

Programmanalyse 2012 – Teil 1:  
Sparten und Formen

## ▶ Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung

Von Udo Michael Krüger\*

**Hauptprogramme nach wie vor im Zentrum des TV-Angebots**

Angesichts vieler Diskussionen um Digitalkanäle, Onlinevideo, Social Media etc. rückt häufig in den Hintergrund, dass die Fernsehauptprogramme nach wie vor unangefochten bei der Zuschauer- gunst an der Spitze stehen. Mit ihren vielfältigen Inhalten erreichen die Hauptprogramme der großen Sender regelmäßig Millionenpublika. Egal ob Fernsehfilm, Serie, Talkshow oder Sportübertragung, Sendungen in den Hauptprogrammen haben noch am ehesten eine Chance, in einem immer umfangreicheren und differenzierteren Fernsehangebot als Ereignis wahrgenommen und zum Tagesgespräch zu werden. Wie sich die Hauptprogramme als Angebot auf dem Fernsehmarkt entwickeln, wie stabil sie mit ihren Sendungen gesellschaftliche Funktionen erfüllen, durch welche Innovationen sie Aufmerksamkeit und Popularität bei den Zuschauern zu gewinnen suchen, diesen Fragen widmet sich die ARD/ZDF-Programmanalyse in der jährlichen Fortschreibung empirischer Programm- daten.

**2012 war „Sportjahr“ im Fernsehen**

Das Programmjahr 2012 brachte seit sieben Jahren erstmals wieder dem ZDF mit 12,6 Prozent die Marktführerschaft vor ARD/Das Erste (12,3 %) und RTL (12,3 %), gefolgt von Sat.1 (9,4 %) und ProSieben (5,9 %). (1) Die Stärke der öffentlich- rechtlichen Hauptprogramme dürfte unter anderem auf die Attraktivität großer Sportereignisse wie Fußball-EM und Olympische Sommerspiele zurückzuführen sein, die von ARD und ZDF übertragen wurden. Ebenso kommt in Betracht, dass sich bisher erfolgreiche Formate in den privaten Programmen abgenutzt haben und es an kompensierenden Innovationen mangelte. Wie die Programmstrukturen sich im Jahr 2012 im Einzelnen entwickelt haben und welche Veränderungen es dabei zu verzeichnen gab, wird von der Programmanalyse dokumentiert. Dazu wurden die Angebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben auf der Basis einer Vollerhebung analysiert. (2)

**Untersuchungsbasis**

Das Programmjahr 2012 war ein Schaltjahr mit 366 Tagen, die fünf Sender kamen damit auf ein Gesamtangebot von jeweils 8784 Sendestunden. Diese Sendezeit deckt ungeachtet der Zeitlücken

und Füller das Tageszeitbudget von 24 Stunden ab, das in der Programmanalyse des Gesamtjahres als Bezugsgröße dient. Sämtliche Werte, mit denen die Programm- sparten, Sendungsformen und inhaltlichen Schwerpunkte der Sender sowie die Produktionsländer der Fictionangebote quantifiziert und verglichen werden, beziehen sich in Minuten und Prozentanteilen auf die tägliche Gesamtsendezeit.

### Spartenprofile im Programmjahr 2012

Alle ausgestrahlten Sendungen und sonstigen Programmteile wurden weiterhin den acht Sparten zugeordnet: 1. Information, 2. Sport, 3. Non- fiktionale Unterhaltung, 4. Musik, 5. Kinder-/ Jugendprogramm, 6. Fiction (ohne Kinderprogramm), 7. Sonstiges und 8. Werbung. Mit diesen Kategorien werden in der langfristigen Programm- analyse Strukturen und Funktionen der Sendungen klassifiziert. Beim Vergleich der Spartenprofile der Sender zeigt sich, welches Gewicht der Information, der Unterhaltung und der Werbung im Programmjahr zukam, welche Sendungsformen dazu beitrugen und welche Folgen dies für die Inhaltsangebote der Sender hatte. Veränderungen in den Programmprofilen ergeben sich zum einen aus programmstrategischen Entscheidungen der Sender, neue Formate gegen bestehende auszutauschen, die Sendungslänge oder die Ausstrahlungsfrequenz von Sendungen zu ändern, um das Angebot attraktiver zu machen. Zum anderen spielt der Ereignishintergrund eine Rolle, wenn zum Beispiel durch Übertragungen internationaler Sportveranstaltungen reguläre Sendungen von ihren Sendeplätzen verdrängt werden. 2012 war wieder ein solches „Sportjahr“ mit entsprechenden Auswirkungen vor allem auf die Programm- profile von ARD und ZDF.

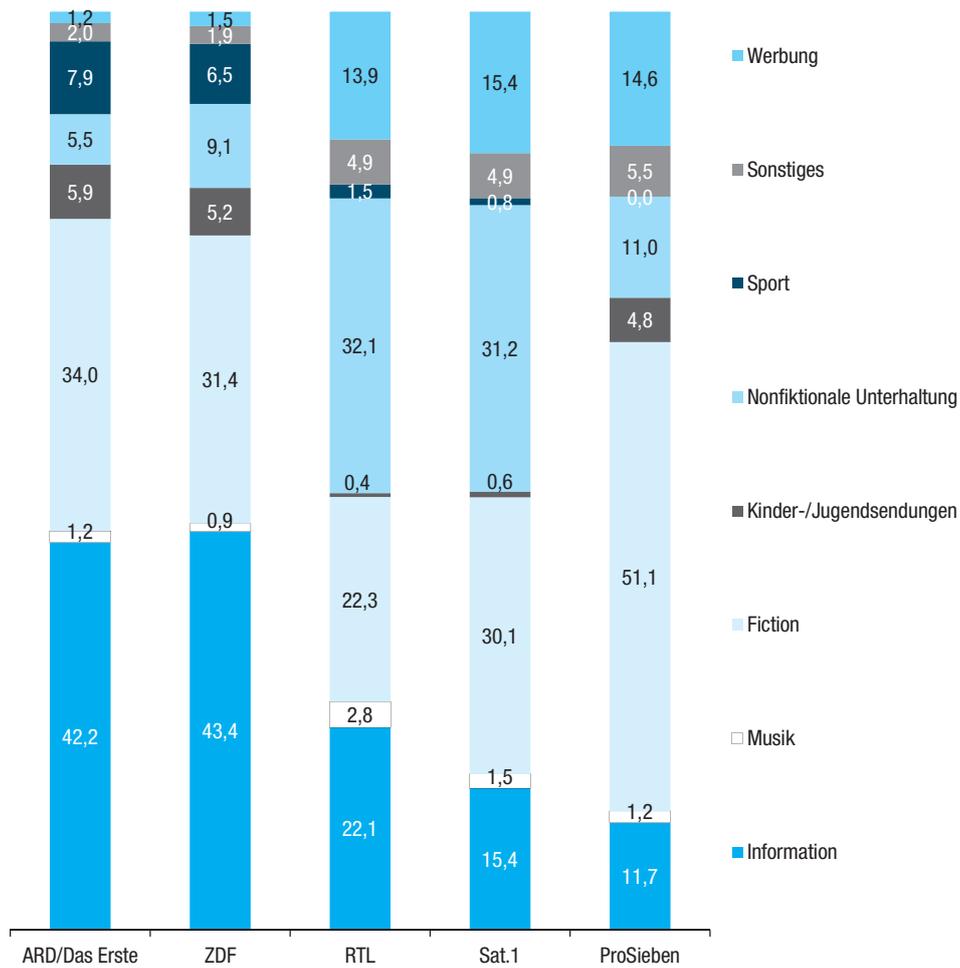
Im Unterschied zu anderen sportintensiven Jahren stieg aber im Ersten Programm der ARD trotz ausgeweiteter Sportangebote auch das Informationsangebot, das in der Regel in solchen Fällen Sendezeit verliert. So entfielen auf die Sparte Information bei der ARD 42,2 Prozent der Gesamt- sendedauer, dies entspricht im Durchschnitt 608 Minuten täglich (vgl. Abbildung 1 und Tabelle 1). Der Zuwachs betrug zwar nur 0,6 Prozentpunkte (9 Min./Tag), er deutet jedoch auf andere Substitutionseffekte hin, die nicht zulasten, sondern eher zugunsten der Information stattfanden. Auf die zweitgrößte Sparte Fiction (ohne Kinder-/ Jugendsendungen) entfielen 34,0 Prozent (489 Min./Tag), dieser Anteil verringerte sich um 0,7 Prozentpunkte (10 Min./Tag). Die übrigen Programm- sparten lagen deutlich unter einem Zehntel der Sendedauer, darunter Sport (7,9 %), gefolgt von Kinder-/ Jugendsendungen (5,9 %), nonfik- tionaler Unterhaltung (5,5 %) und mit Abstand

**Acht Sparten bilden Profile der Sender**

**ARD/Das Erste: Informationsangebot wuchs leicht auf gut 42 Prozent**

\* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 1 Programmparten im deutschen Fernsehen 2012**  
Anteil an der Sendedauer in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Musiksendungen (1,2%) sowie Sonstiges (2,0%) und Werbung (1,2%). Verglichen mit dem Vorjahr profitierte der Sport bei einem Zuwachs von 23 Minuten pro Tag am meisten von der Umverteilung der Sendezeit, die hauptsächlich den Unterhaltungssparten entzogen wurde.

**ZDF baute Fictionangebot aus**

Beim ZDF fanden Programmveränderungen in gegenläufiger Richtung zur ARD statt. Das ZDF reduzierte 2012 sein in allen Vorjahren höheres Informationsangebot auf einen Anteil von 43,4 Prozent (625 Min./Tag). Die Verringerung um 3,5 Prozentpunkte entsprach 50 Minuten täglich, die zur Ausweitung des Fictionangebots verwendet wurden. Der Fictionanteil erhöhte sich auf 31,4 Prozent (452 Min./Tag) um 3,2 Prozentpunkte (47 Min./Tag). Weniger auffällig als dieser Austausch von Information zugunsten der Fiction wirkte sich beim ZDF die Verlagerung von Sendezeit der Sparte nonfiktionale Unterhaltung zugunsten des

Sports aus. Für nonfiktionale Unterhaltung (9,1%; 132 Min./Tag) verblieb knapp ein Zehntel der Sendedauer, auf Sportsendungen entfielen trotz Sportjahr nur 6,5 Prozent. Damit zeigte sich beim ZDF eine geringere Präferenz für Sportangebote als bei der ARD. Die übrige Sendezeit verteilte sich ähnlich wie in den Vorjahren auf das Kinder- und Jugendprogramm (5,2%), Musik (0,9%), Sonstiges (1,9%) und Werbung (1,5%).

Das RTL-Programm hatte 2012 einen nahezu unveränderten Informationsanteil von 22,1 Prozent (318 Min./Tag). Auch der Sportanteil blieb mit 1,5 Prozent (22 Min./Tag) unverändert. Auf die Sparte nonfiktionale Unterhaltung entfiel knapp ein Drittel der Sendedauer (32,1%). RTL reduzierte die letztgenannte Sparte um 3,6 Prozentpunkte (52 Min./Tag) und erhöhte dafür das Fictionangebot (22,3%; 321 Min./Tag) um täglich 16 Minuten, das Musikangebot um 18 Minuten (2,8%; 40 Min./Tag) und die Werbung um 20 Minuten (13,9%; 200 Min./Tag). Für Kinder-/Jugendsendungen ver-

**RTL: nonfiktionale Unterhaltung größte Sparte**

Tab. 1 Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2010 bis 2012

	Sendedauer in Min./Tag			in %		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
<b>ARD/Das Erste</b>						
Information	582	599	608	40,4	41,6	42,2
Sport	111	91	114	7,7	6,3	7,9
Nonfiktionale Unterhaltung	90	89	79	6,3	6,2	5,5
Musik	14	12	18	1,0	0,8	1,2
Kinder-/Jugendsendungen	87	92	85	6,1	6,4	5,9
Fiction	499	499	489	34,6	34,7	34,0
Sonstiges	37	38	29	2,6	2,6	2,0
Werbung	20	20	18	1,4	1,4	1,2
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>ZDF</b>						
Information	690	675	625	47,9	46,9	43,4
Sport	94	75	94	6,5	5,2	6,5
Nonfiktionale Unterhaltung	135	151	132	9,4	10,5	9,1
Musik	12	8	13	0,8	0,6	0,9
Kinder-/Jugendsendungen	67	74	74	4,7	5,1	5,2
Fiction	392	405	452	27,2	28,1	31,4
Sonstiges	31	29	28	2,2	2,0	1,9
Werbung	20	22	22	1,4	1,5	1,5
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>RTL</b>						
Information	328	320	318	22,8	22,2	22,1
Sport	27	21	22	1,9	1,5	1,5
Nonfiktionale Unterhaltung	479	514	462	33,3	35,7	32,1
Musik	16	22	40	1,1	1,6	2,8
Kinder-/Jugendsendungen	4	2	6	0,3	0,1	0,4
Fiction	317	305	321	22,0	21,2	22,3
Sonstiges	74	75	71	5,1	5,2	4,9
Werbung	195	180	200	13,5	12,5	13,9
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>Sat.1</b>						
Information	238	268	222	16,6	18,6	15,4
Sport	21	15	11	1,5	1,0	0,8
Nonfiktionale Unterhaltung	460	443	449	31,9	30,7	31,2
Musik	3	2	22	0,2	0,1	1,5
Kinder-/Jugendsendungen	1	1	9	0,1	0,1	0,6
Fiction	415	419	434	28,8	29,1	30,1
Sonstiges	78	78	71	5,4	5,4	4,9
Werbung	223	216	221	15,5	15,0	15,4
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>ProSieben</b>						
Information	152	137	169	10,5	9,5	11,7
Sport	–	–	0	–	–	0
Nonfiktionale Unterhaltung	285	236	158	19,8	16,4	11,0
Musik	4	1	18	0,3	0,1	1,2
Kinder-/Jugendsendungen	57	59	70	3,9	4,1	4,8
Fiction	662	727	736	46,0	50,5	51,1
Sonstiges	80	85	80	5,6	5,9	5,5
Werbung	200	194	210	13,9	13,5	14,6
Gesamt	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

wendete RTL 0,4 Prozent, für Sonstiges 4,9 Prozent der Gesamtsendezeit.

#### Sat.1 verringerte sein Informationsangebot

Sat.1 verringerte im Jahr 2012 sein Informationsangebot um 45 Minuten (3,1 %-Punkte) auf 222 Minuten pro Tag. Der Informationsanteil belief sich damit nur noch auf 15,4 Prozent der Gesamtsendezeit. Die der Sparte Information entzogene Sendezeit wurde hauptsächlich für die Ausweitung von Fiction und Musiksendungen verwendet. Das Fictionangebot stieg auf 30,1 Prozent (434 Min./Tag), das Musikangebot auf 1,5 Prozent (22 Min./Tag). Auf nonfiktionaler Unterhaltung entfielen 31,2 Prozent (449 Min./Tag), Sport (0,8%), und Kinder-/Jugendsendungen (0,6%) blieben mit ihren Sendezeitanteilen unter 1 Prozent. Die restliche Sendezeit verteilte sich auf Sonstiges (4,9%), im Wesentlichen Trailer, sowie auf kommerzielle Werbung (15,4%; 221 Min./Tag), deren Umfang dem Informationsanteil glich.

#### ProSieben: Fiction machte 51 Prozent des Programms aus

ProSieben erwies sich auch 2012 unter den fünf Sendern als größter Fictionanbieter. Über die Hälfte der Sendezeit entfiel auf diese Sparte (51,1%; 736 Min./Tag), dementsprechend blieb für andere Sparten nur begrenzte Sendezeit übrig. Der Informationsanteil betrug 11,7 Prozent (169 Min./Tag), ähnlich der Anteil nonfiktionaler Unterhaltung (11,0%; 158 Min./Tag). Auf fiktionaler Kinder-/Jugendsendungen entfielen weitere 4,8 Prozent, auf Musik 1,2 Prozent der Sendezeit, Sportangebote gab es auch 2012 bei ProSieben nicht. Der nicht-redaktionelle Teil umfasste wie bei den übrigen Privatsendern etwa ein Fünftel der Gesamtsendezeit, davon entfielen auf Sonstiges 5,5 Prozent und auf Werbung 14,6 Prozent (210 Min./Tag).

Bei allen Sendern gab es im Jahr 2012 somit Veränderungen in den Spartenprofilen. Vergleicht man die teils unterschiedlichen Richtungen, ergibt sich folgender Befund: Abgesehen von den im Sportjahr üblichen Substitutionseffekten näherten sich ARD und ZDF in ihren dominanten Programmsparten, Information und Fiction, durch gegenläufige Sendezeitverteilung im Jahr 2012 tendenziell an (vgl. Abbildungen 2 bis 5). Die ARD erhöhte ihren Infoanteil, das ZDF reduzierte ihn zugunsten von Fiction. RTL blieb zwar bei seinem stabilen Informationsangebot, verringerte aber das nonfiktionaler Unterhaltungsangebot zugunsten von Fiction und Werbung. Sat.1 reduzierte sein Informationsangebot auf den Umfang der Werbung, zugute kam dies den Unterhaltungssparten. ProSieben verfolgte weiterhin den Ausbau seines Fictionangebots und blieb mit seinem Informationsanteil deutlich unter dem Anteil der Werbung.

#### Distanz zwischen ö.-r. und privaten Programmen bleibt bestehen

Im Ganzen gesehen zeigt der Spartenvergleich, dass die bislang beobachtete Distanz zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen auch 2012 bestand. Der Austausch von Information durch Unterhaltung beim ZDF und bei

Sat.1 änderte daran nichts. Beim ZDF hatte dies zur Folge, dass sich der Vorsprung im Informationsangebot vor der ARD verringerte, dennoch blieb das ZDF insgesamt größter Informationsanbieter.

#### Sendungsformen

Die Klassifizierung der Sendetitel unabhängig von Sparten nach Sendungsformen (3) liefert ein differenziertes Bild von der Zusammensetzung der Programmangebote. Auf der Ebene der Sendungsformen werden bereits typische Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern erkennbar. Zum einen lassen sich aus den Präferenzen der Sender für bestimmte Formen Rückschlüsse auf die publizistischen Positionierungen ziehen, zum anderen zeigt sich im Jahresvergleich der Formen, wodurch Veränderungen in den Programmsparten der Sender zustande kamen (vgl. Tabelle 2 und Abbildung 6).

Kern der aktuellen Berichterstattung in den Hauptprogrammen sind Nachrichtenangebote. Dass sich die öffentlich-rechtlichen und die privaten Programme in diesem Angebotssegment wesentlich in Umfang, Vielfalt der Formate und Ausstrahlungsfrequenz unterscheiden, wird oft mit den Anforderungen an die beiden Rundfunktypen gerechtfertigt. Während der Nachrichtenanteil der ARD (8,7%) und des ZDF (8,1%) auch im Programmjahr 2012 etwa doppelt so hoch ausfiel wie bei RTL (4,0%) als stärkstem Nachrichtenanbieter unter den drei Privatsendern, kam Sat.1 (2,2%) selbst unter Berücksichtigung aller Kurzausgaben im Frühstücksfernsehen (4), die mehr als die Hälfte der Nachrichten ausmachten, nur auf einen sehr geringen Anteil. ProSieben (0,8%) blieb mit seinem Nachrichtenangebot sogar weiterhin unter 1 Prozent der Gesamtsendezeit. Vergleicht man diese Angebotssituation mit den Vorjahren, zeigt sich, dass der Umfang der Nachrichten der Privatsender, abgesehen von einem leichten Rückgang bei RTL, stabil blieb. Die Nachrichten bei ARD und ZDF verloren 2012 etwas an Sendezeit, was teils auf den Ereignishintergrund (weniger Sonderausgaben) und teils auf Kürzungen der normalen Sendungslänge im Umfeld von Sportereignissen zurückzuführen war.

Auch beim Magazinangebot lagen die öffentlich-rechtlichen Sender in Umfang und Funktionsvielfalt vor den privaten Sendern (vgl. Abbildung 7). Die ARD kam mit ihren Magazinen auf 22,9 Prozent des Gesamtangebots, das ZDF blieb trotz Verringerung um täglich 20 Minuten mit 29,8 Prozent weiterhin stärkster Magazinanbieter. Unter den privaten Sendern rangierte RTL (16,8%) mit seinem konstanten Magazinangebot vor Sat.1 (11,4%) und ProSieben (10,2%).

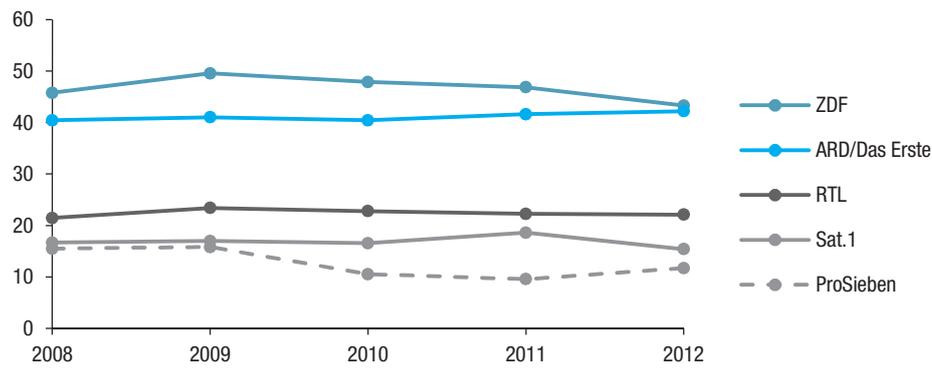
Einen geringeren Umfang als die Magazine hatten bei allen Sendern die Reportagen und Dokumentationen. Die öffentlich-rechtlichen Programme

#### Nachrichten

#### Magazine

#### ARD und ZDF bei Reportagen und Dokus führend

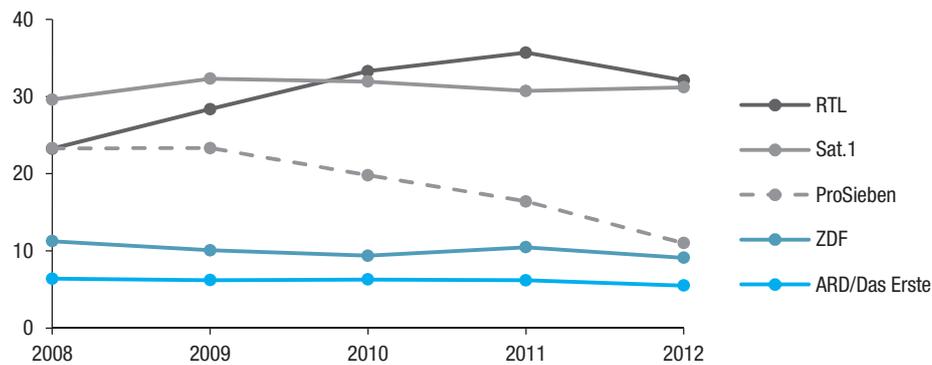
**Abb. 2 Sparte Information bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2012**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

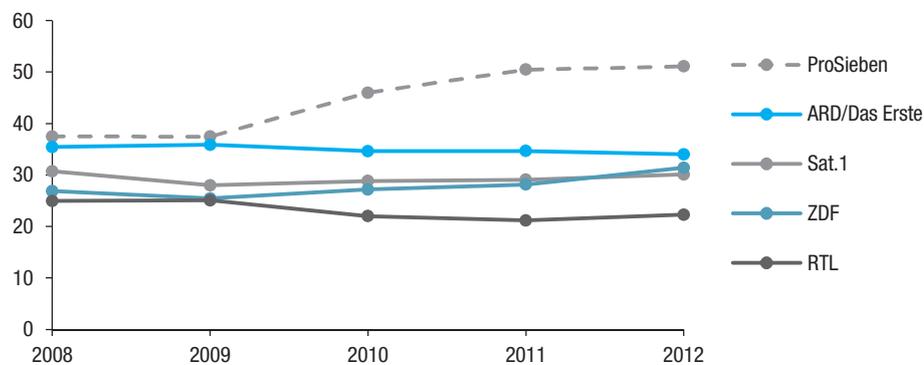
**Abb. 3 Sparte Nonfiktionale Unterhaltung bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2012**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

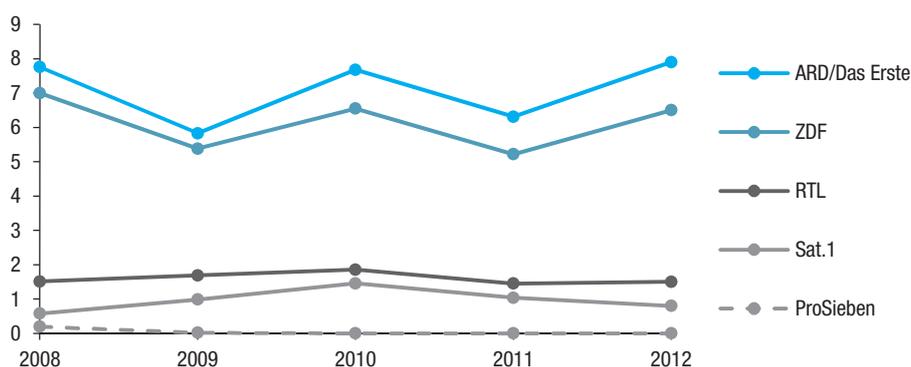
**Abb. 4 Sparte Fiction bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2012**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 5 Sparte Sport bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2012**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Tab. 2 Sendungsformen<sup>1)</sup> 2010 bis 2012**  
in Min./Tag und %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
<b>in Min./Tag</b>															
Nachrichten <sup>2)</sup>	133	135	126	137	138	117	59	61	58	28	32	32	12	12	12
Magazin/Ratgeber	330	336	330	465	449	429	252	242	242	181	195	164	126	118	147
Reportage/Dokumentation	136	116	129	122	110	102	29	27	26	33	36	23	20	10	19
Neue Doku-Formen	38	39	47	25	12	6	382	418	390	286	276	284	100	59	5
Ereignisübertragung	71	69	82	62	55	67	15	14	14	14	11	6	2	2	2
Talk/Diskussion/Ansprache	50	64	82	68	58	51	0			33	47	44	34	34	25
Ratespiel/Quiz/Gameshow	33	27	18	10	23	23	11	13	15	65	36	11	47	14	4
Show/Darbietung	39	37	33	51	71	71	97	99	92	80	90	136	101	126	129
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	305	302	321	208	216	226	91	82	81	160	190	183	335	307	286
Fernsehserie	243	250	218	235	251	293	231	226	246	256	230	260	384	479	520
Sonstige redakt. Formen <sup>3)</sup>	7	7	7	3	2	3	4	3	3	3	3	3	1	0	0
Sonstiges <sup>4)</sup>	37	38	29	34	34	30	74	75	71	78	78	71	80	85	80
Werbung	20	20	18	20	22	22	195	180	200	223	216	221	200	194	210
<b>Gesamt</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>
<b>in %</b>	<b>1,3</b>														
Nachrichten <sup>2)</sup>	9,2	9,4	8,7	9,5	9,6	8,1	4,1	4,3	4,0	1,9	2,2	2,2	0,8	0,8	0,8
Magazin/Ratgeber	22,9	23,3	22,9	32,3	31,2	29,8	17,5	16,8	16,8	12,6	13,6	11,4	8,7	8,2	10,2
Reportage/Dokumentation	9,5	8,1	9,0	8,5	7,6	7,1	2,0	1,9	1,8	2,3	2,5	1,6	1,4	0,7	1,3
Neue Doku-Formen	2,6	2,7	3,3	1,7	0,9	0,4	26,5	29,0	27,1	19,9	19,2	19,7	6,9	4,1	0,4
Ereignisübertragung	5,0	4,8	5,7	4,3	3,8	4,7	1,1	0,9	1,0	0,9	0,7	0,4	0,2	0,1	0,1
Talk/Diskussion/Ansprache	3,5	4,5	5,7	4,7	4,0	3,5	0,0	-	0,0	2,3	3,3	3,0	2,3	2,3	1,8
Ratespiel/Quiz/Gameshow	2,3	1,9	1,2	0,7	1,6	1,6	0,8	0,9	1,1	4,5	2,5	0,8	3,2	1,0	0,3
Show/Darbietung	2,7	2,6	2,3	3,6	4,9	4,9	6,8	6,9	6,4	5,5	6,3	9,5	7,0	8,8	9,0
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	21,1	21,0	22,3	14,4	15,0	15,7	6,3	5,7	5,7	11,1	13,2	12,7	23,3	21,3	19,8
Fernsehserie	16,9	17,4	15,1	16,3	17,4	20,3	16,0	15,7	17,1	17,8	16,0	18,0	26,7	33,3	36,1
Sonstige redakt. Formen <sup>3)</sup>	0,5	0,5	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0
Sonstiges <sup>4)</sup>	2,6	2,6	2,0	2,4	2,3	2,1	5,1	5,2	4,9	5,4	5,4	4,9	5,6	5,9	5,5
Werbung	1,4	1,4	1,2	1,4	1,5	1,5	13,5	12,5	13,9	15,5	15,0	15,4	13,9	13,5	14,6
<b>Gesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

1) Sparte Kinderprogramm aufgelöst.

2) Nachrichten inkl. Kurznachrichten aus Frühstücksfernsehen.

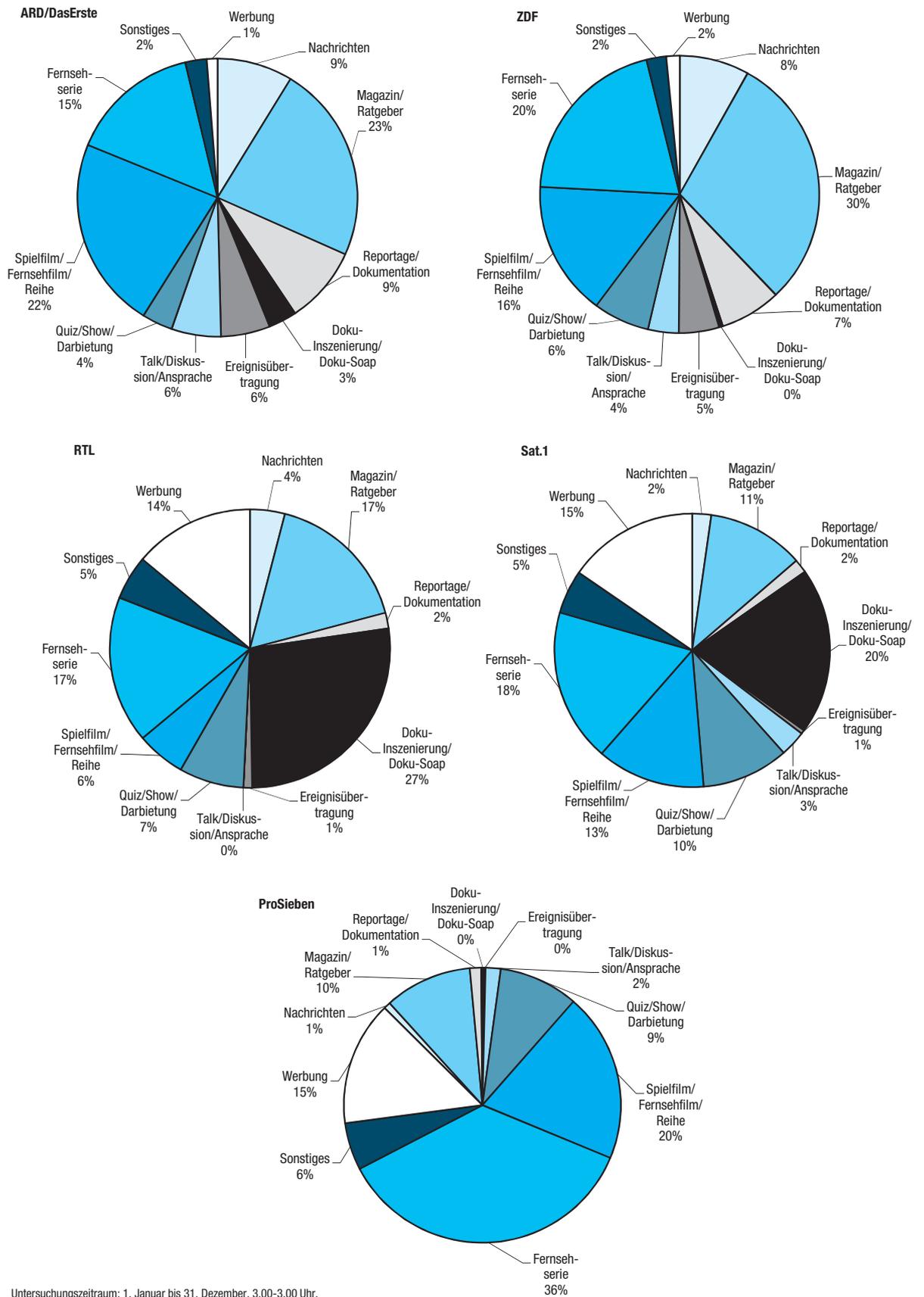
3) Einschließlich Wetterinfo.

4) Trailer, Überleitungen, Restzeitfüller.

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 6 Sendungsformen im deutschen Fernsehen 2012**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

lagen jedoch deutlich vor den privaten (vgl. Abbildung 8). Die ARD/Das Erste (9,0 %) wendete dafür etwas mehr, das ZDF (7,1 %) etwas weniger Sendezeit auf. Bei RTL (1,8 %), Sat.1 (1,6 %) und ProSieben (1,3 %) wurden diese Formen nur in geringem Umfang angeboten.

**Private bevorzugen andere Dokuformen, vor allem Realityformate**

Stattdessen erhielten in den Privatprogrammen andere Dokuformen ein größeres Gewicht (vgl. Abbildung 9). Als andere Sendungsformen wurden hier dokumentarische Formen der Inszenierung mit fiktionalen Hilfsmitteln, wie sie auch bei manchen zeitgeschichtlichen Themen gebräuchlich sind, vor allem aber sämtliche Realityformate einschließlich Pseudo-Dokus zusammengefasst. Die in früheren Programmanalysen ausführlich dargestellte unterschiedliche Gewichtung von Realityformaten erwies sich auch 2012 als ein charakteristisches Merkmal zur Unterscheidung öffentlich-rechtlicher und privater Programmprofile. (5) Während für die klassischen Reportagen und Dokumentationen der externe Ereignis- bzw. Realitätsbezug eine entscheidende Rolle spielt, bietet sich den Sendern bei Realityformen ein größerer Spielraum zur Inszenierung von Themen und Lebenssituationen, deren Auswahl und Gestaltung sie selbst bestimmen und kontrollieren können. Daraus ergeben sich Vorteile bei der Zielgruppenoptimierung und kostengünstigen seriellen Produktion, die besonders für kommerzielle Programme wichtig sind.

In den öffentlich-rechtlichen Programmen entfiel auf diese anderen Doku-Formen wesentlich weniger Sendezeit (ARD/Das Erste 3,3 %; ZDF 0,4 %) als in den privaten Programmen, sie bestanden hauptsächlich aus den unterhaltsamen Zoo-Doku-Soaps im Nachmittagsprogramm. Die stärksten Anbieter der Realityformen waren auch 2012 RTL (27,1 %) und Sat.1 (19,7 %), die auf diese Weise große Programmflächen im Tages- und (zum Teil als Wiederholungen) im Nachtprogramm füllten. Nach der Ausweitung von Realityformaten in den vergangenen Jahren, für deren Erfolg RTL als Trendsetter galt, zeichnet sich inzwischen ähnlich wie früher bei Daily Talks und Gerichtsshows eine Sättigung ab. So wurde 2012 bei RTL der Spitzenwert aus dem Vorjahr (29,0 %) nicht mehr erreicht. Vor allem aber ProSieben ersetzte sein früher starkes Angebot an Doku-Soaps bis auf einen marginalen Anteil von 0,4 Prozent der Sendezeit sukzessive durch Fictionserien.

**Ereignisübertragungen**

Ereignisübertragungen als Variante der aktuellen Berichterstattung gehören wiederum zu den konventionellen Sendungsformen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Berücksichtigt man neben den zum Teil rituellen Ereignissen in Politik, Gesellschaft und Kultur (Wahlen, Preisverleihungen, Kirchentage, Gottesdienste u. a.), die hauptsächlich von den öffentlich-rechtlichen Sendern übertragen

werden, auch die internationalen Sportveranstaltungen, überrascht es nicht, dass im Sportjahr 2012 die Sendezeitanteile von Ereignisübertragungen bei ARD (5,7 %) und ZDF (4,7 %) höher als 2011 und höher als in den privaten Programmen ausfielen. Dagegen erhielten bei RTL (1,0 %), Sat.1 (0,4 %) und ProSieben (0,1 %) Ereignisübertragungen nur marginale Sendezeitanteile, die weitgehend unverändert blieben.

Auch das Angebot verbaler Sendungsformen, Talkshows, Diskussionen und Ansprachen, fiel bei ARD (5,7 %) und ZDF (3,5 %) umfangreicher aus als bei RTL (0,0 %), Sat.1 (3,0 %) und ProSieben (1,8 %). Während bei der ARD die Tendenz zur Ausweitung von Gesprächssendungen anhielt, war beim ZDF eher ein tendenzieller Rückgang zu verzeichnen. Unter den Privatsendern hielt Sat.1 am nachhaltigsten an diesen Formen fest, während RTL ihnen schon seit mehreren Jahren keine Bedeutung mehr beimaß.

Ratespiele, Quiz- und Gameshows hatten als Teil der konventionellen Unterhaltungsformen bei allen Sendern nur einen geringen Stellenwert, der im Jahr 2012 vergleichsweise beim ZDF (1,6 %) am höchsten und bei ProSieben am (0,3 %) am geringsten ausfiel. Die größere Präferenz erhielten Darbietungsshows in diversen Formaten. Deutlich mehr Sendezeit für Shows dieser Art verwendeten die Privatsender. Führend waren dabei Sat.1 (9,5 %) und ProSieben (9,0 %), gefolgt von RTL (6,4 %), danach ZDF (4,9 %) und ARD (2,3 %).

Typische Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen bestanden weiterhin bei den fiktionalen Sendungsformen. Dies zeigt sich sowohl bei den längeren Fictionformaten als auch bei den kürzeren seriellen Formaten. Klammert man ProSieben als größten Fictionanbieter zunächst aus und vergleicht die vier anderen Hauptprogramme, rangiert ARD/Das Erste mit weiterem Zuwachs beim Angebot längerer Fictionformate der Kategorie Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe (22,3 %) vor dem ZDF (15,7 %) bei ebenfalls leichtem Zuwachs (vgl. Abbildung 10). Sat.1. (12,7 %) folgt an dritter Stelle, während RTL (5,7 %) unverändert bei seinem auffällig geringen Angebot längerer Fictionsendungen blieb. Die Führungsposition, die ProSieben früher in dieser Kategorie vor der ARD innehatte, gab es 2012 nicht mehr, nachdem die Sendezeit für Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe bei ProSieben auf 19,8 Prozent reduziert wurde.

Geringer als bei Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe waren die Unterschiede zwischen den vier großen Hauptprogrammen bei Fernsehserien (vgl. Abbildung 11). Das ZDF (20,3 %) rangierte 2012 nach Ausweitung des Serienangebots vor Sat.1 (18,0 %) und RTL (17,1 %), den geringsten Serienanteil hatte die ARD/Das Erste (15,1 %). Bei ProSieben (36,1 %), dem größten Serienanbieter, hielt die

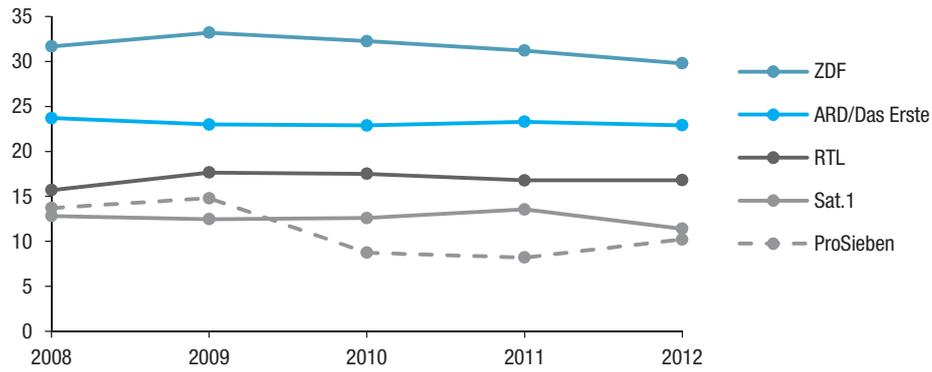
**Talkshow und Diskussion**

**Quiz- und Showformate**

**Fiction**

**ProSieben mit Abstand größter Serienanbieter**

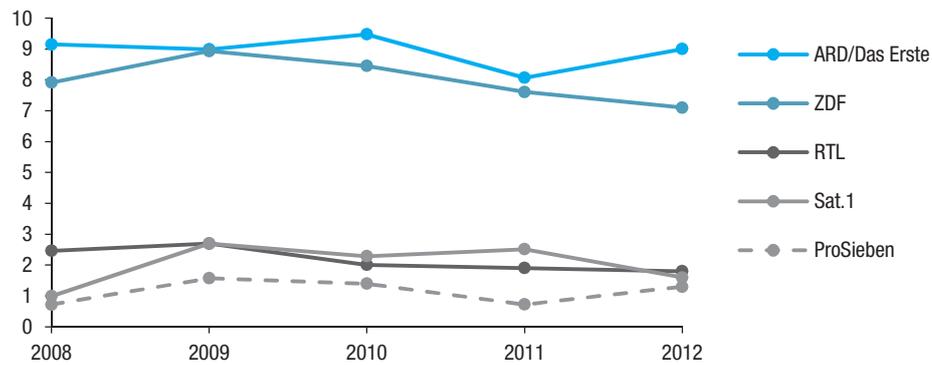
**Abb. 7 Magazin/Ratgeber bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2012**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

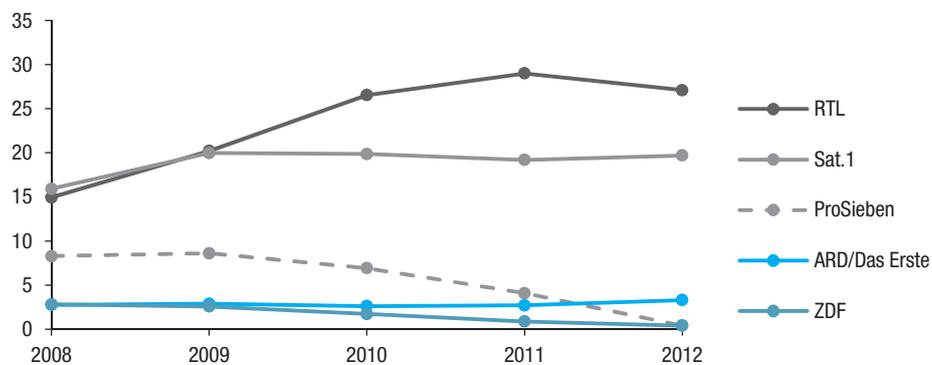
**Abb. 8 Reportage/Dokumentation bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2012**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

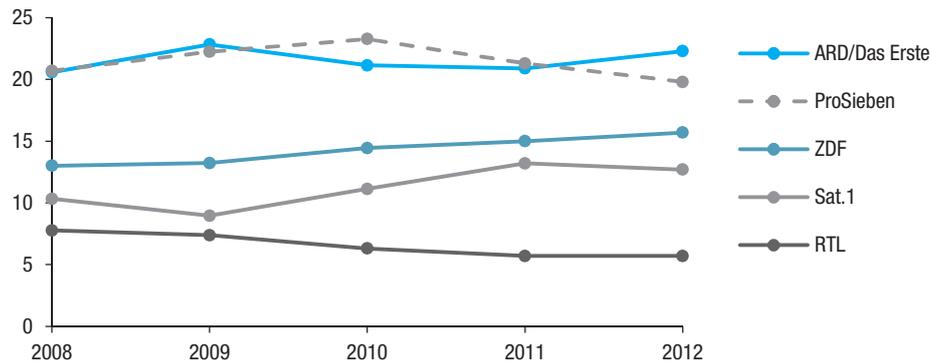
**Abb. 9 Doku-Inszenierung/Doku-Soap bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2012**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

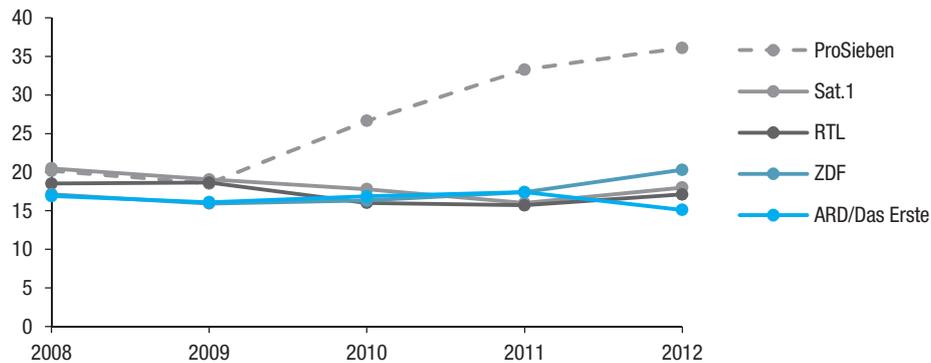
**Abb. 10 Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2012**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 11 Fernsehserie bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2008 bis 2012**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

schon in den Vorjahren erkennbare Tendenz zum Ausbau der Fictionserien auch 2012 weiter an.

**Sendungsformen der Sparten**

Betrachtet man die Sendungsformen in Verknüpfung mit den Programmsparten, wird im Detail deutlicher, durch welche Angebote die Sparten und die ihnen zugewiesenen Funktionen zustande kommen. Dabei geht es im Wesentlichen um die Frage, womit die Sender informieren, unterhalten oder werben (vgl. Tabelle 3). Zur Veranschaulichung der Sendungsformen werden exemplarische Sendetitel herangezogen, die für die Kategorien in dieser Programmanalyse charakteristisch sind und quantitativ bedeutsam waren.

Zu den Sendungsformen, deren Hauptfunktion die Vermittlung von Information ist, gehören Nachrichtensendungen, Magazine, klassische Formen der journalistischen Berichte, Dokumentationen, Porträts und Reportagen, Dokus mit fiktionalen Hilfsmitteln (ohne Reality-Affinität), Ereignisübertragungen, Talk, Diskussion und Ansprache, Wetterinfos und Sonstiges. Der informative Charakter dieser Formen beruht auf der redaktionellen Intention, reale Sachverhalte zu dokumentieren, zu erklären, erfahrbar zu machen, Wissen zu vermitteln und Meinungsbildung zu ermöglichen.

**Nachrichtensendungen**

Im Spektrum dieser Sendungsformen nehmen die Nachrichtensendungen eine herausragende Position ein. Die führende Rolle der öffentlich-rechtlichen Sender als Nachrichtenanbieter ergibt sich dabei nicht nur aus dem größeren Umfang des Nachrichtenangebots, sondern auch aus den verschiedenen Nachrichtentypen und der breiten Streuung von Nachrichtensendungen im Pro-

**Sendungsformen der Information**

**Breites Nachrichtenangebot über den gesamten Tag bei ARD und ZDF**

**Tab. 3 Sparten und Formen 2010 bis 2012**  
 Sendedauer in Min./Tag

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Information	582	599	608	690	675	625	328	320	318	238	268	222	152	137	169
Nachrichten <sup>1)</sup>	130	133	124	136	137	116	59	61	58	28	32	32	12	12	12
Magazin	295	300	298	381	373	365	248	237	239	181	195	164	115	112	141
Morgenmagazine/Frühstücksfernsehen	127	131	127	127	129	127	47	47	46	126	126	125	–	–	–
Boulevardmagazin	40	40	38	52	57	56	72	62	68	17	26	8	38	34	44
Andere Magazine/Ratgeber	128	129	133	202	187	183	129	128	125	38	43	31	77	78	96
Dokumentation/Bericht/Reportage	89	81	87	90	89	77	16	17	16	25	31	19	20	10	12
Neue Doku-Formen	6	6	10	6	5	5	0	–	–	–	0	0	3	1	2
Ereignisübertragung	9	11	9	13	15	12	0	1	2	0	1	–	2	2	2
Talk/Diskussion/Ansprache	47	62	75	59	49	44	0	–	–	0	5	4	–	–	0
Wetterinfo	7	7	6	2	2	2	4	3	3	3	3	3	0	0	0
Sonstiges	–	–	–	3	4	2	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sport	111	91	114	94	75	94	27	21	22	21	15	11			0
Sportberichterstattung	48	35	40	45	35	39	12	10	10	8	5	5	–	–	0
Übertragung	61	56	72	49	40	55	15	11	12	13	10	6			
Sonstiges	2	1	2	0	0	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Nonfiktionale Unterhaltung	90	89	79	135	151	132	479	514	462	460	443	449	285	236	158
Journalistische Unterhaltungsformen	3	2	7	65	59	50	5	5	4	33	42	90	45	40	32
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	1	0	1	56	50	43	5	5	4	0	0	50	11	7	7
Talk/Gespräch	2	2	6	9	8	7	–	–	–	33	42	40	34	34	25
Factual Entertainment	31	33	37	19	7	1	382	418	390	286	276	233	97	58	4
Neue Doku-Formen	31	33	37	19	7	1	382	418	390	286	276	233	97	58	4
Konventionelle Unterhaltungsformen	56	54	35	51	85	81	92	91	68	142	125	125	143	139	122
Quiz/Gameshow/Spiele	30	27	18	10	22	23	11	13	15	65	36	11	47	14	4
Show/Darbietungen/Übertragung	26	27	17	41	63	58	81	78	52	77	89	114	97	125	118
Musik	14	12	18	12	8	13	16	22	40	3	2	22	4	1	18
Show/Konzert	14	12	18	11	8	13	16	22	40	3	2	22	4	1	12
Sonstiges	–	–	–	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	6
Kinder-/Jugendprogramm	87	92	85	67	74	74	4	2	6	1	1	9	57	59	70
Nonfikt. Kindersendungen	38	38	35	15	12	7	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Fiktionale Kindersendungen	49	53	50	52	62	67	4	2	6	1	1	9	57	59	70
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen/Kurzfilm	13	16	15	9	13	12	4	2	4	1	1	9	1	2	8
Fernsehserie	36	37	35	43	49	55			2				56	56	61
Sonstiges	–	–	–	0	0	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Fiction	499	499	489	392	405	452	317	305	321	415	419	434	662	727	736
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	292	286	306	199	203	214	86	80	77	159	189	174	334	304	277
Fernsehserie	206	213	183	192	202	237	231	226	244	256	230	260	328	423	458
Sonstiges	0	0	0	0	–	0	–	–	–	0	–	–	0	–	–
Sonstige Sparten	37	38	29	31	29	28	74	75	71	78	78	71	80	85	80
Werbung	20	20	18	20	22	22	195	180	200	223	216	221	200	194	210
Werbeblock/Sponsorspot	20	20	18	20	22	22	195	180	200	222	216	221	199	194	210
Teleshopping/Sonst. Werbeformen	–	–	–	–	–	–	–	–	–	1	0	0	1	0	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)

grammablauf des Tages. So beginnt bei ARD und ZDF das Nachrichtenangebot an Werktagen in Form von Kurzausgaben in halbstündigen Intervallen im Rahmen der Morgenmagazine, setzt sich im Tagesprogramm mit weiteren Ausgaben bis in den Vorabend fort. Am Hauptabend, der Zeitphase mit der stärksten Fernsehnutzung, sind die öffentlich-rechtlichen Hauptnachrichten „Ta-

gesschau“ (20.00 Uhr) und „heute“ (19.00 Uhr) platziert, die umfangreicheren Nachrichtenmagazine „Tagesthemen“ (wechselnde Anfangszeiten) und „heute-journal“ (21.45 Uhr) am Spätabend; hinzu kommen die Nachtmagazine „ARD-Nacht-

**Tab. 3 Sparten und Formen 2010 bis 2012 (Fortsetzung)**  
 Sendedauer in %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Information	40,4	41,6	42,2	47,9	46,9	43,4	22,8	22,2	22,1	16,6	18,6	15,4	10,5	9,5	11,7
Nachrichten <sup>1)</sup>	9,0	9,2	8,6	9,4	9,5	8,1	4,1	4,3	4,0	1,9	2,2	2,2	0,8	0,8	0,8
Magazin	20,5	20,8	20,7	26,5	25,9	25,4	17,2	16,5	16,6	12,6	13,5	11,4	8,0	7,7	9,8
Morgenmagazine/Frühstücksfernsehen	8,8	9,1	8,8	8,8	8,9	8,8	3,2	3,3	3,2	8,7	8,7	8,7	–	–	–
Boulevardmagazin	2,8	2,8	2,6	3,6	4,0	3,9	5,0	4,3	4,7	1,2	1,8	0,6	2,6	2,4	3,1
Andere Magazine/Ratgeber	8,9	9,0	9,2	14,1	13,0	12,7	9,0	8,9	8,7	2,6	3,0	2,2	5,4	5,4	6,7
Dokumentation/Bericht/Reportage	6,2	5,6	6,0	6,2	6,2	5,4	1,1	1,2	1,1	1,8	2,2	1,3	1,4	0,7	0,8
Neue Doku-Formen	0,4	0,4	0,7	0,4	0,4	0,4	0,0	–	–	–	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1
Ereignisübertragung	0,6	0,8	0,6	0,9	1,0	0,8	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	–	0,1	0,1	0,1
Talk/Diskussion/Ansprache	3,2	4,3	5,2	4,1	3,4	3,1	0,0	–	–	0,0	0,4	0,3	–	–	0,0
Wetterinfo	0,5	0,5	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0
Sonstiges	–	–	–	0,2	0,3	0,1	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sport	7,7	6,3	7,9	6,5	5,2	6,5	1,9	1,5	1,5	1,5	1,0	0,8	–	–	0,0
Sportberichterstattung	3,3	2,4	2,8	3,2	2,4	2,7	0,8	0,7	0,7	0,5	0,3	0,3	–	–	0,0
Übertragung	4,2	3,9	5,0	3,4	2,8	3,8	1,0	0,8	0,8	0,9	0,7	0,4	–	–	–
Sonstiges	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Nonfiktionale Unterhaltung	6,3	6,2	5,5	9,4	10,5	9,1	33,3	35,7	32,1	31,9	30,7	31,2	19,8	16,4	11,0
Journalistische Unterhaltungsformen	0,2	0,2	0,5	4,5	4,1	3,4	0,3	0,4	0,3	2,3	2,9	6,3	3,1	2,8	2,2
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	0,1	0,0	0,1	3,9	3,5	3,0	0,3	0,4	0,3	0,0	0,0	3,5	0,8	0,5	0,5
Talk/Gespräch	0,1	0,1	0,4	0,6	0,6	0,5	–	–	–	2,3	2,9	2,8	2,3	2,3	1,8
Factual Entertainment	2,2	2,3	2,6	1,3	0,5	0,1	26,5	29,0	27,1	19,9	19,2	16,2	6,7	4,0	0,3
Neue Doku-Formen	2,2	2,3	2,6	1,3	0,5	0,1	26,5	29,0	27,1	19,9	19,2	16,2	6,7	4,0	0,3
Konventionelle Unterhaltungsformen	3,9	3,7	2,4	3,5	5,9	5,6	6,4	6,3	4,7	9,8	8,7	8,7	10,0	9,6	8,5
Quiz/Gameshow/Spiele	2,1	1,9	1,2	0,7	1,6	1,6	0,8	0,9	1,1	4,5	2,5	0,8	3,2	1,0	0,3
Show/Darbietungen/Übertragung	1,8	1,9	1,2	2,8	4,3	4,0	5,6	5,4	3,6	5,3	6,2	7,9	6,7	8,7	8,2
Musik	1,0	0,8	1,2	0,8	0,6	0,9	1,1	1,6	2,8	0,2	0,1	1,5	0,3	0,1	1,2
Show/Konzert	1,0	0,8	1,2	0,7	0,6	0,9	1,1	1,6	2,8	0,2	0,1	1,5	0,3	0,1	0,8
Sonstiges	–	–	–	0,1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	0,4
Kinder-/Jugendprogramm	6,1	6,4	5,9	4,7	5,1	5,2	0,3	0,1	0,4	0,1	0,1	0,6	3,9	4,1	4,8
Nonfikt. Kindersendungen	2,7	2,7	2,4	1,1	0,8	0,5	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Fiktionale Kindersendungen	3,4	3,7	3,5	3,6	4,3	4,6	0,3	0,1	0,4	0,1	0,1	0,6	3,9	4,1	4,8
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen/Kurzfilm	0,9	1,1	1,1	0,6	0,9	0,8	0,3	0,1	0,3	0,1	0,1	0,6	0,1	0,2	0,6
Fernsehserie	2,5	2,6	2,4	3,0	3,4	3,8	–	–	0,1	–	–	–	3,9	3,9	4,3
Sonstiges	–	–	–	0,0	0,0	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Fiction	34,6	34,7	34,0	27,2	28,1	31,4	22,0	21,2	22,3	28,8	29,1	30,1	46,0	50,5	51,1
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	20,3	19,8	21,3	13,8	14,1	14,9	6,0	5,5	5,3	11,1	13,1	12,1	23,2	21,1	19,3
Fernsehserie	14,3	14,8	12,7	13,3	14,0	16,5	16,0	15,7	16,9	17,8	16,0	18,0	22,8	29,4	31,8
Sonstiges	0,0	0,0	0,0	0,0	–	0,0	–	–	–	0,0	–	–	0,0	–	–
Sonstige Sparten	2,6	2,6	2,0	2,2	2,0	1,9	5,1	5,2	4,9	5,4	5,4	4,9	5,6	5,9	5,5
Werbung	1,4	1,4	1,2	1,4	1,5	1,5	13,5	12,5	13,9	15,5	15,0	15,4	13,9	13,5	14,6
Werbeblock/Sponsorspot	1,4	1,4	1,2	1,4	1,5	1,5	13,5	12,5	13,9	15,4	15,0	15,4	13,8	13,5	14,6
Teleshopping/Sonst.Werbeformen	–	–	–	–	–	–	–	–	–	0,1	0,0	0,0	0,0	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.

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

magazin“ und „heute nacht“. Betrachtet man exemplarisch das Nachrichtenangebot der ARD am Mittwoch, den 16. Januar 2012, findet man über den Tag verteilt 20 Nachrichtenausgaben, davon

neun Kurzausgaben im ARD/ZDF-Morgenmagazin, sieben Ausgaben zwischen 10.00 und 20.00 Uhr, gefolgt von „Tagesschau“ und „Tagesthemen“ zwischen 20.00 und 23.00 Uhr sowie dem „ARD-Nachtmagazin“ und einer Kurzausgabe zwischen 0.00 und 3.00 Uhr.

Bei außergewöhnlichen Ereignisanlässen wie Wahlen, Konflikten oder Katastrophen werden häufig die regulären Sendungslängen überzogen sowie Sonderausgaben gesendet. Andererseits kommt es vor, dass die normale Sendungslänge gekürzt wird oder Sendungen bei gegebenen Anlässen entfallen können. So ist der Rückgang des Nachrichtenumfangs bei der ARD von 133 auf 124 Minuten und beim ZDF von 137 auf 116 Minuten pro Tag im Jahr 2012 hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass es weniger Sondersendungen gab und an sportintensiven Tagen die Nachrichtenmagazine häufiger zugunsten von Ereignisübertragungen gekürzt wurden. Beim ZDF gab es zudem Kürzungen bei Nachrichten im Tages- und Nachtprogramm.

**Nachrichtenangebot bei den Privaten**

Das Nachrichtenangebot von RTL hatte bei geringerer Ausstrahlungsfrequenz und geringerer Typenvielfalt einen Umfang von 58 Minuten pro Tag, somit etwa die Hälfte von ARD/Das Erste und ZDF. Es bestand aus den Hauptnachrichten „RTL aktuell“ (18.45 Uhr), dem „RTL-Nachtjournal“ (0.00 Uhr), Kurzausgaben von „RTL News“ sowie Extra-Ausgaben bei außergewöhnlichen Anlässen. Das Nachrichtenangebot von Sat.1 kam insgesamt nur auf 32 Minuten (2,2%) pro Tag. Es bestand aus der Hauptnachrichtensendung „Sat.1 Nachrichten“ (20.00 Uhr) mit einer Durchschnittslänge von 13 Minuten pro Tag, hinzu kamen Kurznachrichten im Sat.1-Frühstücksfernsehen, für die sich durchschnittlich weitere 19 Minuten pro Tag hochrechnen ließen. ProSieben kam täglich auf insgesamt 12 Minuten (0,8%), die sich wie im Vorjahr aus den Hauptnachrichten „Newstime“ (18.00 Uhr), den „ProSieben Spätnachrichten“ (im Nachtprogramm) und den „ProSieben Kurznachrichten“ zusammensetzten.

Im Unterschied zu ARD/Das Erste und ZDF, die ihre Nachrichten breit über den gesamten Tag verteilten und einen Informationsschwerpunkt in der nutzungsstarken Spätabendzeit anboten, platzierten die Privatsender ihre Nachrichtensendungen vorzugsweise in Randzeitbereiche sowie an die Ränder der Primetime und schafften dadurch einen größeren Freiraum, der überwiegend für Unterhaltungsangebote genutzt wurde und den erwünschten Audience Flow begünstigte.

**Magazine**

**Magazine blieben dominante Sendungsform in der Information**

Magazine blieben auch 2012 die dominante Sendungsform in der Sparte Information. Die ARD (20,7%) bestritt die Hälfte ihres Informationsangebots mit Magazinen. Das ZDF (25,4%) deckte deutlich über die Hälfte des Informationsangebots mit Magazinen ab. Die Privatsender bestritten den Hauptteil ihres Informationsangebots mit Magazinen, bei RTL (16,6%) und Sat.1 (11,4%) waren dies etwa drei Viertel, bei ProSieben (9,8%) gut vier Fünftel des Informationsangebots.

**Drei Magazintypen unterschieden**

Die Rolle der Magazine im Informationsangebot der Sender tritt deutlicher zutage, wenn man sie

nach drei Kategorien differenziert: 1. thematisch heterogene Morgenmagazine bzw. Frühstücksfernsehen, 2. Boulevardmagazine und 3. überwiegend monothematische Magazine mit unterschiedlichen Inhaltsschwerpunkten. Dabei handelt es sich größtenteils um Angebote mit Informationsfunktion sowie (in geringerer Zahl) zusätzlicher Beratungsfunktion. Die öffentlich-rechtlichen Magazineangebote unterschieden sich von den privaten nicht nur im Umfang, sondern auch in der Verteilung der Magazintypen. Bei ARD und ZDF bildeten die gemeinsam ausgestrahlten Morgenmagazine und die monothematischen Magazine im Tages- und Abendprogramm die beiden Hauptkomponenten, während die Boulevardmagazine den geringeren Anteil ausmachten. Bei RTL und ProSieben lag das Schwergewicht des Magazineangebots auf den monothematischen Magazinen, Sat.1 dagegen bestritt sein Magazineangebot hauptsächlich mit dem Frühstücksfernsehen.

Das werktäglich von 5.30 Uhr bis 9.00 Uhr ausgestrahlte „ARD/ZDF-Morgenmagazin“ hatte 2012 ohne Kurznachrichten durchschnittlich einen Umfang von jeweils 127 Minuten pro Tag bei ARD und ZDF (8,8% der Gesamtsendezeit). Dies entsprach einem Fünftel des gesamten Informationsangebots. Einen ähnlichen Umfang an Nettosendezeit (ohne Nachrichten, Werbung und Trailer) erreichte auch das von 5.30 Uhr bis ca. 10.00 Uhr um eine Stunde länger ausgestrahlte „Sat.1-Frühstücksfernsehen“. Seine Bedeutung lässt sich daran ermesen, dass dieses von Infotainment geprägte Magazin knapp zwei Drittel zum gesamten Informationsangebot von Sat.1 beitrug. RTL kam mit seinem Morgenmagazin „Punkt Sechs“ auf 46 Minuten pro Tag, damit trug diese Sendung 15 Prozent zum RTL-Informationsangebot bei. ProSieben sendete in der Morgenphase kein Magazin. Insgesamt gesehen blieb die Angebotsstruktur der Morgenmagazine im Jahr 2012 unverändert.

**Morgenmagazine**

Die Boulevardmagazine als typische Form der leichten Information hatten bei allen Sendern nur einen geringen Anteil am Magazineangebot. Auf das ARD-Boulevardmagazin „Brisant“ entfielen 2,6 Prozent der Gesamtsendezeit. Im ZDF kamen die Boulevardmagazine „hallo Deutschland“ und „Leute heute“ einschließlich Extra-Ausgaben auf 3,9 Prozent. Bei RTL kamen die Boulevardmagazine „Explosiv – Das Magazin“ und „Exklusiv – Das Star-Magazin“ einschließlich Wochenend- und Spezialausgaben auf 4,7 Prozent. Bei Sat.1 machten die Boulevardmagazine nur noch 0,6 Prozent der Gesamtsendezeit aus, während sich ProSieben mit seinem Boulevardmagazin „Taff“ (3,1%) wieder dem Umfang von ARD/Das Erste, ZDF und RTL annäherte. Der Rückgang des Magazineangebots bei Sat.1 von 1,8 auf 0,6 Prozent erklärt sich

**Boulevardmagazine**

daraus, dass die Ausstrahlung des „Sat.1 Magazins“ im ersten Halbjahr 2012 für einige Monate unterbrochen wurde, um anschließend mit einem neuen Konzept und unter neuen Titeln, zunächst „Pin – Das People-Magazin“, danach „push – Das Sat.1 Magazin“, einen Relaunch zu erleben.

#### **Monothematische Magazine**

Andere, überwiegend monothematische Magazine einschließlich Ratgeber machten bei der ARD/Das Erste (9,2%) knapp ein Zehntel der Sendezeit und damit über ein Fünftel des Informationsangebots aus. Beim ZDF fiel diese Kategorie der Magazine (12,7%) auch 2012 umfangreicher als bei allen übrigen Sendern aus. RTL (8,7%) verwendete für diesen Magazintyp mehr Sendezeit als ProSieben (6,7%) und Sat.1 (2,2%).

#### **Langfristig ausgestrahlte Magazintitel bei ARD/Das Erste**

Vielfalt und Kontinuität der anderen, überwiegend monothematisch ausgerichteten Magazine spiegeln sich vor allem in den bekannten langfristig ausgestrahlten Magazintiteln wider. Bei ARD/Das Erste gehörten dazu weiterhin das werktägliche „ARD/ZDF-Mittagsmagazin“ mit aktuellen politikrelevanten Themen im wöchentlichen Wechsel von ARD und ZDF sowie das werktägliche Servicemagazin „ARD-Buffer“. Zusammen trugen diese beiden Titel infolge hoher Ausstrahlungsfrequenz die größten Sendezeitanteile zum Umfang dieser Kategorie bei. Hinzu kamen die auf zwei Sendeplätzen pro Woche im Wechsel ausgestrahlten Politikmagazine „Fakt“ (MDR), „Kontraste“ (rbb), „Monitor“ (WDR), „Panorama“ (NDR), „Report Mainz“ (SWR) und „Report München“ (BR) sowie wöchentlich „Bericht aus Berlin“, „Europamagazin“ und „Weltspiegel“, ferner das Wirtschaftsmagazin „Plusminus“, die Kulturmagazine „ttt – titelthesen temperamente“ und „Druckfrisch“, das Wissensmagazin „W wie Wissen“, und die „Ratgeber“-Reihe zu den Sachgebieten Bauen und Wohnen, Geld, Gesundheit, Heim und Garten, Internet, Recht, Reise, Auto und Verkehr sowie „Tim Mälzer kocht“ im Nachmittagsprogramm am Wochenende.

#### **Magazinangebot im ZDF**

Beim ZDF dominierten im monothematischen Magazinangebot das „ARD/ZDF-Mittagsmagazin“ und „Drehscheibe Deutschland“ mit werktäglicher Ausstrahlung am Mittag. Hinzu kamen die wöchentlichen Politikmagazine „Berlin direkt“, „Frontal 21“ und „Auslandsjournal“, der „Länderspiegel“ und das Wirtschaftsmagazin „WISO“, ferner die Magazine „ML Mona Lisa“ und „blickpunkt“ mit gesellschaftlich relevanter Themenausrichtung. Dem Themenkomplex Kultur widmeten sich die Kulturmagazine „Aspekte“, „Das blaue Sofa“, Wissenschaft und Forschung wurden in den Magazinen „Abenteuer Forschung“ und „Leschs Kosmos“ behandelt und Kriminalität in „Aktenzeichen XY ... ungelöst“. Die Funktion des

Ratgebermagazins für den Alltag erfüllte beim ZDF weiterhin „Volle Kanne – Service täglich“ im werktäglichen Vormittagsprogramm. Zu den Titeln, die 2012 nicht mehr im ZDF-Programmangebot erschienen, gehörten unter anderem „Die Ärzte“, „Abenteuer Wissen“, „ZDF.reporter“ und „ZDF. umwelt“.

Bei RTL wurde das Magazinangebot am stärksten von der werktäglich ausgestrahlten Sendung „Punkt zwölf“ mit leichteren Servicethemen am Mittag geprägt. Auch RTL deckte mit monothematischen Magazinen verschiedene Informationsbereiche ab, jedoch blieb dabei die Anzahl der Sendungen begrenzt. Die Bereiche Politik und Gesellschaft behandelte das „Spiegel TV-Magazin“ jeweils Sonntag am Spätabend. Bei längerer Sendedauer widmete sich „Stern TV“ wöchentlich gesellschaftlichen und alltagsnahen Themen. Anspruchsvolle Kulturthemen gab es im „Kulturmagazin 10 vor 11“ von dctp und eine Mischung aus gesellschaftlichen und boulevardnahen Themen in „Extra – Das RTL-Magazin“.

Das vergleichbare Magazinangebot bei Sat.1 beschränkte sich auf wenige Sendetitel, von denen allerdings keiner ein quantitativ prägendes Gewicht hatte. Sat.1 sendete weiterhin „Akte“ mit gesellschaftlichen Themen, „News & Stories“ von dctp für Kultur, „Planetopia“ für Wissenschaft, ferner das leichtere Magazin „Weck Up“. „Stars & Stories“ sowie das Talkmagazin „Kerner“ mit diversen Themen gab es 2012 nicht mehr, nachdem die Sendung wegen sinkender Zuschauerzahlen im Dezember 2011 eingestellt worden war.

Bei ProSieben spielte auch 2012 das Wissensmagazin „Galileo“ die zentrale Rolle. Mit dieser Sendung einschließlich ihrer Varianten bestritt ProSieben über die Hälfte seines Informationsangebots und nicht weniger als 6 Prozent des Gesamtprogramms.

#### **Reportagen und Dokumentationen**

Journalistische Reportagen und Dokumentationen in konventioneller Machart gehörten auch 2012 wieder zu den charakteristischen Informationsangeboten der öffentlich-rechtlichen Sender. Dies zeigte sich in der Vielfalt der Titel und Themen sowie im größeren Umfang an Sendezeit. So kamen ARD/Das Erste (6,0%) und ZDF (5,4%) mit dieser Sendungsform auf deutlich mehr Sendezeit als RTL (1,1%), Sat.1 (1,3%) und ProSieben (0,8%). Gegenüber dem Vorjahr stieg die Sendezeit für Reportagen und Dokumentationen bei der ARD um durchschnittlich 6 Minuten pro Tag. Neben zahlreichen Einzeltiteln erschienen ereignisabhängige „Brennpunkt“-Sendungen, Ausgaben der Reihen „Deutschlandbilder“, „Weltreisen“, „Deutsche Dynastien“ sowie Ausgaben der Reihe „Exklusiv im Ersten“ mit überwiegend gesellschaftlichen Themen und anlässlich der US-Präsidentenwahl die Sendung „Der Kampf

**RTL-Magazin „Punkt zwölf“ mit Servicethemen am Mittag**

**Geringeres Magazinangebot bei Sat.1**

**„Galileo“ dominiert bei ProSieben**

**Vielfältige Reportagen und Dokus bei ARD und ZDF**

ums Weiße Haus“. Dabei wurden gesellschaftskritische und politikhaltige Dokumentationen, wie sie zum Beispiel in der Reihe „Die Story im Ersten“ erscheinen, meist erst nach 23.00 Uhr gesendet.

Beim ZDF sank der Umfang der Reportagen und Dokumentationen im Jahr 2012 um 12 Minuten pro Tag. Den wesentlichen Anteil an diesen Sendungsformen hatten weiterhin die Reihen „37 Grad“ mit sozialen Themen, „Terra X“, „XXL: Die lange Nacht“, „ZDF-History“, „ZDF.reportage“, Ausgaben von „ZDF spezial“, „ZDFzeit“ und die Reihe „ZDFzoom“. Diese ZDF-Reihen behandelten ein breites Themenspektrum aus Politik, Gesellschaft und Zeitgeschichte. Hinzu kam 2012 die Reihe „planet e“ mit umweltnahen Themen als Substitution des Umweltmagazins „ZDF.umwelt“. Wie bei der ARD gehörten auch beim ZDF ereignisbezogene Reportagen und Berichte über Parteitage und Wahlen zu diesem Angebot.

#### Soziale und alltagsnahe Themen in RTL-Reportagen

Bei RTL gab es 2012 weiterhin Reportagen und Dokumentationen, deren Umfang und Vielfalt geringer war als in den öffentlich-rechtlichen Programmen. Bei RTL entfiel die meiste Sendezeit auf die Reihen „Die große Reportage“, „30 Minuten Deutschland“, „Faszination Leben“, „Das Supertalent – Backstage“, „Future Trend Reportage“ und einige Einzeltitel. Im Vordergrund dieser Sendungen standen meist soziale und alltagsnahe Themen ohne Politikbezug.

Bei Sat.1 fanden sich unter den Reportagen und Dokumentationen die Reihen „24 Stunden“, „Blockbuster TV – Making of“, „Focus TV-Reportage“ und „Spiegel TV-Reportage“ mit der meisten Sendezeit. Die Reihentitel „Akte Schicksal“ und „Ermittlungsakte“ fehlten im Jahr 2012.

Bei ProSieben lag das Schwergewicht der Reportagen und Dokumentationen auf der Reihe „Blockbuster TV – Making of“, hinzu kamen Ausgaben der Titel „ProSieben Spezial – Wissen weltweit“, „Mission Wissen weltweit“, „crazy planet“ und einige andere Titel.

#### Andere Formen im Informationsangebot

Vergleicht man andere Formen in der Sparte Information, dazu gehören hier Dokumentationen mit fiktionalen Hilfsmitteln, Ereignisübertragungen und Gesprächsformen, rückt die Affinität zu öffentlich-rechtlichen Angeboten noch deutlicher in den Vordergrund. Weniger durch ihren Umfang als durch Machart und Intention sind die Angebote vom Typ informationsorientierte Dokus mit fiktionalen Hilfsmitteln für ARD/Das Erste und ZDF charakteristisch, indem sie zeitgeschichtliche Themen und Hintergrunddarstellungen durch sogenanntes Re-Enactment veranschaulichen, die andernfalls nur verbal oder in starren Bildern vermittelbar wären. Hierzu fanden sich bei der ARD Titel wie „Ein deutscher Boxer“, „Friedrich – Ein deutscher König“, „Konrad Adenauer – Stunden der Entscheidung“, „Meine Familie, die Nazis und ich“, ähnlich beim ZDF „9 Leben“, „Die Geschich-

te der Auma Obama“ oder „Der Raketenmann“. Vergleicht man damit die wenigen Titel in den privaten Programmen, zeigt sich, dass es dort weder einen zeitgeschichtlichen Bezug zu Deutschland noch eine gesellschaftliche oder politische Thematik gab. Bei Sat.1 fanden sich „Die Reise der Pinguine“ und „Inside the Titanic – Countdown zum Untergang“. Bei ProSieben waren es die Titel „Deep Ocean – Gadenlose Tiefe“, „Population: Zero – Die Welt ohne uns“ oder „Unsere Erde“.

Auch die Ereignisübertragungen verweisen mehr auf öffentlich-rechtliche als auf private Affinität. Das Charakteristische dieser Angebote lag weniger in der quantitativen als in der qualitativen Bedeutung durch Auswahl der Ereignisart. ARD und ZDF übertrugen wie in den Vorjahren kirchliche Veranstaltungen, politische Debatten aus dem Bundestag, bei gegebenen Anlässen live zu Landtagswahlen, zur US-Präsidentschaftswahl, zur Wahl des Bundespräsidenten sowie zu politischen und kulturellen Gedenkfeiern. Die privaten Sender, soweit sie überhaupt Ereignisübertragungen anboten, trafen eine andere Auswahl. Keine Beachtung fanden dabei kulturelle und kirchliche Ereignisse sowie politische Debatten im Bundestag. RTL sendete als einziger Privatsender in der Form der Ereignisübertragung live zur US-Wahl und zur NRW-Landtagswahl, ein weiteres Übertragungsereignis war der „RTL Spendenmarathon 2012“. ProSieben beschränkte sich auf Übertragungen von Grammy Award, Golden Globe Awards und Oscar-Verleihungen, bei denen der Unterhaltungs- und Promi-Faktor im Vordergrund stand.

Mit der Ausweitung von Talkshows im Abendprogramm der öffentlich-rechtlichen Sender gewannen Gesprächsformen als Beiträge zum Informationsangebot größere Bedeutung. Quantitativ gesehen wirkte sich die Angebotsausweitung vom Herbst 2011 bei ARD/Das Erste durch die Polit-Talkshow „Günter Jauch“ 2012 erstmals ganzjährig aus. Mit den fünf im Abendprogramm gesendeten Talkshows „Günther Jauch“ am Sonntag, „Hart aber fair“ am Montag, „Menschen bei Maischberger“ am Dienstag, „Anne Will“ am Mittwoch und „Beckmann“ am Donnerstag sowie dem „Presseclub“ am Sonntagmittag und den übrigen Gesprächssendungen in Form von Ansprachen entstand ein dichtes Netz der politischen und gesellschaftlichen Meinungsartikulation. Der Anstieg um 13 Minuten pro Tag auf insgesamt 75 Minuten (5,2% der Gesamtsendezeit) trug am meisten zur Erhöhung des Infoanteils der ARD im Jahr 2012 bei und verschaffte der ARD die führende Position in dieser Sendungsform.

#### Ereignisübertragungen

#### Ausweitung der Talkshows bei der ARD ab Herbst 2011

#### Zeitgeschichtliche Dokus mit fiktionalen Hilfsmitteln bei ARD und ZDF

<b>ZDF vor allem mit Late-Night-Talk „Markus Lanz“</b>	Das ZDF reduzierte dagegen auch 2012 nochmals seine Gesprächsformen auf nunmehr 44 Minuten pro Tag (3,1 %). Davon bestritt das ZDF den größten Anteil (28 Min./Tag) mit der Late-Night-Diskussionssendung „Markus Lanz“, in der heterogene Themen abhängig von der Auswahl der Gäste behandelt wurden. Politische und gesellschaftsrelevante Themen gab es weiterhin jeden Donnerstag in der Polit-Talkshow „Maybrit Illner“ sowie in den ereignis- und wahlabhängigen Diskussionssendungen „Berliner Runde“ und „Was nun, Herr...?“. Gesellschaftspolitische Themen behandelte die Sendung „Peter Hahne“ am Sonntagmittag, philosophische und kulturelle Themen fanden sich in den Gesprächssendungen „Nachtstudio“ und „Das Philosophische Quartett“ sowie in deren Nachfolgeformat „Precht“ mit Sendeplätzen um Mitternacht.	grenzt angebotenen Formen der journalistischen Unterhaltung. Höher fielen wieder die Sendezeitanteile der Zoo-Doku-Soaps aus, die der Kategorie Factual Entertainment (2,6 %) zugeordnet wurden. Veränderungen zeigten sich bei der ARD in den konventionellen Unterhaltungsformaten (2,4 %), Quiz und Shows nahmen um 19 Minuten pro Tag ab, die anderen Angeboten zugute kamen. Zu den prominenten Titeln gehörten unter anderem weiterhin „Verstehen Sie Spaß?“, „Die große Show der Naturwunder“, „Dittsche – Das wirklich wahre Leben“ und „Krömer – Late Night Show“, nicht mehr dabei war „Harald Schmidt“.	<b>Shows wie „Wetten, dass..?“ fallen quantitativ kaum ins Gewicht</b>
<b>Gesprächsformen bei Privaten eher marginal</b>	Das Angebot an Gesprächsformen der privaten Programme in der Sparte Information hatte auch 2012 nur einen marginalen Stellenwert. Sat.1 sendete weiterhin seine kirchliche Gesprächsreihe „So gesehen – Talk am Sonntag“ und die 2011 eingeführte Polit-Talksendung „Eins gegen Eins“ montags am Spätabend, die allerdings schon im Mai 2012 eingestellt wurde und möglicherweise im Wahljahr 2013 weitergeführt werden soll. Als Innovation galt die Einführung eines neuen Polit-Talks mit dem Titel „Absolute Mehrheit – Meinung muss sich wieder lohnen“, moderiert von Stefan Raab bei ProSieben mit dem Ziel, junge Zuschauer an Politikthemen heranzuführen. Die erst seit 11. November 2012 auf dem gleichen Sendeplatz wie „Günter Jauch“ einmal im Jahr 2012 ausgestrahlte Sendung, in der Politiker ihre Überzeugungskraft beim Studiopublikum erproben und 100 000 Euro gewinnen können, wirkte sich allerdings quantitativ noch kaum aus.	Das ZDF verwendete insgesamt mehr Sendezeit als die ARD für nonfiktionale Unterhaltung (9,1 %). Wesentlichen Anteil hatten weiterhin die Kochsendungen „Die Küchenschlacht“ und „Lafer!Lichter!Lecker!“ im Nachmittagsprogramm sowie „Lanz kocht“ am Spätabend. Vollständig entfielen im ZDF die Zoo-Doku-Soaps als Format des Factual Entertainments. Als konventionelle Unterhaltungsformen gab es weiterhin Shows, Nummern- und Quizsendungen (5,6 %). Titel mit den höchsten Sendezeitanteilen blieben „Topfgeldjäger“ und „ZDF-Fernsehgarten“ sowie „Die Quizshow mit Jörg Pilawa“. Prominente Unterhaltungsshow mit geringerer Ausstrahlungsfrequenz wie „Wetten, dass..?“ genießen zwar Kultstatus und erhalten starke Promotion, fallen aber quantitativ weniger ins Gewicht. Dies gilt ebenso für die Satire- und Kabarettssendungen im Abendprogramm „heute-show“, „Neues aus der Anstalt“ und „Pelzig hält sich“, die allesamt eher unter qualitativen Aspekten herauszuheben sind.	<b>RTL reduzierte nonfiktionale Unterhaltung</b>
<b>Drei Formen nonfiktionaler Unterhaltung</b>	Die breit angelegte Sparte nonfiktionale Unterhaltung deckt unterhaltungsorientierte Formate in drei Kategorien ab: 1. journalistische Unterhaltung (Magazin, Ratgeber, Reportage, Übertragung, Talkshow), 2. Formate des Factual Entertainment (alle Formen der Doku-Soap und Realityformate) (6) und 3. konventionelle Unterhaltungsformen (Quiz, Darbietungsshow). Wie schon in früheren Programmanalysen dargelegt, entwickelten sich in diesem Unterhaltungsbereich als Folge des Reality-Booms unterschiedliche Tendenzen in den öffentlich-rechtlichen und privaten Angeboten.	RTL blieb zwar führend als Anbieter nonfiktionaler Unterhaltung (32,1 %), reduzierte jedoch diese Sparte um 3,6 Prozentpunkte. Verringert wurde die Sendezeit sowohl für Realityformate, die jedoch mit 27,1 Prozent weiterhin das Hauptgewicht ausmachten, als auch für Shows der konventionellen Unterhaltung, deren Anteil sich auf 4,7 Prozent der Gesamtsendezeit belief. Wie schon im Vorjahr erreichte auch 2012 die Doku-Soap „Mitten im Leben“ mit 9 Prozent des Gesamtprogramms als Einzeltitel einen Spitzenwert. Herausragende Sendezeitanteile erhielten auch die Scripted Doku-Soaps „Verdachtsfälle“ (5,2 %) und „Familien im Brennpunkt“ (4,0 %). Zu den prominenten Titeln mit hohen Sendezeitanteilen bei den konventionellen Sendungsformen gehörten „Das Supertalent“ und „Wer wird Millionär?“.	<b>Sat.1 baute sein Angebot dagegen aus</b>
<b>Leichte Veränderungen bei nonfiktionaler Unterhaltung der ARD</b>	Im Programmjahr 2012 fanden im nonfiktionalen Unterhaltungsangebot erneut Veränderungen statt. Bei ARD/Das Erste als Sender mit dem insgesamt geringsten Anteil an nonfiktionaler Unterhaltung (5,5 %) ergab sich durch „Gottschalk live“ ein leichter Zuwachs für die mit 0,5 Prozent sehr be-	Sat.1 rangierte als Anbieter nonfiktionaler Unterhaltung (31,2 %) dicht hinter RTL an zweiter Stelle. Der Abstand zwischen den beiden großen Privatsendern fiel 2012 nur noch gering aus, da RTL sein Angebot in dieser Sparte verringerte, während Sat.1 geringfügig zulegte. Die meiste Sendezeit bestritt auch Sat.1 mit Formaten der Kategorie Factual Entertainment (16,2 %). Darunter findet man neben der Doku-Inszenierung „Zwei bei	

Kallwass“ die Doku-Soap „Pures Leben – mitten in Deutschland“ und die Scripted Doku-Soap „Familien-Fälle“, beides Titel, die der Erfolgsspur von RTL nachfolgen. Mehr Sendezeit als RTL verwendete Sat.1 unverändert für konventionelle Unterhaltungsformate (8,7%). In diesem Bereich wurden die Quizsendungen weiter verringert und dafür die Shows sowie Nummernsendungen (7,9%) ausgeweitet. Die Nummernsendungen mit der meisten Sendezeit waren 2012 „Die dreisten drei“, „Sechserpack“, „Mensch Markus“ und „Was guckst Du?“. In der Kategorie Quiz/Game-show (2,5%) fiel die meiste Sendezeit auf „Mein Mann kann“, gefolgt von „Ab durch die Mitte – Das schnellste Quiz der Welt“, einer neuen Quizsendung, die wegen unbefriedigender Quote nur für wenige Wochen ausgestrahlt wurde. Ein weiterer Teil der nonfiktionalen Unterhaltung bei Sat.1 bestand auch im Jahr 2012 aus Talkformaten, dazu gehörte nach wie vor „Britt“ am frühen Nachmittag, während „Die Harald Schmidt Show“ nach dem Wechsel von der ARD zu Sat.1 wieder auf dem gewohnten Late-Night-Sendeplatz ausgestrahlt wurde.

#### **ProSieben: Abbau der Doku-Soaps**

ProSieben verringerte sein nonfiktionales Unterhaltungsangebot in den letzten drei Jahren bis auf 11 Prozent der Gesamtsendezeit vor allem durch Abbau der Doku-Soaps. Die nonfiktionalen Unterhaltung bestand im Jahr 2012 hauptsächlich aus konventionellen Unterhaltungsformen (8,5%) und Formen der journalistischen Unterhaltung (2,2%), in beiden Kategorien waren tendenzielle Rückgänge zu verzeichnen. Unter den Shows dominierten die Comedys, die Titel mit der meisten Sendezeit waren „Comedy Street“ und „Bully & Rick“, ferner „Talk Talk Talk“ und „Talk Talk Talk – Die Late Show“.

#### **Sättigung bei Realityformaten erkennbar**

Nach dem Boom der Realityformate in den vergangenen Jahren scheint sich, wie bereits erwähnt, allmählich eine Sättigung abzuzeichnen. Nicht nur die massive Umschichtung bei ProSieben deutet darauf hin, sondern auch beim ursprünglichen Trendsetter RTL deutet sich 2012 ein Wendepunkt in diesem Programmsegment an. Schaut man sich die Realityformate des Factual Entertainment genauer an, wird zum einen sichtbar, dass die Varianten fikionalisierte Doku, Doku-Soap/Coaching, Scripted Doku-Soap, Real-Live-Inszenierung und Gerichtsshow hauptsächlich von den beiden großen Privatsendern RTL und Sat.1 angeboten wurden, zum anderen finden sich hier rückläufige Tendenzen (vgl. Tabelle 4). Konventionelle Doku-Soaps in Form von unterhaltensamen Zoo-Dokus am Nachmittag gab es in marginalem Umfang noch bei ARD/Das Erste, während das ZDF diese Sendungen nahezu vollständig eingestellt hat. Bei RTL ging das Angebot an Factual Entertainment um 28 Minuten pro Tag zurück, davon betroffen waren Gerichtsshow (minus 21 Min./Tag) stärker als Doku-Soap/Coaching-Formate (minus 8 Min./Tag), während

Scripted Doku-Soaps und Real Life-Inszenierungen sich noch behaupteten. Sat.1 passte sich dem Entwicklungstrend durch Umschichtung der Formate an. Wie schon in den Vorjahren bei RTL wurde 2012 auch bei Sat.1 den Gerichtsshow Sendezeit entzogen (minus 86 Min./Tag) und zugunsten von Scripted Doku-Soaps und konventionellen Doku-Soaps/Coaching umverteilt.

#### **Musiksendungen**

Musiksendungen haben im Gesamtprogramm nur einen geringen Stellenwert, zudem werden sie überwiegend als Show-Formate präsentiert, dies erschwert in manchen Fällen auch eine trennscharfe Abgrenzung zwischen den Sparten Musik und nonfiktionaler Unterhaltung. Hält man allerdings an dieser Abgrenzung fest, lässt sich beobachten, dass der Musikanteil 2012 in den privaten Programmen stärker als in den öffentlich-rechtlichen durch vermehrte Musikshows und Castingshows zunahm. Konventionelle Konzerte wurden in den Hauptprogrammen äußerst selten angeboten, und dann eher bei ARD/Das Erste und ZDF.

#### **Kinderprogramm**

Kinder- und Jugendsendungen blieben auch 2012 als eigenständige Sparte ein konstantes Angebot, das hauptsächlich von den öffentlich-rechtlichen Sendern ausgestrahlt wurde. Unterscheidet man diese Angebote danach, für welche Altersgruppen sie bestimmt sind, zeigt sich, dass Sendungen für kleinere Kinder ihren Platz im Programm an Wochenenden und Feiertagen in der frühen Morgenphase bis in den Vormittag hinein hatten, während Sendungen für ältere Kinder und Jugendliche sowie für junge Familien mit Kindern auch zu anderen Tageszeiten ausgestrahlt wurden. In den privaten Hauptprogrammen wurden Kinder- und Jugendsendungen 2012 wie schon in den Vorjahren nur in geringem Umfang angeboten. Die größere Vielfalt im Kinderprogramm der öffentlich-rechtlichen Sender beruht nach wie vor darauf, dass bei ARD und ZDF sowohl nonfiktionalen als auch fikionalen Formen ausgestrahlt wurden, während sich die privaten Sender auf Fictionangebote beschränkten. Auf nonfiktionalen Kinder- und Jugendsendungen entfielen bei der ARD (2,4%) und beim ZDF (0,5%) im Jahr 2012 etwas geringere Anteile als im Vorjahr.

Zu den herausragenden Titeln des nonfiktionalen Kinderprogramms gehörten bei der ARD das wöchentliche Nachrichtenmagazin „Neuneinhalb“, die Magazine „Tigerenten-Club“, „Die Sendung mit der Maus“ und die Reportagereihen „Checker Can“, „Felix und die wilden Tiere“, „Karen in Action“ und „Willi wills wissen“. Nicht mehr gesendet wurde 2012 die „Sesamstraße“. Das ZDF

#### **Wichtige Titel des nonfiktionalen Kinderprogramms**

**Tab. 4 Factual Entertainment 2011 bis 2012**

	in Min./Tag									
	ARD		ZDF		RTL		Sat.1		ProSieben	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Factual Entertainment	33	37	7	1	418	390	276	283	58	4
Doku/fiktionalisiert							62	50	-	-
Doku-Soap/Coaching	33	37	7	1	189	180	9	35	51	1
Scripted Doku-Soap	-	-	-	-	188	188	5	80	-	-
Real-Life-Inszenierung	-	-	-	-	17	19	2	5	6	3
Gerichtsshow	-	-	-	-	24	3	199	113	-	-
Restsendezeit	1 407	1 403	1 483	1 439	1 002	1 050	1 164	1 157	1 382	1 436
Gesamtsendezeit	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440
	in %									
	ARD		ZDF		RTL		Sat.1		ProSieben	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Factual Entertainment	2,3	2,6	0,5	0,1	29,0	27,1	19,2	19,7	4,0	0,3
Doku/fiktionalisiert	-	-	-	-	-	-	4,3	3,5	-	-
Doku-Soap/Coaching	2,3	2,6	0,5	0,1	13,1	12,5	0,6	2,4	3,6	0,1
Scripted Doku-Soap	-	-	-	-	13,0	13,0	0,3	5,6	-	-
Real-Life-Inszenierung	-	-	-	-	1,2	1,3	0,1	0,4	0,4	0,2
Gerichtsshow	-	-	-	-	1,7	0,2	13,8	7,8	-	-
Restsendezeit	97,7	97,4	99,5	99,9	71,0	72,9	80,8	80,3	96,0	99,7
Gesamtsendezeit	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

sendete die Magazine „Löwenzahn“ und „pur+“, ferner die Kindernachrichtensendung „logo! Die Welt und ich“, die allerdings Mitte März 2012 eingestellt wurde und seitdem nur im öffentlich-rechtlichen Kika läuft.

**Fiktionales Kinderprogramm**

Der größere Teil des Kinder-/Jugendprogramms bestand auch 2012 aus fiktionalen Sendungen, bei der ARD entfielen hierauf 3,5 Prozent und beim ZDF 4,6 Prozent der Gesamtsendezeit. Unter den Spielfilmen, die den geringeren Sendezeitanteil ausmachten, fanden sich klassische deutsche Märchenfilme, bei der ARD zum Beispiel „Der Wolf und die 7 Geißlein“, „Dornröschen“, beim ZDF „Aschenputtel“, „Frau Holle“ sowie „Hänsel und Gretel“, ferner diverse Abenteuerfilme. Das umfangreichere Serienangebot für Kinder enthielt ebenfalls bekannte Titel, bei der ARD „Die Pfefferkörner“, „Meister Eder und sein Pumuckl“, „Rennschwein Rudi Rüssel“ und beim ZDF „Bibi Blocksberg“, „Pippi Langstrumpf“.

In den beiden großen Privatprogrammen fiel das Fictionangebot für Kinder und Jugendliche geringer aus, bei RTL fanden sich unter anderen „Feivel, der Mauswanderer“, „Der Gigant aus dem All“, bei Sat.1 „Die Prouds – Der Inselabenteuerfilm“, „Ella – Verflixt & zauberhaft“ sowie „Vorstadtkrokodile“ und bei ProSieben „Der verlorene Schatz der Tempelritter“. Im Serienangebot von

ProSieben hatten „Die Simpsons“ wieder die meiste Sendezeit.

**Fiction**

Das Fictionangebot bestand fast ausschließlich aus Spielfilmen, Fernsehfilmen und Reihen sowie Fernsehserien. In den privaten Programmen dominierten die kürzeren Fictionsendungen im Serienformat, während es in den öffentlich-rechtlichen Angeboten 2012 keine einheitliche Tendenz gab. So verwendete die ARD/Das Erste für Filme einen Sendezeitanteil von 21,3 Prozent und für Serien nur 12,7 Prozent des Gesamtprogramms, während beim ZDF der Anteil für Filme (14,9%) geringer als für Serien (16,5%) ausfiel. Der Rückgang der Sendezeit für Serien bei der ARD sowie der Zuwachs beim ZDF entsprechen in etwa den Veränderungen im Informationsangebot. Sendezeit, mit der die ARD ihren Informationsanteil erhöhte, entzog sie den Fictionserien; Sendezeit, mit der das ZDF seine Fictionserien ausweitete, entzog sie umgekehrt dem Informationsanteil. So wurde schon im September 2011 die Ratgeber-sendung „Die Ärzte“ im Vormittagsprogramm gegen Wiederholungen der Fictionserien „Die Rosenheim-Cops“ und „SOKO Kitzbühel“ sowie „SOKO Wismar“ ausgetauscht.

Unter den Privatsendern zeigte sich die Präferenz für Serien am stärksten bei RTL im geringen Filmanteil (5,3%) gegenüber einem um das Dreifache höheren Serienanteil (16,9%). Weniger stark war die Präferenz für Serien bei Sat.1 mit 12,1 Pro-

**Unterschiedliche Tendenzen im Serienangebot von ARD und ZDF**

**Ein Drittel des Programms von ProSieben sind Serien**

zent Filmanteil und 18 Prozent Serienanteil ausgeprägt. Bei ProSieben verlagerten sich die Gewichte in den letzten Jahren stetig zugunsten des Serienangebots, erkennbar in sinkenden Film- und steigenden Serienanteilen. Im Jahr 2012 entfiel bei ProSieben auf Filme (19,3%) ein Fünftel und auf Serien (31,8%) knapp ein Drittel des Gesamtprogramms.

### Werbeformen

**Sonderformen der Werbung bei Privaten zurückgegangen**

Seitdem sich die Privatsender bei ihren Werbeangeboten fast vollständig von Sonderformen (Teleshopping und sonstige Werbeformen) getrennt haben, besteht das Werbeangebot in allen Hauptprogrammen fast ausschließlich aus konventionellen Werbeformen. So lag das Schwergewicht der Werbung 2012 auf klassischen Werbeblöcken, die in den öffentlich-rechtlichen Programmen zwischen Sendungen und in den privaten Programmen auch als Unterbrecher innerhalb der Sendungen platziert waren. Bei der ARD machte diese Werbeform zusammen mit der geringen Sendezeit für Sponsoring (ca. 7 Sekunden pro Spot) 1,2 Prozent und beim ZDF 1,5 Prozent des Gesamtprogramms aus. RTL kam auf 13,9 Prozent, Sat.1 auf 15,4 Prozent und ProSieben auf 14,6 Prozent der Gesamtsendezeit. Während die ARD 2012 einen geringeren Anteil als im Vorjahr für diese Werbeformen aufwies und das ZDF konstant blieb, stieg bei den Privatsendern der Werbeanteil, und zwar bei RTL und ProSieben stärker als bei Sat.1.

### Inhalte

**Inhaltsprofile spiegeln Unterschiede auf Genre- und Formenebene wider**

Mit dem Programmauftrag der öffentlich-rechtlichen Sender verbindet sich die Erwartung, ein breites Spektrum an Inhalten anzubieten, das den Informations- und Bildungsinteressen wie auch den Unterhaltungsinteressen aller Bevölkerungsgruppen Rechnung trägt. Dagegen steht den Privatsendern ein größerer Spielraum offen, mit ihren Inhalten den Unterhaltungsbedürfnissen der Zuschauer und den Interessen der Werbewirtschaft entgegenzukommen. Die unterschiedlichen Rahmenbedingungen lassen daher erwarten, dass sich gerade in den Inhaltsprofilen die typischen Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Angeboten deutlich zeigen. Berücksichtigt man zudem, dass die Inhaltsstrukturen der Programmangebote mit den Sparten und Sendungsformen korrespondieren, werden sich auch die dort beobachteten Veränderungen der Sender auf die Inhaltsprofile auswirken. Inwieweit die bisher festgestellten systembedingten Unterschiede zwischen den Sendern auch im Jahr 2012 Bestand hatten, zeigt der Vergleich der Inhaltsprofile zunächst unabhängig von Programmsparten und deren Funktionen (vgl. Tabelle 5).

**Schwerpunkt von ARD und ZDF bei Politik, Wirtschaft, Gesellschaft**

Die inhaltlichen Angebotsschwerpunkte belegen, dass die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme auch 2012 unangefochten führend bei politisch und gesellschaftlich relevanten Sendungsinhalten

waren. Für Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte wendeten ARD/Das Erste (18,3%) und auch das ZDF (14,7%) ein Mehrfaches an Sendezeit auf als die privaten Sender. Unter den privaten Sendern trug allenfalls RTL (8,0%) zu diesem Themenbereich einen nennenswerten Anteil bei, während im Programm von Sat.1 (2,4%) und Pro Sieben (0,9%) Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft nur am Rande vorkamen. Im Wesentlichen bestanden diese Angebote bei Sat.1 und ProSieben aus den Nachrichtensendungen, andere Formen mit politisch und gesellschaftlich relevanten Inhalten blieben die Ausnahme.

Anders fielen die Angebote der Sender bei nicht-politischen Inhalten aus. In diesem Bereich dominierten RTL (23,6%) und Sat.1 (20,3%) mit Alltagsthemen und Themen zu zwischenmenschlichen Beziehungen, die umgekehrt bei ARD (6,9%) und ZDF (12,8%) deutlich geringer ausfielen. Der hohe Sendezeitanteil für alltagsnahe Inhalte sowie für die Thematisierung menschlicher Beziehungen erklärt sich auch aus den Präferenzen der Privatsender für Realityformate, aber auch Reportagen trugen dazu bei. Während bei RTL keine nennenswerten Veränderungen gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen waren, verschoben sich auffällig die Gewichtungen der Sendezeit bei Sat.1, und zwar stieg hier der Anteil der Alltagsthemen um 8,3 Prozentpunkte, im Gegenzug verloren die Themen zu Recht, Kriminalität und Katastrophen 6,3 Prozentpunkte. In diesen Veränderungen der Inhaltsstruktur spiegelt sich der Abbau von Gerichtsshows zugunsten von Doku-Soaps wider. Trotz des Rückgangs der Themen zu Recht, Kriminalität und Katastrophen blieben RTL (8,5%) und Sat.1 (7,9%) auch hierin mit Abstand die führenden Anbieter. ARD (0,2%) und ZDF (0,6%) widmeten diesen Themen nur marginale Sendezeit. Allerdings ist einzuräumen, dass sich hier nur monothematische Sendungen auf die Sendezeitanteile dieser Inhaltskategorie auswirken. Ein Teil der Themen zu Kriminalität, Unfällen und Katastrophen wird in Boulevardmagazinen sowie teilweise auch anderen Magazinen behandelt und dort durch pauschale Zuordnung zur Kategorie Diverse Themen neutralisiert.

Bei Differenzierung der Inhaltsprofile nach Sparten werden die unterschiedlichen Präferenzen der Sender deutlicher erkennbar (vgl. Tabelle 6). Vor allem die dominante Rolle von ARD/Das Erste und ZDF als Informationsanbieter relevanter Politikinhalte, denen RTL und Sat.1 hauptsächlich politikferne Alltagsthemen und Themen der Normabweichung gegenüberstellen, verweist auf den von den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen wahrgenommenen Programmauftrag. Vernachlässigt man die schwächer besetzten Inhaltskategorien

**Nichtpolitische Inhalte erheblich stärker bei Privaten**

**Inhaltsprofile bezogen auf die Sparten**

**Tab. 5 Inhaltsprofile 2011 bis 2012**  
 Kategorien gruppiert

	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1		ProSieben		Gesamt	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
in Min./Tag												
Politik/Wirtschaft i.w.S.	270	263	275	212	117	116	35	34	14	13	692	637
Kultur/Religion	54	57	57	47	45	51	19	34	17	29	193	217
Tier/Natur	66	53	16	11	–	1	1	0	1	2	83	67
Wissenschaft/Forschung	15	14	17	14	3	3	6	5	68	88	108	125
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	4	2	14	9	141	122	205	114	–	–	364	248
Alltag/Soziales/menschl. Beziehungen	95	100	199	184	366	340	173	292	176	122	1 010	1 038
Sport	91	115	76	96	26	28	16	11	3	1	212	251
Diverse Themen	228	245	265	295	176	177	268	209	96	90	1 052	1 016
Wetter	7	6	2	2	3	3	3	3	0	0	17	16
Fiction-Spannung	138	155	246	302	114	130	235	296	200	189	932	1 072
Fiction-Unterhaltung	375	341	172	165	187	191	172	133	520	549	1 426	1 379
Fiction-Anspruch	18	20	8	8	–	1	2	1	3	2	30	32
Fiction-Animation	21	23	41	45	6	6	12	14	63	65	143	152
Sonstiges/Werbung	58	46	52	50	255	271	294	292	279	290	938	950
<b>Gesamt</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>	<b>1 440</b>
in %												
Politik/Wirtschaft i.w.S.	18,7	18,3	19,1	14,7	8,1	8,0	2,5	2,4	0,9	0,9	9,6	8,9
Kultur/Religion	3,8	3,9	4,0	3,3	3,1	3,5	1,3	2,4	1,2	2,0	2,7	3,0
Tier/Natur	4,6	3,7	1,1	0,8	–	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	1,1	0,9
Wissenschaft/Forschung	1,0	0,9	1,2	1,0	0,2	0,2	0,4	0,4	4,7	6,1	1,5	1,7
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	0,3	0,2	1,0	0,6	9,8	8,5	14,3	7,9	–	0,0	5,1	3,4
Alltag/Soziales/menschl. Beziehungen	6,6	6,9	13,8	12,8	25,4	23,6	12,0	20,3	12,2	8,5	14,0	14,4
Sport	6,3	8,0	5,3	6,7	1,8	1,9	1,1	0,8	0,2	0,1	2,9	3,5
Diverse Themen	15,8	17,0	18,4	20,5	12,2	12,3	18,6	14,5	6,7	6,3	14,6	14,1
Wetter	0,5	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,2	0,2
Fiction-Spannung	9,6	10,8	17,1	20,9	7,9	9,0	16,3	20,5	13,9	13,2	12,9	14,9
Fiction-Unterhaltung	26,1	23,7	12,0	11,4	13,0	13,3	11,9	9,2	36,1	38,1	19,8	19,2
Fiction-Anspruch	1,2	1,4	0,5	0,5	–	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,4	0,4
Fiction-Animation	1,5	1,6	2,8	3,1	0,4	0,4	0,8	0,9	4,4	4,5	2,0	2,1
Sonstiges/Werbung	4,0	3,2	3,6	3,5	17,7	18,8	20,4	20,3	19,4	20,1	13,0	13,2
<b>Gesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

sowohl in der Sparte Information als auch in der Sparte Nonfiktionale Unterhaltung, bleibt die Kategorie Diverse Themen in der Sparte Information als dritter inhaltlicher Schwerpunkt mit vergleichsweise hohen Sendezeitanteilen bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1, aber nur geringen Differenzen zwischen diesen Sendern übrig. Zur Differenzierung der Inhaltsangebote trägt die Kategorie diverse Themen allerdings wenig bei, sondern eher zur Nivellierung unterschiedlicher Informationsleistungen, denn sie umfasst nicht nur Boulevardmagazine und einige Talkshows als Mehrthemen-sendungen, sondern auch die „ARD/ZDF-Morgenmagazine“ und das „Sat.1-Frühstücksfernsehen“, deren Inhalte auf unterschiedlichem Relevanzniveau liegen.

Auch bei ProSieben fanden sich in der Sparte Information weder erwähnenswerte Politikinhalte noch Alltagsthemen oder ein mit anderen Sendern vergleichbares Angebot der Kategorie Diverse Themen. Stattdessen profilierte sich ProSieben durch sein Angebot im Themenbereich Kultur, Wissenschaft, Natur (6,9%) und übertraf damit ARD (4,2%) und ZDF (3,9%). Dieser quantitative Vorsprung basierte jedoch allein auf dem populären Wissensmagazin „Galileo“ einschließlich seiner Sondervarianten, während ARD und ZDF durch eine größere Vielfalt an Sendetiteln ein wesentlich breiteres Themenspektrum abdeckten.

Veränderungen, die schon bei den Sparten- und Formenprofilen im Mehrjahresvergleich sichtbar wurden, kamen auch in den Inhaltsprofilen zum Vorschein. Abgesehen von kleineren Schwankungen der Sendezeitanteile bei allen Sendern zeig-

**„Galileo“ bestimmt bei ProSieben das Profil der Sparte Information**

**Tab. 6 Sparten und Inhalte 2010 bis 2012**  
Sendedauer in Min./Tag

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Information	582	599	608	690	675	625	328	320	318	238	268	222	152	137	169
Politik/Wirtschaft i.w.S.	259	265	258	276	269	212	112	117	111	28	35	34	13	14	13
Kultur/Wissenschaft/Natur	70	69	60	79	68	56	7	7	8	16	17	17	90	77	99
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	5	4	2	9	14	9	0	0	0	1	4	-	-	-	-
Alltag/Soziales/menschl. Beziehungen	57	58	66	97	91	93	36	30	31	6	2	1	3	7	3
Diverse Themen <sup>1)</sup>	184	196	214	226	231	253	169	163	163	172	206	167	45	40	53
Wetter	7	7	6	2	2	2	4	3	3	3	3	3	0	0	0
Sport	111	91	114	94	75	94	27	21	22	21	15	11	-	-	0
Nonfiktionale Unterhaltung	90	89	79	135	151	132	479	514	462	460	443	449	285	236	158
Politik/Wirtschaft i.w.S.	2	2	3	0	7	0	0		4	1	0	-	-	-	-
Kultur/Wissenschaft/Natur	45	45	38	25	13	4	17	18	7	1	6	1	5	7	2
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	-	-	-	0	-	-	115	140	122	190	201	114	-	-	-
Alltag/Soziales/menschl. Beziehungen	18	21	18	88	105	89	333	342	314	180	172	291	190	172	120
Diverse Themen <sup>1)</sup>	25	21	21	21	27	38	14	13	14	89	62	42	90	56	37
Musik	14	12	18	12	8	13	16	22	40	3	2	22	4	1	18
Pop/Rock/Schlager	0	4	3	2	1	2	14	21	29	0		21	4	1	17
Volksmusik	12	7	8	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	1	1	1	3	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstiges	1	-	5	6	6	8	2	1	12	3	2	1	-	-	1
Kinderprogramm	87	92	85	67	74	74	4	2	6	1	1	9	57	59	70
Nonfiktionale Kindersendungen	38	38	35	15	12	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fiktionale Kindersendungen	49	53	50	52	62	67	4	2	6	1	1	9	57	59	70
Kinderfilme/Serien	28	32	29	16	21	23	3	2	4	1	0	7	1	2	7
Zeichentrick/Puppentrick	21	21	21	35	41	44	1	-	2	0	1	3	56	56	62
Sonstiges	-	-	-	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fiction	499	499	489	392	405	452	317	305	321	415	419	434	662	727	736
Spannung	126	138	155	205	246	302	112	114	129	210	235	296	198	200	189
Unterhaltung	350	344	313	182	151	142	201	185	187	195	171	126	454	518	542
Anspruch	20	18	20	4	8	8	1	-	1	2	2	1	3	3	2
Animation	2	-	1	1	-	0	4	6	4	9	11	11	7	7	2
Sonstiges	37	38	29	31	29	28	74	75	71	78	78	71	80	85	80
Werbung	20	20	18	20	22	22	195	180	200	223	216	221	200	194	210
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)

ten sie sich beim Informationsangebot im Rückgang der politikrelevanten Inhalte beim ZDF.

**Alltagsthemen dominieren nonfiktionale Unterhaltung von RTL und Sat.1**

Die Inhaltsprofile im nonfiktionalen Unterhaltungsangebot wurden am stärksten von Alltagsthemen und Themen zwischenmenschlicher Beziehungen geprägt. Mit diesen Themen behauptete RTL (21,8%) im Jahr 2012 nur noch knapp seine bisherige Führungsrolle gegenüber Sat.1 (20,2%). Verringert wurden wie schon früher bei RTL nun auch bei Sat.1 die Themen zu Recht und Kriminalität durch Abbau der Gerichtsshow. Bei ProSieben verringerten sich sowohl Alltagsthemen als auch diverse Themen, beide Kategorien verloren Sendezeit zugunsten von Fictionserien.

**Musikgenres**

Sendungen, für die Musikdarbietungen konstitutiver Bestandteil waren, hatten zwar nur einen geringen Stellenwert im Gesamtprogramm, unter

dem Aspekt kultureller Vielfalt kann man jedoch auch darin noch typische Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern erkennen. Bei ARD und ZDF verteilten sich diese Sendungen auf die Genres Pop/Rock/Schlager, Volksmusik, ernste Musik und Diverses, in den privaten Programmen gab es fast ausnahmslos Popmusik.

Die Fictionangebote der Sender verteilen sich auf die Genrekategorien 1. Spannungsbetonte Genres, 2. Leichte Unterhaltungsgenres und 3. Anspruchsgenres (sowie separat Genres der Animation). Von diesen Genrekategorien dominierten auch 2012 Spannung und leichte Unterhaltung,

**Trend zu mehr spannungsbetonten Fictiongenres**

**Tab. 6 Sparten und Inhalte 2010 bis 2012 (Fortsetzung)**  
 Sendedauer in %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Information	40,4	41,6	42,2	47,9	46,9	43,4	22,8	22,2	22,1	16,6	18,6	15,4	10,5	9,5	11,7
Politik/Wirtschaft i.w.S.	18,0	18,4	17,9	19,2	18,7	14,7	7,8	8,1	7,7	1,9	2,5	2,4	0,9	0,9	0,9
Kultur/Wissenschaft/Natur	4,9	4,8	4,2	5,5	4,7	3,9	0,5	0,5	0,5	1,1	1,2	1,2	6,2	5,3	6,9
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	0,4	0,3	0,2	0,6	1,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	–	–	–
Alltag/Soziales/menschl. Beziehungen	4,0	4,1	4,6	6,7	6,3	6,5	2,5	2,1	2,2	0,4	0,1	0,1	0,2	0,5	0,2
Diverse Themen <sup>1)</sup>	12,8	13,6	14,9	15,7	16,0	17,6	11,8	11,3	11,3	11,9	14,3	11,6	3,1	2,8	3,7
Wetter	0,5	0,5	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0
Sport	7,7	6,3	7,9	6,5	5,2	6,5	1,9	1,5	1,5	1,5	1,0	0,8	–	–	0,0
Nonfiktionale Unterhaltung	6,3	6,2	5,5	9,4	10,5	9,1	33,3	35,7	32,1	31,9	30,7	31,2	19,8	16,4	11,0
Politik/Wirtschaft i.w.S.	0,1	0,2	0,2	0,0	0,5	0,0	0,0	–	0,3	0,0	0,0	0,0	–	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	3,1	3,1	2,6	1,7	0,9	0,3	1,2	1,3	0,5	0,1	0,4	0,1	0,3	0,5	0,1
Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe	–	–	–	0,0	–	–	8,0	9,7	8,5	13,2	14,0	7,9	–	–	–
Alltag/Soziales/menschl. Beziehungen	1,3	1,4	1,3	6,1	7,3	6,2	23,1	23,7	21,8	12,5	12,0	20,2	13,2	12,0	8,3
Diverse Themen <sup>1)</sup>	1,8	1,5	1,4	1,5	1,8	2,6	1,0	0,9	0,9	6,2	4,3	2,9	6,2	3,9	2,6
Musik	1,0	0,8	1,2	0,8	0,6	0,9	1,1	1,6	2,8	0,2	0,1	1,5	0,3	0,1	1,2
Pop/Rock/Schlager	0,0	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	1,0	1,5	2,0	0,0	–	1,5	0,3	0,1	1,2
Volksmusik	0,9	0,5	0,6	0,1	0,0	0,0	–	–	–	–	–	0,0	–	–	–
Ernste Musik	0,0	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	–	–	–	–	–	0,0	–	–	–
Diverses	0,1	–	0,4	0,4	0,4	0,6	0,1	0,1	0,8	0,2	0,1	0,1	–	–	0,1
Kinderprogramm	6,1	6,4	5,9	4,7	5,1	5,2	0,3	0,1	0,4	0,1	0,1	0,6	3,9	4,1	4,8
Nonfiktionale Kindersendungen	2,7	2,7	2,4	1,1	0,8	0,5	–	–	–	–	–	0,0	–	–	–
Fiktionale Kindersendungen	3,4	3,7	3,5	3,6	4,3	4,6	0,3	0,1	0,4	0,1	0,1	0,6	3,9	4,1	4,8
Kinderfilme/Serien	1,9	2,2	2,0	1,1	1,5	1,6	0,2	0,1	0,3	0,1	0,0	0,5	0,0	0,2	0,5
Zeichentrick/Puppentrick	1,5	1,5	1,5	2,5	2,8	3,1	0,1	–	0,1	0,0	0,0	0,2	3,9	3,9	4,3
Sonstiges	–	–	–	0,0	0,0	0,0	–	–	–	–	–	0,0	–	–	–
Fiction	34,6	34,7	34,0	27,2	28,1	31,4	22,0	21,2	22,3	28,8	29,1	30,1	46,0	50,5	51,1
Spannung	8,8	9,6	10,8	14,3	17,1	20,9	7,7	7,9	8,9	14,6	16,3	20,5	13,8	13,9	13,2
Unterhaltung	24,3	23,9	21,7	12,6	10,5	9,9	14,0	12,9	13,0	13,5	11,9	8,8	31,5	36,0	37,6
Anspruch	1,4	1,2	1,4	0,3	0,5	0,5	0,0	–	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1
Animation	0,1	–	0,1	0,1	–	0,0	0,3	0,4	0,3	0,6	0,8	0,8	0,5	0,5	0,2
Sonstiges	2,6	2,6	2,0	2,2	2,0	1,9	5,1	5,2	4,9	5,4	5,4	4,9	5,6	5,9	5,5
Werbung	1,4	1,4	1,2	1,4	1,5	1,5	13,5	12,5	13,9	15,5	15,0	15,4	13,9	13,5	14,6
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 Frühstücksfernsehen und Boulevardmagazinen.  
 Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00–3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

während Anspruchsgenres und Animation (außerhalb des Kinderprogramms) nur marginal vorkamen. Bei allen Sendern außer ProSieben ließ sich, wenn auch in unterschiedlicher Intensität, ein anhaltender Trend zu mehr spannungsbetonten Genres beobachten. Die höchsten Anteile an Krimis, Action, Abenteuer, Krieg u.ä. hatten bei größtem Zuwachs das ZDF (20,9%) und Sat.1 (20,5%), ARD (10,8%) und RTL (8,9%) kamen nur etwa auf die Hälfte davon. Umgekehrt verwendeten ARD (21,7%) und RTL (13,0%) den größeren Teil ihrer Sendezeit für unterhaltungsbetonte Genres (Komödien, Familiengeschichten, Soaps, Sitcom, Melodrama u.ä.). Noch deutlicher betonte ProSie-

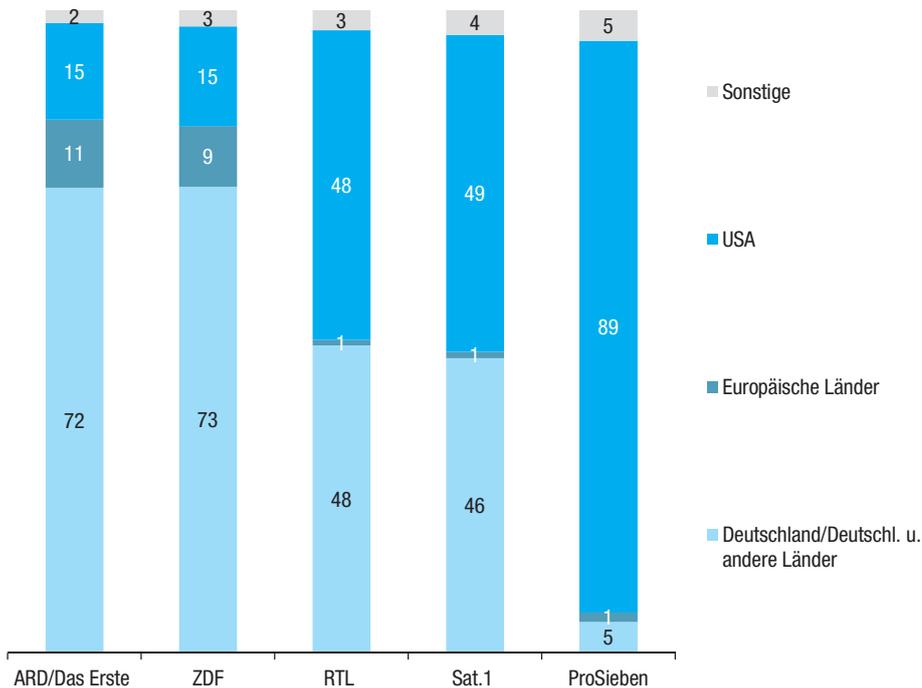
ben – bei einem Fictionanteil, der mehr als die Hälfte des Gesamtprogramms füllte – mit 37,6 Prozent der Gesamtsendezeit seine Präferenz für leichte Unterhaltungsgenres.

#### Produktionsländer des Fictionangebots

Die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) der Europäischen Union gibt für Fernsehsender Mindestquoten für europäische Produktionen vor, um die wirtschaftlichen Wettbewerbschancen europäischer Produzenten und die europäische Kultur gegen internationale Konkurrenz (vor allem aus den USA) zu stärken. (7) Dabei handelt es sich allerdings nur um Empfehlungen ohne rechtsverbindliche Verpflichtung zur Umsetzung. Dennoch lohnt es sich, den Vergleich der Produktionsländer von Fictionangeboten der Sen-

**EU fordert  
Mindestquoten  
für europäische  
Produktionen**

**Abb. 12 Produktionsländer der Fictionangebote (ohne Kinderprogramm) 2012**  
Sendezeit in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

der auch für das Jahr 2012 weiter fortzuschreiben.

**ARD/ZDF mit jeweils über 70 Prozent deutscher (Ko-)Produktion**

Gruppert man die Produktionsländer der Fictionangebote (ohne Kinderprogramm) in die Kategorien 1. Deutschland/Deutschland in Kooperation mit anderen, 2. europäische Länder, 3. USA und 4. sonstige Länder, zeigen sich im Wesentlichen drei Profile, und zwar die beiden öffentlich-rechtlichen Sender in der ersten Gruppe, RTL und Sat.1 in der zweiten sowie schließlich ProSieben (vgl. Abbildung 12 und Tabelle 7). Die meiste Sendezeit für Fictionangebote aus deutscher Produktion oder in deutscher Koproduktion mit anderen Ländern verwendeten im Jahr 2012 ARD/Das Erste (72%) und ZDF (73%). Auf US-Importe entfielen nur jeweils 15 Prozent und auf Fictionsendungen aus europäischen Ländern bei der ARD 11 Prozent und beim ZDF 9 Prozent, sonstige Länder spielten eine sehr geringe Rolle. Wesentlich anders fielen die Länderprofile bei den privaten Fictionangeboten aus. Bei RTL und Sat.1 hatten deutsche Produktionen oder deutsche Koproduktionen mit anderen Ländern in etwa so große Anteile wie die US-Produktionen. Die europäischen Länder lagen mit jeweils 1 Prozent unter den Anteilen aus sonstigen Ländern.

**ProSieben: nur 5% deutsche Produktionen**

ProSieben hatte auch 2012 in dieser Hinsicht eine Sonderrolle, denn allein auf US-Importe (89%) entfielen fast neun Zehntel seines Fictionange-

bots, während für deutsche Produktionen und deutsche Koproduktionen nur 5 Prozent und für solche aus europäischen Ländern nur 1 Prozent der gesamten Fictionsendezeit verwendet wurden.

Zwischen 2010 und 2012 entwickelte sich die Verteilung auf deutsche und amerikanische Produktionen bei öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern in gegenläufige Richtung. Bei ARD/Das Erste und dem ZDF erhöhte sich tendenziell der Anteil aus deutscher (Ko-)Produktion und verringerte sich der Anteil aus US-Produktion. Bei RTL, Sat.1 und ProSieben verringerte sich dagegen der Anteil aus deutscher (Ko-)Produktion zugunsten der US-Produktion. Nach diesen Befunden lagen die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme mit der Herkunft ihrer Fictionangebote weit über den empfohlenen Mindestquoten der EU-Richtlinie, RTL und Sat.1 entsprechen ihnen in etwa, während ProSieben weiterhin stark davon abwich.

**Fazit**

Die wesentlichen Befunde der Programmanalyse zur Angebotsentwicklung in den Jahren 2010 bis 2012 lassen sich in folgenden Punkten zusammenfassen:

**Tab. 7 Produktionsländer der Fictionangebote 2010 bis 2012 (ohne Kinder-/Jugendprogramm)**

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
in Min./Tag															
Deutschland/Deutschl. u. andere Länder	337	338	354	241	275	328	165	155	154	241	208	199	57	43	36
Europäische Länder	58	59	52	44	53	43	5	2	3	3	3	4	14	11	11
USA	91	89	74	87	62	70	138	137	155	158	188	214	543	635	655
Sonstige	13	13	10	19	16	11	9	11	10	14	20	17	48	38	35
Gesamt	499	499	489	392	405	452	317	305	321	415	419	434	662	727	736
in %															
Deutschland/Deutschl. u. andere Länder	68	68	72	61	68	73	52	51	48	58	50	46	9	6	5
Europäische Länder	12	12	11	11	13	9	1	1	1	1	1	1	2	2	1
USA	18	18	15	22	15	15	44	45	48	38	45	49	82	87	89
Sonstige	3	3	2	5	4	3	3	4	3	3	5	4	7	5	5
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Profilunterschiede zwischen ARD/ZDF und Privaten bleiben bestehen**

1. Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme unterschieden sich im Programmjahr 2012 weiterhin in allen Dimensionen wesentlich von den privaten Hauptprogrammen. Die Spartenprofile bestätigen nach wie vor einen Schwerpunkt der öffentlich-rechtlichen Sender auf der Informationsfunktion und der privaten Sender auf der Unterhaltungs- und Werbefunktion. Die privaten Sender unterschieden sich voneinander sowohl in der Gewichtung der Informationsangebote als auch der nonfiktionalen und fiktionalen Unterhaltungsangebote. RTL blieb unter den Privaten stärkster Anbieter von Information und Factual Entertainment, ProSieben positionierte sich als stärkster Fictionanbieter (mit dem schwächsten Informationsangebot), und Sat.1 verlagerte mehr Sendezeit auf nonfiktionale Unterhaltung. Die insgesamt schwach vertretenen Sparten Sport, Musik, Kinder-/Jugendsendungen wurden überwiegend in den öffentlich-rechtlichen Programmen angeboten, davon insbesondere Sport.

**Mehr Sendezeit und vielfältigere Formen der Information bei ARD und ZDF**

2. Die führende Rolle der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme als Informationsanbieter basiert wesentlich auf dem Einsatz klassischer Sendungsformen der Berichterstattung und Meinungsvermittlung. ARD und ZDF verwendeten deutlich mehr Sendezeit für Nachrichten, Magazine, Reportagen und Dokumentationen sowie Gesprächssendungen als RTL, Sat.1 und ProSieben. Die Privatsender verwendeten stattdessen mehr Sendezeit für Realityformate als Teil der nonfiktionalen Unterhaltung. Am stärksten bestritt damit RTL seine nonfiktionale Unterhaltung. Auch die konventionellen Formen, Quiz und Show, wurden von den

privaten Sendern stärker genutzt. In der fiktionalen Unterhaltung bevorzugten die Privaten Serien. Die meiste Sendezeit für Filme verwendete die ARD, die geringste RTL.

3. Veränderungen in den Programmsparten der letzten drei Jahre waren deutlicher beim ZDF und bei ProSieben als bei den anderen Sendern zu erkennen. Das ZDF reduzierte sein Informationsangebot zugunsten von Fiction, behielt aber weiterhin den höchsten Infoanteil. ProSieben reduzierte das nonfiktionale Unterhaltungsangebot und erhöhte das Fictionangebot. Geringere Veränderungen gab es bei Sat.1 durch Verringerung des Informationsangebots zugunsten von Unterhaltungsangeboten. Bei allen Privatsendern nahmen Musikangebote zu.

4. Veränderungen in den Sendungsformen gab es bei der ARD, die Sendezeit für Serien und Quiz-Shows nahm ab, die für Reportagen, Übertragungen, Talkshows und Filmen zu. Beim ZDF verloren Nachrichten und Magazine Sendezeit, Fictionserien und Übertragungen gewannen Sendezeit. Bei RTL verloren Doku-Soaps Sendezeit zugunsten von Serien und Werbung. Bei Sat.1 verloren Magazine und Quiz Sendezeit zugunsten von Show und Serien. Bei ProSieben verloren am stärksten Doku-Soaps und Spielfilm, davon profitierten Serien, Magazine und Werbung. Alle Sender außer der ARD verstärkten ihr Serienangebot.

5. Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme bestritten knapp drei Viertel 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 AVMD-Richtlinie der EU geforderten nationalen Mindestquote. Bei ProSieben bestand das Fictionangebot zu neun Zehntel aus US-Produktionen.

**Veränderungen in Programmsparten vor allem beim ZDF und ProSieben**

**Einige Änderungen bei den Sendungsformen**

**EU-Quote wird von ARD/ZDF deutlich und von RTL/Sat.1 knapp erfüllt**

**Charakteristische  
Positionierung der  
Sender unverändert**

Ungeachtet der diversen Umverteilungen von Sendezeit blieben auch 2012 die typischen Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Sektor im Wesentlichen erhalten, denn an den charakteristischen Positionierungen der Sender hat sich nichts Grundlegendes verändert. ARD und ZDF gewährleisteten mit ihrem deutlich umfangreicheren und vielfältigeren Informationsangebot die Versorgung mit politisch und gesellschaftlich relevanten Inhalten. Im Unterhaltungsbereich deutete sich ein Ende des Booms der Realityformate an sowie eine Renaissance der Fictionangebote.

**Anmerkungen:**

- 1) Vgl. Zubayr, Camille/Heinz Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2012. In: Media Perspektiven 3/2013, S. 132.
- 2) Als Rohdatenbasis wurde die von der ZDF-Medienforschung zur Verfügung gestellte AGF-Sendungscodierung genutzt und nach dem IFEM-Analysemodell ausgewertet. Durch Umcodierung von Sendetiteln und einer anderen Strukturierung der Ergebnisse weichen die IFEM-Programmprofile systematisch von der AGF-Codierung ab.
- 3) 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 senderexterner 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 (Programmpräsentationen, Überleitungen, Zeitfüller, Zeitleücken sowie Gewinnzahlen und Nonprofit-Spots) und 14. Werbeformen (Werbeblöcke, Teleshop und Sponsorwerbung).
- 4) Die Kurznachrichten im Frühstücksfernsehen von Sat.1 wurden aufgrund fehlender Angaben des Senders annäherungsweise hochgerechnet und dem ausgewiesenen Anteil der Nachrichten hinzugefügt.
- 5) Vgl. u.a. Krüger, Udo Michael: Factual Entertainment – Fernsehunterhaltung im Wandel. Programmanalyse 2009 – Teil 1: Sparten und Formen. In: Media Perspektiven 4/2010, S. 158–181.
- 6) Vgl. ebd.
- 7) Zur AVMD-Richtlinie vgl. [http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/twvf/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/twvf/index_de.htm); ursprünglich Richtlinie des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (89/552/EWG). In: Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften, Nr.1 298/26 vom 17.10.1989, Kapitel III, Artikel 4. Danach wird von den EU-Staaten erwartet, „dass sie den Hauptteil ihrer Sendezeit, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen besteht, der Sendung von europäischen Werken vorbehalten. Dieser Anteil ist unter Berücksichtigung der Verantwortung der Rundfunkveranstalter gegenüber ihrem Publikum in den Bereichen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung schrittweise anhand geeigneter Kriterien zu erreichen“. Vgl. auch Dürr, Renate/Jan Wiesner: Zwischen Wirtschaft und Kultur: 20 Jahre EU-Fernsehrichtlinie. Grundlinien europäischer Medienpolitik. In: Media Perspektiven 10/2009, S. 547.

