

Programmanalyse 2013 –  
Teil 1: Sparten und Formen

## ▶ Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung

Von Udo Michael Krüger\*

### Fortschreibung des langfristigen Strukturvergleichs

Die Fortschreibung des Programmstrukturvergleichs zwischen den wichtigsten deutschen Fernseh Anbietern für das Jahr 2013 zeigt keine spektakulären Veränderungen an, vor allem nicht, was die wesentlichen, bereits langfristig belegten Profilunterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Programmen betrifft. Dennoch weisen einige Details des mittelfristigen Trends (2011–2013) auf interessante Entwicklungen hin. So näherten sich die Programmprofile von ARD/Das Erste und ZDF weiter an, während sich vor allem Sat.1 und ProSieben stärker auseinander entwickelten und damit komplementäre Aufgaben innerhalb der ProSiebenSat.1-Gruppe zu übernehmen scheinen. Die in den vergangenen Jahren bei einigen Privatsendern äußerst beliebten Reality-Formate legten 2013 nur noch bei Sat.1 zu, während sie in den anderen Programmen stagnierten. ProSieben baute sein Profil als größter Fictionanbieter weiter aus, bestreitet dieses Angebot mittlerweile aber zu über 90 Prozent mit US-Produktionen.

### Untersuchungsbasis

Die jährliche Programmanalyse der Angebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben erfolgt auf der Basis einer Vollerhebung. (1) Nach dem vorausgegangenen Schaltjahr verringerte sich das Gesamtangebot der fünf Sender im Jahr 2013 an 365 Tagen wieder auf jeweils 8 760 Sendestunden. Als formale Bezugsgröße für die quantitativen Vergleiche dient das Tageszeitbudget von 24 Stunden zwischen 3.00 und 3.00 Uhr. Ermittelt und fortgeschrieben wurden die auf Programmsparten, Sendungsformen und inhaltliche Schwerpunkte der Sender sowie auf die Produktionsländer der Fictionangebote entfallenden Sendeminuten und Sendezeitanteile der täglichen Gesamtsendezeit. Im Querschnittvergleich geht es um die Frage, wie sich die Sender im Jahr 2013 voneinander unterscheiden und im Längsschnittvergleich um die Frage, wie sich die Sender in den Vergleichsjahren unterscheiden.

### Spartenprofile

Alle ausgestrahlten Sendungen mit einem Titel und alle sonstigen Programmteile wurden weiterhin den acht Sparten: 1. Information, 2. Sport, 3. Nonfiktio-

nale Unterhaltung, 4. Musik, 5. Kinder-/Jugendprogramm, 6. Fiction (ohne Kinderprogramm), 7. Sonstiges und 8. Werbung zugeordnet. Diese Sparten decken die Grundfunktionen Information, Unterhaltung und Werbung ab und beziehen darüber hinaus auch die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen als Adressaten altersgemäßer Programmangebote mit ein.

Das Erste kam bei durchschnittlich 631 Minuten pro Tag auf einen Informationsanteil von 43,8 Prozent der Gesamtsendezeit (vgl. Abbildung 1 und Tabelle 1). Auf die zweitgrößte Programmsparte Fiction (ohne Kinder-/Jugendsendungen) entfielen 34,3 Prozent (495 Min./Tag) der täglichen Sendezeit, während die Sparten Sport (6,1%), Kinder-/Jugendsendungen (5,9%) und nonfiktionale Unterhaltung (5,5%) wesentlich geringere Anteile hatten. Musiksendungen (1,0%), sonstige Sparten (1,9%) und Werbung (1,3%) kamen nur auf 1 bis 2 Prozent der täglichen Sendezeit. Gegenüber dem Vorjahr wies das Spartenprofil der ARD nur geringe Veränderungen auf, die zum Teil darauf zurückzuführen waren, dass 2012 für ein erweitertes Sportangebot (Stichworte: Fußball-EM und Olympische Sommerspiele) hauptsächlich den Sparten Information und Fiction Sendezeit entzogen worden war. Über drei Jahre von 2011 bis 2013 gesehen, zeigt sich, dass das Informationsangebot der ARD auch ohne diesen Sporteffekt tendenziell anstieg.

ARD/Das Erste

Das ZDF hatte 2013 einen Informationsanteil von 43,3 Prozent, der Fictionanteil betrug 32,9 Prozent der Sendezeit und auf nonfiktionale Unterhaltung entfielen 9,2 Prozent der Sendezeit. Die Sparten Sport und Kinder-/Jugendprogramm lagen jeweils bei 5 Prozent, während die Musikangebote kaum eine Rolle spielten. Die nichtredaktionellen Programmteile Sonstiges und Werbung entsprachen ungefähr denen der ARD. Sowohl bei der ARD als auch beim ZDF führten einige Programmänderungen während der letzten drei Jahre dazu, dass sich die Spartenprofile der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme tendenziell annäherten. Das ZDF hatte bereits im Jahr 2012 seinen Informationsanteil von 47 auf 43 Prozent verringert und auch die nonfiktionale Unterhaltung leicht zurückgenommen. Stattdessen wurde das Fictionangebot ausgeweitet. Die tendenzielle Angleichung der Spartenprofile von ARD und ZDF zeigte sich im Jahr 2013 vor allem im Umfang des Informationsangebots.

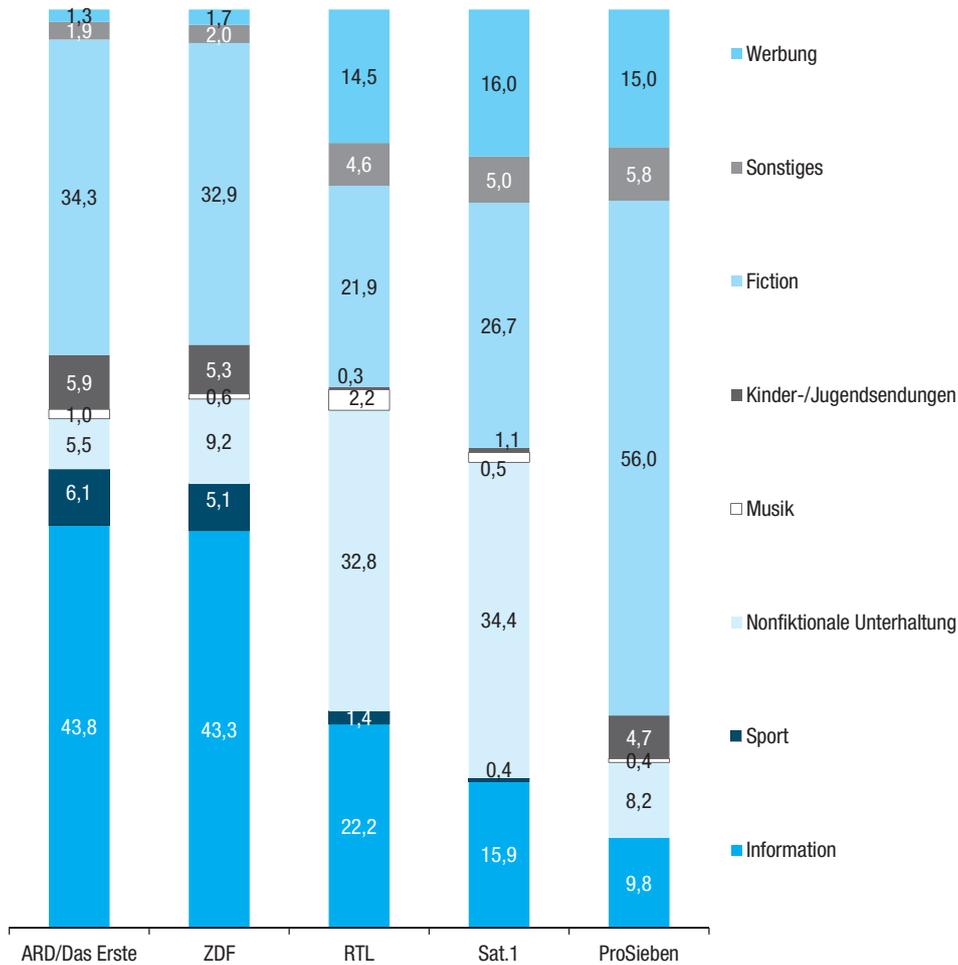
ZDF

Das RTL-Spartenprofil unterschied sich wesentlich von den öffentlich-rechtlichen durch das Übergewicht der Unterhaltungsangebote. Während der Informationsanteil mit 22,2 Prozent (319 Min./Tag) nur gut die Hälfte des Angebots von ARD und ZDF

RTL

\* IFE M Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 1 Programmsparten im deutschen Fernsehen 2013**  
Anteil an der Sendedauer in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

betrug, verteilen sich die Angebotsschwerpunkte bei RTL auf nonfiktionale Unterhaltung (32,8 %) und auf fiktionale Unterhaltung (21,9 %). Die übrigen redaktionellen Programmsparten – Sport, Musik und Kinder-/Jugendprogramm – kamen zusammengekommen auf 4 Prozent der Gesamtsendezeit. Auf Werbung entfielen 14,5 Prozent. Betrachtet man die RTL-Spartenprofile im 3-Jahresvergleich, zeigt sich, dass auch bei RTL wie beim ZDF die auffälligen Veränderungen bereits zwischen 2011 und 2012 stattfanden, und zwar hier durch Abbau des nonfiktionalen Unterhaltungsangebots zugunsten von mehr Fiction und Werbung. Dagegen blieb die Programmstruktur von RTL zwischen 2012 und 2013 weitgehend stabil.

Das Spartenprofil von Sat.1 kam dem von RTL am nächsten. Von ARD und ZDF unterschied sich Sat.1 noch stärker als im Vorjahr. Auf Informationsangebote entfielen 15,9 Prozent (229 Min./Tag). Das Schwergewicht des Sat.1-Programms lag auf den Unterhaltungsangeboten mit mehr als 60 Prozent der Gesamtsendezeit. Über ein Drittel entfiel auf nonfiktionale Unterhaltung (34,4 %) und ein Viertel auf fiktionale Unterhaltung (25,7 %). Die Sendezeitanteile für Sport, Musik und Kinder-/Jugendprogramm waren noch geringer als bei RTL. Im Zeitraum von 2011 bis 2013 gab es bei Sat.1 mehr Veränderungen als bei RTL. Zwischen 2011 und 2012 wurde zunächst das Informationsangebot von 18,6 Prozent auf 15,4 Prozent verringert und dafür das nonfiktionale und fiktionale Unterhaltungsangebot erhöht. Im Jahr 2013 reduzierte Sat.1 die Fictionunterhaltung zugunsten der nonfiktionalen Unterhaltung.

**Sat.1**

ProSieben verstärkte 2013 seine Rolle als größter Fictionsender und betonte damit seine komple-

**ProSieben**

Tab. 1 Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2011 bis 2013

	Sendedauer in Min./Tag			in %		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
<b>ARD/Das Erste</b>						
Information	600	608	631	41,7	42,2	43,8
Sport	91	114	88	6,3	7,9	6,1
Nonfiktionale Unterhaltung	80	79	79	5,6	5,5	5,5
Musik	20	18	15	1,4	1,2	1,0
Kinder-/Jugendsendungen	92	86	85	6,4	6,0	5,9
Fiction	499	488	495	34,7	33,9	34,3
Sonstiges	38	29	27	2,6	2,0	1,9
Werbung	20	18	19	1,4	1,2	1,3
Gesamt Minuten/Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>ZDF</b>						
Information	678	625	623	47,1	43,4	43,3
Sport	75	94	73	5,2	6,5	5,1
Nonfiktionale Unterhaltung	141	132	133	9,8	9,1	9,2
Musik	13	13	8	0,9	0,9	0,6
Kinder-/Jugendsendungen	77	74	77	5,3	5,2	5,3
Fiction	405	452	473	28,1	31,4	32,9
Sonstiges	29	28	29	2,0	1,9	2,0
Werbung	22	22	24	1,5	1,5	1,7
Gesamt Minuten/Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>RTL</b>						
Information	324	318	319	22,5	22,1	22,2
Sport	21	22	20	1,5	1,5	1,4
Nonfiktionale Unterhaltung	499	462	472	34,6	32,1	32,8
Musik	34	40	32	2,4	2,8	2,2
Kinder-/Jugendsendungen	2	6	4	0,1	0,4	0,3
Fiction	305	321	315	21,2	22,3	21,9
Sonstiges	75	71	67	5,2	4,9	4,6
Werbung	180	200	209	12,5	13,9	14,5
Gesamt Minuten/Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>Sat.1</b>						
Information	268	222	229	18,6	15,4	15,9
Sport	15	11	5	1,0	0,8	0,4
Nonfiktionale Unterhaltung	437	449	495	30,3	31,2	34,4
Musik	7	22	15	0,5	1,5	1,1
Kinder-/Jugendsendungen	4	9	7	0,3	0,6	0,5
Fiction	416	434	385	28,9	30,1	26,7
Sonstiges	78	71	72	5,4	4,9	5,0
Werbung	216	221	230	15,0	15,4	16,0
Gesamt Minuten/Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0
<b>ProSieben</b>						
Information	137	169	141	9,5	11,7	9,8
Sport	0	0	0	0,0	0,0	0,0
Nonfiktionale Unterhaltung	229	158	118	15,9	11,0	8,2
Musik	9	18	6	0,6	1,2	0,4
Kinder-/Jugendsendungen	63	70	68	4,3	4,8	4,7
Fiction	723	736	807	50,2	51,1	56,0
Sonstiges	85	80	84	5,9	5,5	5,8
Werbung	194	210	216	13,5	14,6	15,0
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.

mentäre Positionierung im Verbund mit Sat.1. Der Fictionanteil stieg um 5 Prozentpunkte auf 56,0 Prozent, der Informationsanteil sank auf 9,8 Prozent der Hauptsendezeit. Während Sat.1 im Verlauf der letzten drei Jahre mehr dem Trend zum Reality TV folgte, reduzierte ProSieben sukzessiv die nonfiktionaler Unterhaltung von 15,9 Prozent bis auf 8,2 Prozent und erhöhte dafür sein Fictionangebot. Das fiktionale Angebot an Kinder-/Jugendprogramm blieb dabei unverändert. Die Sparten Sport und Musik spielten im Jahr 2013 keine nennenswerte Rolle. Im nichtredaktionellen Programmteil blieb der Anteil sonstiger Sparten stabil, während die Werbung (15,0 %) wie bei RTL und Sat.1 auch bei ProSieben tendenziell zulegte.

#### Spartenprofile zur Hauptsendezeit

Das Hauptabendprogramm zwischen 19.00 und 23.00 Uhr zieht nicht nur regelmäßig die meisten Zuschauer an, es prägt auch in besonderer Weise das Image der verschiedenen Sender. (2) Unter diesem Aspekt lohnt sich ein Vergleich der Spartenprofile in der Hauptsendezeit mit denen des Gesamtprogramms. Mit großer Übereinstimmung ihrer Spartenprofile räumten die beiden öffentlich-rechtlichen Sender den Informationsangeboten über ein Drittel der Hauptsendezeit ein (vgl. Abbildung 2). Gegenüber den großen Privatsendern RTL und Sat.1, die ihren Informationsanteil zur Hauptsendezeit auf nur 12 bzw. 10 Prozent beschränkten, vergrößert sich damit der Abstand, den ARD und ZDF als Informationsanbieter gegenüber RTL und Sat.1 haben, auf das Dreifache.

**Programm zwischen 19.00 und 23.00 Uhr gesondert untersucht**

**Unterhaltungsangebot am Hauptabend**

Das Unterhaltungsangebot bestritten ARD (42 %) und ZDF (45 %) zur Hauptsendezeit hauptsächlich mit Fiction. Daneben erhielten die Sportangebote etwa das gleiche Gewicht wie die nonfiktionalen Unterhaltungsangebote. Bei den Privatsendern verteilte sich die Sendezeit für Unterhaltungsangebote unterschiedlich. Während RTL über ein Drittel der Hauptsendezeit für fiktionale und ein Viertel für nonfiktionaler Unterhaltungssendungen aufwendete, machte der Fictionanteil bei Sat.1 gut die Hälfte des Programms zwischen 19.00 und 23.00 Uhr aus. Dies zeigt, dass sich die Platzierungsstrategien der beiden großen Privatsender deutlich unterschieden. Bei RTL entsprach das Muster der Sendezeitverteilung auf die Unterhaltungskomponenten mehr dem Gesamtprogramm. Sat.1 dagegen wechselte die Schwerpunkte seines Unterhaltungsangebots, zur Hauptsendezeit wurde Fiction angeboten, während die nonfiktionaler Unterhaltung und damit vor allem die stark ausgeweiteten Reality-Formate im Tages- und Nachtprogramm eingesetzt wurden. Ein ähnlicher Wechsel der Unterhaltungskomponenten lässt sich auch bei ProSieben beobachten, hier in umgekehrter Richtung, so dass die Komplementarität zwischen Sat.1 und ProSie-

ben auch zur Hauptsendezeit erhalten blieb. ProSieben, im Gesamtprogrammvergleich führender Fictionsender, reduzierte sein Fictionangebot zur Hauptsendezeit und erhöhte dafür sein Angebot an nonfiktionaler Unterhaltung und Information. Damit überließ ProSieben die Rolle des dominierenden Fictionanbieters zur Hauptsendezeit Sat.1.

Für die Privatsender spielt die Hauptsendezeit auch im Hinblick auf die Platzierung von Werbung eine zentrale Rolle. Gegenüber den Werbeanteilen im Gesamtprogramm fallen daher die Werbeanteile in der Primetime in der Regel höher aus. So betrug der Werbeanteil bei RTL zwischen 19.00 und 23.00 Uhr 18 Prozent, bei Sat.1 erreichte er 20 Prozent und damit den doppelten Umfang des Informationsangebots. Zuschauer, die zur Hauptsendezeit Sat.1 eingeschaltet hatten, sahen im Jahresdurchschnitt in einer von fünf Minuten Werbung.

#### Sendungsformen

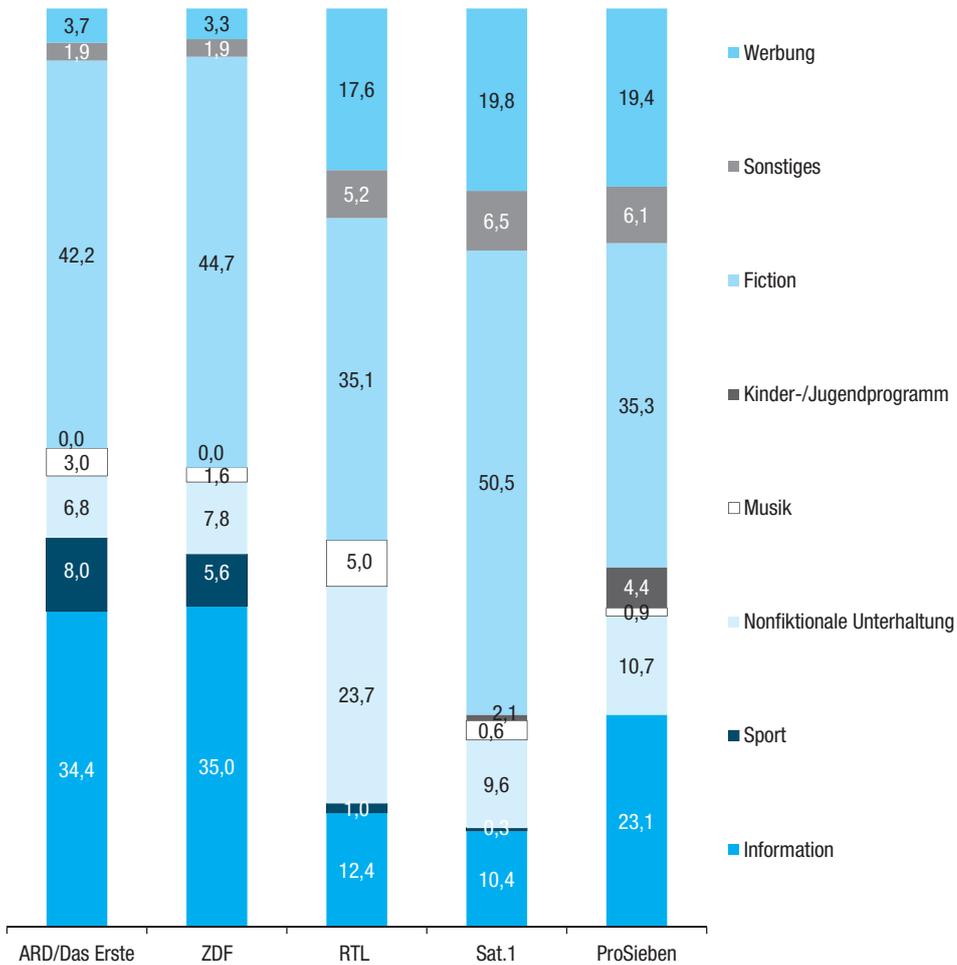
Der Vergleich der Programmangebote anhand von Sendungsformen führt zu einer weiteren Differenzierung der Angebotskonstellation zur Hauptsendezeit. Die verwendeten Sendungsformen entsprechen weitgehend den üblichen Konventionen und sind daher auch langfristig anwendbar. (3) Dabei lassen sie Spielraum für Programminnovationen und ggfs. Änderungen bei der Aggregation einzelner Kategorien. (4) Unabhängig von den Programmsparten zeigen sich auch in den Sendungsformen typische Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen wie zwischen den Privatanbietern (vgl. Tabelle 2).

Vergleicht man die Entwicklung der Nachrichtenangebote in den letzten drei Jahren, zeigen sich leichte Veränderungen im Angebotsumfang, die auf eine Verringerung der Distanz zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern hindeuten (vgl. Abbildung 3). ARD/Das Erste und ZDF bleiben jedoch die mit Abstand größten Anbieter von Nachrichtensendungen im deutschen Fernsehen.

Bei ARD/Das Erste (8,8 %) und ZDF (7,8 %) entfiel auf Nachrichtensendungen doppelt so viel Sendezeit wie bei RTL (4,3 %), dem stärksten Nachrichtenanbieter unter den privaten Sendern. Sat.1 (2,4 %) beschränkte sich auf ein noch geringeres Nachrichtenangebot, und ProSieben (0,8 %) spielte als Nachrichtenanbieter weiterhin nur eine marginale Rolle. Die Spannweite, in der die Sender ihre Informationsfunktion mit Nachrichtensendungen wahrnahmen, wird daran erkennbar, dass die ARD elf Mal so viel Sendezeit für Nachrichten aufwendete wie ProSieben. Dem größeren Angebotsumfang entsprechend verteilten sich die Nachrichtensendungen von ARD und ZDF in größerer Anzahl über den gesamten Tag, so dass die Zuschauer dort häufiger als bei RTL, Sat.1 und ProSieben auf aktuelle Nachrichten zugreifen konnten. Sieht man von den mehrfachen Kurzausgaben in der Morgenphase an Werktagen ab, setzten alle Sender einen Schwerpunkt mit ihren Hauptnachrichten am Beginn der Primetime.

**Nachrichten**

**Abb. 2 Programmparten im deutschen Fernsehen in der Primetime 2013**  
19.00 bis 23.00 Uhr, Anteil an der Sendedauer in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Zur größeren Formatvielfalt der Nachrichtenangebote von ARD und ZDF trugen vor allem die öffentlich-rechtlichen Nachrichtenmagazine am Spätabend und die Nachtmagazine bei. Unter den Privatsendern hatte in dieser Hinsicht nur RTL mit seinem Nachtjournal etwas beizutragen. Bei ARD und ZDF ist nach 2011 ein leichter Rückgang des Nachrichtenangebots zu verzeichnen, der einesteils auf Umstrukturierungen im Tagesprogramm, andernteils aber auch darauf zurückzuführen ist, dass es bei ARD und ZDF häufiger zu verkürzten Ausgaben der Nachrichtenmagazine in Halbzeitpausen von Fußballübertragungen kam. RTL und Sat.1 hingegen erhöhten ihren Nachrichtenanteil leicht gegenüber dem Vorjahr, während ProSieben unverändert unterhalb der 1-Prozentmarke blieb.

**Magazine** Auch mit dem Umfang ihres Magazinangebots übertrafen ARD/Das Erste und ZDF deutlich die privaten Sender (vgl. Abbildung 4). Die ARD (25,2 %) erhöhte 2013 ihren Magazinanteil um gut 2 Prozentpunkte auf ein Viertel der Gesamtsendezeit und

näherte sich damit dem ZDF (27,0 %) an. Unter den Privatsendern blieb RTL (16,8 %) stärkster Magazinanbieter, während Sat.1 (10,7 %) sein Magazinangebot weiter verringerte und ProSieben (8,5 %) sein Angebot gegenüber dem Vorjahr einschränkte. Zusätzlich zum größeren Angebotsumfang stand bei den öffentlich-rechtlichen Sendern eine breitere Palette an Magazinformaten zur Verfügung als den Privatsendern.

Eine wichtige Rolle bei der Darstellung gesellschaftlicher Realität spielen Reportagen, Dokumentationen und Berichte, die sich mit aktuellen wie auch zeitgeschichtlichen Themen diverser Sachbereiche befassen, journalistische Recherchen zur Grundlage haben und Hintergrundwissen vermitteln. Diese Sen-

**Reportagen,  
Dokumentationen,  
Berichte**

Tab. 2 Sendungsformen 2011 bis 2013

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
in Min./Tag															
Nachrichten <sup>1)</sup>	135	126	125	138	117	113	61	58	62	32	32	34	12	12	12
Magazine	336	330	363	399	391	388	242	242	243	195	164	155	118	147	122
Reportage/ Dokumentation/Bericht <sup>2)</sup>	131	145	128	124	109	105	34	30	25	40	27	39	12	21	10
Ereignisübertragung	69	82	59	55	67	55	14	14	13	11	6	3	2	2	3
Reality-Formate	31	37	42	5	1	8	414	390	391	276	284	378	58	4	5
Talk/Gesprächsformen	64	82	81	108	89	98	–	–	1	47	44	12	34	25	25
Ratespiel/Quiz/Gameshow	27	18	14	23	23	15	13	15	21	36	11	5	14	4	10
Show/Darbietung	37	33	33	71	71	65	100	92	91	90	136	120	126	129	77
Spielfilm	196	167	140	119	119	122	65	71	71	157	147	156	267	257	257
Fernsehfilm/Reihe	128	154	166	97	107	96	16	10	14	34	36	24	40	28	10
Fernsehserie	227	218	242	251	293	323	226	246	232	229	260	212	479	520	608
Sonstige Fictionformen	0	1	0	–	0	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sonstiges <sup>3)</sup>	38	29	27	30	30	29	75	71	67	78	71	72	85	80	84
Werbung	20	18	19	22	22	24	180	200	209	216	221	230	194	210	216
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440
in %															
Nachrichten <sup>1)</sup>	9,4	8,7	8,7	9,6	8,1	7,8	4,3	4,0	4,3	2,2	2,2	2,4	0,8	0,8	0,8
Magazine	23,3	22,9	25,2	27,7	27,2	27,0	16,8	16,8	16,8	13,5	11,4	10,7	8,2	10,2	8,5
Reportage/ Dokumentation/Bericht <sup>2)</sup>	9,1	10,1	8,9	8,6	7,6	7,3	2,3	2,1	1,8	2,8	1,9	2,7	0,8	1,5	0,7
Ereignisübertragung	4,8	5,7	4,1	3,8	4,7	3,8	0,9	1,0	0,9	0,7	0,4	0,2	0,1	0,1	0,2
Reality-Formate	2,2	2,6	2,9	0,3	0,1	0,6	28,8	27,1	27,2	19,2	19,7	26,2	4,0	0,3	0,4
Talk/Gesprächsformen	4,5	5,7	5,6	7,5	6,2	6,8	–	–	0,0	3,3	3,0	0,9	2,3	1,8	1,8
Ratespiel/Quiz/Gameshow	1,9	1,2	1,0	1,6	1,6	1,1	0,9	1,1	1,5	2,5	0,8	0,3	1,0	0,3	0,7
Show/Darbietung	2,6	2,3	2,3	4,9	4,9	4,5	6,9	6,4	6,3	6,3	9,5	8,3	8,8	9,0	5,4
Spielfilm	13,6	11,6	9,7	8,2	8,3	8,4	4,5	5,0	4,9	10,9	10,2	10,8	18,5	17,9	17,9
Fernsehfilm/Reihe	8,9	10,7	11,5	6,8	7,4	6,6	1,1	0,7	1,0	2,3	2,5	1,7	2,7	2,0	0,7
Fernsehserie	15,8	15,1	16,8	17,4	20,3	22,4	15,7	17,1	16,1	15,9	18,0	14,7	33,3	36,1	42,2
Sonstige Fictionformen	0,0	0,0	0,0	–	0,0	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sonstiges <sup>3)</sup>	2,6	2,0	1,9	2,1	2,1	2,0	5,2	4,9	4,6	5,4	4,9	5,0	5,9	5,5	5,8
Werbung	1,4	1,2	1,3	1,5	1,5	1,7	12,5	13,9	14,5	15,0	15,4	16,0	13,5	14,6	15,0
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) Inkl. Kurznachrichten aus Frühstücksfernsehen und Nachrichten im Kinderprogramm.

2) Einschließlich Wetterinfo.

3) Trailer, Überleitungen, Gewinnzahlen, Restzeitfüller.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Sendungsformen wurden auch 2013 wieder hauptsächlich von ARD/Das Erste (8,8%) und ZDF (7,3%) angeboten und erhielten dort ein ähnliches Gewicht an Sendezeit wie die Nachrichten. Bei RTL (1,8%), Sat.1 (2,7%) und ProSieben (0,7%) wurden diese Formen journalistischer Realitätsdarstellung vergleichsweise weniger verwendet.

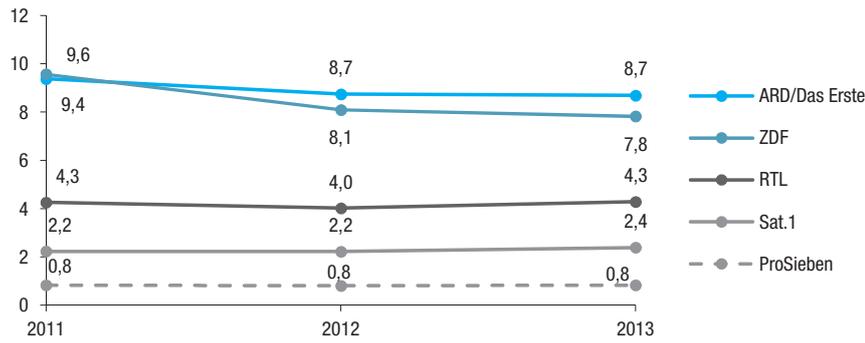
Auch Ereignisübertragungen gehörten weiterhin zu den dominanten Sendungsformen der öffentlich-rechtlichen Sender. Die Gründe liegen unter anderem in exklusiven Sportübertragungsrechten, insbesondere bei Sportevents im internationalen Fußball, bei Wintersport und bei Olympischen Spielen. Dies bestätigt sich hier exemplarisch am höheren Anteil der Übertragungen bei ARD/Das Erste und ZDF im Sportjahr 2012 (vgl. Abbildung 5).

#### Ereignisübertragungen

Bei keiner anderen Sendungsform unterschieden sich öffentlich-rechtliche und private Sender bisher so deutlich wie im Angebot von Reality-Formaten (vgl. Abbildung 6). Zusammengefasst werden hierunter sämtliche Varianten von Doku-Soaps (Scrip-

#### Realityformate

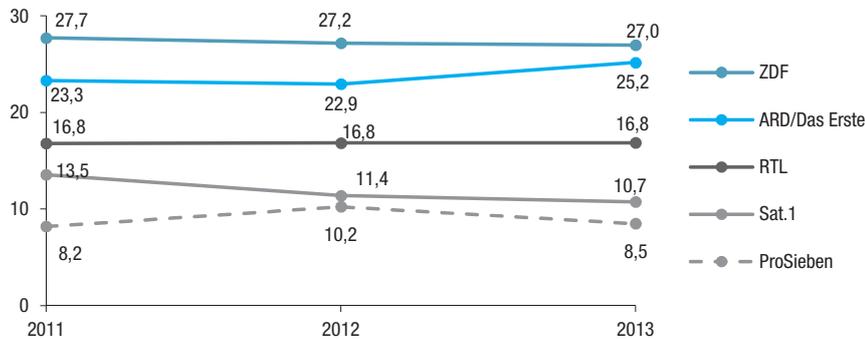
**Abb. 3 Nachrichten bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2011 bis 2013**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

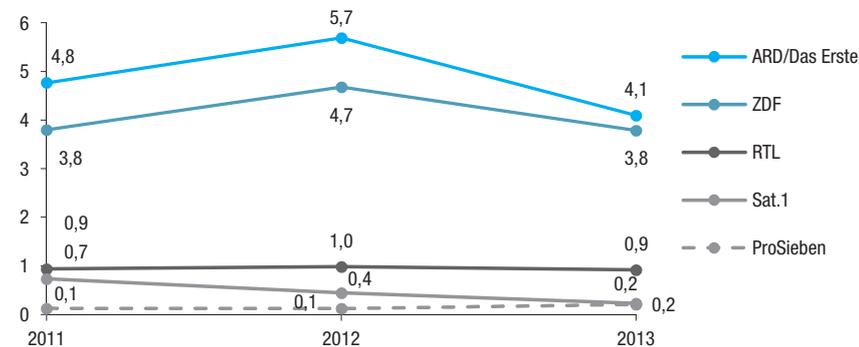
**Abb. 4 Magazine bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2011 bis 2013**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

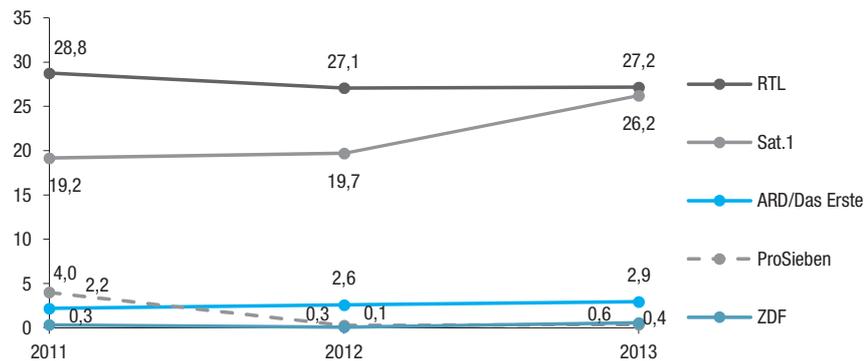
**Abb. 5 Ereignisübertragung bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2011 bis 2013**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 6 Reality-Formate bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2011 bis 2013**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

ted und Unscripted), Reality Shows, Real-Life-Inszenierungen und Gerichtsshow. Bei RTL (27,2%) und Sat.1 (26,0%) erhielten Reality-Formate, mit denen sich bei vergleichsweise geringem Aufwand große Sendezeiten im Tages- und Nachtprogramm füllen lassen, im Jahr 2013 die meiste Sendezeit unter allen Sendungsformen, während bei ARD (2,9%) und ZDF (0,6%) Doku-Soaps nur einen geringen Umfang hatten und zudem auch inhaltlich von den bevorzugten Varianten der Privatsender abwichen. Die Entwicklung der Reality-Formate in den Jahren 2011 bis 2013 zeigt, dass RTL als Trendsetter zwar ab 2013 noch knapp die führende Position einnahm, Sat.1 aber durch Ausweitung seiner Angebote inzwischen zu RTL aufschloss, während ProSieben bereits in früheren Jahren seine Doku-Soaps größtenteils durch Fictionserien ersetzt hatte.

#### Gesprächsformen

Nachdem die Privatsender ihre Daily Talks schon in früheren Jahren schrittweise gegen Gerichtsshow und Doku-Soaps ausgetauscht hatten, waren Gesprächsformen im Jahr 2013 vornehmlich in den öffentlich-rechtlichen Programmen anzutreffen. Wie sich der Angebotsentwicklung entnehmen lässt, behaupten sich öffentlich-rechtliche Talkshows inzwischen in einer stabilen Position (vgl. Abbildung 7).

Im Jahr 2013 übertrafen ARD/Das Erste (5,6%) und ZDF (6,8%) die Sendezeitanteile von RTL (0,0%), Sat.1 (1,1%) und ProSieben (1,8%) um ein Mehrfaches. Sowohl in ihren Sendeplätzen und Zielgruppen und vor allem den Inhalten unterscheiden sich die meisten öffentlich-rechtlichen Gesprächssendungen dabei wesentlich von den früheren Angeboten der Privatsender. Charakterisiert man den Wandel der Präsentationsformen, ist bei den meisten öffentlich-rechtlichen Talkshows eine zunehmende Anreicherung stimulierender Faktoren zur Steigerung der Aufmerksamkeit zu verzeichnen. Beispielsweise haben Einspielfilme, Überraschungs-

akteure und Musikeffekte an dramaturgischer Bedeutung gewonnen. (5)

Quiz und Showformate repräsentieren die konventionellen Unterhaltungsformen der Sender. Betrachtet man die beiden Sendungsformen getrennt, war der Anteil der Quizformate bei allen Sendern sehr gering. Mit Ausnahme von Sat.1 im Jahr 2011 (2,5%) blieben alle Sender in den letzten drei Jahren mit ihrem Sendezeitanteil für Quizsendungen unter 2 Prozent. Im Jahr 2013 hatte RTL mit 1,5 Prozent den höchsten und Sat.1 mit 0,3 Prozent den geringsten Sendezeitanteil. Das Hauptgewicht der konventionellen Unterhaltungsformen lag dagegen auf Shows und Nummernsendungen mit Darbietungscharakter. Auch diese Sendungsformen wurden umfangreicher von den Privatsendern angeboten, an erster Stelle von Sat.1 (8,3%), gefolgt von RTL (6,3%) und ProSieben (5,4%). Bei den Öffentlich-rechtlichen rangierte das ZDF (4,5%) vor der ARD/Das Erste (2,3%). Von leichten Schwankungen abgesehen, blieben die Sender bei relativ stabilen Anteilen dieser Formen, lediglich ProSieben verringerte 2013 die Showformate.

#### Quiz- und Showformate

Das Fictionangebot als klassische Säule der Fernsehunterhaltung umfasst Spielfilme, Fernsehfilme/Reihen und Fernsehserien, sonstige Formen lassen sich hier vernachlässigen. Im Sendervergleich zeigten sich unterschiedliche Präferenzen.

#### Fictionformen

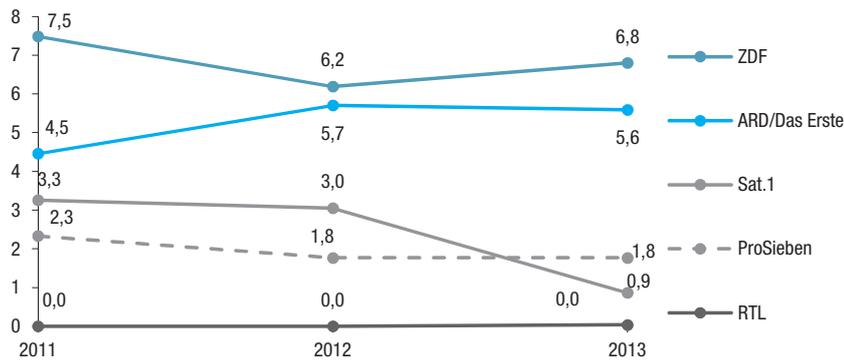
Größter Spielfilmanbieter war 2013 wie auch in den Vorjahren mit einigem Abstand ProSieben mit 17,9 Prozent seiner Sendezeit. Im Mittelfeld mit etwa einem Zehntel der Gesamtsendezeit für Spielfilme rangierten Sat.1 (10,8%), die ARD (9,7%) und das ZDF (8,4%). Den geringsten Angebotsumfang hatten Spielfilme unverändert bei RTL (4,9%) (vgl. Abbildung 8).

#### ProSieben weiter größter Spielfilmanbieter

Die ARD substituierte einen Teil ihrer Spielfilme in den letzten drei Jahren durch Fernsehfilme; bei den übrigen Sendern blieb deren Anteil vergleichsweise stabil. Fernsehfilme und Reihen, die bei

#### ARD/Das Erste ersetzte Spielfilme teilweise durch TV-Filme

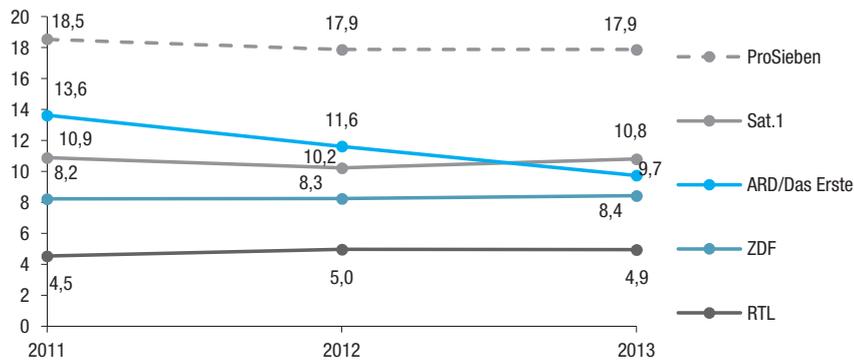
**Abb. 7 Talk/Gesprächsformen bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2011 bis 2013**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 8 Spielfilm bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2011 bis 2013**  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

einer Standardlänge von ca. 90 Minuten als abgeschlossene Handlung bzw. eigenständige Werkproduktion mit eigenem Titel formal dem Kinofilm entsprechen, erwiesen sich auch 2013 als typisch öffentlich-rechtliche Fictiongattung (vgl. Abbildung 9). Am stärksten wurden Fernsehfilme und Reihen mit steigender Tendenz von der ARD/Das Erste (11,5%) angeboten, mit Abstand gefolgt vom ZDF (6,6%). Bei den privaten Sendern lagen die Anteile nur zwischen 1 und 2 Prozent der Gesamtsendezeit. Fasst man Spielfilm, Fernsehfilm und Reihe in einer Kategorie zusammen, übertraf die ARD (21,2%) im Jahr 2013 sogar den Umfang von ProSieben (18,6%).

**Serien bei allen Sendern stark vertreten**

Fernsehserien bestimmten bei allen Sendern am stärksten das Fictionangebot. Dabei fiel ProSieben mit 42,2 Prozent der Sendezeit die Rolle als größter Serienanbieter zu – bei einer deutlichen Steigerung gegenüber dem Vorjahr. An zweiter Stelle rangierte mit weitem Abstand das ZDF (22,4%), gefolgt von ARD (16,8%), RTL (16,1%) und Sat.1 (14,7%) (vgl. Abbildung 10).

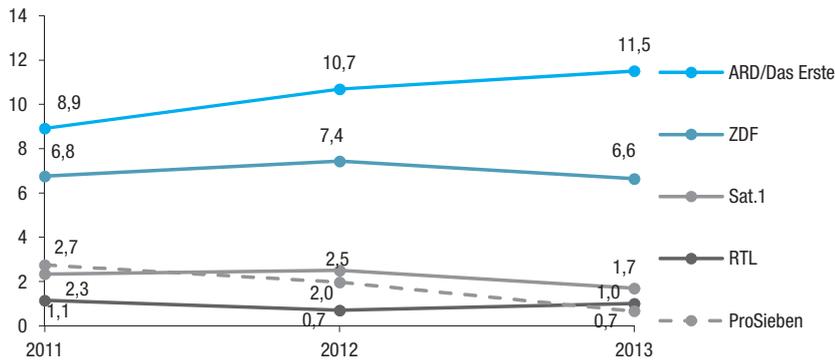
Die Entwicklung seit 2011 verdeutlicht, dass sich die Sender mit ihren Fictionangeboten in unterschiedliche Richtungen bewegten, indem sie einerseits die Gewichte der Fictionformen untereinander änderten und andererseits nonfiktionale gegen fiktionale Formate austauschten. Am auffälligsten vergrößerte ProSieben in den vergangenen Jahren durch Ausweitung des Serienangebots die Distanz zu den beiden anderen Privatsendern. Die dafür benötigte Sendezeit wurde den Reality-Formaten sowie Quiz- und Show-Formaten entzogen. In entgegengesetzte Richtung veränderte sich Sat.1, dessen Serienanteil 2013 sank, während die Reality-Formate deutlich zunahm. Auch beim ZDF war in den letzten Jahren ein Zuwachs des Serienangebots zu verzeichnen, allerdings wesentlich geringer als bei ProSieben.

**Fictionangebote der Sender bewegen sich in unterschiedliche Richtungen**

**Sendungsformen der Sparten**

Betrachtet man die Sendungsformen in Abhängigkeit von den acht Programmsparten, zeigt sich, mit

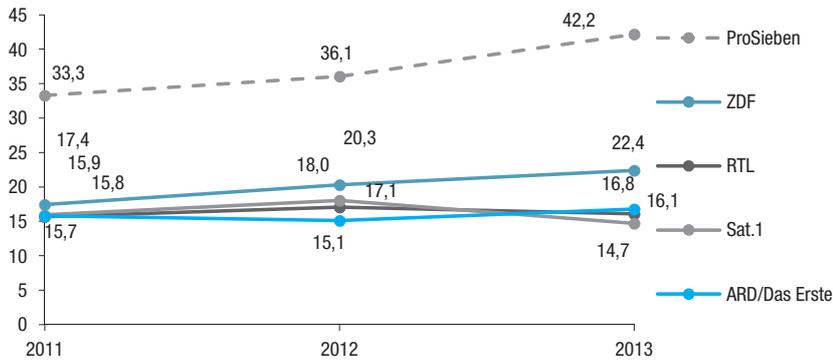
**Abb. 9** Fernsehfilm/Reihe bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2011 bis 2013  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 10** Fernsehserie bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2011 bis 2013  
Sendezeitanteile in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

welchen Formen die Sender ihre Informations- und Unterhaltungsfunktion hauptsächlich wahrnahmen. Auch hierbei kann nur auf solche Sparten und Formen näher eingegangen werden, die typisch für die Unterschiede zwischen den Sendern erscheinen (vgl. Tabelle 3).

**Sendungsformen der Information**

Zu den Sendungsformen der Sparte Information gehören Nachrichtensendungen, Magazine, klassische Formen der journalistischen Berichte, Dokumentationen, Porträts und Reportagen, zeitgeschichtliche Dokus (einschließlich solcher mit fiktiven Hilfsmitteln), Ereignisübertragungen, Diskussionen, Ansprachen und Wetterinfos. Mit diesen Formen werden Ereignisse, Sachverhalte und Meinungen journalistisch aufbereitet und präsentiert.

**Nachrichtensendungen**

Vergleicht man das Nachrichtenangebot der Sender im Jahr 2013 an Werktagen, fanden sich bei ARD

und ZDF im Rahmen der gemeinsam ausgestrahlten Morgenmagazine Kurzausgaben in halbstündigen Intervallen, im Tagesprogramm folgten weitere Ausgaben in ein- bis zweistündigen Intervallen zur vollen Stunde bis in den Vorabend, im Abendprogramm bei stärkster Fernsehnutzung folgten die öffentlich-rechtlichen Hauptnachrichten „Tagesschau“ (20.00 Uhr) und „heute“ (19.00 Uhr), am Spätabend die ausführlicheren Nachrichtenmagazine „Tagesthemen“ (22.15 Uhr mit wechselnden Anfangszeiten) und „heute-journal“ (21.45 Uhr mit wechselnden Anfangszeiten) und zu Beginn des Nachtprogramms die Nachtmagazine „ARD-Nachtmagazin“ und „heute nacht“. Das Nachrichtenangebot der ARD an einem exemplarischen Werktag, hier am Dienstag, den 14. November 2013, umfasste insgesamt 19 Nachrichtenausgaben, davon neun Kurzausgaben im ARD/ZDF-Morgenmagazin, sechs Ausgaben zwischen 10.00 und 17.00 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.

**Tab. 3 Sparten und Formen 2011 bis 2013**  
 Sendedauer in %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Information	41,7	42,2	43,8	47,1	43,4	43,3	22,5	22,1	22,2	18,6	15,4	15,9	9,5	11,7	9,8
Nachrichten <sup>1)</sup>	9,2	8,6	8,6	9,5	8,1	7,8	4,3	4,0	4,3	2,2	2,2	2,4	0,8	0,8	0,8
Magazin	20,8	20,7	23,0	25,9	25,3	25,3	16,5	16,6	16,6	13,5	11,4	10,7	7,7	9,8	8,0
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen <sup>2)</sup>	9,1	8,8	8,9	8,9	8,8	8,8	3,3	3,2	3,6	8,7	8,7	8,5	–	–	–
Boulevardmagazin	2,8	2,6	2,9	4,0	3,9	3,8	4,3	4,7	4,8	1,8	0,6	–	2,4	3,1	2,7
Andere Magazine/ Ratgeber	9,0	9,2	11,3	13,0	12,7	12,6	8,9	8,7	8,3	3,0	2,2	2,3	5,4	6,7	5,2
Dokumentation/ Bericht/Reportage	6,6	7,1	6,4	7,1	5,9	6,0	1,7	1,3	1,1	2,2	1,3	2,5	0,8	1,0	0,7
Ereignisübertragung	0,8	0,6	0,6	1,0	0,8	0,9	0,1	0,1	0,1	0,0	–	0,0	0,1	0,1	0,2
Talk/Diskussion/Ansprache	4,3	5,2	5,3	3,4	3,2	3,2	–	–	0,0	0,4	0,3	0,3	–	0,0	0,1
Sonstiges	–	–	–	0,1	0,1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sport	6,3	7,9	6,1	5,2	6,5	5,1	1,5	1,5	1,4	1,0	0,8	0,4	–	0,0	–
Sportberichterstattung	2,4	2,8	2,6	2,4	2,7	2,2	0,7	0,7	0,6	0,3	0,3	0,2	–	0,0	–
Übertragung	3,9	5,0	3,5	2,8	3,8	2,9	0,8	0,8	0,8	0,7	0,4	0,2	–	–	–
Sonstiges	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Nonfiktionale Unterhaltung	5,6	5,5	5,5	9,8	9,1	9,2	34,6	32,1	32,8	30,3	31,2	34,4	15,9	11,0	8,2
Journalistische Unterhaltungsformen	0,2	0,6	0,3	4,1	3,5	3,7	0,4	0,3	0,1	2,9	2,8	0,6	2,8	2,2	2,2
Magazin/Ratgeber/ Reportage/Doku	0,0	0,2	0,1	0,0	0,4	0,1	0,4	0,3	0,1	0,0	–	0,1	0,5	0,5	0,5
Talk/Gespräch	0,1	0,4	0,2	4,1	3,1	3,6	–	–	–	2,9	2,8	0,5	2,3	1,8	1,6
Factual Entertainment	2,2	2,6	2,9	0,3	0,1	0,6	28,8	27,1	27,2	19,2	19,7	26,2	4,0	0,3	0,4
Doku-Inszenierung/ Doku-Soap	2,2	2,6	2,9	0,3	0,1	0,6	28,8	27,1	27,2	19,2	19,7	26,2	4,0	0,3	0,4
Konventionelle Unterhaltungsformen	3,2	2,3	2,2	5,4	5,6	5,0	5,5	4,7	5,5	8,3	8,7	7,6	9,1	8,5	5,6
Quiz/Gameshow/Spiele	1,9	1,2	1,0	1,4	1,6	1,1	0,9	1,1	1,5	2,5	0,8	0,3	1,0	0,3	0,7
Show/Darbietungen/ Übertragung	1,3	1,1	1,3	4,0	4,0	4,0	4,6	3,6	4,1	5,8	7,9	7,2	8,2	8,2	5,0
Musik	1,4	1,2	1,0	0,9	0,9	0,6	2,4	2,8	2,2	0,5	1,5	1,1	0,6	1,2	0,4
Show/Konzert	1,3	1,2	1,0	0,9	0,9	0,6	2,4	2,8	2,2	0,5	1,5	1,1	0,6	0,8	0,4
Sonstiges	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	0,4	–
Kinder-/Jugendprogramm	6,4	6,0	5,9	5,3	5,2	5,3	0,1	0,4	0,3	0,3	0,6	0,5	4,3	4,8	4,7
Nonfikt. Kindersendungen	2,7	2,4	2,2	1,0	0,5	0,7	–	–	0,2	–	–	–	–	–	–
Fiktionale Kindersendungen	3,7	3,6	3,7	4,3	4,7	4,7	0,1	0,4	0,1	0,3	0,6	0,5	4,3	4,8	4,7
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	1,1	1,1	0,9	0,9	0,8	1,1	0,1	0,3	0,1	0,3	0,6	0,5	0,2	0,6	0,4
Fernsehserie	2,6	2,4	2,8	3,4	3,8	3,6	–	0,1	0,0	–	–	–	4,1	4,3	4,3
Sonstiges	–	0,0	–	0,0	0,0	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Fiction	34,7	33,9	34,3	28,1	31,4	32,9	21,2	22,3	21,9	28,9	30,1	26,7	50,2	51,1	56,0
Spielfilm	13,0	11,0	9,3	7,6	7,5	7,5	4,4	4,7	4,9	10,6	9,6	10,3	18,3	17,6	17,6
Fernsehfilm/Reihe	8,4	10,2	11,0	6,6	7,4	6,5	1,1	0,7	1,0	2,3	2,4	1,7	2,7	1,7	0,5
Fernsehserie	13,2	12,7	14,0	14,0	16,5	18,8	15,7	16,9	16,0	16,0	18,0	14,7	29,2	31,8	37,9
Sonstige Fictionformen	0,0	0,0	0,0	–	0,0	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sonstige Sparten	2,6	2,0	1,9	2,0	1,9	2,0	5,2	4,9	4,6	5,4	4,9	5,0	5,9	5,5	5,8
Werbung	1,4	1,2	1,3	1,5	1,5	1,7	12,5	13,9	14,5	15,0	15,4	16,0	13,5	14,6	15,0
Werblock/Sponsorspot	1,4	1,2	1,3	1,5	1,5	1,7	12,5	13,9	14,5	15,0	15,4	16,0	13,5	14,6	15,0
Teleshopping/ Sonst. Werbeformen	–	–	–	–	–	–	–	–	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<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) Inkl. Kurznachrichten aus Frühstücksfernsehen.

2) Ohne Kurznachrichten aus Frühstücksfernsehen.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Verlängerte Nachrichten und Sondersendungen bei außergewöhnlichen Ereignissen**

Bei außergewöhnlichen Ereignissen wie Wahlen, kriegerischen Konflikten oder Naturkatastrophen überzogen ARD und ZDF die regulären Sendungslängen der Nachrichten und boten zusätzlich Sonderausgaben an. Im Jahr 2013 lieferten vor allem die Bundestagswahl und die Hochwasserkatastrophe in Deutschland mehrfach Anlässe zu Überziehungen und Sonderausgaben. Umgekehrt gab es Verkürzungen der regulären Sendungslänge in Halbzeitpausen bei Fußballübertragungen der Champions League. Bei der ARD sank der Nachrichtenumfang im sportintensiven Jahr 2012 von vorher 133 auf 124 Minuten pro Tag. Im Jahr 2013 blieb der Umfang mit 125 Minuten pro Tag (8,6%) fast unverändert. Beim ZDF sank der Umfang im Jahr 2012 von 137 auf 116 Minuten pro Tag und im Jahr 2013 bedingt durch weniger Sondersendungen und häufigere Kürzungen der Nachrichtenmagazine sowie Kürzungen bei Nachrichten im Tages- und Nachtprogramm bis auf 113 Minuten pro Tag (7,8%).

Das Nachrichtenangebot von RTL kam bei geringerer Ausstrahlungsfrequenz und geringerer Formatvielfalt im Jahr 2013 einschließlich der Kurznachrichten im RTL-Morgenmagazin „Guten Morgen Deutschland“, das ab 26. August 2013 ausgestrahlt wurde und das Magazin „Punkt Sechs“ ersetzte, auf 62 Minuten pro Tag (4,3%). (6) Das RTL-Nachrichtenangebot umfasste bei exemplarischer Betrachtung am Dienstag, den 14. November 2013, neun Nachrichtenausgaben, davon fünf Kurzausgaben im Morgenmagazin sowie die „RTL News“ als Kurzausgabe um 16.20 Uhr, dann die Hauptnachrichten „RTL aktuell“ (18.45 Uhr) und das „RTL-Nachtjournal“ (0.00 Uhr) mit Wiederholung (3.09 Uhr) im Nachtprogramm. Auch bei RTL gab es bei außergewöhnlichen Anlässen Überziehungen und Sonderausgaben.

**Sat.1: Vor allem Kurznachrichten im Frühstücksfernsehen**

Das Nachrichtenangebot von Sat.1 belief sich 2013 auf durchschnittlich 34 Minuten (2,4%) pro Tag. Der Gesamtumfang verteilte sich auf die ab Mai um 5 Minuten verlängerte Hauptnachrichtensendung „Sat.1 Nachrichten“, deren Beginn von 20.00 Uhr auf 19.55 Uhr vorverlegt wurde, und nun im Jahresdurchschnitt auf 13 Minuten pro Tag kam, ferner auf die Kurznachrichten im Sat.1-Frühstücksfernsehen, für die sich im Jahresdurchschnitt 21 Minuten pro Tag hochrechnen ließen. Hinzu kamen wie bei den anderen Sendern Sonderausgaben (z. B. zur Hochwasserkatastrophe im Juni). Besonders bei Sat.1 zeigt sich, wie stark das Nachrichtenangebot von den Kurzausgaben im Frühstücksfernsehen geprägt wurde, die knapp zwei Drittel des Gesamtumfangs ausmachten.

**Marginales Nachrichtenangebot bei ProSieben**

ProSieben blieb täglich bei 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.

Die führende Rolle der öffentlich-rechtlichen Sender im Nachrichtenbereich ist nach wie vor offensichtlich, sie beruht nicht nur auf dem größeren Umfang des Nachrichtenangebots, sondern auch darauf, dass aktuelle Informationen zur nutzungsstärksten Tageszeit verfügbar waren und dort in Hauptnachrichten und ausführlichen Nachrichtenmagazinen präsentiert wurden, während die Privatsender ihre Nachrichten in die Randbereiche der Hauptsendezeit platzierten oder wie Sat.1 größtenteils ins Frühstücksfernsehen.

Im Informationsangebot der Sender nahmen auch 2013 wieder die Magazine den größten Raum ein. Bei ARD/Das Erste (23,0%) und ZDF (25,3%) entfiel in der Sparte Information über die Hälfte der Sendezeit auf Magazine. Im geringeren Informationsangebot der Privatsender hatten Magazine ein relativ noch größeres Gewicht gegenüber anderen informativen Sendungsformen. Bei RTL (16,6%) und Sat.1 (10,7%) deckten die Magazine etwa drei Viertel bzw. zwei Drittel, bei ProSieben (8,0%) über vier Fünftel des Informationsangebots ab. Weitere Hinweise auf die Rolle der Magazine liefert eine Differenzierung nach drei Magazintypen: 1. thematisch heterogene Morgenmagazine bzw. Frühstücksfernsehen, 2. Boulevardmagazine und 3. andere, vorwiegend thematisch homogene Magazine einschließlich Ratgebermagazine.

Im Angebot der Morgenmagazine unterschieden sich öffentlich-rechtliche und private Sender in mehrfacher Weise. ARD/Das Erste und ZDF sendeten werktäglich zwischen 5.30 Uhr und 9.00 Uhr im Wochenwechsel das gemeinsame „ARD/ZDF-Morgenmagazin“. Ohne die halbstündig aus den Nachrichtenredaktionen eingespielten Kurznachrichten wendeten sie dafür im Jahresdurchschnitt pro Tag 128 bzw. 127 Minuten (8,9 bzw. 8,8% der Gesamtsendezeit) auf. Dies entsprach etwa einem Fünftel des gesamten Informationsangebots. Das von 5.30 bis ca. 10.00 Uhr um eine Stunde länger ausgestrahlte „Sat.1-Frühstücksfernsehen“ kam ohne die ebenfalls aus der Nachrichtenredaktion eingespielten Kurznachrichten sowie ohne Werbung und Trailer auf etwa den gleichen Sendezeitanteil (8,5%), unterschied sich aber durch seinen leichteren Infotainmentcharakter vom öffentlich-rechtlichen Morgenmagazin. RTL änderte 2013 sein morgendliches Informationsangebot. Das bisher von 6.00 bis 7.30 Uhr ausgestrahlte Magazin „Punkt Sechs“ wurde ab 26. August unter dem Titel „Guten Morgen Deutschland“ um eine Stunde bis 8.30 Uhr verlängert. Auf das Gesamtjahr 2013 bezogen stieg damit die Nettosendezeit des RTL-Morgenmagazins gegenüber dem Vorjahr von 46 Minuten auf durchschnittlich 52 Minuten pro Tag (3,6%) ohne Kurznachrichten. ProSieben sendete in der Morgenphase kein Magazin.

Boulevardmagazine wurden im Jahr 2013 nur von ARD, ZDF, RTL und ProSieben angeboten. Sat.1 hatte sein Boulevardmagazin nach vorausgegan-

**Magazine größter Block im Informationsangebot**

**Morgenmagazine**

**Boulevardmagazine**

genen Versuchen mit neuem Konzept (zunächst unter dem Titel „Pin – Das People-Magazin“, danach „push – Das Sat.1 Magazin“) schon im Oktober 2012 eingestellt. Die Boulevardmagazine hatten bei allen Sendern unter den drei Magazintypen den geringsten Umfang. Auf das ARD-Boulevardmagazin „Brisant“ entfielen 2,9 Prozent der Gesamtsendezeit. Im ZDF kamen die Boulevardmagazine „hallo Deutschland“ und „Leute heute“ einschließlich Extra-Ausgaben auf 3,8 Prozent. RTL wendete für die Boulevardmagazine „Explosiv – Das Magazin“ und „Exklusiv – Das Star-Magazin“ einschließlich Wochenend- und Spezialausgaben 4,8 Prozent seiner Gesamtsendezeit auf. Und ProSieben lag mit seinem Boulevardmagazin „Taff“ bei 2,7 Prozent.

Zum Angebot politisch, wirtschaftlich und gesellschaftlich relevanter Themen trugen mit wöchentlicher Ausstrahlungsfrequenz die Politikmagazine „Berlin direkt“, „Frontal 21“ und „Auslandsjournal“, der „Länderspiegel“ und das Wirtschaftsmagazin „WISO“, ferner die Magazine „ML Mona Lisa“ und „Menschen – das Magazin“ weiterhin bei. Der Themenbereich Kultur wurde in den Kulturmagazinen „Aspekte“ und „Das blaue Sofa“ sowie Themen zu Wissenschaft und Forschung in den Magazinen „Abenteuer Forschung“ und „Leschs Kosmos“ behandelt. Der Aufklärung von Kriminalitätsfällen widmete sich nach wie vor „Aktenzeichen XY ... ungelöst“. Nicht mehr im ZDF-Programmangebot erschien im Jahr 2013 das Magazin „Blickpunkt“, das schon im Juni 2012 eingestellt worden war.

**Andere Magazine**

Andere Magazine, die auf festen Sendeplätzen überwiegend für enger begrenzte Themenbereiche eingesetzt wurden, hatten die höchsten Anteile beim ZDF (12,6 %) und bei der ARD/Das Erste (11,3 %). Die ARD erhöhte das Angebot dieses Magazintyps gegenüber dem Vorjahr um 2 Prozentpunkte (Effekt des verlängerten „ARD-Buffer“) und schloss damit zum ZDF auf. Unter den privaten Sendern behauptete sich RTL (8,3 %) als stärkster Anbieter dieser Magazine, gefolgt von ProSieben (5,3 %) und Sat.1 (2,3 %). Nicht nur der Umfang, sondern ebenso die thematische Vielfalt dieser Magazine charakterisiert das Angebot der öffentlich-rechtlichen Sender in diesem Magazinsektor.

Das vom Umfang her geringere RTL-Magazinangebot deckte ebenfalls verschiedene Themenkomplexe ab. Die meiste Sendezeit entfiel auf das werktätlich ausgestrahlte Magazin „Punkt zwölf“ mit leichteren Servicethemen. Auch RTL bot monothematische Magazine zu verschiedenen Sachbereichen an. Politik und Gesellschaft thematisierte das „Spiegel TV-Magazin“ jeweils Sonntag am Spätabend. Mit gesellschaftlichen und alltagsnahen Themen befasste sich wöchentlich „Stern TV“. Eine Mischung aus gesellschaftlichen und boulevardnahen Themen fand sich weiterhin bei „Extra – Das RTL-Magazin“. Anspruchsvolle Kulturthemen wurden bei RTL von dctp als Fensterprogramm in der Sendung „Kulturmagazin 10 vor 11“ angeboten.

**RTL: Meiste Sendezeit für „Punkt zwölf“**

**ARD-Magazine: Nur leichte Veränderungen**

An der Vielfalt und Kontinuität der Magazine dieser Kategorie veränderte sich wenig, allenfalls verschoben sich einige Rangpositionen von Sendetiteln. So rangierte unter den langfristig ausgestrahlten Magazintiteln der ARD 2013 nach Ausweitung der Sendungsdauer das Servicemagazin „ARD-Buffer“ (2013: 4,4 %) im Vormittagsprogramm an Werktagen an erster Stelle. Zur Hauptsendezeit wurden weiterhin auf zwei Sendeplätzen pro Woche im Wechsel die ARD-Politikmagazine „Fakt“ (MDR), „Kontraste“ (rbb), „Monitor“ (WDR), „Panorama“ (NDR), „Report Mainz“ (SWR) und „Report München“ (BR) angeboten. Zur Reihe der wöchentlich ausgestrahlten Magazine mit politischer, wirtschaftlicher und kultureller Thematik gehörten außerdem „Bericht aus Berlin“, „Europamagazin“ und „Weltspiegel“, ferner das Wirtschaftsmagazin „Plusminus“, die Kulturmagazine „tft – titel thesen temperamente“ und „Druckfrisch“ sowie das Wissensmagazin „W wie Wissen“. Zur Vielfalt trugen ferner die Ratgebermagazine zu Sachgebieten wie Bauen und Wohnen, Geld, Gesundheit, Heim und Garten, Internet, Recht, Reise, Technik, Auto und Verkehr bei, die ihren Sendeplatz weiterhin im Nachmittagsprogramm am Wochenende hatten.

Das Magazinangebot bei Sat.1 fiel ohne werktägliche Servicesendung, wie sie RTL am Mittag ausstrahlte, wesentlich geringer aus. Es beschränkte sich auf wenige Sendetitel, die morgens oder am Spätabend gesendet wurden. Mit gesellschaftlichen Themen befasste sich Sat.1 weiterhin in „Akte“. Themen zur Kultur gab es auch hier als dctp-Produktion in „News & Stories“, und der Bereich Wissenschaft wurde in „Planetopia“ behandelt. Als leichteres Magazin behielt „Weck Up“ seinen Sendeplatz am Sonntagmorgen. Nachdem im Vorjahr durch den Entfall von „Focus TV“, dem Talkmagazin „Kerner“ und „Stars & Stories“ das Magazinangebot von Sat.1 geschrumpft war, gab es 2013 keine weiteren Sendungseinstellungen.

**Sat.1: Wenige Magazintitel**

**ZDF: Magazine im Tagesprogramm dominieren**

Beim ZDF dominierten die werktätlich ausgestrahlten Magazine im Tagesprogramm, und zwar das Ratgebermagazin „Volle Kanne – Service täglich“ am Vormittag, das „ARD/ZDF-Mittagsmagazin“ und „Drehscheibe Deutschland“ am Mittag.

ProSieben reduzierte sein Magazinangebot 2013, behielt aber mehr als den doppelten Umfang der Sendezeit von Sat.1. Im Unterschied zu den anderen Sendern konzentrierte sich das Angebot hier auf das werktätlich am frühen Abend gesendete Wissenschaftsmagazin „Galileo“ einschließlich seiner speziellen Varianten. Allein mit „Galileo“ bestritt ProSieben im Jahr 2013 über die Hälfte seines Informationsangebots und zugleich 5 Prozent des Gesamtprogramms.

**ProSieben: „Galileo“ machte Hälfte des Informationsangebots aus**

### Reportagen und Dokumentationen vor allem bei ARD und ZDF

Journalistische Reportagen, Dokumentationen und Berichte waren auch 2013 eine der Hauptkomponenten des öffentlich-rechtlichen Informationsangebots. Mit den Formaten in dieser Kategorie übertrafen ARD (6,4 %) und ZDF (6,0 %) deutlich das Angebot von RTL (1,1 %), Sat.1 (2,5 %) und ProSieben (0,7 %). Die ARD sendete aus aktuellen Anlässen 23 „Brennpunkte“, ferner diverse Ausgaben der Reihen „Deutschlandbilder“, „Weltreisen“, „Deutsche Dynastien“ sowie „Exklusiv im Ersten“. Fortgesetzt wurde 2013 auch die „Check“-Reihe zur Prüfung von Marken und Produkten, darunter „Der Apple-Check“, „Der Bauhaus/OBI-Check“, „Der Edeka/Rewe-Check“, jeweils am Montag im Anschluss an die „Tagesschau“. Im Spätabendprogramm nach 23.00 Uhr erschienen gesellschaftskritische und politikhaltige Dokumentationen, zum Beispiel in der Reihe „Die Story im Ersten“ oder Einzeltitel wie „Gauck persönlich“, „Hitlers Menschenhändler“ und „Im Griff der Zockermafia“. Hinzu kamen Reportagen, Porträts und Berichte anlässlich der Bundestagswahl 2013.

Beim ZDF fanden sich unter den Reportagen, Dokumentationen und Berichten im Jahr 2013 insgesamt 33 „ZDF spezial“-Ausgaben aus aktuellem Anlass, unter anderem zur Hochwasserkatastrophe in Deutschland, zum politischen Umsturz in Ägypten oder zum Rücktritt des deutschen Papstes. Fortgesetzt wurden auf Sendeplätzen am Haupt- und Spätabend die Reihen „ZDFzeit“, „ZDF-History“, „ZDF.reportage“ und „ZDFzoom“ mit einem breiten Themenspektrum aus Politik, Gesellschaft, Zeitgeschichte und Alltag. Ferner gab es am Spätabend die Reihe „37 Grad“ mit sozialen Themen, „Terra X“ am frühen Sonntagabend mit natur- und kulturgeschichtlichen Themen sowie im Nachtprogramm „XXL: Die lange Nacht“ mit ausgewählten Themenschwerpunkten. Fortgesetzt wurde ebenfalls die Reihe „planet e“ mit umweltnahen Themen am Sonntagnachmittag. Wie die ARD sendete auch das ZDF Reportagen, Porträts und Berichte zur Bundestagswahl.

Neben den konventionellen Formen der Reportagen, Dokumentationen und Berichte haben in den öffentlich-rechtlichen Programmen die Dokumentationen mit fiktiven Hilfsmitteln einen eigenen Stellenwert. In der Sparte Information waren im Jahr 2013 für diese Formate bei der ARD unter anderem folgende Titel mit einem Sendeplatz am Spätabend charakteristisch: „Goldrausch – Die Geschichte der Treuhand“, das Porträt „Helmut Schmidt“ oder „Winter 42/43“. Beim ZDF entsprachen dieser Kategorie unter anderem die Titel „Die geheime Macht der Jesuiten“, „Francesco und der Papst“ und „Kapitalismus: Eine Liebesgeschichte“.

In den privaten Programmen spielten konventionelle Reportagen und Dokumentationen eine geringere Rolle. Bei RTL gab es 2013 weiterhin die Reihen „30 Minuten Deutschland“, „Die große Reportage“, „Faszination Leben“, und „Future Trend Reportage“ sowie einige Einzeltitel. Als neue Staffeln kamen unter anderem hinzu „Das Jenke-Experiment“, „Rach deckt auf!“ und „Team Wallraff – Reporter undercover“. Im Vordergrund dieser Sendungen standen meist soziale und alltagsnahe Themen. Reportagen mit politischem Schwerpunktthema beschränkten sich bei RTL auf das Umfeld zum TV-Duell der Kanzlerkandidaten bei der Bundestagswahl.

Sat.1 sendete weiterhin die Reihe „24 Stunden“, fortgesetzt wurden auch die Reihen „Blockbuster TV – Making of“, „Focus TV-Reportage“ und „Spiegel TV-Reportage“. Als neue Variante der „Ermittlungsakte“ präsentierte Sat.1 2013 die Reihe „Ermittlungsakte spezial – Große Kriminalfälle“. Neben einigen Sendungen zu sozialen und individuellen Problemthemen gab es anlässlich der Hochwasserkatastrophe die beiden Reportagen „Die Flutkatastrophe – Angst und Hoffnung“ sowie „Die Flutkatastrophe – Opfer und Helden“.

Bei Pro Sieben lag das Schwergewicht der Reportagen und Dokumentationen unverändert auf der Reihe „Blockbuster TV – Making of“, die auch Sat.1 ausstrahlte. Fortgesetzt wurden bei ProSieben ferner die Reihen „Mission Wissen weltweit“, „Der große Toleranz-Test“ und „Unter fremden Decken – Auf der Suche nach dem besten Sex der Welt“. Im Rahmen einer „grünen“ Themenwoche (20.–26. Mai 2013) zum Umwelt- und Naturschutz präsentierte ProSieben aus der BBC-Earth-Dokumentation „Green Seven Report 2013“ unter anderem die Sendung „Unser Leben“.

Im Bereich der Ereignisübertragungen spielte 2013 bei ARD und ZDF wieder die Übertragung von Evangelischen und Katholischen Gottesdiensten eine zentrale Rolle. Als außergewöhnlicher Anlass kam die Papstwahl hinzu. Übertragungen aus politischen Anlässen betrafen zum einen die Bundestagsdebatten, die bei der ARD unter dem Titel „Bundestag live“ und beim ZDF unter dem Titel „Heute im Parlament“ gesendet wurden. Besondere Anlässe im Politikgeschehen boten 2013 die Bundestagswahl und Landtagswahlen, die wie gewohnt bei ARD und ZDF zu Übertragungen führten. Hinzu kamen auch politische Anlässe im Ausland. So übertrug die ARD als Gedenkfeiern „50 Jahre Elysee-Vertrag“, „Trauerfeier für Nelson Mandela“ und die Geburtstagsfeier zur Würdigung der britischen Königin Elisabeth II. „Zu Ehren der Königin“. Beim ZDF gab es ähnliche Übertragungen, so etwa vom „Festakt zum Tag der Deutschen Einheit“, vom „Friedenspreis des deutschen Buchhandels“ und vom „Gelöbnis in Berlin“.

Die privaten Sender boten nicht nur weniger Übertragungen an, sondern sie setzten bei der Auswahl von Ereignisanlässen auch andere Akzente. Kulturelle und kirchliche Ereignisse sowie politi-

### Nur geringe Rolle von Reportagen/Dokus bei den Privaten

### Ereignisübertragungen

sche Debatten im Bundestag und politische Gedenkfeiern wurden allgemein ausgespart. RTL sendete Ereignisübertragungen zur Bundestagswahl und zur Landtagswahl in Bayern, ein weiteres Übertragungsereignis war, wie in den früheren Jahren, der „RTL Spendenmarathon 2013“. Auch ProSieben sendete live zur Bundestagswahl, beschränkte sich aber außerdem auf Übertragungen von Preisverleihungen der Unterhaltungsbranche (Grammy Award, Golden Globe Awards und Oscar).

Ende Oktober den Polit-Talk „Eins gegen Eins“ montags am Spätabend. ProSieben setzte die erst im November 2012 eingeführte Polit-Talkshow „Absolute Mehrheit – Meinung muss sich wieder lohnen“, moderiert von Stefan Raab, beschränkt auf fünf Ausgaben im Wahljahr, fort. Wahlbezogen und zeitlich begrenzt waren auch das „TV-Duell“ und „Task Force Berlin“. Auf Dauer angelegte Gesprächssendungen zur politischen Meinungsbildung wie bei ARD und ZDF wurden von den Privatsendern nicht angeboten.

**ARD/Das Erste mit fünf Talkshows im Abendprogramm**

Für Gesprächssendungen verwendete die ARD im Jahr 2013 über 5 Prozent der Gesamtseendezeit (76 Min./Tag) und hatte 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 einschließlich solcher zur Bundestagswahl (z. B. „Wahlarena“) ein quantitatives Übergewicht im Vergleich zu den anderen Sendern. Die verfügbaren Sendetermine ermöglichten eine Vervielfachung der Themen und Gäste, die tägliche Präsenz ermöglichte schnelle und mehrseitige Reaktionen auf Ereignisse.

**Sendungsformen im Sportangebot**

Da die Übertragungsrechte an massenattraktiven Sportarten, von wenigen Ausnahmen wie zum Beispiel der Formel 1 abgesehen, bei ARD und ZDF lagen, verwundert es nicht, dass die Sendezeit sowohl für Sportberichterstattung als auch für Sportübertragungen in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen deutlich höher ausfiel als in den privaten Programmen. Für Sportübertragungen im Rahmen großer internationaler Events – dies bestätigte sich vor allem im Jahr 2012, in dem Olympische Spiele und die Fußball-EM stattfanden – wendeten die öffentlich-rechtlichen Sender mehr Sendezeit auf als für die Sportberichterstattung. Im Jahr 2013 unterschieden sich die Sendezeitanteile für Sportberichterstattung und Sportübertragung weniger stark. In beiden Formen lagen ARD und ZDF vor RTL und Sat.1.

**Kaum verändertes Talkangebot im ZDF**

Das ZDF kam 2013 mit seinen Gesprächsformen auf 47 Minuten pro Tag (3,2%). Der Angebotsumfang blieb in den drei letzten Jahren fast unverändert. Den größten Anteil dazu trug die Late-Night-Diskussionssendung „Markus Lanz“ (28 Min./Tag; 1,8%) mit heterogenen Themen und einer Mischung der Gäste aus Politik, Gesellschaft, Kultur, Sport und Showbiz an drei Werktagen bei. Nur halb soviel an Sendezeit wie für „Markus Lanz“ verwendete das ZDF für die jeweils am Donnerstagabend ausgestrahlte Polit-Talkshow „Maybrit Illner“ (13 Min./Tag; 0,9%). Im quantitativen Vergleich mit der ARD fiel daher das Gewicht der Polit-Talks als Faktor der politischen Meinungsvermittlung im ZDF schwächer aus. Auch vom ZDF wurden diverse Gesprächssendungen zur Bundestagswahl und bei Landtagswahlen angeboten – darunter „Illner intensiv“, „Berliner Runde“, „Was nun, Frau/Herr...?“. Das ZDF widmete sich intensiver als die ARD gesellschaftlichen Themen, für die weiterhin am Sonntagmittag die Sendung „Peter Hahne“ stand, ferner Themen aus Philosophie, Wissenschaft und Zeitgeschichte im Nachtprogramm mit den Titeln „Precht“, „Frag den Lesch“ und „Zeugen des Jahrhunderts“.

**Sendungsformen der nonfiktionalen Unterhaltung**

Im nonfiktionalen Unterhaltungsangebot lassen sich anhand der drei Kategorien: 1. journalistische Unterhaltung (Magazin, Ratgeber, Reportage, Übertragung, Talkshow), 2. Formate des Factual Entertainment (alle Varianten des Reality TV) und 3. konventionelle Unterhaltungsformen (Quiz, Darbietungsshow) verschiedene Präferenzen der öffentlich-rechtlichen und privaten Sender aufzeigen.

Bei der ARD blieben die nonfiktionalen Unterhaltungsangebote (5,5%) in den letzten drei Jahren unverändert gering. Dazu trugen im Jahr 2013 journalistische Unterhaltungsformen nur marginal bei. Fortgesetzt wurde die Reihe der Zoo-Dokus im Nachmittagsprogramm an Werktagen mit Titeln wie „Seehund, Puma & Co.“ oder „Panda, Gorilla & Co.“ und am Wochenende unter anderem „Verrückt nach Meer“. Hinzu kamen ebenfalls in geringem Umfang konventionelle Unterhaltungsformen, verteilt auf Quiz/Spiele, darunter die Titel „Das ist spitze!“, „Hirschhausens Quiz des Menschen“ oder „Kopfball“, ferner Darbietungsshow und Nummernsendungen wie „Verstehen Sie Spaß?“.

**Bei Privaten Talksendungen vor allem zu besonderen Anlässen**

In den privaten Programmen erhielten Gesprächsformen im Jahr 2013 fast nur zu besonderen Anlässen einen Sendeplatz. Sieht man vom „TV-Duell Merkel – Steinbrück“ anlässlich der Bundestagswahl 2013 ab, das in allen Programmen zeitgleich gesendet wurde, blieben für andere Gesprächsformen nur wenige Sendungen übrig. Bei RTL waren auch dies wahlbezogene und damit einmalige Titel. Sat.1 sendete weiterhin seine kirchliche Gesprächsreihe „So gesehen – Talk am Sonntag“ und anlässlich der Bundestagswahl von Mai bis

Umfangreicher und mit anderer Akzentsetzung als die ARD/Das Erste nutzte das ZDF (9,2%) nonfiktionalen Unterhaltungsformate. Bevorzugt wurden journalistische Formen und konventionelle Unter-

**Unterschiedliche Akzente bei ARD und ZDF**

haltungsformen, während Reality-Formate nach Einstellung der Zoo-Dokus kaum noch eine Rolle spielten. Beim ZDF verteilte sich das nonfiktionale Unterhaltungsangebot einesteils auf Gesprächsformate im Nachmittagsprogramm, denen hier die Talkshow „Inka!“ und auch die Kochshows „Die Küchenschlacht“ sowie „Lafer!Lichter!Lecker!“ als Mischform aus Unterhaltungs- und Ratgeberfunktion zugeordnet wurden, andernteils auf Quiz/Spiele und Darbietungsshow, unter anderem mit den Titeln „Rette die Million!“, „Topfgeldjäger“, „ZDF-Fernsehgarten“. Der prominenteste Titel unter den Show-Formaten blieb „Wetten, dass..?“ mit sieben Ausgaben am Samstagabend. Einen qualitativ anderen Akzent setzte das ZDF mit seinen politischen Satire- und Kabarettssendungen „Die heute-show“, „Neues aus der Anstalt“ und „Pelzig hält sich“.

**Besonders starke Position der nonfiktionalen Unterhaltung bei den Privaten**

Für die Privatsender nimmt die nonfiktionale Unterhaltung eine besondere Position innerhalb des Gesamtangebots ein. Einerseits bietet schon der Umfang dieser Sparte viel Spielraum, um durch innovative Konzepte das eigene Unterhaltungsprofil zu schärfen, andererseits gilt es, große Programmflächen möglichst kostengünstig abzudecken. Nicht zuletzt sind dies Gründe dafür, die Inszenierung des Dokumentarischen als ein unterhaltsames Programmpotenzial zu nutzen. Letzteres zeigt sich in der Entwicklung der Reality-Formate (vgl. Tabelle 4).

RTL änderte im Jahr 2013 nicht den Gesamtumfang seines nonfiktionalen Unterhaltungsangebots (32,8 %) und auch nicht den Umfang des Factual Entertainments (27,2 %), variierte jedoch die Mischung der Reality-Formate. Verringert wurden die konventionellen Doku-Soaps von 11,7 auf 4,4 Prozent, ausgeweitet wurden dafür die Scripted Doku-Soaps von 13,0 auf 20,2 Prozent des Gesamtprogramms. Im Vorjahr entfiel allein auf die Doku-Soap „Mitten im Leben“ ein Sendezeitanteil von 9 Prozent. Dies entsprach 130 Minuten pro Tag und übertraf damit die von der ARD für das gesamte Nachrichtenangebot aufgewendete Sendezeit. Im Jahr 2013 betrug der Anteil dieser Sendung nur noch 2,3 Prozent bzw. 32 Minuten pro Tag. Die Verlagerung von Sendezeit zugunsten der Scripted Doku-Soaps kam vor allem der Sendung „Familien im Brennpunkt“ zugute, deren Sendezeitanteil von 4,0 Prozent (57 Min./Tag) auf 7,5 Prozent (107 Min./Tag) stieg. Auch bei anderen Titeln der Scripted Doku-Soaps (z.B. „Betrugsfälle“) wurde die Sendezeit erhöht. Andere Formate wie Coaching, Real-Life-Inszenierungen und Gerichtsshow erhielten bei RTL unverändert geringe Sendezeitan-teile.

Im Bereich der konventionellen Unterhaltungsformen (5,5 %) wie Quiz und Shows, die etwa dem Anteil der öffentlich-rechtlichen Sender entsprachen, fanden sich bei RTL keine wesentlichen Veränderungen. Die herausragenden Titel blieben auch 2013 bei Shows und Nummernsendungen „Das Supertalent“, „Cindy aus Marzahn & Die jungen Wilden“ und „Let's Dance“ sowie bei Quiz und Gameshows „Wer wird Millionär?“ mit Günther Jauch. Als neuen Titel in dieser Kategorie brachte RTL ab Januar 2013 „Alle auf den Kleinen“ mit Oliver Pocher.

Sat.1 übernahm 2013 erstmalig die quantitativ führende Rolle als Anbieter nonfiktionaler Unterhaltung (34,4 %) vor RTL. Ähnlich wie bei RTL lag auch bei Sat.1 der Schwerpunkt auf Reality-Formaten des Factual Entertainments (26,2 %), deren Sendezeit nahezu auf den Umfang wie bei RTL ausgeweitet wurde. Die zusätzliche Sendezeit kam einesteils aus anderen Sparten, andernteils aus Umschichtungen in den Kategorien der Sparte nonfiktionale Unterhaltung, so etwa durch Einstellung von Talkshows, darunter „Britt“ am Mittag und „Die Harald Schmidt Show“ am Spätabend. Auch die konventionellen Unterhaltungsformen (7,6 %), deren Anteil bei Sat.1 umfangreicher als bei allen anderen Sendern war, verloren Sendezeit zugunsten der Reality-Formate. Der geringere Anteil entfiel auf herkömmliche Doku-Soaps, zu denen die Titel „Die strengsten Eltern der Welt“, und „Pures Leben – Mitten in Deutschland“ gehörten. Welches Gewicht Sat.1 dem Reality TV einräumte, zeigt sich im sprunghaften Anstieg der Scripted Doku-Soaps von 5,6 auf 15,7 Prozent. Die meiste Sendezeit dieser Reality-Formate entfiel auf „Familien-Fälle“ (7,1 %) und „Schicksale – und plötzlich wird alles anders“ (4,3 %). Aus dem inszenierten Talk „Zwei bei Kallwass“ wurde nach Veränderung des Sendungskonzepts „Kallwass greift ein“. Fortgesetzt wurden bei Sat.1 als einzigem Privatsender weiterhin in größerem Umfang die Gerichtsshow („Richter Alexander Hold“ und „Richterin Barbara Salesch“).

Das Angebot an konventionellen Unterhaltungs-sendungen bestimmten bei Sat.1 Shows und Nummernsendungen (7,3 %), darunter mit der meisten Sendezeit „Die dreisten Drei“, „Sechser-pack“, „Mensch Markus“ und „Was guckst Du?“. Unter den Quiz- und Gameshows gab es wieder „Mein Mann kann“, jedoch fehlte 2013 „Genial daneben – Die Comedy Arena“.

ProSieben unterschied sich von den anderen Sendern durch den stufenweisen Abbau seines nonfiktionalen Unterhaltungsangebots. Nachdem in den Vorjahren die Doku-Soaps verringert wurden, reduzierte ProSieben im Jahr 2013 auch die konventionellen Unterhaltungsformen. Mit dieser Programmveränderung positionierte sich ProSieben komplementär zu Sat.1, während sich Sat.1 mehr RTL annäherte. Das nonfiktionale Unterhaltungsangebot von ProSieben bestand 2013 hauptsächlich aus konventionellen Unterhaltungsformen. Als ex-

**Sat.1 erstmals mit größtem Angebot an nonfiktionaler Unterhaltung**

**Stufenweiser Abbau bei ProSieben**

**Tab. 4 Factual Entertainment/Reality-Formate 2011 bis 2013**  
in %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Factual Entertainment/Reality-Formate	2,3	2,6	2,9	0,5	0,1	0,6	29,0	27,1	27,2	19,2	19,7	26,2	4,0	0,3	0,4
Doku-Soap/Coaching	2,3	2,6	2,9	0,5	0,1	0,6	13,1	12,5	5,2	0,6	2,4	2,5	3,6	0,1	0,0
Scripted Doku-Soap	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	13,0	13,0	20,2	0,3	5,6	15,0	0,0	0,0	0,0
Real-Life-Inszenierung	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	1,3	1,5	4,4	3,9	1,7	0,4	0,2	0,4
Gerichtsshow	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	0,2	0,3	13,8	7,8	7,0	0,0	0,0	0,0
Andere Sendungen	97,7	97,4	97,1	99,5	99,9	99,4	71,0	72,9	72,8	80,8	80,3	73,8	96,0	99,7	99,6
Gesamtsendezeit	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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

emplarische Sendetitel lassen sich hier „red! Stars, Lifestyles & More“ sowie „Talk Talk Talk“ und die Castingshow „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ anführen. Prominente Titel im Bereich der Shows und Nummernsendungen waren „TV Total“, „Schlag den Raab“, „Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt“ und „Circus Halligalli“. An Sendezeit verloren unter anderem Comedy-Formate wie „Quatsch Comedy Club“ und „Switch reloaded“; nicht mehr im Programm von ProSieben gab es 2013 die Fernsehsatire „Kalkhofes Mattscheibe“.

**Sendungsformen im Musikangebot**

Musiksendungen gab es hauptsächlich als Musikshows und Castingshows. Den höchsten Anteil hatte RTL (2,2%) mit den Titeln „Die Ultimative Chart Show“ und „Deutschland sucht den Superstar“, den geringsten ProSieben (0,4%) mit „The Voice of Germany“ und „Bundesvision Song Contest 2013“. Musikdarbietungen als Konzert beschränkten sich dagegen auf wenige Sendungen, die überwiegend in den öffentlich-rechtlichen Programmen vorkamen.

**Sendungsformen des Kinderprogramms**

Das hauptsächlich von ARD/Das Erste und ZDF am frühen Morgen an Wochenenden und Feiertagen angebotene Programm für Kinder hatte unverändert eine Mischung aus nonfiktionalen und fiktionalen Sendungen, während sich die Sendungen für Jugendliche und junge Familien auch bis in den Nachmittag verteilten. Die ARD sendete weiterhin das Nachrichtenmagazin „Neuneinhalb“ und wissensorientierte Formate wie „Die Sendung mit der Maus“, „Wissen macht Ah!“, „Willi wills wissen“, ebenso konstant dabei „Tigerenten Club“. Das ZDF beschränkte sich auf weniger Sendetitel, darunter die prominente Kinderreihe „Löwenzahn“ und „pur+“. Die ZDF-Kindernachrichtensendung „logo! Die Welt und ich“ wurde 2013 nicht mehr im Hauptprogramm, sondern schon seit März 2012 nur noch im KiKA ausgestrahlt. Unter den Privatsendern bot nur RTL mit dem Titel „Yolo“ eine nonfiktionalen Kindersendung an.

Der Schwerpunkt der Kinder- und Jugendsendungen lag auf den Fictionangeboten. Bei allen Sendern gab es Spielfilme und Fernsehfilme, bei ARD, ZDF und Sat.1 vorzugsweise Märchen-, Aben-

teuer- und Jugendfilme. Darunter bekannte Titel wie „Das fliegende Klassenzimmer“, „Dornröschen“, „Krieg der Knöpfe“ und „Vorstadtkrokodile“. Den größten Anteil am Fictionangebot für Kinder und Jugendliche hatten bei ARD, ZDF und vor allem bei ProSieben Fernsehserien. Bei ProSieben kam es hauptsächlich durch die Zeichentrickserie „Die Simpsons“ im Vorabendprogramm zustande.

Im Fictionangebot waren bei allen Sendern mit Ausnahme von RTL Veränderungen in den Sendungsformen zu verzeichnen. Die ARD reduzierte ihren Spielfilmanteil und erhöhte dafür den Anteil der Fernsehfilme und Reihen, auch die Serien nahmen leicht zu. Das ZDF hielt sein Angebot an Spielfilmen und Fernsehfilmen konstant und erhöhte allein das Serienangebot. ProSieben reduzierte geringfügig den Anteil der Spielfilme und Fernsehfilme und weitete dafür sein Serienangebot stark aus. Insgesamt profitierten die Fernsehserien von dieser Entwicklung am meisten.

Im Einzelnen gelangt man beim Vergleich der Sendezeitverteilung auf die fiktionalen Sendungsformen im Jahr 2013 zu folgenden Unterschieden zwischen den Sendern: Die ARD verwendete für Spielfilme (9,3%) und Fernsehfilme einschließlich Reihen (11,0%) zusammen ein Fünftel der Gesamtsendezeit (20,3%), auf Fernsehserien entfielen weitere 14 Prozent der Sendezeit. Beim ZDF überwog dagegen bei relativ konstantem Spielfilmanteil (7,5%) und Fernsehfilmanteil (6,5%) als Folge der Programmänderungen das Serienangebot (18,8%). Damit unterschieden sich die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme deutlich in der Präferenz für fiktionale Sendungsformen. Die ARD tendierte mehr zu längeren Formaten in Spielfilmlänge mit rund 90 Minuten, das ZDF bevorzugte eher kürzere Formate in Serienlänge bis zu 60 Minuten. Bei den Privatsendern dominierte das Serienangebot vor Spielfilmen, während Fern-

**Sendungsformen des Fictionangebots**

**ARD tendiert zu längeren, ZDF zu kürzeren Fictionformaten**

sehfilme nur wenig zum Fictionangebot beitrugen. Die Präferenz für Serien mit kürzerer Sendungslänge war besonders ausgeprägt bei RTL, dessen Spielfilme (4,9%) und Fernsehfilme (1,0%) unter allen Sendern den geringsten Anteil aufwiesen, während die Serien (16,0%) etwa dem Umfang bei den öffentlich-rechtlichen Sender entsprachen. Sat.1 lag mit seinem Spielfilmangebot (10,3%) wie auch seinem reduzierten Serienangebot (14,7%) etwa gleichauf mit der ARD. ProSieben erwies sich auch 2013 als größter Spielfilmanbieter (17,6%) und nach fortgesetzter Ausweitung seines Serienangebots (37,9%) als herausragender Anbieter von kürzeren Fictionformaten.

#### Werbeformen

Unterscheidet man die Werbeangebote nach konventionellen Formen und Sonderformen, zeigt sich, dass in den Hauptprogrammen fast ausschließlich klassische Werbung in Form von Werbeblöcken und Sponsoring von Sendungen und Wetterberichten verwendet wurde. Soweit andere Werbeformen (z. B. Teleshopping) angeboten wurden, waren sie bei den Privatsendern nur in marginalem Umfang anzutreffen. Im Jahr 2013 entfielen auf Werbespots in Blockform und Sponsoring bei der ARD/Das Erste 1,3 Prozent und beim ZDF 1,7 Prozent der Gesamtsendezeit. Die Privatsender kamen auf etwa das Zehnfache. Bei RTL betrug der Anteil klassischer Werbeformen 14,5 Prozent, bei Sat.1 16,0 Prozent und bei ProSieben 15,0 Prozent des Gesamtprogramms. Auf die letzten drei Jahre bezogen, stieg dieser Werbeanteil in den privaten Programmen tendenziell an. Dagegen hatten die Sonderwerbformen mit nur 0,1 Prozent ihren Spitzenwert bei RTL, dort wurden sie in einer zeitlich begrenzten Phase ausgestrahlt. Bei Sat.1 und ProSieben blieben Sonderwerbformen eine vernachlässigbare Größe.

#### Inhalte

Vergleicht man die inhaltlichen Schwerpunkte der Sender, wird deutlich, wie stark sich die öffentlich-rechtlichen von den privaten Sendern durch ihre Politiknähe unterschieden (vgl. Tabelle 5).

#### Größte Politikferne bei Sat.1 und ProSieben

Im Jahr 2013 entfiel auf Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte bei ARD/Das Erste (18,9%) und ZDF (15,3%) ein Mehrfaches an Sendezeit der Privatsender. Besonders auffällig war die Politikferne bei Sat.1 (2,6%) und ProSieben (1,1%), hier wirkte sich wie in den Vorjahren aus, dass neben den Nachrichtensendungen andere Sendungen mit Politikbezug nur ereignisbedingte Einzelfälle waren, die 2013 noch dazu durch das Wahljahr begünstigt wurden. RTL (7,2%) positionierte sich mit höherem Politikanteil.

Auf Sendungen mit Schwerpunkt Kultur/Religion, Tier/Natur, Wissenschaft/Forschung, zusammengefasst als wissensorientierte Sachgebiete, entfiel bei ARD/Das Erste (8,2%) und ZDF (4,6%) mehr Sendezeit als bei RTL (2,8%) und Sat.1 (2,3%), hier profilierte sich unter den Privatsendern ProSieben (5,8%) mit dem höchsten Anteil, der primär durch die Sendung „Galileo“ zustande kam. Sendungen mit Schwerpunkt auf Normabweichung, Bedrohung und Schaden, wie sie die Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe bündelt, waren am stärksten bei RTL (12,0%) und Sat.1 (9,8%) anzutreffen, während sie im Angebot von ARD/Das Erste (0,3%) und ZDF (0,6%) kaum eine Rolle spielten und bei ProSieben gar nicht vorkamen. Noch stärker ausgeprägt war die Präferenz für Alltagsinhalte und zwischenmenschliche Beziehungen bei RTL (20,8%) und Sat.1 (23,8%) mit Abstand vor ZDF (12,9%) und ARD (8,4%) und besonders vor ProSieben (5,4%). Bei RTL und ProSieben wurden diese Inhalte in den Vorjahren sukzessive verringert, bei Sat.1 ausgeweitet. Diverse Themen als Mischform fanden sich hauptsächlich durch die Sendungsformen Morgenmagazin bzw. Frühstücksfernsehen und durch Boulevardmagazine zusammen mit höchstem Sendezeitanteil beim ZDF (20,3%) und bei der ARD (16,5%), gefolgt von RTL (14,2%) und Sat.1 (12,3%), während sie bei ProSieben (5,9%) nur einen geringen Anteil ausmachten.

#### Inhaltsprofile der Sparten

ARD/Das Erste (18,5%) und ZDF (15,1%) bestritten ihr Informationsangebot mit einem wesentlich höheren Politikanteil als RTL (6,9%), Sat.1 (2,6%) und ProSieben (1,0%) (vgl. Tabelle 6). Bei RTL (12,4%) und Sat.1 (11,5%) trugen dagegen diverse Themen am meisten zum Informationsangebot bei, während diese Mischform bei ARD und ZDF an zweiter Stelle rangierte. ProSieben bestritt sein Informationsangebot vorrangig mit Themen zu Kultur/Wissenschaft/Natur (5,3%), die bei den großen Privatsendern nur wenig Sendezeit erhielten, aber auch von ARD und ZDF in nennenswertem Umfang angeboten wurden. Die öffentlich-rechtlichen Sender übertrafen die privaten Sender außerdem mit informationsorientierten Themen zum Alltag und zu zwischenmenschlichen Beziehungen. Diese Themen erschienen bei RTL und Sat.1 hauptsächlich im Kontext nonfiktionaler Unterhaltungsformate.

In der Sparte nonfiktionaler Unterhaltungsangebote, die von den Privatsendern beherrscht wurde, waren Alltag und zwischenmenschliche Beziehungen mit Abstand die bevorzugten Inhalte bei RTL (18,9%) und Sat.1 (24,0%), während sie bei ARD/Das Erste (1,3%) und ZDF (6,1%) nur in geringem Umfang vorkamen. Ferner wurden von RTL (12,0%) und Sat.1 (9,5%) Normabweichungen und Schaden als Inhalte der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe ausgiebig zur Unterhaltung verwendet. Diese mit Gerichtsshow und Scripted Doku-Soaps verknüpften Inhalte gab es nicht bei ARD, ZDF und ProSieben.

**RTL und Sat.1 mit hohen Anteilen an Alltags- und Human-Interest-Themen**

**Information**

**Nonfiktionale Unterhaltung**

**Tab. 5 Inhaltsprofile 2011 bis 2013**  
Kategorien gruppiert

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben			Gesamt		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
in Min./Tag																		
Politik/Wirtschaft i.w.S.	270	263	272	275	212	220	117	116	104	35	34	38	14	13	15	692	637	644
Kultur/Religion	54	57	54	57	47	44	45	51	38	19	34	28	17	29	18	193	217	183
Tier/Natur	66	53	50	16	11	8	–	1	1	1	0	0	1	2	1	83	67	60
Wissenschaft/Forschung	15	14	15	17	14	13	3	3	2	6	5	6	68	88	64	108	125	99
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	4	2	5	14	9	9	141	122	173	205	114	141	–	–	–	364	248	328
Alltag/Soziales/ menschl. Beziehungen	95	100	121	199	184	186	366	340	299	173	292	343	176	122	78	1010	1038	1027
Sport	91	115	89	76	96	74	26	28	27	16	11	9	3	1	3	212	251	203
Diverse Themen	228	245	237	265	295	292	176	177	200	268	209	177	96	90	85	1052	1016	996
Wetter	7	6	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	0	0	0	17	16	11
Fiction-Spannung	138	155	165	246	302	345	114	130	127	235	296	274	200	189	194	932	1072	1105
Fiction-Unterhaltung	375	341	353	172	165	138	187	191	182	172	133	107	520	549	609	1426	1379	1390
Fiction-Anspruch	18	20	13	8	8	8	–	1	1	2	1	2	3	2	4	30	32	27
Fiction-Animation	21	23	17	41	45	49	6	6	7	12	14	9	63	65	68	143	152	150
Sonstiges/Werbung	58	46	47	52	50	53	255	271	276	294	292	303	279	290	300	938	950	978
<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>7 200</b>	<b>7 200</b>	<b>7 200</b>
in %																		
Politik/Wirtschaft i.w.S.	18,7	18,3	18,9	19,1	14,7	15,3	8,1	8,0	7,2	2,5	2,4	2,6	0,9	0,9	1,1	9,6	8,9	10,1
Kultur/Religion	3,8	3,9	3,7	4,0	3,3	3,1	3,1	3,5	2,7	1,3	2,4	1,9	1,2	2,0	1,3	2,7	3,0	2,5
Tier/Natur	4,6	3,7	3,5	1,1	0,8	0,6	–	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	1,1	0,9	0,8
Wissenschaft/Forschung	1,0	0,9	1,0	1,2	1,0	0,9	0,2	0,2	0,1	0,4	0,4	0,4	4,7	6,1	4,5	1,5	1,7	1,4
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	0,3	0,2	0,3	1,0	0,6	0,6	9,8	8,5	12,0	14,3	7,9	9,8	–	–	–	5,1	3,4	4,6
Alltag/Soziales/ menschl. Beziehungen	6,6	6,9	8,4	13,8	12,8	12,9	25,4	23,6	20,8	12,0	20,3	23,8	12,2	8,5	5,4	14,0	14,4	14,3
Sport	6,3	8,0	6,2	5,3	6,7	5,1	1,8	1,9	1,9	1,1	0,8	0,7	0,2	0,1	0,2	2,9	3,5	2,8
Diverse Themen	15,8	17,0	16,5	18,4	20,5	20,3	12,2	12,3	13,9	18,6	14,5	12,3	6,7	6,3	5,9	14,6	14,1	12,7
Wetter	0,5	0,4	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,2
Fiction-Spannung	9,6	10,8	11,4	17,1	20,9	23,9	7,9	9,0	8,8	16,3	20,5	19,0	13,9	13,2	13,5	12,9	14,9	15,3
Fiction-Unterhaltung	26,1	23,7	24,5	12,0	11,4	9,6	13,0	13,3	12,7	11,9	9,2	7,4	36,1	38,1	42,3	19,8	19,2	19,3
Fiction-Anspruch	1,2	1,4	0,9	0,5	0,5	0,6	–	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,3	0,4	0,4	0,4
Fiction-Animation	1,5	1,6	1,2	2,8	3,1	3,4	0,4	0,4	0,5	0,8	0,9	0,6	4,4	4,5	4,7	2,0	2,1	2,1
Sonstiges/Werbung	4,0	3,2	3,3	3,6	3,5	3,7	17,7	18,8	19,2	20,4	20,3	21,0	19,4	20,1	20,8	13,0	13,2	13,6
<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>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Fictiongenres** Vergleicht man inhaltliche Schwerpunkte im Fictionangebot der Sender unter Heranziehung aggregierter Genrekategorien: 1. Spannungsbetonte Genres, 2. Leichte Unterhaltungsgenres und 3. Anspruchsgenres (dazu ergänzend Genres der Animation), zeigt sich, dass die spannungsbetonten Genres (Krimis, Thriller, Action, Abenteuer, Krieg u. ä.) und die leichten Unterhaltungsgenres (Komödien, Familiengeschichten, Soaps, Sitcom, Melodrama u. ä.) klar dominierten, während die Anspruchsgenres keine nennenswerte Rolle spielten. In der Gewichtung der Sendezeit für Spannung und leichte Unterhaltung unterschieden sich die Sender allerdings deutlich. Die ARD verwendete für leichte Unterhaltungsgenres (22,0 %) doppelt soviel Sendezeit wie für spannungsbetonte Genres (11,4 %). Das

ZDF dagegen gab den Spannungsgenres (23,9 %) mit steigendem Anteil eindeutig den Vorzug vor den leichten Unterhaltungsgenres (8,2 %) mit sinkendem Anteil. Unter den privaten Sendern kam Sat.1 mit seiner Präferenz für Spannungsgenres (19,0 %) dem ZDF am nächsten, während RTL den leichten Unterhaltungsgenres (12,6 %) etwas mehr Gewicht gab. ProSieben als größter Fictionanbieter bestritt den größten Teil seines Programms mit leichten Unterhaltungsgenres (42,0 %), die 2013 noch um knapp 5 Prozentpunkte ausgeweitet wurden, während der Anteil an Spannungsgenres (13,5 %) konstant blieb.

**Tab. 6 Sparten und Inhalte 2011 bis 2013**  
 Sendedauer in %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Information	41,7	42,2	43,8	47,1	43,4	43,3	22,5	22,1	22,2	18,6	15,4	15,9	9,5	11,7	9,8
Politik/Wirtschaft i.w.S.	18,4	17,9	18,5	18,7	14,7	15,1	8,1	7,7	6,9	2,5	2,4	2,6	0,9	0,9	1,0
Kultur/Wissenschaft/Natur	4,8	4,2	3,7	4,7	3,9	3,4	0,5	0,5	0,4	1,2	1,2	1,2	5,3	6,9	5,3
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	0,3	0,2	0,3	1,0	0,6	0,6	0,1	0,0	0,0	0,3	–	0,3	–	–	–
Alltag/Soziales/ menschl. Beziehungen	4,1	4,6	6,1	6,5	6,5	6,5	2,3	2,2	2,2	0,1	0,1	0,1	0,5	0,2	0,2
Diverse Themen*	13,6	14,9	15,0	16,0	17,6	17,5	11,3	11,3	12,4	14,3	11,6	11,5	2,8	3,7	3,3
Wetter	0,5	0,4	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0
Sport	6,3	7,9	6,1	5,2	6,5	5,1	1,5	1,5	1,4	1,0	0,8	0,4	–	0,0	–
Nonfiktionale Unterhaltung	5,6	5,5	5,5	9,8	9,1	9,2	34,6	32,1	32,8	30,3	31,2	34,4	15,9	11,0	8,2
Politik/Wirtschaft i.w.S.	0,2	0,2	0,2	0,5	0,0	0,1	–	0,3	0,3	0,0	–	0,1	–	–	0,0
Kultur/Wissenschaft/Natur	2,6	2,6	3,1	0,6	0,3	0,5	0,5	0,5	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
Recht/Kriminalität/ Unfall/Katastrophe	–	–	–	–	–	–	9,7	8,5	12,0	14,0	7,9	9,5	–	–	–
Alltag/Soziales/ menschl. Beziehungen	1,4	1,3	1,3	7,1	6,2	6,1	23,6	21,8	18,9	12,0	20,2	24,0	12,0	8,3	5,5
Diverse Themen	1,5	1,4	0,9	1,6	2,6	2,5	0,9	0,9	1,4	4,3	2,9	0,8	3,9	2,6	2,6
Musik	1,4	1,2	1,0	0,9	0,9	0,6	2,4	2,8	2,2	0,5	1,5	1,1	0,6	1,2	0,4
Pop/Rock/Schlager	0,5	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	2,0	2,0	1,3	0,4	1,5	1,0	0,4	1,2	0,3
Volksmusik	0,7	0,6	0,4	0,0	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Ernste Musik	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sonstiges	0,1	0,4	0,3	0,5	0,6	0,4	0,4	0,8	0,9	0,1	0,1	0,0	0,2	0,1	0,1
Kinderprogramm	6,4	6,0	5,9	5,3	5,2	5,3	0,1	0,4	0,3	0,3	0,6	0,5	4,3	4,8	4,7
Nonfiktionale Kindersendungen	2,7	2,4	2,2	1,0	0,5	0,7	–	–	0,2	–	–	–	–	–	–
Fictionale Kindersendungen	3,7	3,6	3,7	4,3	4,7	4,7	0,1	0,4	0,1	0,3	0,6	0,5	4,3	4,8	4,7
Kinderfilme/Serien	2,2	2,0	2,6	1,5	1,6	1,5	0,1	0,3	0,1	0,1	0,5	0,4	0,2	0,5	0,3
Zeichentrick/ Puppentrick	1,5	1,6	1,1	2,8	3,1	3,2	–	0,1	0,0	0,2	0,2	0,1	4,2	4,3	4,4
Sonstiges	–	–	–	0,0	0,0	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Fiction	34,7	33,9	34,3	28,1	31,4	32,9	21,2	22,3	21,9	28,9	30,1	26,7	50,2	51,1	56,0
Spannung	9,6	10,8	11,4	17,1	20,9	23,9	7,9	8,9	8,8	16,3	20,5	19,0	13,9	13,2	13,5
Unterhaltung	23,9	21,7	22,0	10,5	9,9	8,2	12,9	13,0	12,6	11,9	8,8	7,0	36,0	37,6	42,0
Anspruch	1,2	1,4	0,9	0,5	0,5	0,6	–	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,3
Animation	–	0,0	0,1	–	0,0	0,2	0,4	0,3	0,4	0,6	0,8	0,6	0,2	0,2	0,3
Sonstiges	2,6	2,0	1,9	2,0	1,9	2,0	5,2	4,9	4,6	5,4	4,9	5,0	5,9	5,5	5,8
Werbung	1,4	1,2	1,3	1,5	1,5	1,7	12,5	13,9	14,5	15,0	15,4	16,0	13,5	14,6	15,0
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

\*Stark geprägt von Frühstückfernsehen und Boulevardmagazinen.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

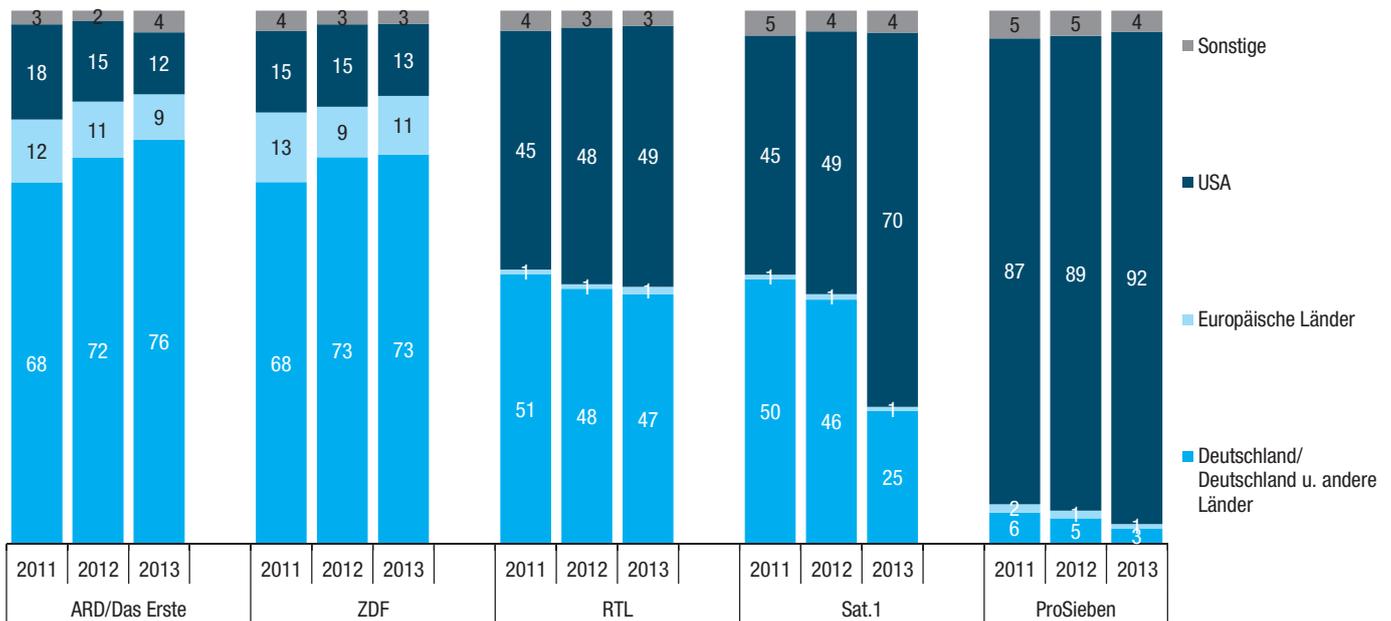
### AVMD-Richtlinie fordert 50 % europäische Produktionen im Fictionangebot

#### Produktionsländer des Fictionangebots

Die Ermittlung der Produktionsländer der fiktionalen Sendungen liefert Aufschluss über die wirtschaftliche und kulturelle Nähe des Fictionangebots der Sender zum eigenen Land. Den Ausgangspunkt hierfür lieferte bereits im Jahr 1989 die Europäische Union mit der sogenannten Fernsehrichtlinie, später

AVMD-Richtlinie (7), die den Fernsehsendern eine Mindestquote von 50 Prozent für europäische Produktionen nahelegt, um die wirtschaftlichen Wettbewerbschancen europäischer Produzenten und die europäische Kultur gegen internationale Konkurrenz (vor allem aus den USA) zu stärken. Fortgeschrieben wurde die Erfassung der Produktionsländer der Fictionangebote (ohne Kinderprogramm) in den Kategorien 1. Deutschland/Deutschland in Kooperation mit anderen, 2. europäische Länder, 3. USA und 4. sonstige Länder (vgl. Abbildung 11).

**Abb. 11 Produktionsländer der Fictionangebote 2011 bis 2013**  
Sendezeit in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**ARD und ZDF bieten zu drei Vierteln deutsche (Ko-)Produktionen**

Im 3-Jahresvergleich zeichnen sich dabei deutlich drei unterschiedliche Profile ab. Die erste Gruppe repräsentieren die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme mit tendenziell steigendem Anteil deutscher Produktionen. Im Jahr 2013 lag der Anteil an Fictionangeboten deutscher Produzenten oder deutscher Produzenten in Kooperation mit anderen Ländern bei der ARD/Das Erste (76%) knapp über drei Vierteln und beim ZDF (73%) knapp unter drei Vierteln des gesamten Fictionangebots. Aus europäischen Ländern kam bei der ARD (9%) und beim ZDF (11%) etwa ein Zehntel, während die US-Produktionen bei ARD (12%) und ZDF (13%) nur wenig mehr ausmachten.

**Rückgang deutscher Produktionen vor allem bei Sat.1**

Zur zweiten Gruppe gehören die beiden großen Privatsender RTL und Sat.1. Für sie lässt sich ein rückläufiger Anteil deutscher Produktionen verzeichnen, bei RTL nur sehr gering, bei Sat.1 im Jahr 2013 sehr deutlich. Bei RTL verringerte sich der Anteil deutscher Fictionproduktionen zwischen 2011 (51%) und 2013 (47%) um 4 Prozentpunkte, während er bei Sat.1 schon in den Jahren 2011 (50%) und 2012 (46%) um 4 Prozentpunkte sank und im Jahr 2013 (25%) auf nur noch ein Viertel des Fictionangebots zurückging. Das übrige Fictionangebot bestritten beide großen Privatsender hauptsächlich mit US-Produktionen. Ihr Anteil betrug 2013 bei RTL 49 Prozent und bei Sat.1 70 Prozent. Fictionsendungen aus europäischen Ländern kamen in allen Jahren nicht über 1 Prozent hinaus. In diesen Veränderungen wirkte sich vor allem bei Sat.1 der Austausch (ganz oder teilweise) von deutschen

Krimiserien („Lenßen & Partner“, „K11 – Kommissare im Einsatz“, „Niedrig & Kuhnt – Kommissare ermitteln“) auf Sendeplätzen am Vormittag und Vorabend gegen Reality-Formate (Ausgaben der Doku-Soap „Pures Leben – Mitten in Deutschland“ und vor allem der Scripted Doku-Soap „Schicksale – und plötzlich ist alles anders“) aus. (8)

Ein wesentlicher Unterschied bestand in allen Jahren zwischen ProSieben und den übrigen Programmen. ProSieben bestritt sein Fictionangebot schon 2011 zu 87 Prozent mit US-Produktionen, die 2013 auf 92 Prozent anstiegen. Produktionen deutscher Herkunft sanken im gleichen Zeitraum von 6 auf 3 Prozent und europäische von 2 auf 1 Prozent.

**ProSieben inzwischen mit über 90% US-Produktionen**

**Fazit**

Die Angebotskonstellation der großen Privatsender wies auch im Jahr 2013 die typischen Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen auf. Die öffentlich-rechtlichen Sender blieben führende Informationsanbieter, die privaten Sender führende Unterhaltungsanbieter. Diese Funktionsteilung der Programmtypen zeigte sich in den Spartenprofilen, die im Wesentlichen auf den Sendungsformen ba-

sieren und Zusammenhänge mit den inhaltlichen Schwerpunkten aufweisen. Bei differenzierter Betrachtung der Programmangebote im Vergleichszeitraum von 2011 bis 2013 lassen sich folgende Befunde festhalten:

**Informationsanteile von ARD und ZDF nähern sich an – weiterhin deutlich vor den Privaten**

1. Das Gesamtangebot von ARD und ZDF hatte im Jahr 2013 einen Informationsanteil von knapp 44 Prozent und kam damit etwa auf den doppelten Umfang an Informationssendungen wie RTL als stärkster Informationsanbieter unter den Privatsendern. Einige Veränderungen in den Sendungsformen trugen dazu bei, dass sich die Informationsanteile der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme bis 2013 tendenziell angleichen. Die ARD erweiterte zwischen 2011 und 2013 ihre Talkshows im Abendprogramm und verlängerte das werktägliche Servicemagazin im Vormittagsprogramm. Das ZDF reduzierte schon 2012 seinen Informationsanteil im Tagesprogramm durch Austausch gegen Fiction. Verringert wurden Nachrichten und geringfügig auch andere Formen, ausgeweitet wurden Serien.

**Sat.1 und ProSieben zeigen Tendenzen zu Komplementärangeboten**

2. In der Angebotsentwicklung der privaten Sender gab es im Unterhaltungsbereich einerseits eine Tendenz der Angleichung von Sat.1 an RTL und andererseits divergierende Tendenzen bei Sat.1 und ProSieben. RTL reduzierte schon 2012 leicht die Reality-Formate im nonfiktionalen Unterhaltungsangebot zugunsten von mehr Fiction und Werbung und erhöhte 2013 im Informationsangebot den Magazinanteil. Sat.1 verringerte 2012 sein Informationsangebot im Bereich der Magazine zugunsten von Unterhaltung. 2013 wurde im Unterhaltungsangebot der Fictionanteil verringert. Von den Programmveränderungen bei Sat.1 profitierten am meisten die Reality-Formate, deren Angebotsumfang dem von RTL angenähert wurde. ProSieben dagegen vergrößerte mit seinen Programmänderungen sukzessive die Distanz zu Sat.1 durch Austausch nonfiktionaler Unterhaltung gegen Fiction. Abgebaut wurden zunächst Reality-Formate und 2013 auch Show-Formate, ersetzt wurden diese durch Fernsehserien. Damit tendierten die beiden Privatsender der ProSiebenSat.1 Media AG zu einer arbeitsteiligen Positionierung in der Konkurrenz mit RTL. Dies zeigt sich besonders deutlich in der auf Komplementarität hinzielenden tageszeitlichen Platzierung nonfiktionaler und fiktionaler Unterhaltungsangebote von Sat.1 und ProSieben.

**Politik ist Domäne von ARD und ZDF**

3. Im Blick auf die inhaltlichen Schwerpunkte der Programmangebote lassen sich ebenfalls deutliche Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern ausmachen. Sie bestehen

vor allem darin, dass im nonfiktionalen Programm Politikthematisierung mit Abstand die Domäne von ARD und ZDF ist, während bei den Privatsendern die Thematisierung des Alltags und zwischenmenschlicher Beziehungen dominiert. Das Fictionangebot verteilt sich dagegen bei den Sendern unterschiedlich auf spannungsbetonte und leichte, unterhaltungsbetonte Genres. Während ARD, RTL und vor allem ProSieben den unterhaltungsbetonnten Genres mehr Gewicht gaben, überwogen beim ZDF und bei Sat.1 die spannungsbetonnten Genres. Den stärksten Zuwachs an spannungsbetonnten Genres hatte das ZDF.

4. Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme bestritten ihr Fictionangebot zu Dreivierteln mit Spielfilmen, Fernsehfilmen und Serien aus deutscher Produktion und deutscher Koproduktion mit anderen Ländern. Damit lagen sie weit über der in der AVMD-Richtlinie der EU geforderten nationalen Mindestquote. Unter den privaten Sendern entsprach RTL auch im Jahr 2013 mit knapp der Hälfte seines Fictionangebots annähernd der EU-Empfehlung, während Sat.1 nur noch ein Viertel seines Fictionangebots aus deutscher (Ko-)Produktion bezog. Bei ProSieben bestand das Fictionangebot zu über 90 Prozent aus US-Produktionen.

**Sat.1 und ProSieben erfüllen EU-Produktionsquoten nicht**

**Anmerkungen:**

- 1) Als Rohdatenbasis wurde die von der ZDF-Medienforschung zur Verfügung gestellte AGF-Sendungs-codierung genutzt und nach dem IFEM-Analysemodell ausgewertet. Durch partielle Umcodierung von Sendetiteln und andere Formen der Aggregation von Kategorien weichen die IFEM-Programmprofile daher von der AGF-Codierung ab.
- 2) Dabei ist einzuräumen, dass es sich hier um eine formale Zeitabgrenzung im Gesamttageszeitbudget handelt. Die Sender haben ein unterschiedliches Verständnis von ihrer Hauptsendezeit, die bei ARD und Sat.1 erst um 20 Uhr und bei RTL schon vor 19 Uhr beginnt.
- 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, Zeitlücken sowie Gewinnzahlen und Nonprofit-Spots) und 14. Werbeformen (Werbeblöcke, Teleshop und Sponsorwerbung).
- 4) Dies trifft für die vorliegende Programmanalyse 2013 insofern zu, als sie an die Langzeitdarstellung der Jahre 2001 bis 2011 anknüpft und daher bei einigen Werten von der Darstellung in den Programmanalysen 2012 und 2011 abweicht.
- 5) Beim ZDF wirkt sich für die Werte in 2011 und 2012 der erwähnte Umcodierungseffekt aus (vgl. Anm. 4).

- 6) Das Morgenmagazin „Guten Morgen Deutschland“ wurde ab 26. August 2013 an 88 Sendetagen ausgestrahlt. Ermittelt man die in der AGF-Sendungscodierung nicht ausgewiesenen Kurznachrichten und rechnet sie auf das Jahr annäherungsweise hoch, ergeben sich durchschnittlich etwa 5 Minuten pro Tag, die dem für RTL ausgewiesenen Umfang von 57 Minuten pro Tag hinzuzufügen sind.
- 7) Zur AVMD-Richtlinie siehe [http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/tvwf/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/tvwf/index_de.htm). Vgl. hierzu 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.
- 8) Die genannten Krimiserien werden in der ARD/ZDF-Programmanalyse der Sparte Fiction zugeordnet, Sat.1 weist sie in der AGF-Codierung als nonfktionale Unterhaltung aus. Würde man der AGF-Codierung entsprechen, käme Sat.1 in seinem Fictionangebot 2012 auf einen Anteil deutscher Produktionen und Koproduktionen von 27 Prozent und 2013 nur auf 18 Prozent.

