

Programmanalyse 2014 – Teil 2

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

Von Udo Michael Krüger*

**Nonfictionprogramm:
Abbildung der
gesellschaftlichen
Wirklichkeit im
Fernsehen**

Die jährliche Programmanalyse präsentierte in ihrem ersten Teil (1) den Programmstrukturvergleich für die führenden deutschen Fernsehsender; es wurden die Programmsparten und Sendungsformen der Jahre 2012 bis 2014 auf der Basis einer Vollerhebung verglichen. Der hier vorgelegte Teil 2 befasst sich mit den Inhalten nicht fiktionaler Angebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1 auf der Basis einer vierwöchigen Stichprobe. In der Inhaltsanalyse zeigen sich die Unterschiede in der Darstellung der gesellschaftlichen Wirklichkeit in den Fernsehprogrammen: Während im Ersten und im ZDF politisch-gesellschaftliche Themen mit großem Abstand die wichtigste Themenkategorie im nonfiktionalen Angebot stellen, sind bei RTL und Sat.1 Alltags- und Human-Interest-Themen dominierend. Das unterschiedliche Gewicht von politischen Themen im weiteren Sinne zeigt sich auch in deren zeitlicher Platzierung im Programm der Sender und damit in den Zugangschancen für den Zuschauer.

**Inhaltsanalyse auf
Beitragsebene**

Analysiert werden im zweiten Teil der Programmanalyse alle Sendungen der Sparte Information und solche, die als Formen der journalistischen Unterhaltung oder als Factual Entertainment ausgewiesen wurden; ausgeschlossen bleiben konventionelle Unterhaltungsformen (Quiz, Spiele, Shows, Nummernsendungen). Im Unterschied zur Vollerhebung wurden die Sendungen auf Beitrags- und Akteurebene codiert. Die Inhaltsanalyse auf Beitragsebene ermöglicht eine differenzierte Sicht auf die in den Programmen behandelten Themen sowie auf Personen(gruppen), denen die Sender Präsenz im Programm ermöglichen. Beide Aspekte sind zentral für das Bild der gesellschaftlichen Wirklichkeit, wie es sich für die Zuschauer in den verschiedenen Programmen darstellt.

**Vierwöchige
Programmstichprobe,
Tageszeitphase von
17.00 bis 1.00 Uhr**

Die Analyse basiert auf Programmaufzeichnungen aus einer vierwöchigen Stichprobe, jeweils beschränkt auf die Tageszeitphase von 17.00 bis 1.00 Uhr, in der die Fernsehnutzung in der Regel am höchsten ist. Die Stichprobe im Programmjahr 2014 umfasste die Wochen vom 17. bis 23. März,

26. Mai bis 1. Juni, 22. bis 28. September und 8. bis 14. Dezember. Die Wochen der Stichprobe verteilen sich auf die vier Quartale des Jahres, wobei Feiertage und außergewöhnliche Sportübertragungen bewusst ausgeschlossen wurden. (2) Dagegen wurden außergewöhnliche Ereignisse wie Katastrophen oder Wahlkämpfe, auf die die Sender bei gleichen Zugangschancen in ihren Programmen reagieren können, nicht von vornherein ausgeschlossen. Die Stichprobe bezieht das im NRW-Kabelnetz (3) ausgestrahlte Programm mit regionalen Fensterprogrammen der Privatanbieter als Untersuchungsgegenstand mit ein. Für die Privatsender ergibt sich daraus, dass ihr Angebot auf diese Weise mehr Informationssendungen aufweist als im bundesweit ausgestrahlten Programm ohne Regionalteil.

Die Tageszeitphase von 17.00 bis 1.00 Uhr umfasst drei Zeitabschnitte mit unterschiedlichen Konkurrenzbedingungen: Im Vorabendprogramm zwischen 17.00 und 20.00 Uhr können auch die öffentlich-rechtlichen Sender Werbung ausstrahlen. Im Hauptabendprogramm zwischen 20.00 und 22.00 Uhr bei Höchstwerten der Fernsehnutzung senden ARD und ZDF dagegen keine Werbung, während die privaten Sender mit populären Sendungen für ihre Werbung hohe Einschaltquoten zu erreichen versuchen. Im Spätabendprogramm und zu Beginn des Nachtprogramms zwischen 22.00 und 1.00 Uhr sinkt die Nutzung aller Programme. Wie die Sender in den unterschiedlichen Tageszeitphasen programmieren und welche Folgen ihre Platzierungsstrategie für die Informationsangebote hat, wird daher zu einer ebenso relevanten Frage wie der Umfang und die Inhalte der Angebote.

Ergebnishintergrund 2014

Für Inhaltsanalysen von Informationsangeboten ist es nicht unwichtig, im Blick zu behalten, welche politischen oder sonstigen Ereignisse im Untersuchungszeitraum eine wichtige Rolle spielten. Der Ergebnishintergrund des Jahres 2014 unterscheidet sich vom Vorjahr weniger durch besondere Vorkommnisse, die sich schwerpunktmäßig auf einzelne Stichprobenwochen auswirkten, wie dies im Jahr 2013 der Fall war, als durch das Fehlen solcher Ereignisse. Während die Programme in der Juniwoche des Vorjahrs von der Hochwasserkatastrophe in Deutschland und in der Septemberwoche von der Bundestagswahl temporär beeinflusst wurden, wirkten sich im Jahr 2014 der Ukrainekonflikt und der Kampf gegen den Terror des Islamischen Staats (IS) nicht schwerpunktmäßig auf eine der vier Wochen aus, beide Ereignisse waren dagegen eher langfristig bedeutsam und verliehen der Auslandsberichterstattung tendenziell mehr Gewicht. Schon in früheren Jahren hat sich gezeigt, dass die Sender auf relevante Ereignisse umso flexibler reagieren, je stärker sie die Informationsfunktion wahrnehmen und je geringer der Anteil der Realityformate ist. Dieser Aspekt ist auch deshalb erwähnenswert, weil Realityformate den Sendern eine von externer Ereignisrelevanz unabhängige Programmplanung ermöglichen.

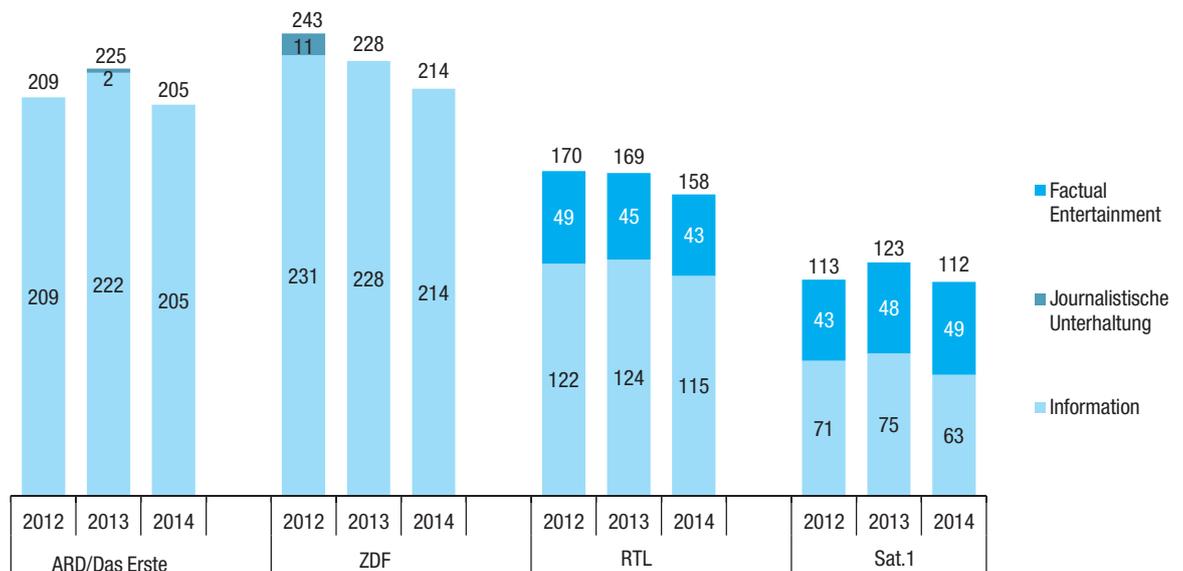
**Programmstichprobe
2014 ohne dominante
Ereignisse**

* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Tab. 1 Funktionseinstufung des untersuchten Nonfictionangebots 2012 bis 2014
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Min. gesamt												
Information	5 857	6 229	5 747	6 478	6 392	5 983	3 412	3 474	3 233	1 983	2 091	1 778
Journalistische Unterhaltung	–	63	–	315	–	–	–	–	–	–	–	–
Factual Entertainment	–	–	–	–	–	–	1 360	1 268	1 197	1 194	1 339	1 367
Gesamt	5 857	6 293	5 747	6 793	6 392	5 983	4 771	4 742	4 430	3 177	3 430	3 144
in %												
Information	100	99	100	95	100	100	72	73	73	62	61	57
Journalistische Unterhaltung	–	1	–	5	–	–	–	–	–	–	–	–
Factual Entertainment	–	–	–	–	–	–	28	27	27	38	39	43
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Min. pro Tag												
Information	209	222	205	231	228	214	122	124	115	71	75	63
Journalistische Unterhaltung	–	2	–	11	–	–	–	–	–	–	–	–
Factual Entertainment	–	–	–	–	–	–	49	45	43	43	48	49
Gesamt	209	225	205	243	228	214	170	169	158	113	123	112

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 1 Funktionseinstufung des Nonfictionangebots 2012 bis 2014
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr, in Min. pro Tag

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Umfang des Nonfictionangebots etwas geringer als im Vorjahr**Angebotsumfang**

Der Gesamtumfang der untersuchten Nonfiction-sendungen in den Hauptprogrammen zwischen 17.00 und 1.00 Uhr fiel im Jahr 2014 bei allen Sendern geringer als im Vorjahr aus. Eine Ursache für den Angebotsrückgang dürfte darin liegen, dass in den vier Wochen nicht wie im Vorjahr ein besonderes Ereignis wie eine Katastrophe oder eine Wahl zu verzeichnen war, das Anlass zur Ausweitung der Informationsangebote gegeben hätte. Beim Ersten der ARD und bei Sat.1 liegt der Umfang des Nonfictionangebots etwa auf dem Stand

von 2012. Beim ZDF und bei RTL ist er über die drei Jahre tendenziell rückläufig. Beim ZDF erklärt sich der Rückgang aus dem Entfall von Sendungen der Kategorie journalistische Unterhaltung („Lanz kocht“).

Im Jahr 2014 umfasste das Nonfictionangebot der vier Hauptprogramme zusammen 19304 Minuten (2013: 20 856 Min., 2012: 20 598 Min.) (vgl. Tabelle 1 und Abbildung 1). Das umfangreichere

Tab. 2 Sendungsformen des untersuchten Nonfictionangebots 2012 bis 2014
 vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Min. gesamt												
Nachrichten	1 730	1 801	1 763	1 826	1 844	1 719	1 160	1 135	1 120	384	413	423
Magazin	1 538	1 593	1 582	2 149	1 741	2 031	1 915	1 728	1 763	997	816	757
Doku/Bericht/Reportage	1 007	1 333	1 162	1 281	1 408	1 118	2 40	378	254	466	662	535
Diskussion/Gespräch/Talk/ Ansprache	1 485	1 565	1 239	1 483	1 393	1 107	96	96	96	135	201	63
Ereignisübertragung	97	–	–	46	–	–	–	137	–	–	–	–
Doku-Soap/Doku-Inszenierung	–	–	–	–	–	–	1 360	1 268	1 197	1 194	1 339	1 367
Sonstige nonfiktionale Form	–	–	–	8	6	8	–	–	–	–	–	–
Gesamt	5 857	6 293	5 747	6 793	6 392	5 983	4 771	4 742	4 430	3 177	3 430	3 144
in %												
Nachrichten	30	29	31	27	29	29	24	24	25	12	12	13
Magazin	26	25	28	32	27	34	40	36	40	31	24	24
Doku/Bericht/Reportage	17	21	20	19	22	19	5	8	6	15	19	17
Diskussion/Gespräch/Talk/ Ansprache	25	25	22	22	22	19	2	2	2	4	6	2
Ereignisübertragung	2	–	–	1	–	–	–	3	–	–	–	–
Doku-Soap/Doku-Inszenierung	–	–	–	–	–	–	28	27	27	38	39	43
Sonstige nonfiktionale Form	–	–	–	0	0	0	–	–	–	–	–	–
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Min. pro Tag												
Nachrichten	62	64	63	65	66	61	41	41	40	14	15	15
Magazin	55	57	57	77	62	73	68	62	63	36	29	27
Doku/Bericht/Reportage	36	48	42	46	50	40	9	13	9	17	24	19
Diskussion/Gespräch/Talk/ Ansprache	53	56	44	53	50	40	3	3	3	5	7	2
Ereignisübertragung	3	–	–	2	–	–	–	5	–	–	–	–
Doku-Soap/Doku-Inszenierung	–	–	–	–	–	–	49	45	43	43	48	49
Sonstige nonfiktionale Form	–	–	–	0	0	0	–	–	–	–	–	–
Gesamt	209	225	205	243	228	214	170	169	158	113	123	112

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Angebot hatten weiterhin ARD und ZDF. Pro Tag entfielen auf Das Erste 205 Minuten (2013: 225 Min., 2012: 209 Min.), auf das ZDF durchschnittlich 214 Minuten (2013: 228 Min., 2012: 243 Min.). Bei RTL sank der Angebotsumfang im Jahr 2014 auf 158 Minuten (2013: 169 Min., 2012: 170 Min.), und bei Sat.1 auf 112 Minuten (2013: 123 Min., 2012: 113 Min.).

Funktionstyp der untersuchten Inhalte: Information bei ARD und ZDF; bei RTL und Sat.1 auch Factual Entertainment

Nach Funktionstyp (Information, Journalistische Unterhaltung und Factual Entertainment) unterschieden, bestand das umfangreichere Nonfictionangebot im Jahr 2014 bei ARD und ZDF ausschließlich aus Informationssendungen, dagegen bei RTL und Sat.1 teils aus Informationssendungen, teils aus Realityformaten. Bei RTL entfielen pro Tag durchschnittlich 115 Minuten (73 %) auf Information und 43 Minuten auf Factual Entertainment (27 %),

bei Sat.1 nur 63 Minuten (57 %) auf Information und 49 Minuten (43 %) auf Factual Entertainment.

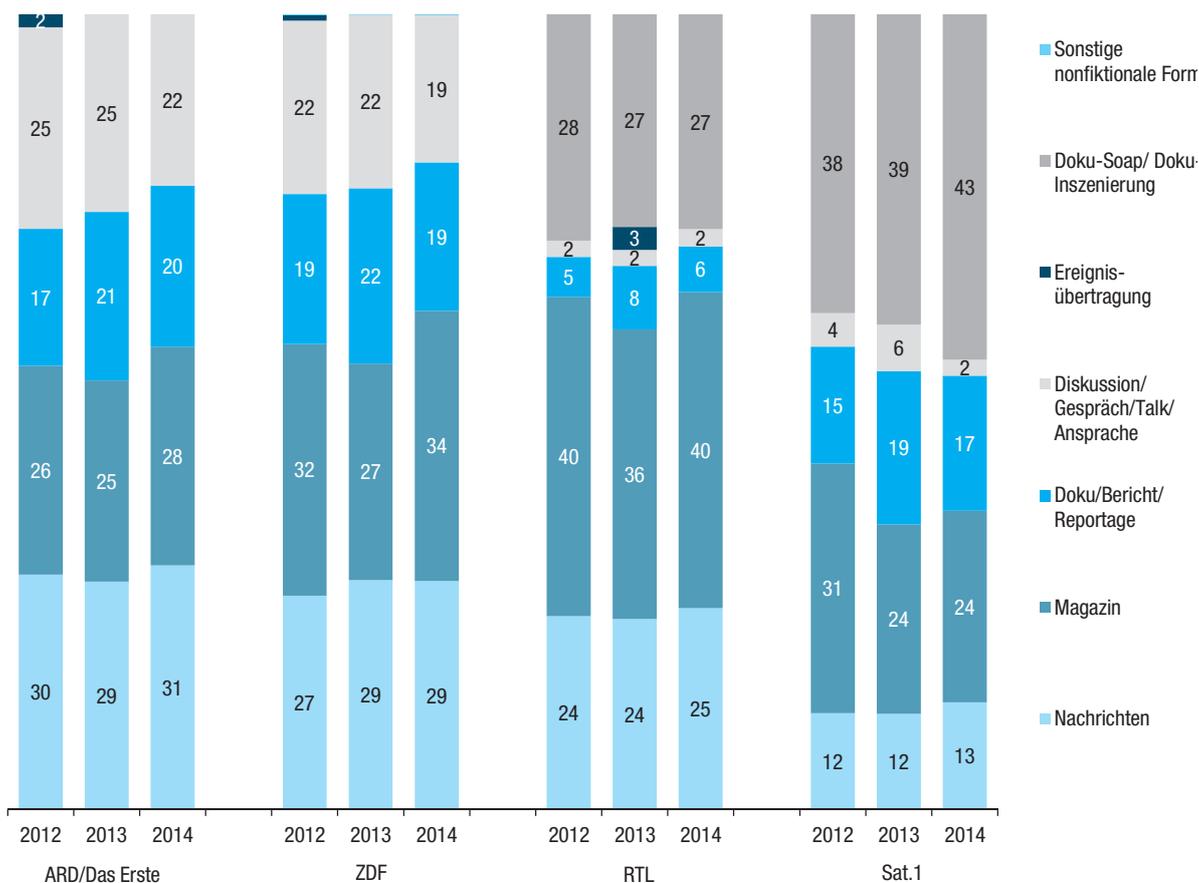
Sendungsformen

Die unterschiedlichen Informationsleistungen öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme werden aus einer weiteren Perspektive deutlich, wenn man die Nonfictionangebote nach Sendungsformen aufschlüsselt. Verglichen werden dabei die Sender in den Kategorien Nachrichten, Magazin, Dokumentation/Bericht/Reportage, Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache, Ereignisübertragung, Doku-Soap/Doku-Inszenierung und Sonstiges (vgl. Tabelle 2 und Abbildung 2).

In den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen verteilte sich die Sendezeit 2014 relativ ausgewogen auf klassisch-journalistische Formen. Das Erste bestreift sein aus Informationssendungen bestehendes Nonfictionangebot im Jahr 2014 mit Nachrichten (31 %), Magazinen (28 %), Dokumentation/

Ausschließlich klassisch-journalistische Formate bei ARD und ZDF

Abb. 2 Sendungsformen der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2012 bis 2014
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Bericht/Reportage (20 %) und Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache (22 %). Auch beim ZDF verteilte sich die Sendezeit ausschließlich auf klassisch-journalistische Formen, und zwar Nachrichten (29 %), Magazine (34 %), Reportagen (19 %) und Gesprächsformen (19 %). Weder bei dem Ersten noch beim ZDF gab es im Untersuchungszeitraum Doku-Soaps oder Doku-Inszenierungen.

(24 %), Reportagen (17 %), Nachrichten (13 %) und Gesprächsformen (2 %).

Vergleicht man die Profile der Sendungsformen aus den Jahren 2012, 2013 und 2014, zeigen sich bei allen Sendern leichte Schwankungen, die sich vorwiegend aus den wechselnden Ereignishintergründen erklären lassen. Die strukturellen Unterschiede zwischen ARD/Das Erste und ZDF auf der einen und RTL und Sat.1 auf der anderen Seite blieben dabei im Wesentlichen unverändert. Veränderungen in den Sendungsformen gab es bei Sat.1 durch Kürzung des Magazinangebots zugunsten der Realityformate.

Nur geringe Veränderungen der Formatprofile seit 2012

Realityformate vor allem bei Sat.1 vertreten

In den privaten Hauptprogrammen wurden die klassischen Formen der Informationsvermittlung deutlich weniger verwendet, hier bildeten Realityformate einen erheblichen Teil des Nonfictionangebots. Zudem unterschied sich die Gewichtung der journalistischen Sendungsformen. So bestritt RTL sein journalistisches Nonfictionangebot hauptsächlich mit Magazinen (40 %), mit Abstand gefolgt von Nachrichten (25 %), während Reportagen (6 %) und Gesprächsformen (2 %) nur geringe Anteile ausmachten. Neben den Magazinen und Nachrichten waren die Realityformate (27 %) die dritte Hauptkomponente des Nonfictionangebots. Sat.1 als schwächster Informationsanbieter unter den Hauptprogrammen bestritt sein geringeres Nonfictionangebot hauptsächlich mit Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen (43 %), erst nachrangig folgten hier die klassischen journalistischen Formen Magazine

Inhalte

Beim Vergleich der Inhaltsprofile der Nonfictionangebote ging es auch im Jahr 2014 wieder um die Frage, worüber die Sender berichteten, was sie vorzugsweise thematisierten bzw. inszenierten, welche Art von Realität bzw. Pseudo-Realität sie den Zuschauern vermittelten. Handelt es sich dabei um Inhalte, die sie zur gesellschaftlichen Orientierung und politischen Teilhabe beitragen, oder um Inhalte,

Tab. 3 Themenstruktur des untersuchten Nonfictionangebots 2012 bis 2014
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Min. gesamt												
Politik im weiteren Sinne	3 014	3 201	3 141	2 412	2 592	2 473	722	987	750	476	505	409
Soziales	159	517	199	198	303	201	272	384	310	293	192	71
Kultur/Wissenschaft/Natur	781	472	631	577	768	641	175	238	159	252	195	89
Alltag/Beziehungen/Freizeit	339	306	375	734	582	676	1 468	1 402	1 579	1 371	1 602	1 639
Human Interest/Prominenz/Showbiz	551	443	526	1 305	921	831	856	485	660	208	253	342
Katastrophen/Unglück	228	533	230	315	484	296	180	237	223	92	191	91
Kriminalität	240	309	139	592	256	349	660	610	341	340	340	342
Sport	198	146	162	325	173	202	152	137	146	45	29	33
Wetter	165	169	163	82	80	78	84	78	83	31	31	45
Sonstiges/Moderation	183	195	180	253	231	235	202	185	180	69	92	81
Gesamt	5 857	6 293	5 747	6 793	6 392	5 983	4 771	4 742	4 430	3 177	3 430	3 144
in %												
Politik im weiteren Sinne	51	51	55	36	41	41	15	21	17	15	15	13
Soziales	3	8	3	3	5	3	6	8	7	9	6	2
Kultur/Wissenschaft/Natur	13	7	11	8	12	11	4	5	4	8	6	3
Alltag/Beziehungen/Freizeit	6	5	7	11	9	11	31	30	36	43	47	52
Human Interest/Prominenz/Showbiz	9	7	9	19	14	14	18	10	15	7	7	11
Katastrophen/Unglück	4	8	4	5	8	5	4	5	5	3	6	3
Kriminalität	4	5	2	9	4	6	14	13	8	11	10	11
Sport	3	2	3	5	3	3	3	3	3	1	1	1
Wetter	3	3	3	1	1	1	2	2	2	1	1	1
Sonstiges/Moderation	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Min. pro Tag												
Politik im weiteren Sinne	108	114	112	86	93	88	26	35	27	17	18	15
Soziales	6	18	7	7	11	7	10	14	11	10	7	3
Kultur/Wissenschaft/Natur	28	17	23	21	27	23	6	8	6	9	7	3
Alltag/Beziehungen/Freizeit	12	11	13	26	21	24	52	50	56	49	57	59
Human Interest/Prominenz/Showbiz	20	16	19	47	33	30	31	17	24	7	9	12
Katastrophen/Unglück	8	19	8	11	17	11	6	8	8	3	7	3
Kriminalität	9	11	5	21	9	12	24	22	12	12	12	12
Sport	7	5	6	12	6	7	5	5	5	2	1	1
Wetter	6	6	6	3	3	3	3	3	3	1	1	2
Sonstiges/Moderation	7	7	6	9	8	8	7	7	6	2	3	3
Gesamt	209	225	205	243	228	214	170	169	158	113	123	112

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

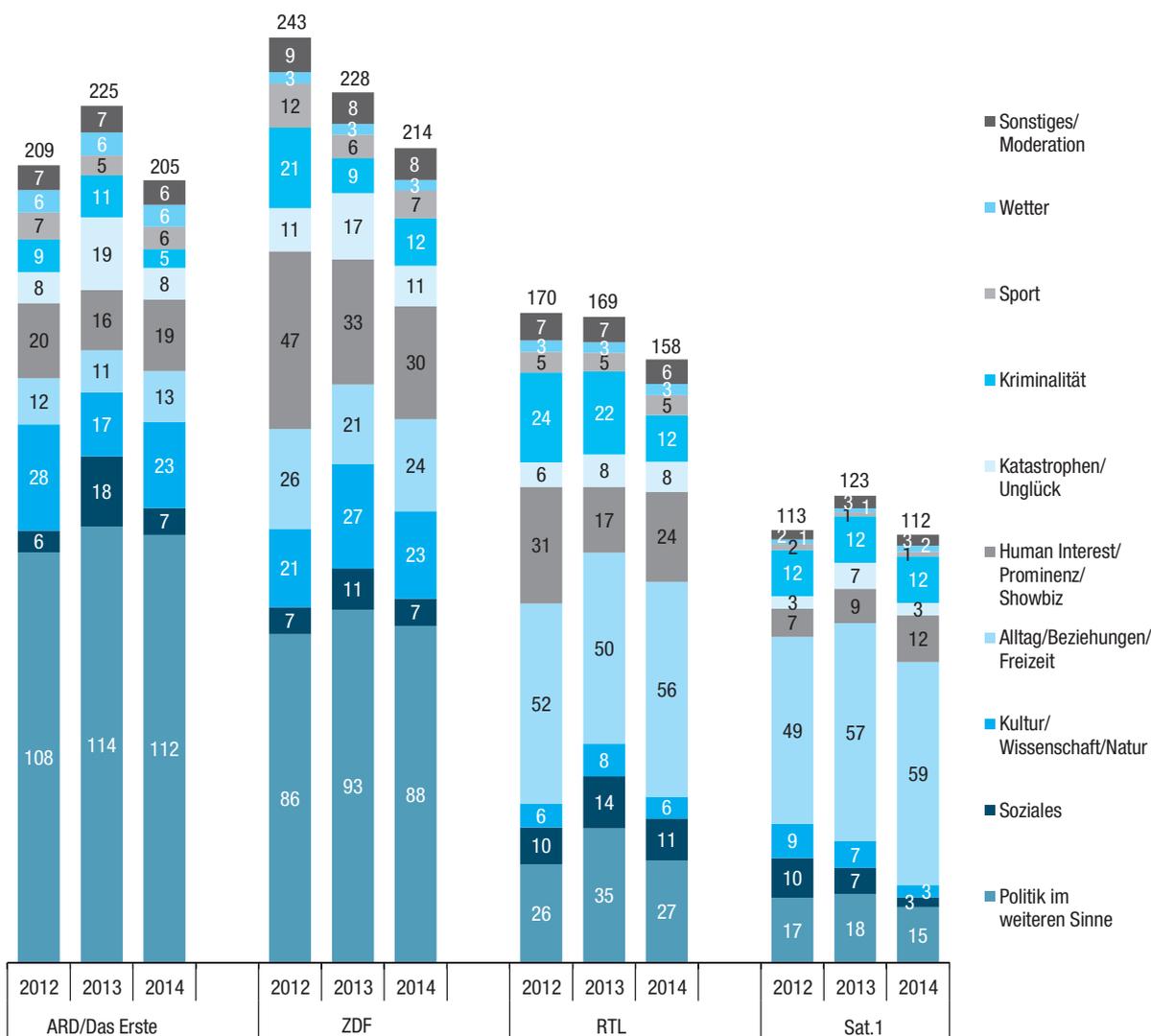
die eher entfernt sind von realen gesellschaftlichen Entwicklungen? Verglichen werden dazu wieder im ersten Schritt die Themenprofile der Nonfictionangebote insgesamt anhand der Hauptkategorien: 1. Politik im weiteren Sinne (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft/Justiz und Zeitgeschichte), 2. Soziales, 3. Kultur/Wissenschaft/Religion/Natur, 4. Alltag/zwischenmenschliche Beziehungen/Freizeit, 5. Human Inte-

rest/Prominenz/Showbiz, 6. Katastrophe/Unglück, 7. Kriminalität, 8. Sport, 9. Wetter und 10. Sonstiges.

Für die Inhaltsstruktur der Nonfictionangebote insgesamt ergaben sich folgende Befunde (vgl. Tabelle 3 und Abbildung 3): Wie in den Vorjahren lag der Schwerpunkt der Inhalte in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen auch im Jahr 2014 auf politiknahen Themen. ARD/Das Erste und ZDF verwendeten die meiste Sendezeit zur Berichterstattung über und Thematisierung von Politik, Wirtschaft, Gesell-

Das Erste und ZDF mit hohem Anteil politiknaher Themen

Abb. 3 Themenstruktur der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2012 bis 2014
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00, in Min. pro Tag



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

schaft, Justiz und Zeitgeschichte und damit für Themenfelder, denen allgemein eine hohe Relevanz zugeschrieben wird und die einen wesentlichen Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Funktionsauftrags ausmachen. Dagegen widmeten sich die privaten Hauptprogramme stärker alltagsnahen Themen, die im persönlichen Erfahrungsbereich der Zuschauer liegen.

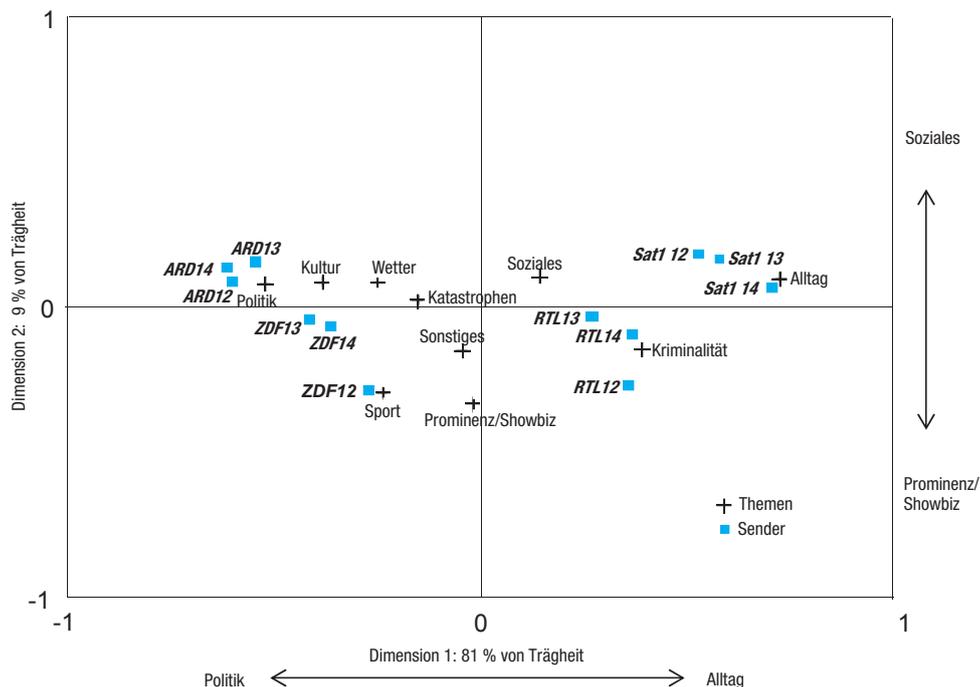
Korrespondenzanalyse illustriert inhaltliche Positionierung der Programme

Wie sich die unterschiedlichen Themenschwerpunkte in den Positionierungen der Sender zueinander niederschlagen, veranschaulicht die Korrespondenzanalyse in Abbildung 4. Aus der räumlichen Verteilung der Sender werden Ähnlichkeiten bzw. Distanzen zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern sowie Veränderungen ihrer Positionen in den Jahren 2012 bis 2014 erkennbar. Die größte Distanz ergibt sich dabei zwischen ARD/Das Erste und Sat.1 für das Jahr 2014. Während die Positionierung des Ersten Programms in den letzten drei Jahren am stabilsten blieb, vergrößerte sich die Distanz zwischen Sat.1 und den übrigen Sendern sukzessive.

Bei näherer Betrachtung der beiden typischen Themenschwerpunkte, Politik im weiteren Sinne bei ARD/Das Erste und ZDF und Alltag/Beziehungen/Freizeit bei RTL und Sat.1, wird die Zusammensetzung dieser Themenbereiche vergleichbar (vgl. Tabelle 4). Die Politikthematik im weiteren Sinne umfasst neben staatlichen, parteipolitischen, parlamentarischen und außerparlamentarischen Aktivitäten im Inland und Ausland, ferner die Themen zur Wirtschaft, zu gesellschaftlich organisierten Aktivitäten, zu Justiz und Zeitgeschichte. Politikthemen im engeren Sinn dominieren bei allen Sendern vor Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz und Zeitgeschichte. Unterscheidet man zwischen Inlands- und Auslands-politik, zeigt sich, dass sich die umfangreichere Politikthematik in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen inzwischen von der Inlands-mehr zur Auslandsberichterstattung verlagert hat.

Politik im weiteren Sinne umfasst auch Wirtschaft, Justiz und Zeitgeschichte

Abb. 4 Positionierung öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme – Themenprofile im Nonfictionangebot 2012 bis 2014
Korrespondenzanalyse, vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

In der umfangreicheren Alltagsthematisierung in den privaten Hauptprogrammen dominieren die Themen zum privaten Alltagsleben mit seinen zwischenmenschlichen Beziehungen vor Verbraucherthemen, Arbeits- und Berufsleben sowie Freizeit und Sex/Erotik.

Unterschiede bei Themenprofilen sind stärker geworden

Die Themenprofile der Nonfictionangebote deuten im Ganzen darauf hin, dass sich die Unterschiede zwischen den Sendern während der letzten drei Jahre noch leicht verstärkt haben. Bei ARD/Das Erste entfielen im Jahr 2014 55 Prozent der Sendezeit auf Politikthematization im weiteren Sinne (112 Min./Tag), in den Jahren 2012 und 2013 lag dieser Anteil (108 bzw. 114 Min./Tag) jeweils bei 51 Prozent, während für die Alltagsthematisierung im Jahr 2014 nur 7 Prozent der Sendezeit verwendet wurde. Beim ZDF betrug der Politikanteil im Jahr 2014 41 Prozent (88 Min./Tag), im Jahr 2012 waren es 36 Prozent (86 Min./Tag) und 2013 41 Prozent (93 Min./Tag). Den Alltagsthemen widmete das ZDF im Jahr 2014 täglich 24 Minuten (11 %) des untersuchten Nonfictionangebots.

RTL: 17 % Politik i.w.S., 36 % Alltagsthemen

Bei RTL betrug der Politikanteil im Jahr 2014 17 Prozent (27 Min./Tag). Unter dem Einfluss der Bundestagswahl war er im Jahr 2013 auf 35 Min./Tag (21 %) gestiegen, jedoch ohne diesen Ereigniseffekt im Jahr 2014 fast wieder auf den Stand von 2012 mit 15 Prozent (26 Min./Tag) zurückgefallen. Für Alltagsthemen verwendete RTL 2014 mit 56 Min.

pro Tag (36 %) mehr als doppelt so viel Sendezeit wie für Politik. Verglichen mit den Vorjahren 2012 (31 %) und 2013 (30 %) vergrößerte sich bei RTL der Abstand zwischen Politik- und Alltagsthematisierung. Stärker öffnete sich die Schere zwischen Politik und Alltag bei Sat.1. Im Jahr 2012 betrug der Politikanteil von Sat.1 15 Prozent (17 Min./Tag). Anders als bei RTL wirkte sich bei Sat.1 im Jahr 2013 mit 15 Prozent (18 Min./Tag) die Bundestagswahl nicht nennenswert auf den Umfang der Politikthematization aus, denn Sendungen zur Bundestagswahl wurden im Unterschied zu früheren Wahljahren im Jahr 2013 innerhalb der ProSiebenSat.1-Gruppe hauptsächlich von ProSieben ausgestrahlt. (4) Im Jahr 2014 sank der Politikanteil auf 13 Prozent (15 Min./Tag) des Nonfictionangebots. Die relativ geringe Bedeutung der Politikthematization bei Sat.1 zeigt sich vor allem, wenn man ihr die verstärkte Alltagsthematisierung gegenüberstellt. Deren Anteil stieg von 43 Prozent im Jahr 2012 über 47 Prozent in 2013 auf 52 Prozent in 2014.

Typische Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern finden sich auch 2014 wieder unter den Kategorien der nichtpolitischen Berichterstattung. So verwendeten ARD/Das Erste (11 %) und ZDF (11 %) im Jahr 2014 für Themen zu Kultur, Wissenschaft, Natur deutlich mehr Sendezeit als RTL (4 %) und Sat.1 (3 %). Umgekehrt räumten RTL (8 %) und Sat.1 (11 %) der Thematization von Kriminalität mehr Sendezeit ein als Das Erste (2 %) und ZDF (6 %). Während die öffentlich-rechtlichen Sender damit den wissens- und bildungsorientierten Interessen mehr Gewicht gaben,

ARD und ZDF: Jeweils 11 % Themen zu Kultur, Wissenschaft und Natur

Tab. 4 Politikthematization und Alltagsthematisierung mit Einzelkategorien 2012 bis 2014
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Politik im weiteren Sinne	51	51	55	36	41	41	15	21	17	15	15	13
Politik-Inland	28	30	18	18	25	12	7	10	5	9	8	4
Politik-International	10	11	20	8	8	16	2	4	4	1	2	3
Wirtschaft	7	4	7	5	4	3	2	3	5	3	2	2
Gesellschaft	4	2	4	2	2	6	1	2	2	1	1	2
Justiz	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2
Zeitgeschichte	–	1	3	1	–	2	1	–	–	–	0	0
Andere Themen	49	49	45	64	59	59	85	79	83	85	85	87
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Alltag/Beziehungen/Freizeit	6	5	7	11	9	11	31	30	36	43	47	52
Arbeits-/Berufsleben	2	0	0	3	3	3	6	5	4	6	5	8
Verbraucherthemen	1	1	3	3	2	4	4	4	6	9	6	14
Privater Alltag/Beziehungen	1	2	3	3	3	4	19	18	25	27	33	25
Freizeit	0	0	0	2	1	1	1	3	1	1	2	2
Sex/Erotik	2	1	–	1	–	–	0	0	–	0	–	3
Andere Themen	94	95	93	89	91	89	69	70	64	57	53	48
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

rückten die privaten Sender stärker solche Themen in den Vordergrund, die mit Normabweichungen und Emotionen verbunden sind. Geringer ist die Distanz zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern dagegen bei Themen zu Human Interest/Prominenz/Showbiz. Im Jahr 2014 hatten RTL (15 %) und ZDF (14 %) in diesem von leichten Boulevardthemen geprägten Bereich die höchsten Sendezeitanteile, Sat.1 kam auf 11 Prozent und Das Erste auf 9 Prozent. Gegenüber den Vorjahren sank der Anteil bei RTL und ZDF, während er bei Sat.1 anstieg.

Themenprofile nach Sendungsformen

Zusammenhänge zwischen Inhalten, Formen und Funktionen der untersuchten Nonfictionangebote werden erkennbar, wenn man die Themenprofile der Sender nach Sendungsformen differenziert (vgl. Tabelle 5). Dabei zeigt sich, durch welche Sendungsformen die Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Angeboten zustande kommen. Hinsichtlich der Frage, welche Realität die Sender den Zuschauern anbieten, wirkt sich vor allem der Unterschied zwischen der informativen Funktion berichtender Formen und der Funktion inszenierter Realität aus. In dieser Konstellation konkurrieren medienunabhängig entstandene Ereignisse als Berichterstattungsobjekte mit medienabhängig geschaffenen Handlungen in ausgewählten sozialen Milieus. Im ersten Fall liefert die soziale Realität den Stoff, aus dem professionelle Journalisten Informationsangebote erstellen. Im zweiten Fall inszeniert der Sender Medienrealität zur Unterhaltung. Im Folgenden zeigen die Themenprofile nach Sendungsformen, wie sich die Sender durch ihre bevorzugten Sendungsformen inhaltlich unterscheiden.

Information in berichtenden Formaten vs. inszenierte Realität

Themenprofile der Nachrichtensendungen

Wie in den Vorjahren fiel das Nachrichtenangebot in der untersuchten Tageszeitphase von 17.00 bis 1.00 Uhr auch im Jahr 2014 bei ARD/Das Erste (63 Min./Tag) und ZDF (61 Min./Tag) wesentlich umfangreicher aus als bei RTL (40 Min./Tag) und Sat.1 (15 Min./Tag). Zudem gaben die öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen der Politikberichterstattung erheblich mehr Gewicht als die privaten Nachrichtensendungen. (5) Die ARD/Das Erste verwendete für Politik im weiteren Sinn (68 %) gut zwei Drittel der Sendezeit, das ZDF mit 60 Prozent annähernd zwei Drittel. RTL räumte den Politikthemen 39 Prozent, Sat.1 40 Prozent ein. Die Stärke der Politikthematization in den öffentlich-rechtlichen Nachrichtenangeboten wird deutlicher erkennbar, wenn man die durchschnittlichen Minuten pro Tag vergleicht. Das Erste berichtete täglich 43 Minuten, das ZDF 37 Minuten, RTL 15 Minuten und Sat.1 nur 6 Minuten über Politik und politiknahe Themen. Damit erreichte die Politikthematization in den ARD-Nachrichtensendungen den siebenfachen Umfang von Sat.1. Was der Politik in den privaten Nachrichten an Sendezeit vorenthalten blieb, kam anderen Themenkategorien zugute. Im nichtpolitischen Themenbereich betonten ARD und ZDF stärker die Berichterstattung über Ereignisse in Kultur, Wissenschaft, Natur, während RTL und Sat.1 den Berichten über Soziales, Alltagsthemen, Human Interest, Katastrophen, Unfälle, Kriminalität mehr Gewicht verliehen. Bei RTL erhielt insbesondere der Sport einen hohen Stellenwert.

Erheblich umfangreicheres Nachrichtenangebot im öfftl.-rechtl. Fernsehen

Tab. 5 Themenprofile der Sendungsformen 2012 bis 2014
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Nachrichten in Min.	1 730	1 801	1 763	1 826	1 844	1 719	1 160	1 135	1 120	384	413	423
Politik im weiteren Sinne	67	65	68	59	58	60	36	37	39	43	42	40
Soziales	2	1	2	2	2	2	3	1	5	2	2	4
Kultur/Wissenschaft/Natur	4	7	5	6	7	7	4	6	3	5	4	5
Alltag/Beziehungen/Freizeit	1	1	1	2	1	2	8	6	8	9	8	7
Human Interest/Prominenz/Showbiz	4	1	2	5	2	4	7	4	6	7	10	11
Katastrophen/Unglück	5	9	3	7	11	6	9	16	10	10	12	9
Kriminalität	1	1	1	1	2	1	8	7	6	8	8	6
Sport	6	4	6	8	6	8	12	11	11	6	2	5
Wetter	6	6	6	5	4	5	6	6	6	4	5	8
Sonstiges	4	4	5	6	5	5	7	7	6	5	7	6
Magazin in Min.	1 538	1 593	1 582	2 149	1 741	2 031	1 915	1 728	1 763	997	816	757
Politik im weiteren Sinne	30	23	25	21	20	22	13	22	17	25	26	25
Soziales	5	6	6	4	4	5	4	6	7	5	7	7
Kultur/Wissenschaft/Natur	18	11	11	9	8	12	2	3	3	3	10	5
Alltag/Beziehungen/Freizeit	5	9	9	19	23	22	20	21	20	33	11	26
Human Interest/Prominenz/Showbiz	19	22	28	15	23	18	40	25	32	12	9	14
Katastrophen/Unglück	9	14	11	5	9	6	4	3	6	6	13	4
Kriminalität	12	12	8	23	10	12	11	13	8	8	16	9
Sport	1	0	0	0	0	0	1	1	1	2	2	2
Wetter	–	–	–	–	–	–	0	0	1	2	1	1
Sonstiges	3	3	3	3	2	3	6	6	6	4	5	6
Doku/Bericht/Reportage in Min.	1 007	1 333	1 162	1 281	1 408	1 118	240	378	254	466	662	535
Politik im weiteren Sinne	41	47	54	33	38	40	–	40	–	5	3	4
Soziales	0	13	–	6	10	6	6	20	49	5	6	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	38	12	29	16	26	22	10	7	–	22	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	10	10	11	19	10	15	77	31	40	47	58	72
Human Interest/Prominenz/Showbiz	–	3	1	5	4	9	6	–	11	13	21	11
Katastrophen/Unglück	1	4	–	6	8	3	–	–	–	–	5	4
Kriminalität	4	5	–	7	2	5	–	–	–	8	7	8
Sport	–	0	–	8	1	–	–	–	–	–	–	–
Wetter	6	4	5	–	0	–	–	–	–	–	–	–
Sonstiges	0	1	0	1	1	1	–	1	0	0	0	0
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache in Min.	1 485	1 565	1 239	1 483	1 393	1 107	96	96	96	135	201	63
Politik im weiteren Sinne	67	66	73	31	46	47	25	–	25	28	50	51
Soziales	4	15	5	1	3	1	–	–	–	–	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	3	1	2	1	10	3	75	100	75	72	46	49
Alltag/Beziehungen/Freizeit	10	1	7	3	1	3	–	–	–	–	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	7	1	4	55	30	27	–	–	–	–	–	–
Katastrophen/Unglück	0	7	–	–	–	5	–	–	–	–	–	–
Kriminalität	–	1	–	0	–	3	–	–	–	–	–	–
Sport	5	4	4	5	3	5	–	–	–	–	–	–
Sonstiges	4	4	4	5	6	7	–	–	0	1	2	–

(Fortsetzung nächste Seite)

Tab. 5 Themenprofile der Sendungsformen 2012 bis 2014 (Fortsetzung)
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Ereignisübertragung in Min.	97	–	–	46	–	–	–	137	–	–	–	–
Soziales	–	–	–	–	–	–	–	100	–	–	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	–	–	–	100	–	–	–	–	–	–	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	100	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Doku-Soap/ Doku-Inszenierung in Min.	–	–	–	–	–	–	1 360	1 268	1 197	1 194	1 339	1 367
Politik im weiteren Sinne	–	–	–	–	–	–	3	3	–	–	–	–
Soziales	–	–	–	–	–	–	11	4	–	18	7	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	–	–	–	–	–	–	0	–	–	–	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	–	–	–	–	–	–	60	68	87	66	82	75
Human Interest/Prominenz/Showbiz	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	10
Kriminalität	–	–	–	–	–	–	25	25	12	16	10	15
Sonstiges	–	–	–	–	–	–	1	0	1	0	1	1
Sonstige nonfiktionale Form in Min.	–	–	–	8	6	8	–	–	–	–	–	–
Politik im weiteren Sinne	–	–	–	–	–	24	–	–	–	–	–	–
Soziales	–	–	–	31	35	14	–	–	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	69	65	61	–	–	–	–	–	–

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Themenprofile bestätigen unterschiedliche Positionierung der Nachrichten

Abgesehen vom Einfluss der Hochwasserkatastrophe auf die aktuelle Berichterstattung im Jahr 2013, erweisen sich die Nachrichtenprofile im Jahresvergleich als relativ robust. Bei allen Sendern fiel der Anteil der Katastrophenberichte 2013 ereignisbedingt höher aus, sodass sich auch die Themenprofile insgesamt temporär leicht veränderten. Dagegen bestätigen die Themenprofile in den Jahren 2012 und 2014 im Wesentlichen die unterschiedliche Positionierung öffentlich-rechtlicher und privater Nachrichtenangebote. Die relativ geringen Veränderungen in den letzten drei Jahren zeigen vor allem, dass die Nachrichtenangebote von Sat.1 durch mehr Human-Interest-Themen tendenziell „weicher“ und die von RTL durch mehr politiknahe Themen „härter“ geworden sind.

Nachrichtentypen

Vielfältiges Nachrichtenangebot von ARD und ZDF über ganzen Abend verteilt

Die Überlegenheit der öffentlich-rechtlichen Sender im Nachrichtenangebot beruht vor allem darauf, mit den vier Nachrichtentypen – Hauptnachrichten, Nachrichtenmagazine, Nachtmagazine und andere Nachrichten – nicht nur den größten Umfang, sondern auch die größte Formen- und Platzierungsvielfalt im Programmablauf zu erreichen. Die Nachrichtentypen strukturieren ein weitgehend stabiles Zeitraster des Programmablaufs. Mit den Hauptnachrichten „Tagesschau“ um 20.00 Uhr und „heute“ um 19.00 Uhr markieren ARD/Das Erste und ZDF für sich den Beginn der Primetime, mit den Nachrichtenmagazinen „Tagesthemen“ regulär um 22.15 Uhr und „heute-journal“ um 21.45 Uhr das Spätabendprogramm und mit den Nachtmagazinen den Beginn des Nachtprogramms, während

die anderen Nachrichtenausgaben hauptsächlich in den Vorabend fallen. Diese Platzierung ermöglicht es den Zuschauern, selbst bei unterschiedlichem Einstieg in das Abendprogramm, stets auf eine öffentlich-rechtliche Nachrichtensendung zu stoßen.

RTL beschränkt sein Nachrichtenangebot auf die Hauptnachrichten „RTL aktuell“ um 18.45 Uhr, das „RTL-Nachtjournal“ um 0.00 Uhr und Kurzausgaben, vorwiegend im Vorabendprogramm. Ein mit den öffentlich-rechtlichen Nachrichtenmagazinen am Spätabend direkt konkurrierendes Format fehlt. Dies erklärt den geringeren Umfang und weist zudem auf eine andere Programmstrategie hin. Denn RTL schafft mit der frühzeitigen Platzierung seiner Hauptnachrichten bis zum Beginn des Nachtjournals die vergleichsweise breiteste Programmfläche in der meistgenutzten Tageszeitphase ohne Nachrichtenunterbrechung. Damit wird der Audience Flow für andere Formate, vorwiegend unterhaltungsbetonte Sendungen und Werbeangebote, begünstigt.

Sat.1 bietet seit der Einstellung seiner Nachtausgabe der Nachrichten im Jahr 2007 seinen Zuschauern zwischen 17.00 und 1.00 Uhr nur noch die Hauptnachrichtensendung „Sat.1 Nachrichten“ an, die seit April 2013 um 19.55 Uhr beginnt und sich zeitlich von 20.00 bis 20.15 Uhr mit der „Tagesschau“ überschneidet. Andere Nachrichtenausga-

RTL:
Hauptnachrichten
„RTL aktuell“,
„Nachtjournal“ und
Kurznachrichten

Sat.1: Nur noch
„Sat.1 Nachrichten“
um 19.55 Uhr im
Programm

ben beschränken sich bei Sat.1, wie etwa anlässlich der Hochwasserkatastrophe im Juni 2013, auf ereignisbedingte Sondersendungen im Stil von „Breaking News“, die es 2014 nicht gab.

„Tagesschau“ und „heute“: Dominanz politischer Themen

Die Themenprofile der vier Nachrichtentypen verdeutlichen nochmals die unterschiedlichen Präferenzen der Sender. Die Hauptnachrichten der ARD wiesen auch im Jahr 2014 mit 69 Prozent der Sendezeit den Spitzenwert der Politikthematisierung auf. Der stabile Vorrang, den die Politikberichterstattung in der 20.00-Uhr-„Tagesschau“ hat und allen anderen Themenbereichen selten jeweils mehr als 5 Prozent der Sendezeit überlässt, trägt nach wie vor zur Relevanz und Seriosität dieser Nachrichtensendung bei. In den Hauptnachrichten des ZDF entfielen im Jahr 2014 auf Politik- und politiknahe Themen 53 Prozent der Sendezeit, die damit im Vergleich zu den Vorjahren leicht zulegen. Charakteristisch für die Hauptnachrichten des ZDF ist eine umfangreiche Sportberichterstattung (14 %), während alle übrigen Themenbereiche nur wenig von der „Tagesschau“ abweichen.

Hauptnachrichten bei RTL und Sat.1: Hoher Anteil Alltags- und Human-Interest-Themen

Die Hauptnachrichten von RTL, die in Länge und Platzierung den ZDF-Hauptnachrichten am nächsten kommen, unterschieden sich von den öffentlich-rechtlichen Formaten hauptsächlich durch wesentlich weniger Sendezeit für Politikthemen (33 %) zugunsten nichtpolitischer Themenbereiche. Davon profitiert vor allem die Sportberichterstattung (17 %), außerdem entfiel mehr Sendezeit als bei ARD und ZDF auf Alltagsthemen, Katastrophen- und Unglücksberichte sowie Kriminalitätsberichte. Die Hauptnachrichten von Sat.1, in Länge und Platzierung der „Tagesschau“ am nächsten, hatten 2014 einen tendenziell sinkenden Politikanteil von 40 Prozent. Profilprägend waren bei Sat.1 unter den nichtpolitischen Themen die Alltagsthemen, Human-Interest-Themen, Katastrophen- und Kriminalitätsberichte, während die Sportberichterstattung begrenzt blieb.

Kaum Veränderung bei Nachrichtenprofilen

Insgesamt veränderten sich die wesentlichen Merkmale der Themenprofile der Hauptnachrichten in den Jahren von 2012 bis 2014 kaum. Der ereignisbedingte Anstieg der Katastrophenberichterstattung im Jahr 2013, verursacht durch das Hochwasser in Deutschland bei starker regionaler Betroffenheit, wirkte sich auf alle Sendungen ähnlich aus, beeinflusste aber die Themenprofile nur temporär.

Nachrichtenmagazine von ARD und ZDF: knapp zwei Drittel Politikthemen

Die nur von ARD/Das Erste und ZDF angebotenen Nachrichtenmagazine am Spätabend hatten im Jahr 2014 bei knapp zwei Drittel der Sendezeit eine dominante Politikthematisierung. Komplementär zu den Hauptnachrichten fiel dagegen die Sportberichterstattung aus, in der sich die Nachrichtenmagazine am deutlichsten unterschieden. In den

„Tagesthemen“ betrug der Sportanteil 10 Prozent, im „heute-journal“ nur 3 Prozent der Sendezeit. Die geringere Sendezeit für Sport beim ZDF kam Berichten über Kultur, Wissenschaft, Natur sowie über Katastrophen zugute.

Auch im Nachtmagazin hielt die ARD/Das Erste an einer starken Thematisierung von Politik im weiteren Sinn (65 %) fest. Alle übrigen Themenkategorien, ausgenommen Kultur/Wissenschaft/Natur (6 %), überschritten im Jahr 2014 nicht die 5-Prozent-Marke. Beim ZDF entfiel im Nachtmagazin die Hälfte der Sendezeit auf Politikthematisierung (50 %), die meiste Sendezeit der übrigen Themenbereiche wurde dem Sport (14 %) eingeräumt. Das „RTL-Nachtjournal“, das die zeitlich konkurrierenden Sendungen bei ARD und ZDF an Sendungslänge übertrifft und im Format mehr den öffentlich-rechtlichen Nachrichtenmagazinen am Spätabend entspricht, unterscheidet sich von den privaten Hauptnachrichten durch einen höheren Politikanteil bei geringerem Sportanteil. Im Jahr 2014 entfielen im Nachtjournal auf Politikthemen mit leicht ansteigender Tendenz 44 Prozent, auf Sport nur 5 Prozent der Sendezeit. An zweiter Stelle rangierte die Katastrophenberichterstattung (10 %). Im Jahresvergleich wies RTL in seinem Nachtmagazin nur geringe Schwankungen auf.

In den anderen Nachrichten, die hauptsächlich von ARD und ZDF auf Sendeplätzen im Vorabendprogramm angeboten werden und bei RTL nur marginal als Kurzausgaben erscheinen, lag der Schwerpunkt auch 2014 wieder auf der politiknahen Berichterstattung mit 78 Prozent bei ARD und 66 Prozent beim ZDF. Der geringe Umfang dieses Nachrichtentyps bei RTL von durchschnittlich etwa einer halben Minute pro Tag ist strukturell kaum vergleichbar.

Themenprofile der Magazine

Die Themenprofile des Magazinangebots weichen aufgrund verschiedener Magazinformate mit diverser thematischer Ausrichtung und Funktion erheblich vom Nachrichtenangebot ab. Ohne Unterscheidung nach Magazintypen zeigen sich bei den Sendern in den Vergleichsjahren teils ähnliche und teils unterschiedliche Themenschwerpunkte. So hat im Jahr 2014 bei allen Sendern die Politikthematisierung einen relativ hohen Stellenwert, der zwischen 17 und 25 Prozent variiert. Mit Alltagsthemen und zwischenmenschlichen Beziehungen befassten sich die Magazine beim ZDF, bei RTL und Sat.1, weniger dagegen beim Ersten. Human Interest-Themen hatten ein starkes Gewicht bei ARD/Das Erste, ZDF und RTL, weniger dagegen bei Sat.1. Kriminalitätsthemen erschienen umfangreicher beim ZDF als bei den anderen Sendern und Kultur- und Wissenschaftsthemen wurden vorzugsweise bei ARD/Das Erste und ZDF behandelt.

Im Jahresvergleich der Magazinprofile zeigen sich zum Teil größere Schwankungen als im Nachrichtenangebot. Dies ist hauptsächlich auf die unter-

„RTL-Nachtjournal“ kommt als Format den Nachrichtenmagazinen nahe

Heterogenes Magazinangebot mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten

Größere Schwankungen im Jahresvergleich

schiedliche Ausstrahlungsfrequenz mancher Magazine sowie auf Ereigniseffekte zurückzuführen. Exemplarisch zeigt sich dies in den Kriminalitätsthemen beim ZDF, deren Sendezeitanteile mit und ohne „Aktenzeichen XY... ungelöst“ in den Vergleichsjahren deutlich differieren.

Magazintypen

Vielfalt der Magazintypen Unterscheidet man zwischen Politikmagazinen, Boulevardmagazinen, Kultur-/Wissensmagazinen, Regionalmagazinen, Wirtschaftsmagazinen und anderen Magazinen, ergibt sich ein differenziertes Bild von der Vielfalt der Magazinformaten und den bevorzugten Themen der Sender (vgl. Tabelle 6).

ARD/ZDF: Boulevardmagazine am Vorabend, Politikmagazine in der Primetime Das Magazinangebot der öffentlich-rechtlichen Sender wurde am stärksten von den werktätlich im Vorabendprogramm ausgestrahlten Boulevardmagazinen geprägt, die im Jahr 2014 in der untersuchten Zeitphase zwischen 17.00 und 1.00 Uhr bei ARD/Das Erste 55 Prozent und beim ZDF 44 Prozent der für Magazine aufgewendeten Sendezeit erhielten. Die zweitmeiste Sendezeit hatten bei ARD (23 %) und ZDF (18 %) die wöchentlich ausgestrahlten Politikmagazine im Hauptabendprogramm. Für Kultur- und Wissensmagazine sowie Wirtschaftsmagazine verwendete das ZDF 2014 mehr Sendezeit als die ARD. Zum umfangreicheren Magazinangebot im ZDF trugen außerdem diverse andere Magazine und das hier als Regionalmagazin eingestufte „Ländermagazin“ bei.

Thematische Lücken im Magazinangebot von RTL und Sat.1 Das Magazinangebot der privaten Sender unterschied sich vom öffentlich-rechtlichen zum einen durch die regionalen Fensterprogramme (im NRW-Kabel auf dem Sendeplatz eines Boulevardmagazins bei bundesweiter Verbreitung über Satellit), zum anderen durch andere Schwerpunkte sowie Angebotslücken. So gab es weder bei RTL noch bei Sat.1 vergleichbare monothematische Wirtschaftsmagazine, ferner bei RTL kein Wissensmagazin. Obwohl das werktägliche Boulevardmagazin „Explosiv“ durch ein Regionalmagazin ausgetauscht wurde und somit der Umfang bundesweit angebotener Boulevardmagazine etwa halbiert war, entfiel durch das zweite, „leichte“ Boulevardmagazin und die Wochenendausgaben auch bei RTL die meiste Sendezeit auf Boulevardmagazine (33 %). Dagegen trug das Regionalmagazin im Vorabendprogramm ein Viertel zur Sendezeit der RTL-Magazine bei. Das politische Magazin im Spätabendprogramm erreichte etwa ein Zehntel und andere Magazine zusammen etwa ein Drittel des RTL-Magazinangebots. Sat.1 unterschied sich von ARD/Das Erste, ZDF und RTL zudem durch Ausparung monothematischer Politikmagazine und das Fehlen von Boulevardmagazinen. Das Magazinangebot von Sat.1, dessen Umfang nur etwa halb so groß war wie das der ARD, hatte seinen Schwerpunkt im Regionalmagazin (60 %), die übrige Sendezeit entfiel auf Kultur-/Wissensmagazine (10 %) und andere Magazine (30 %).

Im Jahresvergleich der Magazine zeigt sich kein einheitliches Bild. Bei der ARD/Das Erste verloren die Politikmagazine etwas Sendezeit, während die Boulevardmagazine leicht zulegten. Beim ZDF stieg die Sendezeit der Politikmagazine und Kultur-/Wissensmagazine, während die Boulevardmagazine nur im Jahr 2013 anstiegen, jedoch 2014 wieder dem Umfang von 2012 näherkamen. Bei RTL war bei Boulevardmagazinen ein ähnlicher Effekt zu verzeichnen wie beim ZDF, während die übrigen Magazinformaten relativ stabil blieben. Bei Sat.1 entfielen die Boulevardmagazine seit 2013 vollständig, die Kultur-/Wissensmagazine waren seit 2012 rückläufig. Strukturell verteilte sich hier die insgesamt geringere Sendezeit für Magazine mehr auf Regionalmagazine und andere Magazine.

Die öffentlich-rechtlichen Politikmagazine, von denen hauptsächlich politische und gesellschaftliche Missstände sowie kontroverse Meinungspositionen thematisiert werden, widmeten Politikthemen im Jahr 2014 zwei Drittel (Das Erste) bzw. fast drei Viertel (ZDF) der Sendezeit. Im Ersten entfiel von der übrigen Sendezeit am meisten auf Themen der Kategorie Soziales. Am Grundmuster der Themenprofile öffentlich-rechtlicher Politikmagazine änderte sich nichts. In den privaten Programmen repräsentiert allein das „Spiegel TV-Magazin“ bei RTL den Typ des Politikmagazins, allerdings mit einem von ARD und ZDF abweichenden Themenprofil. Im „Spiegel TV-Magazin“ entfiel auf Politikthemen (24 %) nur ein Viertel der Sendezeit, die übrige Sendezeit verteilte sich hauptsächlich auf Berichte über Kriminalität (28 %), Katastrophen (19 %) und Soziales (11 %).

Die Boulevardmagazine konzentrierten sich ihrem Selbstverständnis entsprechend auf typische Boulevardthemen. Im Jahr 2014 wendeten RTL (73 %), ARD/Das Erste (50 %) und ZDF (36 %) am meisten Sendezeit für Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Buntes auf. In den Boulevardmagazinen von ARD und ZDF wurden ferner Berichte über Kriminalität und Katastrophen/Unglück vor anderen Themen bevorzugt, im ZDF wie auch bei RTL außerdem Alltagsthemen. Ohne die werktägliche Ausstrahlung von „Explosiv“ wurden in der leichteren Variante der Boulevardmagazine bei RTL Katastrophen und Kriminalität weitgehend vermieden. Neben den dominierenden Boulevardthemen fanden sich bei ARD/Das Erste und ZDF in geringem Umfang auch politiklebende Themen (6 %).

Auch in den Boulevardmagazinen zeigt sich beim Jahresvergleich der Effekt der Hochwasserkatastrophe von 2013 deutlich. Bei ARD/Das Erste und ZDF wurde ein Teil der Sendezeit von der Kriminalitätsthematisierung zugunsten der Katastrophenthematisierung verwendet, und bei RTL, das ähnlich wie 2014 auch 2012 in den leichteren Boulevardmagazinen seinen Schwerpunkt im The-

Leichte Verschiebungen bei Magazintypen

Politikmagazine bei ARD, ZDF und RTL

Boulevardmagazine

Tab. 6 Themenprofile der Magazintypen 2012 bis 2014
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Politikmagazine in Min.	448	344	364	319	274	374	149	148	165	–	–	–
Politik im weiteren Sinne	68	62	66	70	75	72	31	38	24	–	–	–
Soziales	11	11	13	7	3	9	11	6	11	–	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	5	3	2	7	6	4	0	–	5	–	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	4	6	7	7	2	3	16	16	8	–	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	0	4	–	3	0	1	8	–	–	–	–	–
Katastrophen/Unglück	1	2	4	2	6	4	–	13	19	–	–	–
Kriminalität	7	8	4	3	6	5	31	24	28	–	–	–
Sonstiges	4	4	3	2	2	2	3	3	4	–	–	–
Boulevardmagazine in Min.	662	846	870	875	985	899	603	757	581	223	–	–
Politik im weiteren Sinne	5	6	6	4	3	6	–	7	2	1	–	–
Soziales	2	2	3	1	1	–	2	8	2	–	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	8	5	6	3	3	3	1	0	2	–	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	2	6	3	24	25	27	11	23	12	64	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	42	39	50	35	38	36	76	48	73	26	–	–
Katastrophen/Unglück	18	25	16	12	14	11	0	1	4	3	–	–
Kriminalität	19	15	12	19	14	14	6	6	–	3	–	–
Sport	2	1	1	–	0	–	–	1	0	–	–	–
Sonstiges	2	2	2	2	2	3	4	4	5	3	–	–
Kultur-/Wissensmagazine in Min.	234	206	207	148	87	241	–	–	–	149	111	74
Politik im weiteren Sinne	6	10	28	13	–	10	–	–	–	29	24	–
Soziales	2	16	–	–	7	4	–	–	–	21	7	12
Kultur/Wissenschaft/Natur	84	62	53	74	84	80	–	–	–	5	39	26
Alltag/Beziehungen/Freizeit	–	2	6	–	–	–	–	–	–	28	18	37
Human Interest/Prominenz/Showbiz	6	4	–	4	–	3	–	–	–	11	–	11
Katastrophen/Unglück	–	–	9	–	–	–	–	–	–	–	8	12
Kriminalität	–	3	–	–	6	–	–	–	–	–	–	–
Sport	–	–	–	5	–	–	–	–	–	–	–	–
Sonstiges	3	3	4	4	3	3	–	–	–	6	4	4
Regionalmagazine in Min.	–	–	–	164	125	122	482	439	459	452	480	454
Politik im weiteren Sinne	–	–	–	41	53	48	30	40	35	41	36	37
Soziales	–	–	–	3	4	15	3	4	5	3	7	8
Kultur/Wissenschaft/Natur	–	–	–	5	5	–	2	3	6	6	9	4
Alltag/Beziehungen/Freizeit	–	–	–	33	36	29	16	14	11	12	10	11
Human Interest/Prominenz/Showbiz	–	–	–	–	0	1	15	11	14	10	6	13
Katastrophen/Unglück	–	–	–	2	–	–	8	5	7	8	11	5
Kriminalität	–	–	–	14	–	5	13	7	9	8	9	10
Sport	–	–	–	0	–	1	0	2	1	4	4	3
Wetter	–	–	–	–	–	–	2	1	3	4	2	2
Sonstiges	–	–	–	2	2	2	12	12	10	4	6	7

(Fortsetzung nächste Seite)

Tab. 6 Themenprofile der Magazintypen 2012 bis 2014 (Fortsetzung)
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Wirtschaftsmagazine in Min.	120	145	89	167	115	144	–	–	–	–	–	–
Politik im weiteren Sinne	66	42	49	28	20	22	–	–	–	–	–	–
Soziales	4	5	15	3	4	5	–	–	–	–	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	–	–	8	4	–	3	–	–	–	–	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	4	26	25	56	57	64	–	–	–	–	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	–	5	–	0	–	–	–	–	–	–	–	–
Katastrophen/Unglück	11	–	–	–	4	3	–	–	–	–	–	–
Kriminalität	11	18	–	5	12	0	–	–	–	–	–	–
Sonstiges	5	4	4	3	2	3	–	–	–	–	–	–
Andere Magazine in Min.	76	51	51	476	154	250	682	384	558	174	226	229
Politik im weiteren Sinne	31	30	–	14	16	7	7	21	14	11	4	9
Soziales	9	–	–	8	23	10	6	6	14	–	6	4
Kultur/Wissenschaft/Natur	–	–	–	3	8	6	3	8	–	–	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	48	48	97	9	25	23	31	25	39	55	9	53
Human Interest/Prominenz/Showbiz	–	–	–	3	16	12	32	5	14	–	18	16
Katastrophen/Unglück	–	7	–	1	4	3	5	3	4	6	20	–
Kriminalität	8	10	–	59	4	34	12	27	9	24	38	11
Sport	–	–	–	–	–	–	2	–	3	–	–	–
Sonstiges	4	5	3	4	4	5	3	5	4	4	4	6

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

menbereich Human Interest/Prominenz/Buntes (76 %) hatte, wurde ein Teil der Sendezeit dieser Kategorie ereignisbedingt auf Themen der Kategorien Alltag, Soziales und Politik verlagert.

Kultur- und Wissensmagazine

In den Kultur- und Wissensmagazinen dominierten 2014 bei ARD/Das Erste (53 %) und ZDF (80 %) erwartungsgemäß mit hohen Sendezeitanteilen Themen aus Kultur, Wissenschaft und Natur. In den letzten drei Jahren wurde der Themenbereich Kultur beim Ersten stärker als beim ZDF mit Themen der Politik verknüpft. Typisch für diese Thematisierung sind kulturelle Berichterstattungsanlässe wie Buchpräsentationen, die sich mit einem politischen oder sozialkritischen Thema befassen. Das private Angebot dieses Magazintyps bei Sat.1 war in allen Jahren bei sinkender Gesamtsendezeit thematisch breiter ausgerichtet, 2014 verteilte sich hier die Sendezeit auf Alltagsthemen (37 %), Kultur/Wissenschaft/Natur (26 %), ferner auf Soziales, Katastrophen und Kriminalität.

Regionalmagazine bei ZDF, RTL und Sat.1

Die Regionalmagazine von ZDF, RTL und Sat.1 hatten ihren inhaltlichen Schwerpunkt in Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Justiz. Das ZDF (48 %) gewichtete diesen Themenkomplex auch im Jahr 2014 wieder stärker als die Fensterprogramme von RTL (35 %) und Sat.1 (37 %). Die übrige Sendezeit verwendete das ZDF größtenteils für Alltagsthemen, bei RTL und Sat.1 verteilte sie sich vielfältiger über alle anderen Themenbereiche,

darunter vorzugsweise Human Interest, Alltag und Kriminalität, also Themen, die den Boulevardmagazinen näher kommen.

Eigenständige Wirtschaftsmagazine gab es auch weiterhin nur bei ARD/Das Erste und ZDF. Das Erste befasste sich dabei vorzugsweise mit Kernthemen der Wirtschaft (49 %), während andere Aspekte wie Verbraucherfragen – hier den Alltagsthemen (25 %) zugeordnet – oder Soziales (15 %) erst zweitrangig folgten. Das ZDF räumte dagegen den Verbraucherthemen (64 %) mehr Sendezeit ein als den klassischen Wirtschaftsthemen (22 %). Mit dieser komplementären Fokussierung deckten die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme Wirtschaftsthemen sowohl aus der Unternehmensperspektive als auch aus der Verbraucherperspektive ab. Ereignisbedingt wirkte sich in den Vorjahren die Wirtschaftskriminalität auf das Themenprofil der Wirtschaftsmagazine mit aus.

Andere Magazine, die sich keinem bestimmten Themenbereich zuordnen ließen, hatten bei der ARD den geringsten Angebotsumfang und befassten sich fast ausschließlich mit Alltags- und Beziehungsthemen. Beim ZDF verteilte sich der größere Umfang dieser Magazine auf Kriminalität, Alltagsthemen, Human Interest und Soziales. Schwankungen der Kriminalitätsthemen zwischen den

Wirtschaftsmagazine nur in öfftl.-rechtl. Programmen

Jahren wurden beim ZDF je nach Vorkommen in der Stichprobe von der Sendung „AktENZEICHEN XY...ungelöst“ verursacht. Auch in den privaten Magazinen entfiel die meiste Sendezeit der anderen Magazine auf Alltagsthemen, bei RTL außerdem auf Politik und Human Interest, bei Sat.1 ferner auf Kriminalität und Human Interest.

Themenprofile der Dokumentationen, Berichte, Reportagen

Dokus, Berichte und Reportagen bei Privaten mit nichtpolitischen Themen

Die klassisch-journalistischen Formen Dokumentation, Bericht und Reportage erwiesen sich erneut als Domäne öffentlich-rechtlicher Informationsangebote, vorzugsweise verwendet bei Themen aus Politik, Kultur und diversen Sachbereichen. In diesen berichtenden Formen entfiel im Jahr 2014 bei der ARD/Das Erste mehr als die Hälfte der Sendezeit auf Politikthemen (54 %), und auch das ZDF (40 %) hatte darin einen hohen Politikanteil (vgl. Tabelle 5). Für Themen aus Kultur, Wissenschaft und Natur verwendeten ARD (29 %) und ZDF (22 %) hier die zweitmeiste Sendezeit. Die privaten Sender nutzten die berichtenden Formen fast ausschließlich für nichtpolitische Themen. RTL verwendete die meiste Sendezeit seiner Dokumentationen, Berichte und Reportagen für Themen der Kategorien Soziales (49 %) und Alltag/Zwischenmenschliche Beziehungen (40 %). Bei Sat.1 entfielen knapp drei Viertel der Sendezeit auf Alltags- und Beziehungsthemen (72 %), während die Politikthematisierung in diesen Formen durchschnittlich weniger als 1 Minute pro Tag bzw. 4 Prozent der Sendezeit erhielt.

In den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen kamen Politikthemen in Dokumentationen, Berichten und Reportagen in allen Jahren umfangreich zur Geltung. Bei RTL wurde über Politikthemen nur im Jahr 2013 anlässlich der Bundestagswahl umfangreicher berichtet.

Themenprofile der Gesprächssendungen

Gesprächssendungen sind Domäne von ARD und ZDF

Im Angebot an Gesprächssendungen sind die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme konkurrenzlos. Die ARD/Das Erste hatte mit ihren Talkshows trotz Rückgangs der Sendezeit auch 2014 das umfangreichste Angebot (1 239 Minuten; 44 Min./Tag). Noch stärker als in den Vorjahren wurden diese Sendungen für die Politikthematisierung (73 %) genutzt. Beim ZDF verteilte sich die Sendezeit für Diskussionen, Talkshows und Ansprachen (1 107 Minuten; 40 Min./Tag) knapp zur Hälfte auf Politikthematisierung (47 %), während auf Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz (27 %) ein weiteres Viertel entfiel. Bei den Privatsendern spielten Gesprächssendungen nur eine untergeordnete Rolle. Die im vierwöchigen Untersuchungszeitraum insgesamt 96 Minuten dieser Sendungsform bei RTL entfielen wie in den Vorjahren auf

Themen aus Kultur/Wissenschaft/Natur und kamen durch die dctp-Produktion „10 vor 11“ zustande. Und die insgesamt 63 Minuten der Kultursendung „News & Stories“ bei Sat.1 (ebenfalls eine dctp-Produktion) verteilten sich zu gleichen Teilen auf Politik- und Kulturthemen.

Klammert man das Jahr 2013 wegen der besonderen Ereignisse (Hochwasserkatastrophe und Bundestagswahl) und deren Auswirkungen auf die Themenwahl aus, änderte sich an der Inhaltsstruktur der ARD-Gesprächssendungen bei leichtem Anstieg der Politikthematisierung seit 2012 nur wenig. Beim ZDF verringerte sich die Gesamtzeit der Gesprächssendungen nach Einstellung von „Lanz kocht“. Damit ging auch die Sendezeit für Human-Interest-Themen zurück, während die Politikthemen anteilig zulegten.

Themenprofile der Realityformate

Die nur von den Privatsendern angebotenen Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen, bei RTL 43 Minuten pro Tag und bei Sat.1 49 Minuten pro Tag, hatten ihren Schwerpunkt in der Thematisierung des Alltagslebens und zwischenmenschlicher Beziehungen. Diese Angebote des Factual Entertainments bildeten am prägnantesten das Gegengewicht zu den klassischen Sendungsformen in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen. Bei RTL machten die Alltags- und zwischenmenschlichen Beziehungsthemen 87 Prozent der Sendezeit dieser Formate aus (vgl. Tabelle 5). Bei Sat.1 entfielen auf diese Themen 75 Prozent der Sendezeit. Die übrige Sendezeit verwendeten RTL für Kriminalitätsthemen und Sat.1 für Human-Interest-Themen und Kriminalitätsthemen.

Platzierung der Politikthematisierung

Die Informationsleistung der Sender misst sich nicht nur am Umfang gesellschaftlich relevanter Inhalte, insbesondere der Politikthematisierung, sondern auch an deren Nutzungschancen durch günstige Platzierung. Abbildung 5 zeigt anschaulich Umfang, Frequenz und Platzierung aller Beiträge zu Politikthemen im weiteren Sinne in den vier untersuchten Wochen im Jahr 2014.

Für das Angebot von Politikthemen im weiteren Sinne (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz und Zeitgeschichte) trifft das häufig vorgebrachte Argument, ARD und ZDF würden „schwierige“ Themen zunehmend in die Randzone der Fernsehnutzung verschieben, nur sehr eingeschränkt zu. Neben den Nachrichten, die sich in den Grafiken wegen ihrer festen Programmplätze gut erkennen lassen, erscheinen im Ersten die Politikthemen hauptsächlich im Zeitfenster von etwa 21.00 bis 0.30 Uhr, während Politikthemen am Vorabend nur sporadisch erscheinen und die Zeit zwischen 20.30 und 21.00 Uhr sich als politikfreie Zeitzone erweist. An mehreren Tagen pro Woche gibt es im Spätabendprogramm längere Strecken mit Politikangeboten.

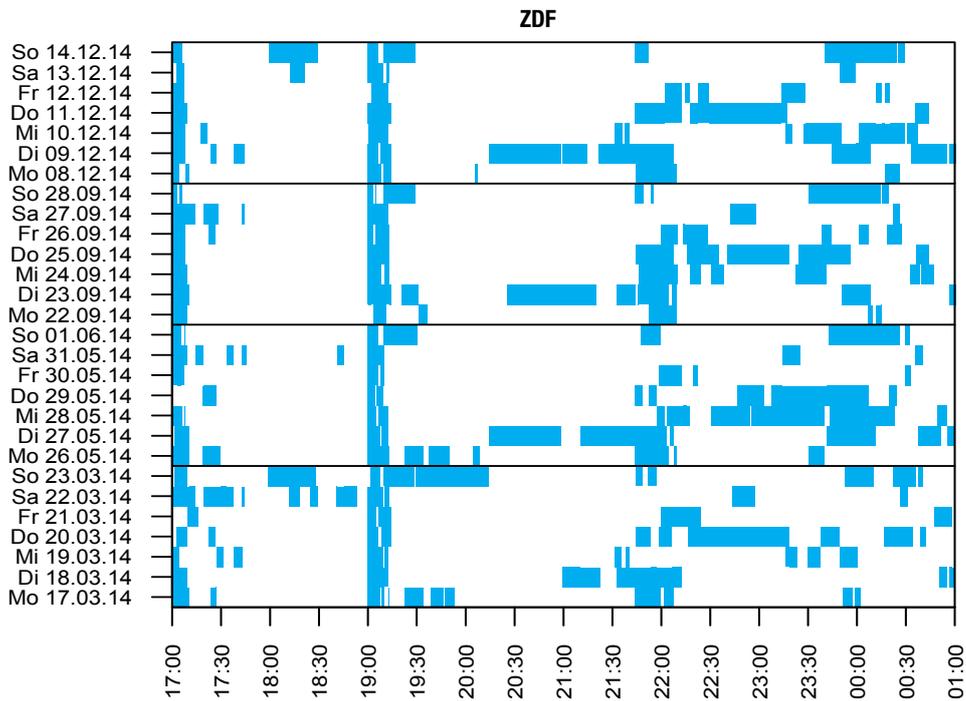
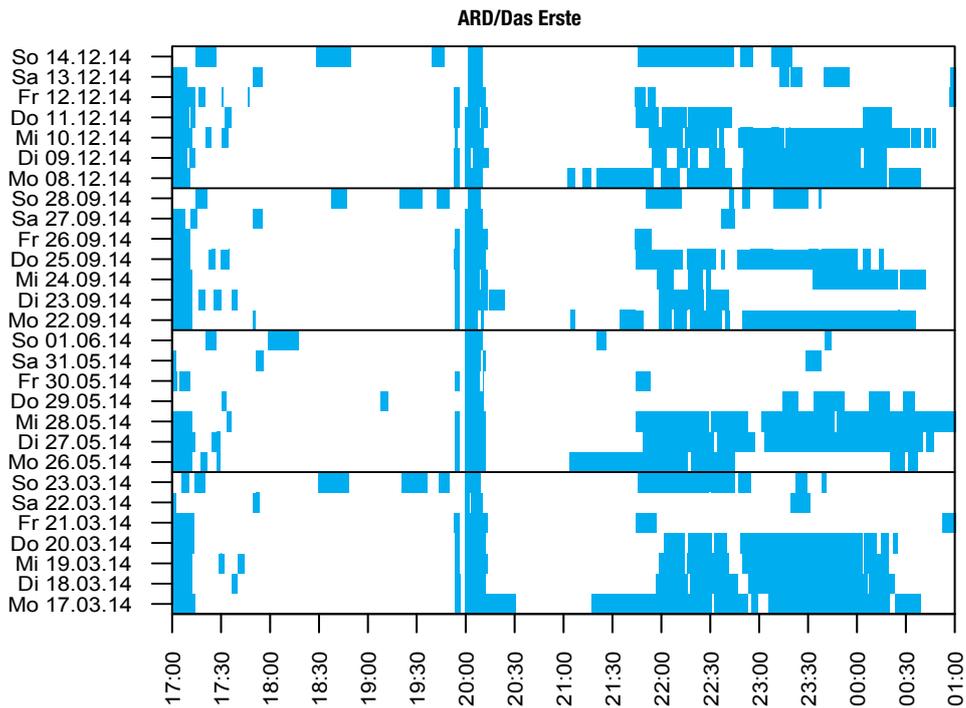
Politikthemen nehmen in Talksendungen zu

Factual Entertainment: Alltagsthemen und zwischenmenschliche Beziehungen

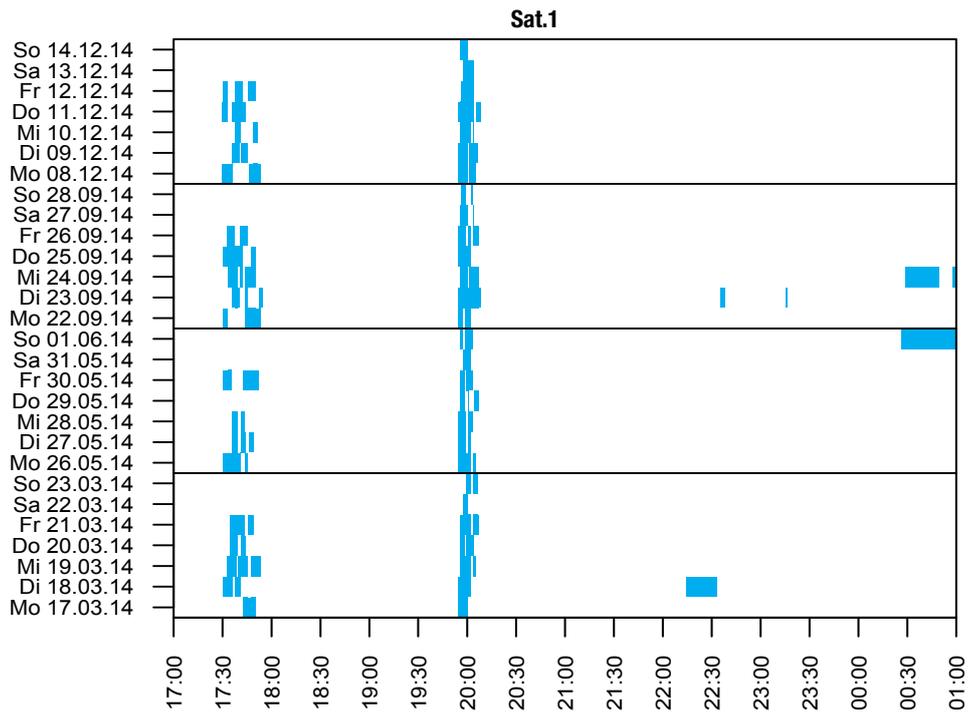
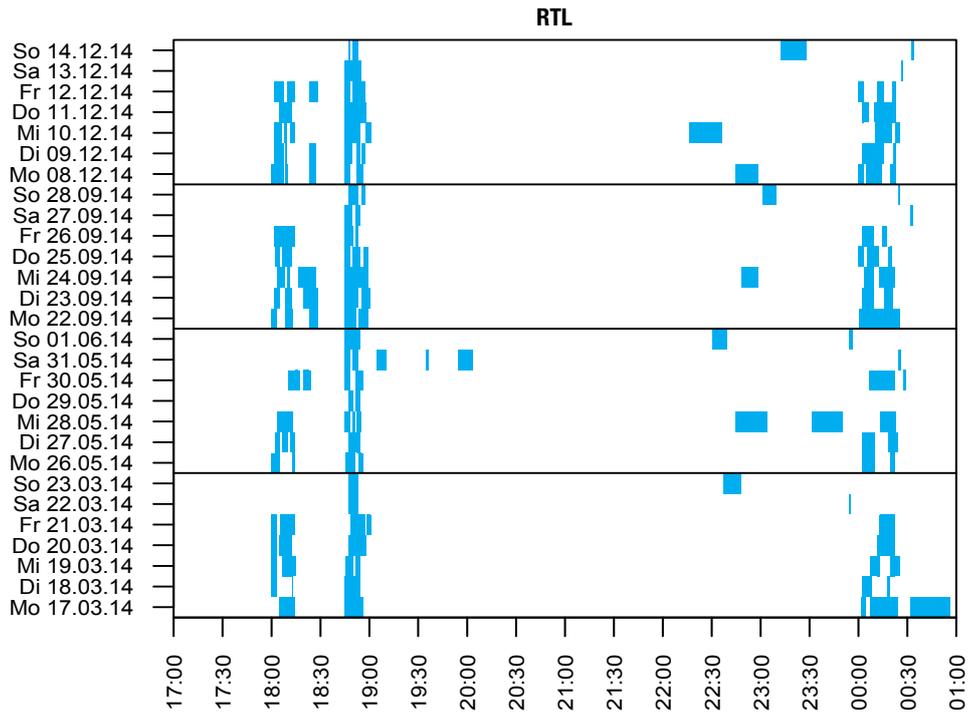
Günstige Platzierung im Programm erhöht Nutzungschance

Das Erste: Politikthemen häufig zwischen 21.00 und 0.30 Uhr

Abb. 5 Beiträge mit Politikthema i.w.S. im Nonfictionangebot 2014
17:00-1:00 Uhr im Untersuchungszeitraum



(Fortsetzung nächste Seite)



Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

ZDF: Frühe Primetime, Politikthemen über ganzen Abend gestreut

Im ZDF ist die Platzierung der Politikthemen ähnlich prägnant in den Nachrichten um 17.00 Uhr und um 19.00 Uhr erkennbar. Aufgrund des früheren Beginns der Primetime verteilt sich die Politikthematik im ZDF über den gesamten Abend bis ins Nachtprogramm. Auch hier gibt es jeweils Tage mit längeren Zeitstrecken der Politikthematik-

sierung, die zum Teil in der Primetime oder im Spätabend liegen. Die Zeitphase zwischen 17.00 und 20.00 Uhr, in der im Ersten und im ZDF Werbung ausgestrahlt wird, ist abgesehen von den Zeitschienen der Nachrichtensendungen auch beim ZDF nur schwach mit Politik besetzt.

Ein anderes Bild ergibt sich für die Platzierung der Politik in den privaten Hauptprogrammen. Bei RTL beschränken sich politiknahe Themen hauptsäch-

RTL: Regionales Fenster und Nachtjournal

Tab. 7 Akteure in den untersuchten Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) 2012 bis 2014
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Auftrittshäufigkeit												
Politiker	327	511	359	324	444	376	144	178	134	144	130	97
Repräsentant	379	314	267	402	321	251	207	163	152	147	108	94
Sachexperte	149	136	145	225	185	210	96	91	85	73	73	81
Journalist	32	68	62	18	70	67	13	26	42	5	10	12
Polizei/Militär	60	87	135	107	93	110	59	49	42	28	55	26
Prominenter	285	436	497	513	521	510	535	545	550	78	138	128
Alltagsbürger/Sonstige	933	1 109	1 017	1 588	1 293	1 390	1 370	1 383	1 224	1 167	1 009	990
Gesamt	2 165	2 661	2 482	3 177	2 927	2 914	2 424	2 435	2 229	1 642	1 523	1 428
in %												
Politiker	15	19	14	10	15	13	6	7	6	9	9	7
Repräsentant	18	12	11	13	11	9	9	7	7	9	7	7
Sachexperte	7	5	6	7	6	7	4	4	4	4	5	6
Journalist	1	3	2	1	2	2	1	1	2	0	1	1
Polizei/Militär	3	3	5	3	3	4	2	2	2	2	4	2
Prominenter	13	16	20	16	18	18	22	22	25	5	9	9
Alltagsbürger/Sonstige	43	42	41	50	44	48	57	57	55	71	66	69
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

lich auf die Zeitschiene der werktäglich im NRW-Kabelprogramm ausgestrahlten regionalen Fensterprogramme zwischen 18.00 und 18.30 Uhr sowie auf die Zeitschiene der täglichen Hauptnachrichten um 18.45 Uhr und das werktäglich ausgestrahlte Nachtjournal zwischen 0.00 und 0.30 Uhr. Hinzu kommen an wenigen Tagen kurze Zeitsegmente am Spätabend. Mit Ausnahme eines Tages ist die Zeit zwischen 19.30 und 22.30 Uhr sowie an allen Tagen zwischen 17.00 und 18.00 Uhr politikfrei.

**Sat.1:
Regionalmagazin
plus
Hauptnachrichten**

Noch restriktiver erscheint die Platzierung von Politikthemen bei Sat.1. Sie beschränkt sich fast ausschließlich auf die Regionalmagazine am Vorabend zwischen 17.30 und 18.00 Uhr sowie die Nachrichtenschiene zwischen 19.55 und 20.15 Uhr. Darüber hinaus gibt es an zwei Tagen Politikthematik nach 0.00 Uhr und an einem Tag zwischen 22.30 und 23.00 Uhr. Vernachlässigt man diesen einen und einen weiteren Tag mit einem Kurzbeitrag am Spätabend, sind bei Sat.1 die Zeitphasen von 17.00 bis 17.30 Uhr, von 18.00 bis 19.55 Uhr und von 20.15 bis etwa 0.30 Uhr politikfrei.

Akteure

**Auftrittschancen von
Politikern, Experten,
Bürgern u.a.**

Die Analyse der Akteure im Nonfictionangebot liefert Aufschluss darüber, welche Personenkreise im Programm präsent sind. Die Untersuchung der Akteure beschränkt sich auf nichttagesaktuelle Sendungen, ausgeschlossen bleiben hier die Nachrichtensendungen. Wie in den Vorjahren wurden die Akteure nach folgenden Kategorien unterschieden: 1. Politiker, 2. Repräsentanten einer Institution, Inte-

ressengruppe, eines Unternehmens, eines Vereins, 3. Sachexperten, 4. Journalisten (senderextern), 5. Polizei/Militär, 6. Prominente (Medien, Showbiz, Sport, Adel u.a.) und 7. diverse Alltagsbürger/Privatpersonen. Die Kategorie Alltagsbürger/Privatpersonen umfasst sogenannte Normalbürger mit Namen oder anonymisiert, Personen in diversen Berufsrollen oder Familienrollen, vom Durchschnitt abweichende Personen mit positiven oder negativen Besonderheiten. Durch weitere Akteurmerkmale wie Alter, Geschlecht, Beruf/Tätigkeit, Nationalität und Präsentationsart lassen sich die Inhalte der untersuchten Sendungen aus unterschiedlichen Perspektiven ausdifferenzieren und vergleichen.

Im Jahr 2014 wurden im untersuchten Nonfictionangebot (ohne Nachrichtensendungen) insgesamt 9053 Akteurauftritte als Präsentationen von Personen mit O-Ton, im Film/Foto oder expliziter Nennung erfasst, 2013 waren es 9546 und 2012 9408 Akteurauftritte. In allen Jahren hatten die Alltagsbürger die meisten Auftritte. Im Jahr 2014 entfiel die Hälfte aller Akteurauftritte auf Alltagsbürger (51 %), mit weitem Abstand folgten an zweiter Stelle Prominente mit 19 Prozent, danach Politiker mit 11 Prozent, ferner gesellschaftliche Repräsentanten, Sachexperten, Polizei/Militär und senderexterne Journalisten (vgl. Tabelle 7). In den letzten drei Jahren sank die Präsenz der Alltagsbürger geringfügig, während die der Prominenten anstieg.

**Gut 9000
Akteurauftritte
erfasst**

**Mehr Politiker bei
ARD und ZDF, mehr
Alltagsbürger bei RTL
und Sat.1**

In den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen erschienen anteilig weniger Alltagsbürger als in den privaten Programmen, dafür mehr Auftritte von Politikern und gesellschaftlichen Repräsentanten. Prominente kamen anteilig am häufigsten bei RTL vor, gefolgt von ARD/Das Erste und ZDF, hingegen wesentlich seltener bei Sat.1. Im Jahresvergleich der Akteurprofile zeigen sich bei den öffentlich-rechtlichen Sendern stärkere Veränderungen als bei den privaten Sendern. So war bei ARD/Das Erste und ZDF 2013 im Jahr der Bundestagswahl infolge der stärkeren Politikthematisierung ein größerer Zuwachs der Politikerauftritte zu verzeichnen als bei RTL und Sat.1.

Akteurprofile nach Sendungsformen

Nach Sendungsformen differenziert, werden auch hier typische Zusammenhänge erkennbar. Abgesehen von der allgemein starken Präsenz der Alltagsbürger in fast allen Sendungsformen zeigen sich hierbei die unterschiedlichen Auftrittschancen der gesellschaftlichen und institutionellen Rollen, in denen Akteure den Zuschauern präsentiert werden (vgl. Tabelle 8).

**Differenziertes Bild
der Akteurauftritte in
Magazinen**

In den Magazinen dominierten bei allen Sendern die Alltagsbürger. Mit Abstand folgten bei ARD/Das Erste, ZDF und RTL Prominente, die bei Sat.1 weniger Auftritte hatten. Geringere Auftrittsraten hatten bei allen Sendern Repräsentanten und Politiker. Berücksichtigt man die unterschiedliche Ausstrahlungsfrequenz der Magazintypen, ergibt sich ein differenzierteres Bild. So begünstigte die werktägliche Ausstrahlung der Boulevardmagazine bei ARD/Das Erste, ZDF und RTL (soweit bei Letzterem nicht durch das regionale Fensterprogramm ersetzt) ebenso wie die Ausstrahlung der Boulevardmagazine am Wochenende bei RTL im Unterschied zu Sat.1 ohne Boulevardmagazine die Auftrittschancen der Prominenten. Ferner zeigt sich, wenn Politiker in Magazinen auftraten, dann mit wesentlich stärkerer Präsenz bei den öffentlich-rechtlichen Sendern, und zwar hauptsächlich in den bundesweiten Politikmagazinen. Allein das „Spiegel TV-Magazin“ bei RTL bot geringe Auftrittschancen für Politiker. Hinzu kamen bei den öffentlich-rechtlichen Sendern auch Politikerauftritte in geringerer Häufigkeit in den Kultur- und Wissensmagazinen und den Wirtschaftsmagazinen sowie beim ZDF im Regionalmagazin. Dagegen fanden die Politikerauftritte bei den privaten Sendern hauptsächlich in den regionalen Fensterprogrammen statt. Beim Ersten und dem ZDF wurde die Politikerpräsenz somit vorwiegend auf Bundesebene und internationaler Ebene, bei RTL und Sat.1 vorwiegend auf Landesebene, in diesem Fall NRW, begünstigt.

In den hauptsächlich vom Ersten und ZDF angebotenen Dokumentationen, Berichten und Reportagen hatten vor allem Politiker, gesellschaftli-

che Repräsentanten und Sachexperten eine stärkere Präsenz als bei RTL und Sat.1. Dagegen dominierten bei den Privatsendern wesentlich deutlicher die Alltagsbürger. Auch die hauptsächlich von den öffentlich-rechtlichen Sendern angebotenen Gesprächssendungen erwiesen sich als dominantes Forum für Politiker, die in Polit-Talkshows als Gäste und auch in Spielfilmen auftraten. In den nur von RTL und Sat.1 angebotenen Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen konzentrierten sich dagegen die Akteurauftritte auf Alltagsbürger, nur ein geringer Teil der Auftritte verteilte sich auf Repräsentanten, Sachexperten und Polizei.

Auch für das Jahr 2014 bestätigt sich, dass die in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen bevorzugten klassischen Sendungsformen der Informationsvermittlung für eine umfangreiche und vielfältige Präsenz von Akteuren des öffentlichen Lebens in politischen und gesellschaftlichen Rollen sorgen, während in den bevorzugten Sendungsformen der Privatsender stärker die Auftritte von Akteuren des alltagsnahen Privatlebens zur Geltung kommen und Darstellungen des öffentlichen Lebens mangels geeigneter Sendungen mit entsprechender Themenauswahl strukturell begrenzt sind.

Die inhaltliche Vielfalt öffentlich-rechtlicher Angebote zeigt sich ferner bei einer Unterscheidung der Akteure nach ihrer Nationalität. So entfielen im Jahr 2014 von allen Akteurauftritten (9 053) knapp drei Viertel auf Deutschland (73 %). Vergleicht man die Rangfolge der Länder, denen die zehn meistpräsentierten Auslandsakteure zuzurechnen waren, nahmen die USA mit insgesamt 673 Akteurauftritten bei starker Präsenz in allen Sendern den Spitzenplatz ein. Auf den weiteren Rangplätzen folgten Großbritannien, Russland, Österreich, Niederlande, Frankreich, Italien, Monaco, Ukraine und Schweiz. Die geringste Präsenz hatten diese Länder bei Sat.1. Akteure aus Russland und der Ukraine fanden trotz der Bedeutung des Ukraine Konflikts in der aktuellen Berichterstattung in beiden privaten Hauptprogrammen kaum Beachtung.

Der Unterschied zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen zeigt sich ebenso in den Auftrittschancen deutscher Politiker. Von insgesamt 713 Auftritten deutscher Politiker im Jahr 2014 entfielen auf die ARD 245, auf das ZDF 259, auf RTL 118 und auf Sat.1 91. Bei ARD/ZDF verteilten sich die Auftritte auf zusammen 39 verschiedene Sendungen, bei RTL/Sat.1 auf neun verschiedene Sendungen. Während die Politiker bei ARD und ZDF in einem breiten Spektrum unterschiedlicher Sendungen Auftrittschancen hatten, konzentrierten sich die Auftritte bei RTL und Sat.1 vor allem auf die beiden Regionalmagazine „RTL West“ mit 101 Auftritten und „17:30 Sat.1 NRW“ mit 87 Auftritten. Die geringe Zahl der übrigen Auftritte verteilte sich auf das „Spiegel TV-Magazin“ mit 9 Auftritten, „Stern TV“ mit 5 Auftritten, „News & Stories“ mit 3 Auftritten, „Exklusiv – Das Starmaga-

**Klassische
Sendungsformen
erlauben
vielfältigeres Abbild
des öffentlichen
Lebens**

**Ausländische
Akteure: USA an der
Spitze vor GB und
Russland**

**Politikerauftritte
bei ARD/ZDF auf
39 Sendungen verteilt**

Tab. 8 Akteure nach Sendungsformen (ohne Nachrichten) 2012 bis 2014
vierwöchige Stichprobe, 17.00-1.00 Uhr, Auftrittshäufigkeit in %

	Anzahl	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
		2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Magazin	Anzahl	1 573	1 692	1 672	2 256	1 988	2 143	1 883	1 761	1 767	1 005	847	832
Politiker		9	9	9	8	8	10	8	9	8	13	13	11
Repräsentant		18	14	10	13	11	9	10	8	8	13	12	10
Sachexperte		7	5	6	5	4	6	4	4	4	6	7	7
Journalist		0	2	2	0	1	1	1	1	2	0	1	1
Polizei/Militär		3	4	5	4	4	5	2	2	2	2	3	3
Prominenter		16	22	26	17	23	20	28	28	31	5	12	12
Alltagsbürger/Sonstige		46	42	43	52	49	50	48	49	45	61	52	56
Doku/Bericht/Reportage	Anzahl	298	604	489	739	651	546	104	153	78	223	255	236
Politiker		38	31	19	14	27	13	–	17	1	1	1	–
Repräsentant		19	7	14	12	15	10	2	1	8	5	2	3
Sachexperte		5	5	6	11	16	13	4	1	3	1	3	3
Journalist		4	3	1	1	2	4	–	3	–	–	–	2
Polizei/Militär		2	1	11	2	1	1	9	1	–	–	8	–
Prominenter		1	4	2	9	2	5	1	–	3	12	12	3
Alltagsbürger/Sonstige		32	48	46	51	38	54	85	77	86	80	74	90
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	Anzahl	294	365	321	161	285	220	13	8	4	32	37	13
Politiker		24	45	36	24	42	44	–	–	–	28	43	62
Repräsentant		13	7	12	3	3	4	–	13	–	16	8	23
Sachexperte		6	4	6	9	2	6	15	75	100	6	8	8
Journalist		5	6	7	2	11	8	8	–	–	–	5	–
Polizei/Militär		0	2	–	–	–	–	–	–	–	–	3	–
Prominenter		12	8	14	35	19	24	8	13	–	–	11	–
Alltagsbürger/Sonstige		38	28	25	27	22	13	69	–	–	50	22	8
Ereignisübertragung	Anzahl	–	–	–	17	–	–	–	110	–	–	–	–
Politiker		–	–	–	6	–	–	–	1	–	–	–	–
Repräsentant		–	–	–	24	–	–	–	13	–	–	–	–
Sachexperte		–	–	–	71	–	–	–	–	–	–	–	–
Journalist		–	–	–	–	–	–	–	2	–	–	–	–
Prominenter		–	–	–	–	–	–	–	47	–	–	–	–
Alltagsbürger/Sonstige		–	–	–	–	–	–	–	37	–	–	–	–
Doku-Soap/ Doku-Inszenierung	Anzahl	–	–	–	–	–	–	424	403	380	382	384	347
Politiker		–	–	–	–	–	–	–	0	–	–	–	–
Repräsentant		–	–	–	–	–	–	6	3	–	1	–	0
Sachexperte		–	–	–	–	–	–	2	5	1	2	2	5
Journalist		–	–	–	–	–	–	–	–	1	–	–	–
Polizei/Militär		–	–	–	–	–	–	3	3	2	3	1	1
Prominenter		–	–	–	–	–	–	1	0	1	1	1	6
Alltagsbürger/Sonstige		–	–	–	–	–	–	88	88	94	94	96	88
Sonstige nonfiktionale Form	Anzahl	–	–	–	4	3	5	–	–	–	–	–	–
Repräsentant		–	–	–	50	67	40	–	–	–	–	–	–
Alltagsbürger/Sonstige		–	–	–	50	33	60	–	–	–	–	–	–

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

zin“ mit 2 Auftritten sowie „Extra – Das Magazin“ und „Akte“ mit jeweils 1 Auftritt in vier Wochen.

**RTL und Sat.1:
Auftritte vor
allem von
Landespolitikern in
Regionalmagazinen**

Vergleicht man dazu die meistpräsenten Politiker, gelangt man zu dem Befund: Die Auftrittschancen deutscher Politiker auf Bundesebene beschränken sich weitgehend auf öffentlich-rechtliche Informationssendungen, während diese Politiker in den privaten Programmen aufgrund fehlender Sendezeiten sowie mangelnder Themenbezüge nur wenige Auftrittschancen erhalten. In den privaten Hauptprogrammen entfielen die meisten Auftritte infolge der Regionalmagazine auf NRW-Landespolitiker. In den bundesweit von RTL und Sat.1 ausgestrahlten Nonfictionangeboten ohne diese regionalen Fensterprogramme treffen die Zuschauer außerhalb der Nachrichtensendungen daher nur selten auf einen deutschen Politiker und noch seltener auf einen Auslandspolitiker.

**Zahlreiche Auftritte
von Repräsentanten
gesellschaftlicher
Gruppen bei
Politik- und
Wirtschaftsthemen**

Neben den Politikern ist jedoch auch eine große Zahl von Repräsentanten gesellschaftlicher Institutionen, Organisationen, Vereinen oder Unternehmen häufig an Politik- und Wirtschaftsthemen beteiligt, und zwar bei ARD/Das Erste und ZDF stärker als bei RTL und Sat.1. Bei Wirtschaftsthemen und sozialen Themen treten vorwiegend Vorstandsvorsitzende, Unternehmer, Geschäftsführer, Präsidenten oder Direktoren in leitender Funktion auf. Auftritte von Repräsentanten findet man bei allen Sendern ebenfalls häufig in Berichten über Unfälle/Katastrophen und Kriminalität. Im Zusammenhang mit Themen der Kategorie Prominenz/Sowbiz in den Boulevardmagazinen sind vor allem auch Auftritte von Monarchen und Adeligen zu konstatieren. Repräsentanten aus dem kirchlichen Bereich, vornehmlich Papst und Bischöfe, kommen hauptsächlich in Sendungen von ARD und ZDF vor.

**Sachexperten
kommen in vielen
Themenbereichen
zu Wort**

Auch die Auftritte von Sachexperten im Zusammenhang mit Themen aus Politik und Wirtschaft konzentrieren sich bei ARD/Das Erste und ZDF. Breiter auf alle Sender verteilen sich Expertenauftritte bei Verbraucherthemen. Als Sachexperten bei Wirtschaftsthemen sind vorrangig Wirtschaftswissenschaftler, Verbraucherschützer, Finanzexperten und Rechtsanwälte vertreten. Bei Themen aus Wissenschaft und Forschung treten als Sachexperten Ingenieure und Naturwissenschaftler sowie bei Kulturthemen Wissenschaftsjournalisten, Historiker und Kritiker auf. Und wenn es um Themen der Kategorie Prominenz/Showbiz geht, begegnet man unter anderem Adelsexperten, Klatschreportern und Schönheitschirurgen in der Rolle als Sachexperte.

Fazit

**Funktionsteilung
zwischen öfftl.-rechtl.
und privaten
Hauptprogrammen**

Die Inhaltsanalyse der Nonfictionangebote in der meistgenutzten Tageszeitphase von 17.00 bis 1.00 Uhr bestätigt mit ihren Befunden erneut die These der Funktionsteilung. Auch für das Jahr 2014 las-

sen sich wesentliche Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen feststellen. Sie bestehen vor allem in den Informationsleistungen von ARD/Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1 und zeigen sich am Umfang, an der Vielfalt der Sendungsformen und der Relevanz der Inhalte sowie deren Platzierung bei unterschiedlichen Nutzungschancen. Die wichtigsten Befunde lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Bei ARD/Das Erste und ZDF hat das untersuchte Nonfictionangebot im Jahr 2014 einen Umfang von durchschnittlich 205 bzw. 214 Minuten pro Tag und bestand ausschließlich aus klassisch-journalistischen Sendungsformen, die vergleichbare Angebote der Privatsender deutlich übertrafen. Bei RTL und Sat.1 hatte das Nonfictionangebot einen Umfang von nur 158 bzw. 112 Minuten pro Tag und enthielt weniger berichtende Sendungsformen. Stattdessen trugen Realityformate mit unterhaltender Funktion bei RTL gut ein Viertel und bei Sat.1 knapp die Hälfte zur Sendezeit des Nonfictionangebots bei.

2. Die öffentlich-rechtlichen Nonfictionangebote zwischen 17.00 und 1.00 Uhr verteilten sich im Jahr 2014 relativ ausgewogen auf Nachrichtensendungen, Magazine, Dokumentationen/Berichte/Reportagen und Gesprächssendungen, sodass sich hier eine Vielfalt an Formaten und Sendetiteln aus unterschiedlichen Redaktionen ergab. Die privaten Sender bevorzugten dagegen jeweils eine bestimmte Sendungsform. RTL räumte den Magazinen 40 Prozent seines Nonfictionangebots ein, den Nachrichten ein Viertel und den Realityformaten über ein Viertel der Sendezeit. Dagegen wurden konventionelle Dokumentationen und Reportagen sowie Gesprächssendungen nur in sehr geringem Umfang angeboten. Bei Sat.1 wirkte sich die Ausdünnung von Informationsangeboten in den letzten Jahren noch deutlicher aus, denn hier lag der Schwerpunkt des Nonfictionangebots mit 43 Prozent auf Realityformaten, während den Nachrichten nur 13 Prozent, den Magazinen 25 Prozent und den Dokumentationen und Reportagen 17 Prozent der Sendezeit eingeräumt wurden. Wie bei RTL hatten auch bei Sat.1 die Gesprächssendungen nur einen marginalen Stellenwert.

3. Den strukturellen Unterschieden zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Angeboten auf der Ebene der Sendungsformen gehen inhaltliche Unterschiede einher. Vorrang vor allen anderen Themen hatten in den Sendungen von ARD und ZDF politiknahe Themen (Politik im weiteren Sinn: Politik, Wirtschaft, Gesellschaft/Justiz und Zeitgeschichte), mit denen über das politische und gesellschaftliche Geschehen in Deutschland und im Ausland berichtet wurde und unterschiedliche Meinungen und Perspektiven vermittelt wurden. Der Politikthematisierung im weiteren Sinn widmeten ARD und ZDF im Jahr 2014 55 bzw. 41 Prozent der Nonfictionprogramme in der untersuchten Sende-

**Bei ARD/Das Erste
und ZDF
ausschließlich
journalistische
Formen im
untersuchten
Nonfictionangebot**

**Magazine bei RTL am
stärksten, bei Sat.1
Realityformate mit
mehr als 40 %**

**Inhaltliche
Schwerpunkte:
ARD/ZDF politiknahe
Themen, RTL/Sat.1
Alltagsthemen**

zeit. Ein Gegengewicht dazu bildeten die Boulevardmagazine im Vorabendprogramm mit überwiegend unterhaltsamen Inhalten vom Typ Human Interest und Prominenz, ferner diverse Sendungen mit kulturellen und alltagsnahen Themen. Die privaten Sender setzten demgegenüber andere Akzente, sie mieden die Politikthematization – bei RTL nahmen sie nur 17 Prozent und bei Sat.1 nur 13 Prozent des nonfiktionalen Angebots ein – und widmeten den Alltagsthemen die meiste Sendezeit (RTL 36 %, Sat.1 52 %).

**Akteurauftritte:
Alltagsbürger bei
allen Sendern am
präsentesten**

4. Die Unterschiede der Sendungsformen und Inhalte öffentlich-rechtlicher und privater Angebote haben Auswirkungen auch auf die Auftrittschancen von Akteuren wie zum Beispiel Politiker, Experten oder Alltagsbürger. Die meisten Auftritte bei allen Sendern hatten auch 2014 Alltagsbürger in beruflichen und privaten Rollen. Ihr Anteil an allen Akteurauftritten betrug bei ARD/Das Erste und ZDF weniger als die Hälfte, bei RTL über die Hälfte und bei Sat.1 über zwei Drittel. Mehr Auftritte als bei den Privatsendern hatten bei ARD/Das Erste und ZDF Politiker, Repräsentanten gesellschaftlicher Gruppen und Sachexperten.

**Platzierung
politiknaher Themen
am Abend fast nur
bei ARD und ZDF**

5. Die strukturellen Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Angeboten werden unterstrichen durch die Platzierung von politiknahen Themen im Programm. ARD/Das Erste und ZDF boten ihren Zuschauern in der Primetime und noch intensiver im Spätabendprogramm diverse Sendungsformen mit Politikthematization, während die Privatsender die Primetime und auch weitgehend den Spätabend politikfrei gestalteten. Einen wesentlichen Anteil an der Politikthematization bei den privaten Sendern hatten dabei in der untersuchten Stichprobe die regionalen Fensterprogramme im NRW-Kabelprogramm. Darauf ist auch zurückzuführen, dass die starke Präsenz von NRW-Landespolitikern bei RTL und Sat.1, während bei ARD/Das Erste und ZDF Politiker der Bundesebene dominierten.

Wer seine Fernsehnutzung allein auf die privaten Hauptprogramme beschränkte, hatte demnach auch im Jahr 2014 in der meistgenutzten Sendezeit nur geringe Chancen, mit politischen Themen, Akteuren und Standpunkten konfrontiert zu werden, denn Sendungen, in denen außerhalb der Nachrichten regelmäßig thematisiert werden, gab es nur in geringem Umfang. Diesen auf Dauer systemischen Informationsdefiziten des privaten Fernsehens stehen zur selben Tageszeit strukturell stabile Informationsangebote der öffentlich-rechtlichen Sender gegenüber, in denen die gesellschaftliche Wirklichkeit vielfältig thematisiert wird.

**Private: Außerhalb
der Nachrichten
kaum Information
über gesellschaftliche
Themen**

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Krüger, Udo Michael: Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung. Programmanalyse 2014 – Teil 1: Sparten und Formen. In: Media Perspektiven 3/2015, S. 145-163.
- 2) Im Jahr 2014 fiel Christi Himmelfahrt als Feiertag am 29. Mai in die zweite Stichprobenwoche.
- 3) So wurde in den im NRW-Kabelnetz empfangbaren Regionalen Fensterprogrammen bei RTL statt des Boulevardmagazins „Explosiv – Das Magazin“ das Regionalmagazin „RTL West“ und bei Sat.1 statt der Scripted Doku-Soap „Schicksale – und plötzlich ist alles anders“ das Regionalmagazin „17.30 Sat.1 NRW“ ausgestrahlt. Beide Regionalmagazine entfielen am 26.5.2014 wegen Christi Himmelfahrt.
- 4) Vgl. Krüger, Udo Michael, Thomas Zapf-Schramm und Christiane Müller: Wahlinformationen im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen. Ergebnisse des ARD/ZDF-Wahlmonitors 2013. In: Media Perspektiven 12/2013, S. 589-612.
- 5) Vgl. hierzu auch die jährlich fortgeschriebenen Befunde des InfoMonitors, zuletzt Krüger, Udo Michael: InfoMonitor 2014: Internationale Themen dominieren die aktuelle Berichterstattung. Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. In: Media Perspektiven 2/2015, S. 75-103.

