerhard
**Die Olympischen
Spiele 2012 im
Fernsehen**
Nutzung und
Bewertung durch
die Zuschauer.
MP 11/2012,
S. 546–554

Die XXX. Olympischen Sommerspiele in London waren neben der Fußball-Europameisterschaft in Polen und der Ukraine das Sportereignis des Jahres 2012 im Fernsehen. Der Umfang der Berichterstattung sowie die Rezeption und Akzeptanz dieses Angebots durch die Zuschauer sind Themen dieses Beitrags. Grundlage sind die Messwerte der AGF/GfK Fernsehforschung sowie die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von rund 1000 Personen, die in der zweiten Übertragungswoche durchgeführt wurde.

Das Erste und das ZDF berichteten insgesamt 241 Stunden von den Olympischen Spielen. Neben den Übertragungen in den linearen Fernsehprogrammen wurden zusätzlich bis zu sechs Live-streams über die Onlineportale von ARD und ZDF verbreitet, um den Zuschauern die Möglichkeit zu bieten, Wettkämpfe zu verfolgen, die zeitgleich zu den Übertragungen im Hauptprogramm liefen. Insgesamt schalteten 50,58 Millionen Zuschauer – und damit rund 70 Prozent der Bevölkerung – die Fernsehübertragungen von den Olympischen Spielen ein. Begünstigt durch die geringe Zeitverschiebung wurden damit mehr Zuschauer als bei den Olympischen Spielen in Peking 2008 registriert. Im Durchschnitt erreichten die Berichte eine Sehbeeilung von 3,38 Millionen Zuschauern und einen Marktanteil von 23,9 Prozent.

Auch die Qualität der Berichterstattung traf auf ein positives Echo. 75 Prozent der Zuschauer bewerteten die Übertragungen insgesamt als „sehr gut“ oder „gut“. Vor allem die „tollen Bilder“, professionellen Berichte, die Informationstiefe, sympathische Moderation und Kompetenz der Reporter wurden von den Befragten mit Zustimmungswerten über 90 Prozent hervorgehoben. Auf die Frage, wer in Zukunft über die Olympischen Spiele berichten soll, votierten 95 Prozent der Zuschauer für eine Fortführung der Berichterstattung bei ARD und ZDF.

Im Anschluss an die Wettkämpfe der nicht behinderten Sportler fanden die Paralympics – die Olympischen Spiele behinderter Sportler – statt. Das Erste und das ZDF berichteten mit mehr als 63 Sendestunden so ausführlich wie noch nie über das Ereignis. Mit mehr als 30 Millionen Zuschauern insgesamt vergrößerte sich auch der Zuschauerkreis gegenüber den Paralympischen Spielen von 2008 und erreichte einen neuen Rekordwert.

Sport ist im deutschen Fernsehen eine feste Größe und erreicht regelmäßig Spitzenwerte in der Zuschauergunst. Gut die Hälfte der Fernsehzuschauer gab 2011 an, Sport gerne oder sehr gerne zu sehen. Das Interesse für Sport ist bei Männern deutlich ausgeprägter als bei Frauen. Rund 80 Prozent der Männer sehen gerne Sportsendungen im Fernsehen, bei den Frauen ist es nur gut ein Drittel der Befragten.

Von den 22 untersuchten, frei empfangbaren Sendern hatten zwölf Sender in relevantem Umfang (mindestens 1 Prozent des Programmolumens) Sport im Programm. Es handelte sich dabei um die Sportspartensender Eurosport und Sport1, die nationalen öffentlich-rechtlichen Programme Das Erste und das ZDF, die Dritten Programme der ARD sowie die Privatsender RTL und Sat.1. Das Gesamtangebot an Sport lag 2011 hochgerechnet bei rund 11 600 Sendestunden und machte damit rund 6 Prozent des Programmangebots aus.

Die Angebotsprofile der verschiedenen Sendergruppen unterschieden sich sowohl im Hinblick auf ihr Angebotsvolumen, auf die eingesetzten redaktionellen Sendungsformen als auch auf die Vielfalt der gezeigten Sportarten. Die Sportspartensender boten dabei das umfangreichste und vielfältigste Programmportfolio an. Während sich Eurosport nahezu ausschließlich auf Sport konzentrierte, fanden im Programm von Sport1 neben Sport auch unterhaltende Sendungen Platz. Nach den Spartenprogrammen weisen die öffentlich-rechtlichen Programme den größten Umfang und die größte Bandbreite an gezeigten Sportarten auf. Neben der Berichterstattung über große Sportereignisse prägen Sportmagazine das Programmangebot der Öffentlich-rechtlichen. Die Angebote der nationalen Hauptprogramme und der Dritten Programme ergänzen sich im Hinblick auf die regionale Ausrichtung als auch im Hinblick auf die Angebotsstruktur insgesamt. Die privaten Sender RTL und Sat.1 berichteten in deutlich geringerem Umfang über Sport und konzentrierten sich dabei auf wenige ausgewählte Sportarten, die dann als besonderer Programmevent mit Live- und Begleitberichten aufbereitet wurden.

Angela Rühle
**Programmprofile
zwischen Markt
und öffentlichem
Interesse**
Sport im deutschen
Fernsehen 2011.
MP 11/2012,
S. 555–569

Walter J. Schütz
Deutsche Tages-
presse 2012
 Ergebnisse
 der aktuellen
 Stichtagssammlung,
 MP 11/2012,
 S. 570–603

Bei der achten Stichtagssammlung der deutschen Tagespresse seit 1954 wurden im Rahmen einer Vollerhebung alle in der Zeit vom 14. bis 20. März 2012 erschienenen deutschen Tageszeitungen zusammengetragen und ausgewertet. Als Ergebnis ist generell festzuhalten, dass sich das Zeitungsangebot in Deutschland kaum verändert hat und nach wie vor von einem „gefestigten Zeitungsmarkt“ gesprochen werden kann. Bei nur noch marginalem Wettbewerb haben die lokal/regional angebotenen Titel in der Regel in ihren Verbreitungsgebieten eine sichere Erst- oder Alleinanbieterposition. Seit Ende Oktober 2008 stellten zwei Zeitungen („20 cent“, „Deister-Leine-Zeitung“) ihr Erscheinen ein.

Im Berichtszeitraum von Oktober 2008 bis März 2012 sind in drei Kategorien der Basisdaten geringere Bestandszahlen zu registrieren: Die weiter gesunkene verkaufte Auflage der deutschen Zeitungen belegt, wie sehr sie dem Wettbewerb mit konkurrierenden Informationsangeboten ausgesetzt sind. Auflagenverluste gab es vor allem in den östlichen Bundesländern und in Ballungsgebieten. Am wenigsten betroffen sind überregionale Abonnementzeitungen. Die Zahl der Kernredaktionen („Publizistische Einheiten“) hat sich weiter vermindert, ebenso die der „Verlage als Herausgeber“. Bei den Ausgaben ist eine entgegengesetzte Entwicklung zu registrieren: Ihre Zahl ist erstmals gegen

den seit Jahren bestehenden Trend leicht angestiegen. Zwei Trends stehen sich hier gegenüber: einerseits Schließung und Zusammenlegung, andererseits weitere Aufteilung von bereits bestehenden Ausgaben.

In Großstädten kam es sowohl zur Einstellung als auch zur Neugründung sublokaler Ausgaben. In den Landkreisen ist die Entwicklung dagegen überwiegend positiv. Dort wurden deutlich mehr lokale Ausgaben gestartet als eingestellt. Nur noch eine knappe Mehrheit der Verlage druckt ihre Zeitungen im eigenen Haus. Die „Netto-Zeitungsdichte“, das heißt die reale Zahl der miteinander in Wettbewerb stehenden Ausgaben, beträgt im Jahr 2012 unverändert 1,5, doch der Anteil derjenigen, die in Gebieten mit örtlichem Zeitungsmonopol leben, ist inzwischen auf 44 Prozent der Gesamtbevölkerung angestiegen. Die Ergebnisse der Stichtagssammlung 2012 zeigen zwei Möglichkeiten für die Zeitungen, Kosten zu senken und Akzeptanz zu gewinnen: Redaktionelle Kooperation und stärker ortsbezogene Ausgaben. ←