

Repräsentativbefragung zum Public Value des crossmedialen Programmschwerpunkts

Die ARD-Themenwoche 2013 „Zum Glück“ im Urteil des Publikums

Von Gerhard Kloppenburg* und Erk Simon*

„Zum Glück“ hieß es vom 16. bis 22. November 2013 in den Fernseh-, Radio- und Internetangeboten der ARD. Bereits zum achten Mal widmete sich die ARD mit der crossmedialen Programmaktion einer zentralen Lebensfrage. Nachdem es in den vergangenen Jahren um die Themen „Leben mit dem Tod“ (2012), „Der mobile Mensch“ (2011) und „Essen ist Leben“ (2010) (1) ging, wird im Herbst 2014 das Thema „Toleranz“ für eine Woche im Mittelpunkt der ARD-Programme stehen.

„Was macht ein glückliches Leben aus?“ zentrale Frage der Themenwoche

„Was macht ein glückliches Leben aus?“ war die zentrale Frage der Themenwoche 2013 – ein generationsübergreifendes Thema, welches Raum für Optimismus und Lebensfreude, aber auch für Nachdenken und die Reflektion über das eigene Leben und gesellschaftliche Zusammenhänge bietet. Mit der crossmedialen Programmaktion machte die ARD den Menschen in Deutschland das Angebot, sich eine Woche intensiv und bewusst mit dem Thema „Glück“ auseinanderzusetzen: Hintergründe zu erfahren, die Perspektiven anderer Menschen kennenzulernen, zu diskutieren und Anstöße zu geben für die Suche nach dem individuellen und gesellschaftlichen Glück.

Wie in den früheren Themenwochen griff die ARD auch diesmal ein zukunftsorientiertes Thema auf, das aktuell ist und die Menschen bewegt. Wie relevant die Diskussion um ein gelungenes Leben ist, zeigt nicht nur die Glücksindustrie, die mit Seminaren, Coachings und unzähligen Publikationen Rat geben will, auch in der politischen und gesellschaftlichen Diskussion geht es heute verstärkt um die Frage, welche Faktoren für die Lebenszufriedenheit und das Glück der Menschen relevant sind. (2)

Prominente Themenwoche-Paten

Die prominenten Paten der Themenwoche 2013 waren diesmal die Schwimmerin und mehrfache Goldmedaillengewinnerin bei den Paralympics Kirsten Bruhn, die Tagesschau-Sprecherin Linda Zervakis und der ARD-Moderator und Autor Eckart von Hirschhausen. Daneben engagierten sich die Moderatorin und Schauspielerin Anke Engelke, der Moderator Ralph Caspers und die Musikband Söhne Mannheims für die ARD-Themenwoche.

Lebenszufriedenheit der Deutschen

Vor dem Start der ARD-Themenwoche „Zum Glück“ wurden die Bundesbürger von infratest dimap nach ihrer Lebenszufriedenheit befragt. Ein halbes Jahr lang – von Mai bis Oktober 2013 – hat das Meinungsforschungsinstitut bei seinen aktuellen Telefonumfragen die Frage gestellt: „Wie zufrieden sind Sie gegenwärtig, alles in allem, mit Ihrem Leben?“ Die Befragten konnten ihre Zufriedenheit auf einer Skala von 0 bis 10 angeben, wobei 0 für die niedrigste, 10 für die höchste Zufriedenheit stand.

Insgesamt wurden von infratest dimap 50 369 Menschen ab 14 Jahren befragt. Unter dem Titel „ARD-GlücksTrend“ konnten damit zum Start der Themenwoche aktuelle und aufgrund der hohen Fallzahl regional differenzierbare Daten für die Sendgebiete der ARD-Landesrundanstalten zur Verfügung gestellt werden. (3)

Für die Bevölkerung insgesamt ergibt sich ein Mittelwert von 7,5 auf der Zufriedenheitsskala, die Mehrheit der Deutschen ist damit überwiegend zufrieden mit ihrem Leben. Fast 60 Prozent der Bevölkerung sind sehr zufrieden (Werte 8 bis 10 auf der Zufriedenheitsskala), weniger als 5 Prozent sind mit ihrem Leben gegenwärtig wirklich unzufrieden (Werte 0 bis 3). Dabei gibt es deutliche Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen: Jüngere sind zufriedener als Ältere, eine höhere Bildung, ein höheres Einkommen, die Berufstätigkeit und ein größerer Haushalt stehen in einem positiven Zusammenhang mit der Lebenszufriedenheit. Die Umfrage stellte dabei besonders die regionalen Unterschiede der subjektiven Lebenszufriedenheit in den Fokus: Zum einen für die Bundesländer und zum anderen für die 96 Raumordnungsregionen in Deutschland.

Auf der Bundeslandebene ist die Lebenszufriedenheit demnach in Baden-Württemberg, Hessen, Nordrhein-Westfalen und Bayern mit einem Mittelwert von 7,6 am höchsten und in den Ländern Brandenburg und Thüringen mit 7,0 am niedrigsten. Die zufriedensten Menschen leben in Bayern, in den Regionen Donau-Ilser, Donau-Wald, Ingolstadt, Landshut, Oberland und Südostoberbayern. Deutlich geringer ist die Lebenszufriedenheit in den östlichen Bundesländern mit den niedrigsten Werten in den Regionen Lausitz-Spreewald, Oderland-Spree, Uckermark-Barnim und Mittelthüringen.

Diese von infratest dimap ermittelten Ergebnisse sind insbesondere in der regionalen Berichterstattung intensiv genutzt worden und waren ein wichtiger Input für programmliche Diskussionen und Analysen in Bezug auf die Frage, was ein glückliches Leben ausmacht.

Angebot und Nutzung der ARD-Themenwoche „Zum Glück“

Im Fernsehen haben nach den Daten der AGF/GfK-Fernsehforschung insgesamt 35,31 Millionen Zuschauer mindestens ein Angebot der Themenwoche gesehen, dies sind knapp die Hälfte aller

Umfrage zur regionalen Differenzierung der Lebenszufriedenheit im Vorfeld der Themenwoche

Deutsche sind überwiegend zufrieden mit ihrem Leben

TV: Gut 35 Millionen Bundesbürger haben Themenwoche-Angebote genutzt

* WDR-Medienforschung.

Fernsehzuschauer in Deutschland. Allein mit den Sendungen im Ersten wurden 26,22 Millionen Menschen erreicht, in den Dritten Programmen der ARD waren es 22,83 Millionen. Auch das Teletext-Angebot des Ersten wurde gut besucht: Insgesamt informierten sich eine halbe Million Zuschauer auf den Teletext-Seiten zur Themenwoche.

Im Ersten hatte der Fernsehfilm „Ein Schnitzel für alle“ eine besonders gute Zuschauerakzeptanz: 5,59 Millionen Zuschauer sahen die Ruhrgebietskomödie mit den Hauptdarstellern Armin Rohde und Ludger Pistor, die sich auf die Suche nach dem Glück begeben, unterstützt von einem jungen Mann, der durch seinen Autismus ganz besondere Fähigkeiten am Roulettetisch hat.

Die Übersicht der zuschauerstärksten Angebote im Ersten zeigt die Vielfalt der Genres und Themen, in denen Glück das Thema war (vgl. Tabelle 1). Dazu gehört die Talksendung „Günther Jauch“ (4,37 Mio Zuschauer), die Show „Zum Glück mit Hirschhausen“ (2,98 Mio), die Doku „Sowas wie Glück“ (2,56 Mio) mit Anke Engelke, „die Story im Ersten: Macht Besitz glücklich?“ (1,41 Mio) ebenso wie die Kabarettssendung „Nuhr im Glück“ (2,44 Mio), die Märchenreihe „Fünf Märchen erzählen vom Glück“ (z. B. „Tischlein deck dich“ 2,18 Mio) und „Die Sendung mit der Maus spezial“ (1,29 Mio).

In den Dritten Programmen lag der Schwerpunkt in der regionalen Berichterstattung, den zuschauerstarken regionalen Magazinen und Nachrichtensendungen. Daneben wurden Reportagen und Dokumentationen, fiktionale Angebote, Talks und Unterhaltungssendungen zum Thema Glück angeboten. Stellvertretend für das Angebot in den Dritten Programmen sowie den Digital- und Spartenkanälen seien folgende Beispiele genannt: „Das kleine Geheimnis vom großen Glück“ (rbb), „Die Wunderhändler – Geschäfte mit dem Übersinnlichen“ (MDR Fernsehen), „Das Glück ist eine ernste Sache“ (NDR Fernsehen), „Lebenslinien: Gläsernes Glück“ (Bayerisches Fernsehen), „Der Ernst des Lebens – Junge Aussiedler auf der Arbeitssuche“ (EinsPlus), „Wissen macht AH! – Zum Glück“ (KiKA), „Straße des Glücks – zwei Paare auf dem Weg in die Ehe“ (Einsfestival).

TV-Angebot:
622 Beiträge von
rund 250 Stunden
Sendedauer

Insgesamt wurden zur Themenwoche 2013 „Zum Glück“ in den Fernsehprogrammen der ARD 622 Fernsehbeiträge mit einer Sendedauer von rund 250 Stunden gezeigt.

**Themenbezogene
Beiträge in den
Radioprogrammen
im Umfang von
279 Sendestunden**

Auch die ARD-Radiowellens haben sich intensiv und mit ganz unterschiedlichen Ansätzen auf die Suche nach dem Glück gemacht. Dabei wurden vielfältige Programm-Highlights geboten in einer Mischung aus unterhaltenden und nachdenklich-hintergründigen Beiträgen. Im Hörfunk wurden insgesamt 1 122 Beiträge zur Themenwoche gesendet, darunter nachrichtliche Stücke, Beiträge und Interviews ebenso wie ausführliche, teils mehrstündige Talksendungen, Hörspiele und Musikprogramme. So zum Beispiel in Features von Bayern 2 über

Arbeit und Glück, von NDR Kultur über Sportwetten oder dem Hörspiel „Glück up your life“ von WDR 3 und 1LIVE, in dem fünf Glückssuchende in einem Selbstversuch einen Monat lang nach den Regeln eines Glücksratgebers lebten.

Exemplarisch seien hier einige weitere Angebote der ARD-Radiowellens genannt: „Glück im Unglück“ (SWR 4), „Glaubenssachen: Ach, das Glück“ (NDR Kultur), „Nachtstudio: Vom Glück“ (Bayern 2), „Das Nahe und das Ferne. Oder: Die Physiologie des Glücks“ (MDR Figaro), „Glück – Auf den Spuren eines Gefühls“ (SWR 2), „Nahaufnahme – Reportagen zum Glück“ (rbb Inforadio), „Steffi auf der Suche nach dem Glück“ (WDR 2), „Das große Glück der Türken“ (WDR Funkhaus Europa).

Im Onlineangebot der Themenwoche (themenwoche.ard.de) war das Publikum aufgerufen, im Liveblog über das Glück zu diskutieren und eigene Erfahrungen über große und kleine Glücksmomente auszutauschen. Besonders beliebt waren dabei die Glücksinterviews, in denen das Publikum ebenso wie Experten und Prominente folgende Fragen beantworteten: Was ist Glück für Sie? Wann waren Sie das letzte Mal glücklich? Wann ist Ihnen ein „großes Glück“ begegnet, und wie hat sich dadurch Ihr Leben verändert? Haben Sie einen Trick, um sich ein Glücksmoment zu verschaffen?

Das Onlineangebot der Themenwoche „Zum Glück“ erzielte 944 000 Pagelmpressions und 282 000 Visits und ist damit – nach Visits – das erfolgreichste Angebot der bisherigen Themenwochen. Pro Tag wurden im Schnitt 40 300 Besucher gezählt, im Vergleich zu 2012 ist die Anzahl der Besuche (Visits) um 34 Prozent gestiegen.

Über das Onlinespecial hinaus wurden die Highlights im Ersten als Social TV im Netz begleitet, so zum Beispiel die Show „Zum Glück mit Hirschhausen“ und die Doku „Sowas wie Glück“. Die Video- und Audioangebote wurden in der ARD-Mediathek in einem Special-Angebot gebündelt zur Verfügung gestellt und wurden stark nachgefragt: Rund 1,4 Millionen Videoabrufe wurden in den Mediatheken der ARD und Das Erste gezählt. Der Fernsehfilm „Ein Schnitzel für alle“ und die Doku „Sowas wie Glück“ waren dabei die Videos mit den höchsten Abrufzahlen. Das in der ARD-Mediathek angebotene Dossier zur Themenwoche verzeichnete darüber hinaus 30 000 Visits.

Die bereits bei der Themenwoche 2012 initiierte „Aktion Schulstunde“ wurde bei der Themenwoche „Zum Glück“ deutlich erweitert. Ergänzend zum Grundschulangebot wurde ein umfangreiches, zehn Fächer umfassendes Angebot für die Sekundarstufe I angeboten, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf ein Inklusionsangebot gelegt wurde.

**Interviews zum Glück
im Onlineangebot**

**Onlinespecial
erreichte 944 000 PIs
und 282 000 Visits**

**Auch Mediathek
stark genutzt**

„Aktion Schulstunde“

Tab. 1 Das Erste: Die meistgesehenen Sendungen der ARD-Themenwoche 2013 „Zum Glück“

Rang	Titel	Tag	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
1	Ein Schnitzel für alle	Mi	20.11.13	20:15	01:28	5,59	17,7
2	Tagesschau	Sa	16.11.13	20:00	00:14	4,70	17,2
3	Günther Jauch	So	17.11.13	21:44	01:01	4,37	15,1
4	Zum Glück mit Hirschhausen	Fr	22.11.13	20:15	02:02	2,98	9,5
5	Sowas wie Glück	Mo	18.11.13	20:15	00:58	2,56	7,6
6	Nuhr im Glück	Fr	22.11.13	22:19	00:43	2,44	9,6
7	Tischlein deck dich	So	17.11.13	14:59	00:58	2,18	13,2
8	Brisant	Do	19.11.13	17:14	00:40	2,11	13,5
9	Die Bremer Stadtmusikanten	So	17.11.13	14:00	00:58	1,66	10,7
10	Wissen vor acht – Zukunft	Mo	18.11.13	19:45	00:02	1,66	5,8
11	Macht Besitz glücklich?	Mo	18.11.13	23:05	00:43	1,41	9,6
12	Das tapfere Schneiderlein	So	17.11.13	13:01	00:58	1,34	9,0
13	Die Sendung mit der Maus spezial	So	17.11.13	11:02	00:57	1,29	10,4
14	Nach dem Goldregen	So	17.11.13	17:29	00:28	1,17	5,5
15	W wie Wissen	So	17.11.13	17:00	00:28	0,86	4,4
16	Das geteilte Glück	Sa	16.11.13	14:02	01:28	0,83	7,4
17	Der gestiefelte Kater	Sa	16.11.13	13:03	00:58	0,81	8,5
18	ARD-Buffer	Mi	20.11.13	11:05	01:36	0,75	9,8
19	Morgenmagazin	Mi	20.11.13	05:30	03:05	0,70	19,7
20	Anne Will	Mi	20.11.13	23:46	01:17	0,69	7,9

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel D+EU, Neu: produktbezogene Auswertung.

Tab. 2 Wahrnehmung der ARD-Themenwoche 2013 „Zum Glück“ etwas gesehen, gelesen oder gehört?, in %

	Gesamt	Frauen	Männer	14-49 J.	ab 50 J.
Ja	54	49	59	46	63
Nein	46	51	41	54	37

Basis: Erwachsene ab 14 J. in der BRD (n = 1 005).

Quelle: Bundesweite Repräsentativbefragung, ENIGMA/GfK, 1 005 Befragte ab 14 Jahre.

Tab. 3 Nutzung der ARD-Themenwoche 2013 „Zum Glück“ nach Medien mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt	Frauen	Männer	14-49 J.	ab 50 J.
Fernsehen	79	81	76	70	85
Radio	63	59	65	60	64
Internet	9	10	8	13	6

Basis: Personen, die etwas von der ARD-Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n = 519).

Quelle: Bundesweite Repräsentativbefragung, ENIGMA/GfK, 1 005 Befragte ab 14 Jahren.

Auch für das Onlineangebot „Aktion Schulstunde“ ergibt sich eine deutliche Steigerung der Nutzungszahlen: In der Summe verzeichnete das Angebot 280 000 Pagelmpressions, fast doppelt so viele wie bei der letzten Themenwoche. Die Unter-

richtsmaterialien wurden 130 000 mal heruntergeladen, für die Videos wurden 27 000 Abrufe gezählt. Vor Ort im Einsatz waren der Themenwoche-Pate Eckart von Hirschhausen und Ralph Caspers als Mentor der „Aktion Schulstunde“. Am 11. November gaben die beiden an einer Schule in Bergneustadt eine Schulstunde zum Thema Glück, eine Aktion, für die sich über 60 Schulen aus Nordrhein-Westfalen beworben hatten.

Ergebnisse der Begleitforschung

Für die Evaluation der Wahrnehmung und Bewertung in der Bevölkerung wurde im Anschluss an die Themenwoche eine bundesweit repräsentative Umfrage durchgeführt.

Das Institut ENIGMA GfK befragte dazu 1 005 Personen, die repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung im Alter ab 14 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland stehen.

Mehr als die Hälfte der bundesdeutschen Bevölkerung ab 14 Jahren (54 %) hat die ARD-Themenwoche wahrgenommen und etwas über die Programmaktion gesehen, gehört oder gelesen. Am höchsten war die Wahrnehmung bei Menschen ab 50 Jahren mit 63 Prozent, aber auch fast jeder zweite Bundesbürger zwischen 14 und 49 Jahren wurde mit der Themenwoche erreicht (46 %) (vgl. Tabelle 2).

Rund 1 000 Personen zu Wahrnehmung und Beurteilung der Themenwoche befragt

Mehr als die Hälfte der Bevölkerung ab 14 Jahren hat Themenwoche wahrgenommen

Tab. 4 Wahrnehmung der ARD-Themenwoche 2013 „Zum Glück“: Woran erinnert sich das Publikum?
offene Frage, kategorisiert in %

	Gesamt	Frauen	Männer	14-49 J.	ab 50 J.
Vielfältiges Themenspektrum „Glück“	29	28	30	28	31
Spezielle TV-Beiträge (z. B. „Zum Glück mit Hirschhausen“)	27	27	26	30	24
Glücksdefinitionen/Aspekte des Glücks	16	13	18	16	16
Spezielle Beiträge im Radio	14	13	14	17	10
Hinweise auf die ARD-Themenwoche	12	14	10	16	8
Aufbereitung des Themas	8	5	11	9	8
vielfältige Angebote/Sendungen	5	4	6	3	7
Prominente Paten	5	1	8	3	6
negative Erinnerungen (z. B. Thema interessiert nicht)	4	4	4	1	6

offene Frage: Wenn Sie jetzt mal an alles denken, was Sie von der Themenwoche „Zum Glück“ mitbekommen haben.

Was ist Ihnen von der Themenwoche „Zum Glück“ besonders in Erinnerung geblieben?

Basis: Personen, die etwas von der ARD-Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n = 519).

Quelle: Bundesweite Repräsentativbefragung, ENIGMA/GfK, 1 005 Befragte ab 14 Jahren.

Häufigste Nutzung im Fernsehen, gefolgt von Radio

Neben der generellen Wahrnehmung wurde die Nutzung der Themenwoche (mindestens einmal pro Woche) für die einzelnen Medien erhoben. Der Kontakt mit der Themenwoche erfolgte demnach primär über die Fernseh- und Radioangebote: 79 Prozent der Nutzer sind über das Fernsehen erreicht worden und 63 Prozent über die Radioprogramme. Damit ist der Kontakt über die ARD-Radiowellens diesmal besonders hoch gewesen: 63 Prozent wöchentliche Nutzung ist der bislang beste Wert unter den ARD-Themenwochen. Über das Onlineangebot sind 9 Prozent der Bundesbürger mit der Themenwoche „Zum Glück“ erreicht worden, wobei in der Altersgruppe 14 bis 49 Jahre die Wahrnehmung mit 13 Prozent etwas stärker war. Auch in der jüngeren Altersgruppe wurden aber die meisten Kontakte über die Medien Fernsehen (70 %) und das Radio (60 %) erzielt (vgl. Tabelle 3).

Offene Frage: Woran erinnert sich das Publikum?

Die Antworten auf die offene Frage „Was ist Ihnen von der Themenwoche „Zum Glück“ besonders in Erinnerung geblieben?“ (spontaner Recall) geben Hinweise darauf, welche Inhalte für das Publikum besonders relevant und wirksam waren (vgl. Tabelle 4). In der Wahrnehmung der Themenwoche durch das Publikum sind besonders das angebotene Themenspektrum (vielfältige Perspektiven, Facetten des Glücks) sowie die konkreten Programmangebote relevant. So waren in der offenen Frage „An was können Sie sich erinnern?“ die persönlichen Glücksgeschichten, individuelle Perspektiven und Erfahrungen von Glück, Definitionen von Glück, Glück in der Familie und Partnerschaft und die geschilderten Erfahrungen vom Leben nach Schicksalsschlägen besonders präsent. Daneben wurden häufig spezielle Fernseh- und Radioangebote genannt, so zum Beispiel die Show „Zum Glück mit Hirschhausen“ oder die Reportage „Sowas wie Glück“ mit Anke Engelke.

Tab. 5 Wie hat Ihnen die Themenwoche 2013 „Zum Glück“ alles in allem gefallen?
in %

	Gesamt	Frauen	Männer	14-49 J.	ab 50 J.
sehr gut/gut	86	80	91	84	88

Basis: Personen, die etwas von der ARD-Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n = 519).

Quelle: Bundesweite Repräsentativbefragung, ENIGMA/GfK, 1 005 Befragte ab 14 Jahren.

Themenwoche sehr gut oder gut. Gleichermäßen positiv ist das Urteil vom älteren und jüngeren Publikum: 84 Prozent der 14- bis 49-Jährigen und 88 Prozent der ab 50-Jährigen haben die Angebote der Themenwoche sehr gut bzw. gut gefallen (vgl. Tabelle 5).

Im offenen Feedback der Befragten erhält die ARD-Themenwoche viel Lob vom Publikum: Die besondere Thematik „Glück“, die Vielfalt der Angebote, die Facetten des Glücks, Anregungen und neue Sichtweisen, einzelne Programmangebote der Themenwoche, informativ und zugleich auch locker und unterhaltsam sind hier die häufigsten Rückmeldungen. Folgende exemplarische offene Antworten verdeutlichen die Bandbreite der geäußerten Meinungen des Publikums.

„Das Thema ist unerschöpflich, da könnte man jede Woche einen Tag zu machen, die Filme waren gut, haben sehr zum Nachdenken angeregt. Hirschhausen als Abschlussthema war spannend, auch im Radio war alles hochinteressant.“

„Dass es überhaupt gemacht wird, dass Menschen mal gefragt werden, was für Anlässe es gibt, glücklich zu sein. Dass klar wurde, dass es nicht nur große, sondern auch kleine Dinge gibt, die einen glücklich machen.“

Feedback auch offen abgefragt

Äußerungen des Publikums zur Themenwoche

86 % der Nutzer bewerteten Themen- woche sehr gut/gut

Das Feedback der Zuschauer, Hörer und User zur ARD-Themenwoche „Zum Glück“ ist mehrheitlich positiv: 86 Prozent bewerteten die Angebote der

Tab. 6 Public Value: Bewertung der ARD-Themenwoche 2013 „Zum Glück“
 „stimme voll und ganz zu“, „stimme weitgehend zu“, in %

	Gesamt	Frauen	Männer	14-49 J.	ab 50 J.
Alle Befragten¹⁾					
Ich finde es wichtig, dass die ARD das Thema Glück und die Frage „Was macht ein glückliches Leben aus?“ aufgreift und intensiv behandelt	74	72	76	69	79
Mit der ARD-Themenwoche leistet die ARD einen wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft	68	61	74	63	73
Insgesamt hat die ARD-Themenwoche viele Denkanstöße geliefert	60	53	66	59	61
So umfassende und fundierte Informationen bekommt man nur von den öffentlich-rechtlichen Sendern geboten	58	54	61	49	67
Nutzer der Themenwoche²⁾					
Es war gut, dass das Thema Glück aus verschiedenen Perspektiven betrachtet wurde	87	81	92	87	87
Die in der ARD-Themenwoche gezeigten Menschen und Geschichten haben mir gezeigt, wie unterschiedlich Glück erlebt werden kann	78	69	85	74	82
Die ARD-Themenwoche hat auch die kritischen Aspekte des Themas Glück berücksichtigt	68	63	72	68	68
Die ARD-Themenwoche hat mir gezeigt, dass ich mehr Grund zum Glücklichsein habe, als ich bisher dachte	47	42	51	48	46
Über die ARD-Themenwoche habe ich viele neue Informationen zum Thema Glück mitbekommen	40	34	44	37	42
Die ARD-Themenwoche hat mich angeregt, mich näher mit dem Thema Glück zu beschäftigen	38	31	44	37	39
Mir war das insgesamt zu viel von ein und dem selben Thema	29	34	26	26	32

1) Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in der BRD (n= 1 005).

2) Basis: Personen, die etwas von der ARD-Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n= 519).

Quelle: Bundesweite Repräsentativbefragung, ENIGMA/GfK, 1 005 Befragte ab 14 Jahren.

„Dass Themen angesprochen wurden, über die man sonst nicht nachdenkt. Dass man wieder mehr über Glück denkt und dass man sich wieder klar wird, was wirklich wichtig ist.“

„Das Thema war aber auch gut gewählt, denn man ist sich seines Glücks meistens nicht wirklich bewusst. Und wenn man sich damit mal beschäftigt, sensibilisiert das auch, man wird auf sein Glück aufmerksam gemacht.“

„Dass man darüber nachdenkt, dass nicht immer alles schlecht ist, dass in vielen kleinen Dingen Glücksmomente zu finden sind.“

„Dass man sich mit etwas Alltäglichem beschäftigt hat, dass man sich auch selbst überlegt, wie glücklich man ist und was man ändern könnte, wenn man nicht glücklich ist. ... aus anderen Perspektiven zu hören was Glück bedeutet.“

„Diese Themenwoche hat die Leute dazu gebracht, auch an das Glück zu denken. Besonders gut gefallen haben mir die Beispiele, die die Leute über ihr eigenes Glück berichtet haben.“

74% der Befragten finden Themenwoche-Thema wichtig

Die gesellschaftliche Relevanz der Themenwoche „Zum Glück“ wird durch die Mehrheit der befragten Menschen bestätigt. 74 Prozent der Bundesbürger finden es wichtig, dass die ARD das Thema Glück und die Frage „Was macht ein glückliches Leben aus?“ aufgreift und intensiv behandelt. Der Aussage „Mit der ‚ARD-Themenwoche‘ leistet die

ARD einen wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft“ stimmten fast 70 Prozent der Bevölkerung zu. Jeweils etwa 60 Prozent sind der Meinung „So umfassende und fundierte Informationen bekommt man nur von den öffentlich-rechtlichen Sendern geboten“ und „Insgesamt hat die ARD-Themenwoche viele Denkanstöße geliefert (vgl. Tabelle 6).

Auch beim jüngeren Publikum findet sich eine hohe Zustimmung zu diesen Fragen: Jeweils rund zwei Drittel der 14- bis 49-Jährigen bestätigen die Bedeutung der Themensetzung durch die ARD und den Beitrag für die Gesellschaft. Fast 60 Prozent des jüngeren Publikums sind der Meinung, dass die ARD-Themenwoche viele Denkanstöße geliefert hat.

Die vielfältige Darstellung und Aufbereitung des Themas Glück ist ein weiterer wichtiger Faktor bei der Bewertung der Themenwoche: Fast 90 Prozent der Nutzer bestätigten, dass „das Thema Glück aus verschiedenen Perspektiven betrachtet wurde“, und fast 80 Prozent stimmten der Aussage „Die in der ARD-Themenwoche gezeigten Menschen und Geschichten haben mir gezeigt, wie unterschiedlich Glück erlebt werden kann“ zu. Auch die hohe Zustimmung von fast 70 Prozent zu der Aussage „Die ARD-Themenwoche hat auch die kritischen Aspekte des Themas Glück berücksichtigt“ ist ein weiterer Beleg für die Qualität der Angebote. Für eine Minderheit von 29 Prozent des Publikums der Themenwoche wurde eher zu viel über das Thema Glück berichtet (Aussage: „Mir war das insgesamt zu viel von ein und demselben Thema“).

Vielfalt der Perspektiven zum Thema „Glück“ gelobt

Tab. 7 Eigenschaftsprofil des Themenwoche-Angebots
Zustimmung trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %

Eigenschaftsprofil	Gesamt	Frauen	Männer	14-49 J.	ab 50 J.
glaubwürdig	86	92	80	87	86
nah an den Menschen	85	89	80	85	85
informativ	82	86	76	80	83
unterhaltsam	80	89	69	80	81
lebendig	79	82	74	79	78
abwechslungsreich/vielseitig	77	81	73	75	79
emotional/bewegend	74	81	64	72	75
witzig/humorvoll	64	70	57	63	65
überraschend	53	57	48	51	55
oberflächlich	18	17	18	17	18
langweilig	15	13	17	15	15

Basis: Personen, die etwas von der ARD-Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n = 519).

Quelle: Bundesweite Repräsentativbefragung, ENIGMA/GfK, 1 005 Befragte ab 14 Jahren.

Angebote als informativ, glaubwürdig, aber auch unterhaltsam eingestuft

Wie die Detailbewertung der Themenwoche zeigt, wurden die Angebote nicht nur als informativ und glaubwürdig erlebt, sondern haben auch berührt und unterhalten (vgl. Tabelle 7). 86 Prozent bewerteten die Angebote der Themenwoche als glaubwürdig, 82 Prozent als informativ und für 85 Prozent waren sie nah an den Menschen. Eine hohe Zustimmung erhalten auch die Kriterien unterhaltsam (80 %), lebendig (79 %), abwechslungsreich/vielseitig (77 %) sowie emotional und bewegend (74 %). Bemerkenswert sind auch die hohen Zustimmungswerte jüngerer Zuschauer zu diesen Kriterien. Den negativen Aspekten langweilig und oberflächlich stimmen dagegen nur wenige Befragte zu (18 % bzw. 15 %).

Jeder Vierte, der Angebote zur ARD-Themenwoche genutzt hat, hat sich anschließend auch in seinem persönlichen Umfeld mit der Familie, mit Freunden oder Bekannten über die Themenwoche und das Thema Glück unterhalten (26 %). Der Gesprächswert liegt damit im Durchschnitt der bisherigen Themenwochen, ist im Vergleich zur letztjährigen Themenwoche mit dem besonderen Thema „Leben mit dem Tod“ allerdings niedriger. Bei diesem Thema wurde mit 40 Prozent der bislang höchste Gesprächswert der ARD-Themenwochen erreicht.

Fazit

Themenwoche „Zum Glück“ hat viele Menschen erreicht

Die Ergebnisse der Begleitforschung belegen, dass es der ARD mit der Themenwoche „Zum Glück“ erneut gelungen ist, ein Thema zu setzen, das viele Menschen erreicht, bewegt und zum Nachdenken anregt. Die intensive Behandlung über eine Woche in unterschiedlichen Angeboten, Programmen und Genres hat eine hohe und breite Wirksamkeit erzielt, Anstöße zum Nachdenken und zu Diskussionen gegeben.

Der ARD hat mit der Themenwoche „Zum Glück“ auch bewiesen, dass mit einem vielfältigen Thema wie „Glück“ eine gelungene Kombination aus Informationen, Emotionen und Nähe zum Publikum hergestellt werden kann.

Anmerkungen:

- 1) Zur Publikumsakzeptanz der letzten drei ARD-Themenwochen vgl. Gscheidle, Claudia: Die ARD-Themenwochen „Essen ist Leben“ im Urteil der Zuschauer. Ergebnisse der Repräsentativbefragung. In: Media Perspektiven 12/2010, S. 572-580; Kaltenbach, Julia/Ulrich Neuwöhner: Die ARD-Themenwoche „Der mobile Mensch“ im Urteil der Zuschauer. Ergebnisse der Repräsentativbefragung. In: Media Perspektiven 9/2011, S. 382-390; Frey-Vor, Gerlinde/Inge Mohr: Die ARD-Themenwoche „Leben mit dem Tod“ im Urteil des Publikums. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. In: Media Perspektiven 3/2013, S. 154-164.
- 2) Vgl. zum Beispiel: Kroll, Christian: Wir brauchen neue Indikatoren – und ein Glücks-Audit für die Politik! In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Nr.27-28, 2012. Thema: Wohlstand ohne Wachstum?
- 3) http://www.ard.de/home/themenwoche/ARD_GluecksTrend_2013/ (Stand: 20.2.2014).

