

Nutzung der Public-Value-Woche in Fernsehen und Internet

► ARD-Themenwoche 2017 „Woran glaubst Du?“

Von Gerlinde Frey-Vor*

Themenwoche generiert Public Value

Die ARD-Themenwoche 2017 mit dem Titel „Woran glaubst Du?“ widmete sich dem Thema Glauben in seinen unterschiedlichen Facetten und aus ganz verschiedenen Blickwinkeln. Seit 2006 fokussiert die ARD in ihren jährlichen Themenwochen – koordiniert von einer oder mehreren Landesrundfunkanstalten – Sendungen und Beiträge in ihren Fernseh-, Hörfunk und Onlineangeboten sowie in den sozialen Netzwerken jeweils auf ein aktuelles Schwerpunktthema. Beteiligt sind nicht nur das Erste und die Dritten Programme der ARD, sondern auch die ARD-Spartensender und die ARD/ZDF-Gemeinschaftsangebote Arte, 3sat, Phoenix sowie in diesem Jahr auch funk, das junge Angebot. Der jeweilige Themenschwerpunkt wird quer durch alle publizistischen und fiktionalen Genres behandelt. Ermöglicht werden auch unterschiedliche Wege der Partizipation und Rückäußerung durch die Rezipienten. Das Ziel der ARD-Themenwochen ist es, Anregungen zur Reflexion für die Rezipienten und publizistische Anstöße für andere Medien zu geben und so einen publizistischen Mehrwert bzw. Public Value zu generieren.

Der Begriff des Public Value steht in enger Verbindung zu Konzepten des Gemeinwesens und des Gemeinwohls. (1) Im Zusammenhang mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk wurde der Begriff ursprünglich geprägt durch Debatten in Großbritannien, die sich mit der Rolle der BBC in der Gesellschaft beschäftigten. (2) In Deutschland wurde das Konzept im Kontext des Drei-Stufen-Tests wichtig. (3) Einen solchen Test müssen deutsche öffentlich-rechtliche Sender durchführen, wenn sie ihre Telemedienangebote substanziell verändern oder erweitern. Dabei gilt es immer nachzuweisen, inwiefern ein Angebot einen qualitativen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb darstellt und den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht. (4)

Zwölfte Themenwoche im Juni 2017

Die diesjährige Themenwoche vom 11. bis 17. Juni 2017 war bereits die zwölfte ARD-Public-Value-Woche, in der dieses Ziel verfolgt wurde. Die thematische Bandbreite der bisherigen Themenwochen kann Tabelle 1 entnommen werden. (5) Aus Sicht der Angebotsverantwortlichen und Koordinatoren sind die Themenwochen jedes Mal „publizistische Großereignisse“. (6)

Kurz und knapp

- Die ARD-Themenwoche 2017 „Woran glaubst Du?“ hat ihre Ziele erreicht, indem sie z. B. viele Menschen mit dem Thema Glauben in Kontakt gebracht hat.
- Offeriert wurden zahlreiche Fernseh-, Radio- und Onlineangebote im Ersten und den Dritten Programmen sowie in den ARD-Spartensendern und ARD/ZDF-Gemeinschaftsangeboten.
- Mehr als 33 Millionen Fernsehzuschauer wurden von mindestens einer Sendung zur Themenwoche erreicht.
- Die Website www.themenwoche.ard.de wurde fast zwei Millionen Mal aufgerufen, und auch die Beteiligung an interaktiven Angeboten war hoch.

Ziele und Angebot der ARD-Themenwoche 2017

Die Themenwoche 2017 wurde vom Mitteldeutschen Rundfunk koordiniert, dessen Sendegebiet in diesem Jahr auch im Fokus des evangelischen Kirchentages sowie vieler weiterer Veranstaltungen zum 500sten Jubiläum der Reformation stand. (7) Widmeten sich die medialen Angebote rund um die Reformation schwerpunktmäßig dem christlichen Glauben, so hatte es sich die ARD-Themenwoche zum Ziel gesetzt, die Vielfalt verschiedener Glaubensrichtungen 2017 in Deutschland abzubilden.

Die ARD-Vorsitzende und MDR-Intendantin Karola Wille betonte zum Auftakt der ARD-Themenwoche „Woran glaubst Du?“ die publizistische Relevanz einer solchen Herangehensweise an das Thema „in Zeiten globaler Krisen, gesellschaftlichen Wandels, einer Fragmentierung in vielen Lebensbereichen und ins Wanken geratener langjähriger Gewissheiten“. (8) Der Programmleiter des Ersten, Volker Herres, sagte im gleichen Zusammenhang: „Die Themenwoche ‘Woran glaubst Du?’ will bewusst machen, woran wir uns in unserem Handeln orientieren. Denn ob religiös oder nicht, letztendlich hat jeder für sich die Frage zu beantworten: Worumwillen leben wir?“. (9) Anders als in den Vorjahren fand die Themenwoche 2017 nicht im Herbst statt, da Ende Oktober die Feierlichkeiten – und damit auch die Berichterstattung – über das Reformationsjubiläum ihren Höhepunkt erreichten. Die Themenwoche „Woran glaubst Du?“ sollte zeitlich davon abgesetzt ausgestrahlt werden, um ein möglichst breites Diskussionsspektrum zum Thema Glauben abzubilden und nicht auf die Reformation fokussiert zu sein. Folgende drei Perspektiven standen im Zentrum dieser Themenwoche: 1. Glauben auf individueller und persönlicher Ebene, 2. Glaubensvielfalt in Deutschland, 3. Religion und Glauben in der Gesellschaft sowie ihre politischen Dimensionen.

Abbildung der Vielfalt von Glaubensrichtungen in Deutschland

* MDR Markt- und Medienforschung.

Tab. 1 Übersicht der ARD-Themenwochen 2006 bis 2017

Jahr	Thema
2017	Woran glaubst Du?
2016	Zukunft der Arbeit
2015	Heimat
2014	Toleranz – Anders als Du denkst
2013	Zum Glück
2012	Leben mit dem Tod
2011	Der mobile Mensch
2010	Essen ist Leben (Thema: Ernährung)
2009	Ist doch Ehrensache (Thema: Ehrenamt)
2008	Mehr Zeit zu leben: Chancen einer alternden Gesellschaft
2007	Kinder sind Zukunft
2006	Leben - was sonst? (Thema: Krebs)

Quelle: MDR Medienforschung.

Rund 230 Programmstunden im TV und 450 im Hörfunk

Im Fernsehen wurden ca. 600 Sendungen und Beiträge ausgestrahlt. In den insgesamt 231 Stunden Programm waren alle Formate und Genres vertreten: Nachrichten, und Magazinsendungen, Reportagen und Berichte, Dokumentationen und Dokumentarfilme, Talkformate, Satiresendungen, Fernsehfilme, Krimis und Vorabendserien sowie auch Kindersendungen. Dabei gingen sowohl Ausgaben von regelmäßigen Sendungen als auch Einzelformate, wie zum Beispiel der Fernsehfilm „Atempause“, auf das Thema ein. Die in den verschiedenen Sendegebieten verankerten regionalen ARD-Hörfunkwellen lieferten ebenfalls eine große Bandbreite an Sendungen und Beiträgen. Über 450 Stunden Radioprogramm beschäftigten sich mit Aspekten der Themenwoche 2017.

Vielfältige Angebote im Internet

Ein besonderes Augenmerk lag bei den Angeboten dieser Themenwoche wieder auf den Onlineangeboten (10), die bereits Ende April 2017 auf www.themenwoche.ard.de starteten. Die Nutzer konnten in einem Liveblog auf der zentralen Webseite und in den sozialen Netzwerken über Glaubensfragen diskutieren. Weitere interaktive Angebote waren ein Cred-O-Mat sowie eine Pageflow-Deutschlandkarte „Woran glaubt Deutschland?“, die im Mittelpunkt eines Multimediaprojektes stand. Interessierte Nutzerinnen und Nutzer konnten sich hier mit eigenen Glaubensvorstellungen einbringen. Während der Themenwoche wurden auf der Website besondere Programmhöhepunkte, wie das Webspecial zum Fernsehfilm „Atempause“ des Ersten, Projekte der Landesrundfunkanstalten sowie eine eigene ARD-Mediatheks-Startseite für die Themenwoche verlinkt.

Zusätzlich lieferte das Onlineangebot einen kompletten Überblick über alle Programmaktivitäten in Hörfunk und Fernsehen der ARD zur Themenwoche. Einen weiteren Schwerpunkt des Onlineangebotes bildete die Reihe „Besondere Gesichter des Glaubens“, für die die Redaktion von ARD.de Kurzinterviews mit interessanten Personen führte, die persönliche Einblicke in ihr Glaubensleben gaben, darunter zum Beispiel ein bekennender Agnostiker, eine buddhistische Nonne und ein zum Christentum bekehrter ehemaliger Neonazi.

Wie auch schon bei den vorangegangenen Themenwochen wurden in Form der „Aktion Schulstunde“, dem „Planet Schule“ und dem „Kinderfunkkolleg“ auch wieder online Materialien für Lehrer und Schüler zur Verfügung gestellt.

Resonanz der Nutzer auf die ARD-Themenwoche

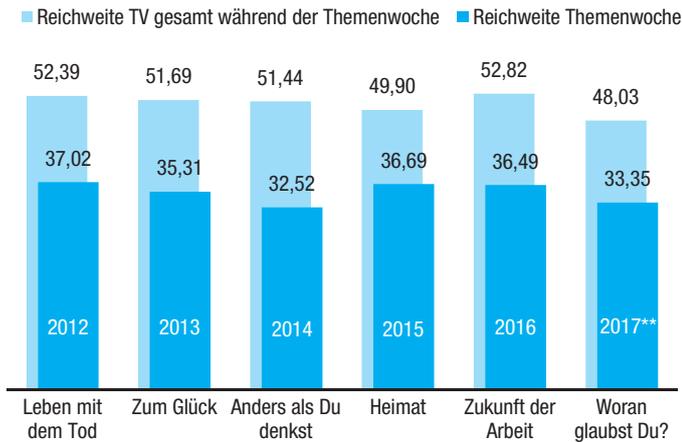
Die Fernsehangebote der ARD-Themenwoche erreichten über die gesamte Woche knapp 45 Prozent aller Fernsehnutzer bzw. 33,35 Millionen Zuschauer (vgl. Abbildung 1). Dieser sogenannte Netto-Sehbeteiligungswert besagt, dass so viele Zuschauer mindestens zu einer Sendung im Ersten, in den Dritten Programmen oder den Spartenkanälen der ARD und den kooperierten Programmen eingeschaltet hatten. Das Nutzungsniveau entsprach ungefähr dem der Themenwoche 2014, fiel aber geringer aus als das der letzten beiden Themenwochen. Zu berücksichtigen ist hier, dass im Juni bzw. in der warmen Jahreszeit überhaupt allgemein weniger Zuschauer den Fernseher einschalten. Die Ausstrahlungszeiträume für die vorherigen ARD-Themenwochen lagen seit 2012 immer im Oktober oder November.

Die ARD-Themenwoche „Woran glaubst Du?“ erreichte – wie auch andere ARD-Themenwochen – ihre höchste Reichweite bei den älteren Zuschauern (vgl. Abbildung 2). Fast 70 Prozent der ab 50-Jährigen haben eine oder mehrere Sendungen der

Themenwoche erreichte mehr als 33 Mio TV-Zuschauer

Nutzung der TV-Angebote in verschiedenen Zielgruppen

Abb. 1 ARD-Themenwoche: Kumulierte Reichweite und Zuschauerpotenzial 2012 bis 2017
Netto-Sehbeteiligung der ARD-Senderfamilie gesamt*, in Mio



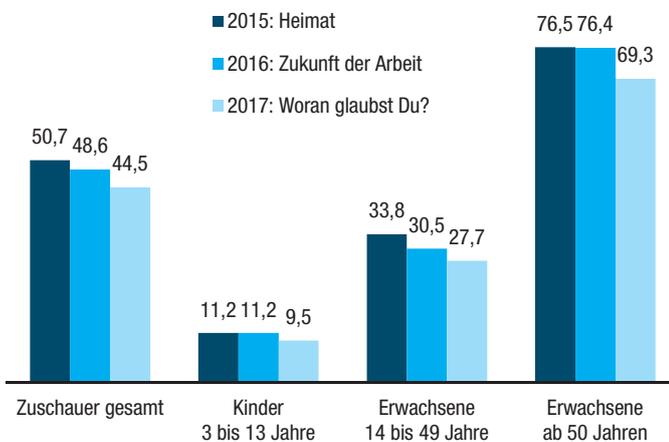
*Inkl. ZDF (Berücksichtigung der über die Ausstrahlung im ZDF erzielten Reichweite des ARD-Morgenmagazins und des ARD-Mittagsmagazins).

*Ab 2017 inkl. der erstmals auswertbaren Digitalangebote ONE, Tagesschau24 und ARDalpha sowie Arte.

Basis: Zuschauer ab 3 Jahren in Deutschland.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, MDR Medienforschung.

Abb. 2 Kumulierte Netto-Sehbeteiligung der TV-Angebote der ARD-Themenwoche 2015 bis 2017
in Mio



Basis: Zuschauer ab 3 Jahren in Deutschland.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, MDR Medienforschung.

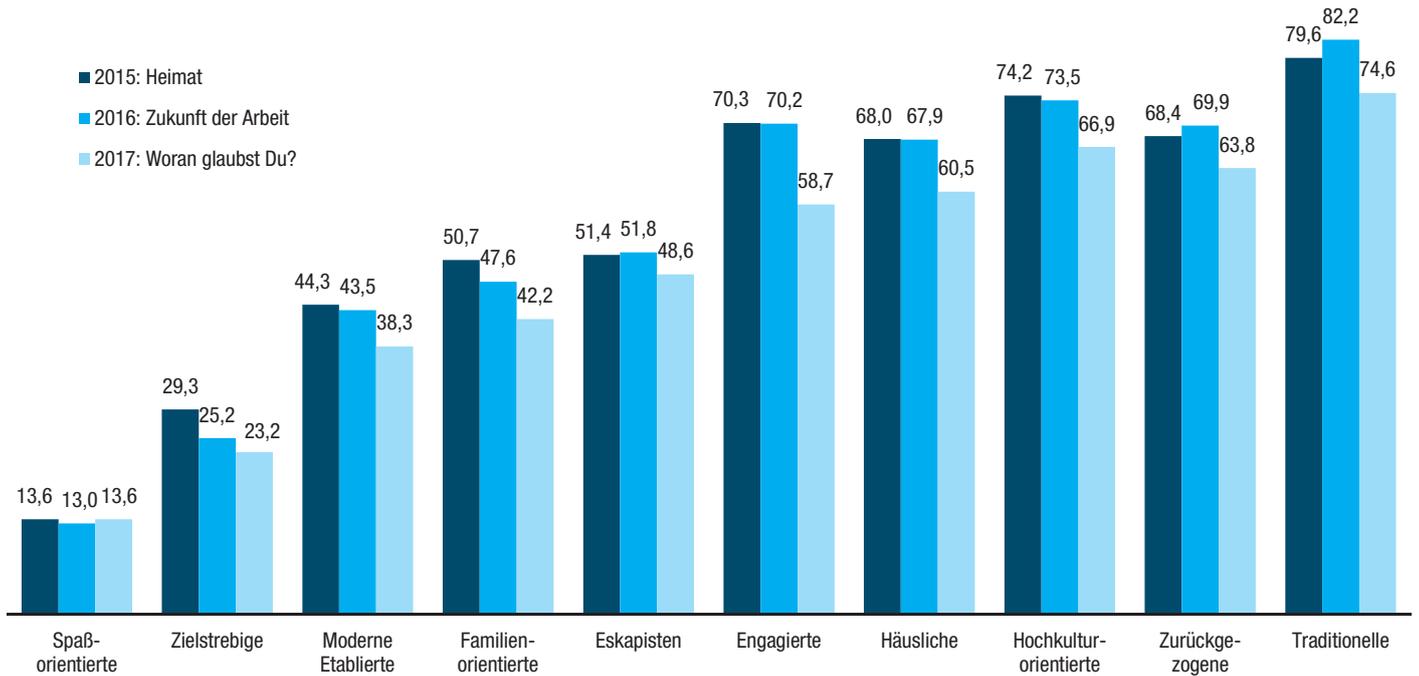
ARD-Themenwoche im Ersten, in den Dritten Programmen, den Spartenkanälen der ARD oder den Gemeinschaftsprogrammen gesehen, von den jüngeren Zuschauern waren es knapp 28 Prozent. (11)

nutzertypen, die im Schnitt eher älter sind (vgl. Abbildung 3). Eine höhere Reichweite wurde jedoch auch bei den im Schnitt jüngeren Typen der Modernen Etablierten, der Familienorientierten und Eskapisten erreicht. (12)

Resonanz nach MedienNutzerTypen

In der Ausweisung nach MedienNutzerTypen (MNT) stellt sich die Zielgruppenresonanz differenzierter dar. Eine deutlich überdurchschnittliche Resonanz erreichte die ARD-Themenwoche 2017 bei den Traditionellen, den Hochkulturorientierten, den Zurückgezogenen und den Engagierten, also Medien-

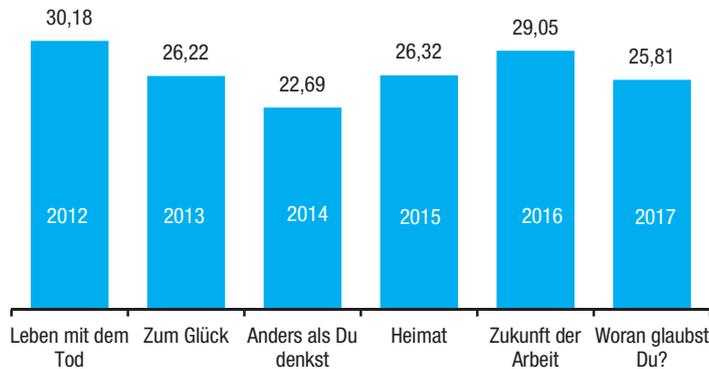
Abb. 3 Kumulierte Netto-Sehbeteiligung der TV-Angebote der ARD-Themenwoche 2017 nach MedienNutzerTypen in Mio



Inkl. ZDF (Berücksichtigung der über die Ausstrahlung im ZDF erzielten Reichweite des ARD-Morgenmagazins und des ARD-Mittagsmagazins).
 Basis: Zuschauer ab 3 Jahren in Deutschland.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, MDR Medienforschung.

Abb. 4 Kumulierte Reichweite der ARD-Themenwoche im Ersten 2012 bis 2017 Netto-Sehbeteiligung, in Mio



Basis: Zuschauer ab 3 Jahren in Deutschland.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, MDR Medienforschung.

26 Mio Zuschauer sahen mindestens eine Sendung im Ersten

Im Ersten schalteten 25,8 Millionen bzw. 34,4 Prozent aller Fernsehzuschauer mindestens eine Sendung der ARD-Themenwoche 2017 ein. Im Zeitreihenvergleich fielen auch hier die Werte etwas geringer aus als in den vergangenen beiden Jahren, lagen aber über den Werten von 2014 (vgl. Abbildung 4). Die einschaltstärksten Sendungen im Ers-

ten waren 2017 die Themenwochen-Ausgaben des „Tatort“ und von „In aller Freundschaft“ sowie der Fernsehfilm „Atempause“ (vgl. Tabelle 2). Die Sendungen der ARD-Themenwoche 2017 in den Dritten Programmen erreichten kumuliert einen Netto-Sehbeteiligungswert von knapp 18,5 Millionen bzw. 25 Prozent. Die höchsten Reichweiten wurden von MDR, RBB und NDR in ihren jeweiligen Sendegebieten erzielt, so erreichten beispielsweise die Angebote im MDR-Fernsehen einen Netto-Sehbeteiligungswert von über 34 Prozent im MDR-Gebiet.

Tab. 2 Das Erste: Meistgesehene Sendungen der ARD-Themenwoche 2017 „Woran glaubst Du?“

Rang	Titel	Tag	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
1	Tatort: Level X	So	11.6.2017	20:15:14	01:27:33	6,96	22,4
2	In aller Freundschaft Folge 773	Di	13.6.2017	21:03:35	00:43:18	5,39	19,8
3	Atempause	Mi	14.6.2017	20:15:29	01:28:19	2,75	11,4
4	FAKT	Di	13.6.2017	21:46:53	00:28:17	2,61	10,1
5	Tagesthemen	Mi	14.6.2017	22:15:50	00:33:11	2,02	9,3
6	In aller Freundschaft – Die jungen Ärzte Folge 104	Do	15.6.2017	18:51:36	00:47:45	1,98	9,9
7	Die Konfirmation	Fr	16.6.2017	21:45:56	01:28:54	1,96	8,2
8	Lindenstraße Folge 1633	So	11.6.2017	18:50:17	00:28:35	1,87	9,2
9	Nuhr dran glauben	Do	15.6.2017	22:49:00	00:44:01	1,87	11,0
10	PLUSMINUS	Mi	14.6.2017	21:44:47	00:30:14	1,79	7,3
11	Tagesthemen	So	11.6.2017	23:14:08	00:21:44	1,74	10,8
12	Das Wort zum Sonntag	Sa	17.6.2017	23:46:04	00:04:18	1,65	10,4
13	Börse vor acht	Do	15.6.2017	19:54:34	00:02:45	1,57	6,8
14	Maischberger	Mi	14.6.2017	22:50:00	01:14:18	1,48	9,4
15	Brisant	Do	15.6.2017	17:14:48	00:40:21	1,46	12,5
16	Brisant	Fr	16.6.2017	17:15:03	00:41:28	1,45	12,2
17	Weltspiegel	So	11.6.2017	19:20:15	00:36:01	1,44	6,3
18	Land ohne Glauben?	Mo	12.6.2017	22:46:26	00:43:41	1,40	8,3
19	Brisant	Di	13.6.2017	17:15:01	00:40:20	1,35	12,0
20	Brisant	Mi	14.6.2017	17:14:51	00:38:40	1,27	13,5

Basis: Zuschauer ab 3 Jahren in Deutschland.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, MDR Medienforschung.

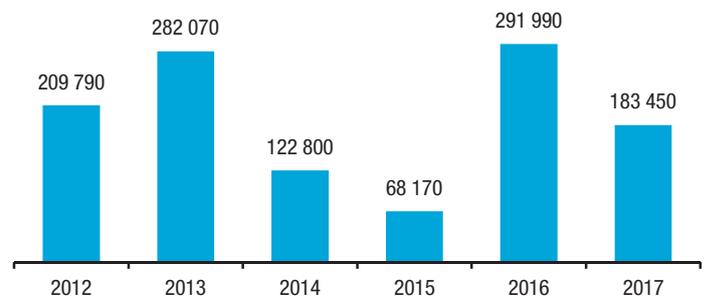
Über die Resonanz der ARD-Themenwoche im Hörfunk liegen leider keine Nutzungsdaten vor.

Hohe Nutzungswerte der ARD-Themenwoche im Internet

Das Onlineangebot der ARD-Themenwoche auf www.themenwoche.ard.de erreichte in den sieben Tagen vom 11. bis 17. Juni 183 000 Besuche und 1,2 Millionen Seitenabrufe. Im Zeitreihenvergleich lagen die Werte unter dem Niveau der Themenwoche 2016, aber über den Werten der Jahre 2015 und 2014 (vgl. Abbildung 5).

Die nutzungsstärksten Teile des Onlineangebotes der Themenwoche 2017 waren die „Deutschlandkarte“ (36 000 Besuche und 180 000 Seitenabrufe in der gesamten Themenwoche) und der Cred-O-Mat (26 000 Besuche und 478 000 Seitenabrufe in der gesamten Themenwoche). Insgesamt erzielte das Angebot seit der Veröffentlichung im Vorfeld der Themenwoche (von Ende April bis Ende Juni 2017) rund 430 000 Besuche und fast 2 Millionen Seitenabrufe.

Auf den Liveblog griffen fast 43 000 Nutzer zu, er wurde von Beginn an intensiv genutzt. Während der Themenwoche im Juni wurde tagsüber alle drei Minuten ein Beitrag gepostet. Auch auf Facebook wurden zahlreiche Beiträge veröffentlicht. Der am häufigsten ausgespielte Post (1,6 Millionen Zugriffe) war ein Video, in dem der Comedian Bülent Ceylan über seinen Glauben spricht. Auf Twitter stieß der Webtrailer zur Gleichberechtigung (für Gleichberechtigung sein, auch mit Kopftuch) auf die größte Resonanz.

Abb. 5 ARD-Themenwoche 2017: Visits auf themenwoche.ard.de 11. bis 17.6.2017

Erhebungsmethode: Abruf Zähl-Pixel.

Basis: ATI-Logfiledaten.

Quelle: ARD.de Webanalyse.

Fazit

Die ARD-Themenwoche 2017 hat ihre Ziele, nämlich möglichst viele Menschen mit einem besonderen Themenangebot vertieft in Kontakt zu bringen und Angebote zur Reflexion über den eigenen Glauben und den Glauben anderer Menschen an zu bieten, erreicht. Mehr als 33 Millionen Zuschauer bzw. 45 Prozent aller Fernsehnutzer wurden zwi-

**Themenwoche
erneut erfolgreich**

schen dem 11. und 17. Juni 2017 mit mindestens einer Sendung der ARD-Themenwoche „Woran glaubst Du?“ erreicht. Von Ende April bis Ende Juni 2017 wurde die Seite www.themenwoche.ard.de fast zwei Millionen Mal aufgerufen. Sehr hoch war die Beteiligung an den interaktiven Angeboten – entweder direkt auf der Webseite oder in den sozialen Medien –, bei denen Menschen ihre persönlichen Ansichten zu Fragen des Glaubens einbringen und mitdiskutieren konnten. So griffen 43 000 Nutzer und Nutzerinnen auf den Liveblog zu und posteten eigene Beiträge, um Einiges höher noch war die Beteiligung via Facebook und Twitter.

Im Vergleich mit der Themenwoche 2016 „Zukunft der Arbeit“ war die Themenwoche 2017 alles in allem zwar etwas weniger nutzungsstark. Das Nutzungsniveau entspricht aber dennoch dem Spektrum der Themenwochen der letzten fünf Jahre. Berücksichtigt werden müssen auch saisonale Effekte, die mit dem anderen Ausstrahlungszeitraum der Themenwoche 2017 in der wärmeren Jahreszeit zusammenhängen.

Zusammenspiel der ARD-Medien

Geglückt erscheint auf jeden Fall das Zusammenspiel der verschiedenen ARD-Medien, um Menschen in verschiedenen Zielgruppen mit den Inhalten der Themenwoche anzusprechen. Die ARD-Themenwoche 2017 hat Impulse gesetzt, über verschiedene Glaubensinhalte informiert, zur Reflexion eingeladen und Menschen miteinander ins Gespräch gebracht. Ähnlich wie bereits die Themenwoche „Toleranz – anders als Du denkst“ im Jahr 2014 hat sie einen Beitrag dazu geleistet, dass aus dem Thema „Glauben“ kein Element der Spaltung in unserer Gesellschaft wird und kein explosiver Zündstoff hervorgeht, sondern ein Element, das die Menschen befähigt, auch nach verbindenden Werten zu suchen und sich über ganz unterschiedliche Glaubensinhalte auszutauschen.

Anmerkungen:

- 1) Das Gemeinwesen bzw. die Gesellschaft stellt den Rahmen dar, in dem sowohl individuelle Interessen und Bedürfnisse (Consumer Value) als auch gesellschaftliche Bedürfnisse (Citizen Value) verfolgt und befriedigt werden können. Handlungen im Sinne des Gemeinwohls stärken den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Teilhabe möglichst aller Mitglieder.
- 2) Vgl. z. B. Terrington, Simon/Caroline Dollar: *Measuring the value created by the BBC*. In: Helm, Dieter (Hrsg.): *Can the market deliver? Funding public service television in the digital age*. Eastleigh 2005, S. 60-77; sowie Woldt, Runar: *Der Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der digitalen Ära*. Neue Royal Charter für die BBC. In: *Media Perspektiven* 12/2006, S. 598-606.
- 3) Vgl. u. a. Gundlach, Hardy: *Public Value in der Medienökonomie*. In: Gundlach, Hardy (Hrsg.): *Public Value in der Digital- und Internetökonomie*. Köln: Halem, 2011, S. 11-24, hier S. 15f.; vgl. auch Neuberger, Christoph: *Definition und Messung publizistischer Qualität im Internet*. Berlin 2011, S. 63-69; vgl. außerdem Papier, Hans-Jürgen/Timo Meynhardt (Hrsg.): *Freiheit und Gemeinwohl: Ewige Gegensätze oder zwei Seiten einer Medaille?* Berlin 2016.
- 4) Die Bestimmung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft sowie die Ableitung von Qualitätskriterien werden dabei eng an den Funktionsauftrag des Rundfunkstaatsvertrags geknüpft. In §11 Abs. 1 RfStV heißt es: „Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. (...) Ihre Angebote haben der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Sie haben Beiträge ins-besondere zur Kultur anzubieten“.
- 5) Zur Publikumsakzeptanz der ARD-Themenwochen vgl. Geese, Stefan/Camille Zubayr: *ARD-Themenwoche „Krebs im Urteil des Publikums“*. Ergebnisse der Begleitforschung. In: *Media Perspektiven* 6/2006, S. 306-314; Geese, Stefan/Claudia Zeughardt: *Die ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ im Urteil des Publikums*. Ergebnisse der Repräsentativbefragung. In: *Media Perspektiven* 7/2007, S. 329-337; Geese, Stefan/Claudia Zeughardt: *Die ARD-Themenwoche „Mehr Zeit zu leben: Chancen einer alternden Gesellschaft“ im Urteil der Zuschauer*. Ergebnisse der Repräsentativbefragung. In: *Media Perspektiven* 8/2008, S. 386-393; Gscheidle, Claudia/Stefan Geese: *Die ARD-Themenwoche „Ist doch Ehrensache!“ im Urteil der Zuschauer*. Ergebnisse der Repräsentativbefragung. In: *Media Perspektiven* 8/2009, S. 389-397; Gscheidle, Claudia: *Die ARD-Themenwoche „Essen ist Leben“ im Urteil der Zuschauer*. Ergebnisse der Repräsentativbefragung. In: *Media Perspektiven* 12/2010, S. 572-580; Kaltenbacher, Julia/Ulrich Neuwöhner: *Die ARD-Themenwoche „Der mobile Mensch“ im Urteil der Zuschauer*. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. In: *Media Perspektiven* 9/2011, S. 382-390; Frey-Vor, Gerline/Inge Mohr: *Die ARD-Themenwoche „Leben mit dem Tod“ im Urteil des Publikums*. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. In: *Media Perspektiven* 3/2013, S. 154-164. Simon, Erk/Gerhard Kloppenburg: *Die ARD Themenwoche 2013 „Zum Glück“ im Urteil des Publikums*. Repräsentativbefragung zum Public Value des crossmedialen Programmschwerpunkts. In: *Media Perspektiven* 2/2014, S. 94-99; Egger, Andreas: *Medien und Toleranz: Erwartungen und Werturteile des Publikums*. Ergebnisse zweier Repräsentativstudien zur ARD-Themenwoche 2014 „Toleranz – anders als Du denkst“. In: *Media Perspektiven* 3/2015, S. 136-144; Schröter, Christian: *Themenwoche „Heimat“: Angebot, Rezeption und Urteile des Publikums*. Ergebnisse der Begleitforschung zur zehnten ARD-Themenwoche. In: *Media Perspektiven* 12/2016, S. 598-606.
- 6) Vgl. Weiss, Andreas: *„Public Value – Mehrwert für die Gesellschaft“*. Bilanz der zweiten ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“. In: *Media Perspektiven* 7/2007, S. 322-328.
- 7) Vgl. www.mdr.de/reformation500.
- 8) Pressestatement von Carola Wille zum Auftakt der Themenwoche, Juni 2017.
- 9) Pressestatement von Volker Herres zum Auftakt der Themenwoche, Juni 2017.
- 10) Vgl. ard.de; themenwoche.ard.de; www.facebook.com/ARD; www.planet-schule.de; www.rbb-online.de/schulstunde.
- 11) Zu berücksichtigen ist hier, dass die ausschließlich onlinebasierten Angebote von funk nicht in diesem Wert enthalten sind.
- 12) Zur MedienNutzerTypologie vgl. auch den Beitrag von Matthias Eckert u. a. in diesem Heft.

