

## Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2020 – Teil 1

# Programmprofile von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben

Von Torsten Maurer, Matthias Wagner und Hans-Jürgen Weiß\*

Mit dem vorliegenden Beitrag wird die 2019 neu konzipierte ARD/ZDF-Programmanalyse für das Untersuchungsjahr 2020 fortgeschrieben. (1) In der seit 1985 durchgeführten Langzeitstudie wurden von Anfang an die Programmstrukturen und mit zunehmender Differenzierung die Informationsangebote der Fernsehprogramme analysiert, die in Deutschland die größten Zuschauerreichweiten erzielen. Seit etwa 20 Jahren werden zwei separate Teilstudien zu diesen beiden Forschungsschwerpunkten durchgeführt: Die Programmstrukturen zunächst von fünf und seit 2019 von sechs Sendern werden im Rahmen einer Jahresvollerhebung anhand der Programmprotokolle und Programmcodierung der AGF Videoforschung untersucht (Teilstudie 1). Zusätzlich werden im Rahmen einer vier Programmwochen umfassenden Stichprobenerhebung Umfang, Struktur und Inhalte der Informationsangebote in vier Fernsehprogrammen anhand von TV-Aufzeichnungen analysiert (Teilstudie 2). Im Folgenden werden die Befunde der ersten Teilstudie zum Untersuchungsjahr 2020 vorgelegt. (2) Sie beziehen sich auf die Programmangebote von zwei öffentlich-rechtlichen und vier privaten Sendern: Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat. 1 und ProSieben.

Sechs  
zuschauerstärkste  
TV-Programme  
untersucht

Diese sechs Programme teilten 2020 – wie schon 2019 – knapp die Hälfte des deutschen Fernseherschauermarktes unter sich auf (vgl. Abbildung 1). Dabei sicherten sich die beiden öffentlich-rechtlichen Programme zusammen ein Viertel des Zuschauermarktes (ZDF: 13,6%, Das Erste: 11,3%). Bei den vier privaten Programmen lagen RTL vor Sat.1 (8,1 vs. 5,7%) und VOX vor ProSieben (4,8 vs. 4,0%). Bei den öffentlich-rechtlichen Programmen legte das ZDF im Vergleich zu 2019 etwas zu, der Marktanteil für Das Erste blieb gleich. Bei den vier privaten Programmen konnte nur VOX den Marktanteil von 2019 halten, die anderen drei Programme gingen leicht zurück.

### Methode

Zentrale Kategorien:  
Programmsparten  
und Sendungsformate

Aus Anlass der Neukonzeption der ARD/ZDF-Programmanalyse wurden die Konzeption und methodischen Grundlagen beider Teilstudien ausführlich erläutert. (3) Das Ziel des ersten Teils der Programmanalyse ist es, die strukturelle Vielfalt der Programmangebote der sechs Sender im Kontext eines Programmjahres zu analysieren. (4) Zentrale Kate-

gorien dieser Strukturanalyse sind vor allem Programmsparten und Sendungsformate, mit deren Hilfe die Angebote der sechs Fernsehprogramme beschrieben und miteinander verglichen werden können.

### Kurz und knapp

- Der erste Teil der Programmanalyse 2020 belegt weitgehende Kontinuität bei den Strukturen der Fernsehprogramme.
- Auch die Coronakrise zeigt – auf das gesamte Jahr bezogen – nur geringe Effekte auf die Zusammensetzung der sechs untersuchten Programme.
- Das deutliche Übergewicht der Informationsangebote in den öffentlich-rechtlichen Programmen gegenüber den privaten bleibt bestehen.
- Auffällig ist die Zunahme an aktuellen Sondersendungen in allen Programmen.
- Die Analyse der Angebote nach Tagesabschnitten zeigt Unterschiede in der Programmpolitik der Sender.

Die Programmdateien für das Jahr 2020 wurden in einer als Jahresvollerhebung durchgeführten Sekundäranalyse der Programmcodierung der AGF Videoforschung erhoben. Die materielle Grundlage der AGF-Programmcodierung und damit auch der ARD/ZDF-Sekundäranalyse sind nicht Programmaufzeichnungen, sondern die Programmprotokolle, die von den sechs Sendern Tag für Tag für die AGF erstellt werden. Grundsätzlich ist die ARD/ZDF-Sekundäranalyse an die Fallstrukturen, Kategorien und Codierentscheidungen der AGF-Programmcodierung gebunden. Jedoch wurde für die ARD/ZDF-Programmanalyse durch die mehrdimensionale Analyse bestimmter Variablenkombinationen eine eigenständige Spartensystematik entwickelt, die von der Primärerhebung partiell abweicht. (5) Das Ziel dieser Umstellungen ist es, die für die gesamte Studie zentrale Kategorie der Information schon auf struktureller Ebene – und damit im Vorfeld der inhaltlichen Analysen von Informationsangeboten, die im Mittelpunkt der zweiten Teilstudie stehen – zu präzisieren.

Sekundäranalyse  
der Programm-  
codierung der  
AGF Videoforschung

Bei der Berichterstattung über das Programmangebot im Untersuchungsjahr 2020 kommt man an der Coronakrise nicht vorbei, die seit Beginn des Jahres alle Bereiche des gesellschaftlichen und individuellen Lebens erfasst hatte – die Medien im Allgemeinen und das Fernsehen im Besonderen eingeschlossen.

Wirkte sich die  
Coronakrise auch  
auf die Programm-  
strukturen aus?

\* GöfaK Medienforschung.

Die Dominanz dieser Problematik in den Fernseh- nachrichten von Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1 wurden bereits im Rahmen des Nachrichtenmonitors in Heft 3/2021 von Media Perspektiven beschrieben. (6) Sie wird ebenfalls im Mittelpunkt der Befunde der zweiten Teilstudie der ARD/ZDF-Programmanalyse stehen, in der das gesamte Informationsangebot dieser vier Programme analysiert wird. Eine weitere Frage ist, ob sich aus der Coronakrise auch strukturelle Auswirkungen auf die Programme ergeben haben (zum Beispiel in Form einer Ausweitung der Informationsangebote), über die an dieser Stelle zu berichtet ist.

Analyse in sechs Schritten

Bevor diese Frage aufgegriffen wird, werden im Folgenden zunächst 1) die Basisdaten der Programmstrukturanalyse im Jahr 2020 und 2) die Spartenlogik der ARD/ZDF-Programmanalyse im Vergleich zur AGF-Primärerhebung vorgestellt. Sodann werden 3) die Strukturdaten der sechs Programme im Coronajahr 2020 mit denen des Vorjahres verglichen und im Hinblick auf coronabedingte Veränderungen analysiert. Anschließend werden 4) die Programmschwerpunkte der sechs Programme im Jahr 2020 identifiziert, um vor diesem Hintergrund 5) die Mikrostruktur der Sendungsangebote in den einzelnen Programmsparten der Sender zu beschreiben. Diese Analysen beziehen sich auf das gesamte, 24 Stunden pro Tag umfassende Programmangebot der sechs Sender. Sie werden am Ende des Beitrags 6) durch Untersuchungen zur Programmkonkurrenz im Tageszeitverlauf ergänzt.

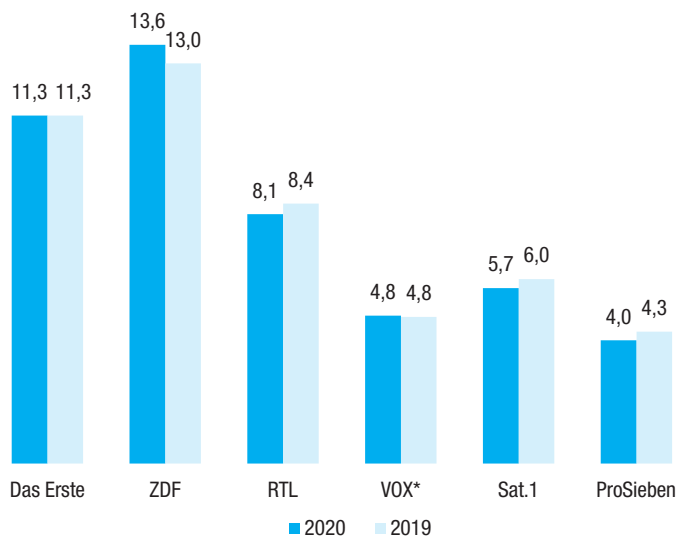
**Basisdaten der sechs Programme**

Lineares Programmivolumen: Redaktionelle Programmangebote und Werbung

Die beiden öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme auf der einen und die vier privaten Programme auf der anderen Seite unterscheiden sich grundsätzlich im quantitativen Umfang der redaktionellen Programmangebote, die täglich linear ausgestrahlt werden (vgl. Abbildungen 2 und 3). Der Grund dafür ist der unterschiedliche Stellenwert, den die Werbung in den Rechts- und Finanzierungsgrundlagen der beiden Programmgruppen hat. Die primär beitragsfinanzierten öffentlich-rechtlichen Programme dürfen nur in eng begrenztem Umfang Werbung ausstrahlen, die privat-kommerziellen Programme könnten dagegen theoretisch bis zu einem Fünftel der Sendezeit aus Werbung und Teleshopping bestehen. (7) Tatsächlich lag der Umfang der Werbung in den vier privaten Programmen im Durchschnitt zwischen 3 Stunden und 17 Minuten (ProSieben) und 3 Stunden und 40 Minuten (RTL) pro Tag. Die Folge ist ein strukturell bedingtes Ungleichgewicht im Umfang des redaktionellen Programmoutputs öffentlich-rechtlicher und privater Programme, das sich in allen systemvergleichenden Programmanalysen widerspiegelt.

Abbildung 1  
TV-Marktanteile 2019 und 2020

Zuschauer ab 3 Jahren, Mo-So, 3.00-3.00 Uhr, in %



\* Einschließlich der Nutzung auf VOXup.

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 1.1.-31.12.2020, Marktstandard: AGF-StandardTV.

Hinter den redaktionellen Programmleistungen, die in den folgenden Abschnitten analysiert werden, steht bei den öffentlich-rechtlichen Programmen seit Jahren ein durchschnittlicher Programmoutput von circa 23 Stunden pro Tag. Bei den privaten Programmen sind es circa 19 Stunden, das heißt täglich ungefähr vier Stunden weniger. Wir bezeichnen diesen redaktionellen Programmoutput im Folgenden als „Nettosendezeit“, um ihn von der Gesamtsendezeit eines 24 Stunden umfassenden Programmtages zu unterscheiden, dem auch nichtredaktionelle Programme wie Werbung und Teleshopping sowie Programmpromotion, Sponsoring etc. zuzurechnen sind. Berichtswerte Veränderungen dieser Ausgangswerte gibt es eigentlich nur dann, wenn sich bei den privaten Programmen das Werbevolumen ändert. Im Jahr 2020 traf das zum Beispiel auf die Werbung bei Sat.1 zu, die im Vergleich zu 2019 um etwa 20 Minuten pro Tag auf 3 Stunden und 20 Minuten zurückgegangen ist. Kompensiert wurde dies durch entsprechende Zuwachsraten im redaktionellen Programmbereich sowie im Bereich der Programmpromotion.

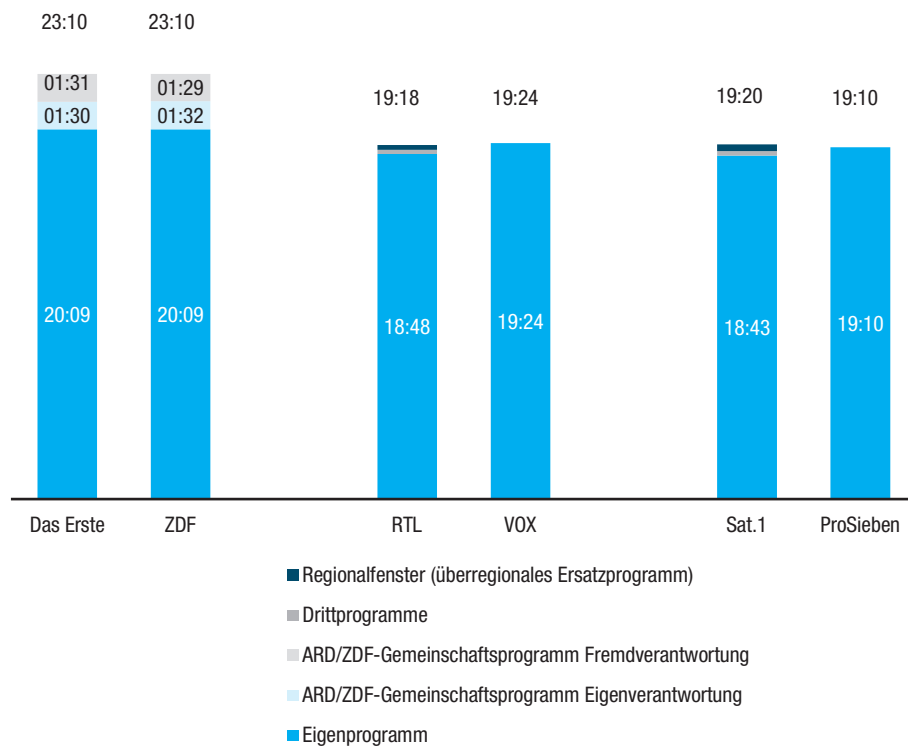
„Nettosendezeit“: Gesamtsendezeit ohne Werbung und nichtredaktionelle Programmteile

Nettosendezeiten sind Kostenfaktoren, die von den sechs Programmen zum Teil in derselben, zum Teil in unterschiedlicher Art und Weise reduziert werden. Für alle Sender ist die Wiederholung von Sendungen eines der einfachsten Mittel, Kosten für die Programmgestaltung zu reduzieren. Die Programmcodierung der AGF gibt darüber allerdings keine Auskunft. Jedoch sind der zweiten Teilstudie der

Programm-wiederholungen, Programmkooperationen, Drittprogramme und Regionalfenster

Abbildung 2  
**Nettosendezeiten**

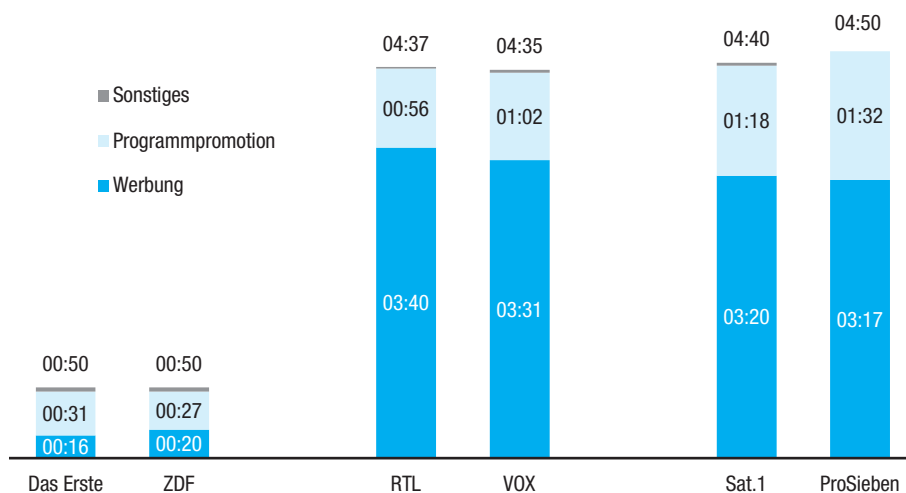
Durchschnittlicher Zeitumfang in Std.:Min.



Quelle: GöfaK Medienforschung.

Abbildung 3  
**Werbung und Programmpromotion**

Durchschnittlicher Zeitumfang in Std.:Min.



Quelle: GöfaK Medienforschung.

ARD/ZDF-Programmanalyse immerhin für vier der sechs Programme Hinweise auf kurzfristige Sendungswiederholungen (d. h. auf Wiederholungen am selben oder nächsten Sendetag bis maximal innerhalb einer Woche) zu entnehmen. Im Ergebnis dieser

Wiederholungsanalyse ist für 2020 festzuhalten, dass Das Erste und RTL ca. drei Programmstunden ihrer täglichen Nettosendezeit mit kurzfristigen Sendungswiederholungen ausfüllten, beim ZDF war es weniger (gut 2 Stunden), bei Sat.1 mehr (knapp 4 Stunden).

ARD und ZDF kooperieren beim Morgen- und Mittagsprogramm

Die beiden öffentlich-rechtlichen Anbieter reduzieren ihre Programmaufwendungen außerdem durch eine Kooperation in den Morgenstunden und am Mittag: Das Morgen- und das Mittagmagazin, einschließlich der darin integrierten Nachrichtenblöcke, werden von Montag bis Freitag im wöchentlichen Wechsel von Das Erste und dem ZDF verantwortet. In der 2020 praktizierten Kooperationsform hatte das ARD/ZDF-Gemeinschaftsprogramm im Jahresdurchschnitt einen Umfang von etwa drei Stunden pro Tag, deren Kosten sich das Erste und das ZDF teilen konnten.

RTL und Sat.1 bieten teilweise Regionalfenster an

Bei den reichweitestärksten Programmen der beiden großen privaten Senderfamilien, RTL und Sat.1, reduziert sich die eigenverantwortete Nettosendezeit – allerdings relativ geringfügig – aufgrund von rundfunkrechtlichen Vorgaben zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk. Zum einen sind beide Programme mit Einschränkungen dazu verpflichtet, redaktionell eigenständige Regionalfensterprogramme auszustrahlen. (8) In Folge der Einschränkungen werden jedoch nicht alle Gebiete mit privaten Regionalfenstern versorgt. Dort, wo dies nicht der Fall ist, sind in den Zeitfenstern für die Regionalprogramme überregionale Ersatzsendungen von RTL und Sat. 1 zu empfangen. (9) Faktisch betrug im Jahr 2020 die für Regionalfenster ausgesparte Sendezeit bei RTL im Tagesdurchschnitt 16 Minuten. Bei Sat.1 waren es durchschnittlich 22 Minuten pro Tag.

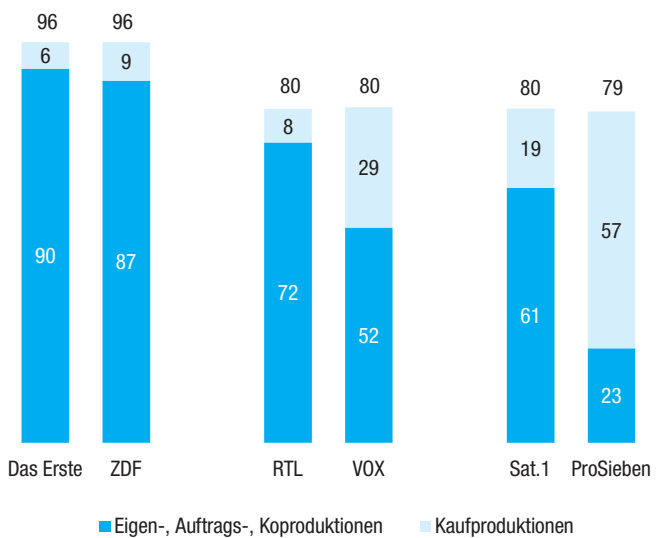
Programmangebote „unabhängiger Dritter“

Eine zweite Regelung, die Freigabe von Sendezeit für Programmangebote „unabhängiger Dritter“, ist mit der Marktstellung privater Vollprogramme und Fernsehveranstalter verknüpft. (10) Sie betraf im Jahr 2020 uneingeschränkt RTL und bis Mitte August 2020 auch Sat.1. (11) Sendungen unabhängiger Dritter auf RTL waren „Spiegel TV“, „Life – Menschen, Momente, Geschichten“, „Die Alltagskämpfer – Überleben in Deutschland“ und „Ohne Filter – So sieht mein Leben aus!“. Bei Sat.1 wurden vier Sendungen unabhängiger Dritter ausgestrahlt: „Spiegel TV Reportage“, „Focus TV Reportage“, „Dinnerparty“ und „Grenzenlos“. Im Durchschnitt des Jahres 2020 entfielen bei RTL 14 Minuten und bei Sat.1 15 Minuten pro Tag auf diesen Sendungstyp.

Eigen-, Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen sowie Kaufproduktionen

Den Basisdaten der Programmstrukturanalyse ist schließlich auch noch die Produktionscharakteristik der ausgestrahlten Programme zuzurechnen. Nicht zuletzt aus programmrechtlicher Perspektive (12) wird dabei vor allem zwischen Eigen-, Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen auf der einen und Kaufproduktionen auf der anderen Seite unterschieden. Faktisch sind diese beiden Formen der Programmproduktion und Programmbeschaffung im Fall der von uns untersuchten sechs Fernsehprogramme eng mit deren Programmsparten verknüpft. Wie noch zu zeigen sein wird, spielen dabei der Umfang und die

Abbildung 4  
Programmproduktion und Programmbeschaffung  
Zeitanteil in %



Quelle: GöfaK Medienforschung.

Produktionscharakteristik der fiktionalen Unterhaltungsangebote eine entscheidende Rolle. Zunächst soll jedoch nur ein pauschaler Blick auf die gesamte Produktionscharakteristik der untersuchten Fernsehprogramme geworfen werden (vgl. Abbildung 4).

Wie schon in den Jahren zuvor wurde auch 2020 in fünf der sechs Programme der überwiegende Teil der redaktionellen Programmangebote mit Eigen-, Auftrags- und Ko-Produktionen bestritten. Lediglich bei ProSieben standen wie immer Kaufproduktionen im Vordergrund, obwohl ihr Anteil gegenüber 2019 um 4 Prozentpunkte auf 57 Prozent der täglichen Sendezeit zurückgegangen ist. Den größten Anteil an Eigen-, Auftrags- und Ko-Produktionen hatten 2020 unverändert die beiden öffentlich-rechtlichen Programme mit ca. 90 Prozent der täglichen Sendezeit sowie RTL mit 72 Prozent. Deutlich geringer war er bei Sat.1 (61%), und insbesondere bei VOX ging er um 7 Prozentpunkte von 59 auf 52 Prozent zurück.

**Makrostrukturen der sechs Programme:  
Programmsparten**

Wie einleitend angesprochen, folgt die Programmstrukturanalyse, die im Rahmen der ARD/ZDF-Studie durchgeführt wird, einer eigenständigen, partiell von der AGF-Programmcodierung abweichenden Spartenlogik. Im Kern geht es dabei vor allem darum, in den Grauzonen zwischen Fernsehinformation auf der einen und Reality-TV/Factual Entertainment auf der anderen Seite klare Grenzen zu ziehen. (13) Die in diesem Zusammenhang mehrdeutige AGF-Programmsparte der Information wird daher im Rahmen der Sekundäranalyse durch die enger definierte Kate-

Nur bei ProSieben haben Kaufproduktionen den größten Anteil

Vier redaktionelle Programmsparten unterschieden

Tabelle 1  
Spartensystematik der AGF-Primärerhebung 2020  
Zeitanteil in %

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Information	46,7	45,5	23,1	38,4	17,9	11,3
Journalistische Information	42,8	44,9	20,8	22,0	16,0	11,3
Reality-TV (1): Narrative Formate <sup>1)</sup>	3,2	0,1	2,3	16,4	1,9	–
Sonstige Sendungen <sup>2)</sup>	0,7	0,5	–	–	0,0	–
Sport	4,5	3,0	1,1	–	0,3	0,4
Unterhaltung	10,3	10,3	39,1	15,4	43,4	10,6
Show-, Quiz-, Musiksendungen etc.	10,3	10,3	17,1	1,9	9,7	9,1
Reality-TV (2): Performative Formate <sup>3)</sup>	–	–	5,7	10,5	5,0	1,5
Reality-TV (3): Gescrriptete Formate <sup>4)</sup>	–	–	16,3	3,0	28,7	–
Fiction	35,0	37,7	17,1	27,0	18,9	57,5
Werbung, Programmpromotion etc.	3,5	3,5	19,6	19,2	19,5	20,2
Werbung	1,1	1,4	15,3	14,7	13,9	13,7
Anderes <sup>5)</sup>	2,4	2,1	3,9	4,4	5,6	6,5
Eingefügt: Rechnerische Differenz zum 24-Std.-Tag	0,0	0,0	0,4	0,1	0,0	0,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebung 2020. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

1) Daily Talks, Doku-Soaps und Coachingformate.

2) Vorwiegend religiöse Verkündigungssendungen und Gottesdienste.

3) Real-Life-Inszenierungen und Castingshows.

4) Gescrriptete Doku-Soaps und Gerichtsshow.

5) Sponsorhinweise (sofern in den AGF-Protokollen ausgewiesen) sowie Programmpromotion, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und Sonstiges (AGF: V1=40, V2 = 420-440, 910).

Quelle: GöfaK Medienforschung.

gorie der journalistischen Information ersetzt. In der Folge wird in der ARD/ZDF-Programmanalyse insgesamt zwischen vier eindeutig definierten redaktionellen Programmsparten unterschieden, anhand derer die Makrostrukturen der sechs untersuchten Fernsehprogramme zunächst grob kategorisiert und im Anschluss daran in den Details ihrer jeweiligen Mikrostrukturen analysiert und beschrieben werden:

- journalistische Information,
- Sport,
- nonfiktionale Unterhaltung und Reality-TV,
- fiktionale Unterhaltung.

Zu diesen vier redaktionellen Programmsparten kommen eine Restkategorie (14) sowie nichtredaktionelle Programmelemente wie Werbung, Programmpromotion, Sponsoring etc. hinzu.

Nur bei VOX  
nennenswerte  
Abweichung zur  
AGF-Codierung

Empirisch zeigt sich anhand eines Vergleichs der Befunde der AGF-Primärerhebung und der ARD/ZDF-Sekundäranalyse für das Jahr 2020, dass die unterschiedlichen Informationsquoten vor allem auf die unterschiedliche Kategorisierung narrativer Reality-TV-Formate (das heißt 2020 insbesondere der Doku-Soaps) zurückzuführen sind (vgl. Tabellen 1 und 2). In der AGF-Codierung werden diese Formate der Information zugerechnet, in der ARD/ZDF-Programmanalyse dem Reality-TV als Teil der nonfiktionalen

Unterhaltung. Bei fünf der sechs Fernsehprogramme wirkte sich diese Unterscheidung im Jahr 2020 nur geringfügig auf die jeweils ermittelten Informationsquoten aus, weil bei ihnen der Umfang der Reality-TV-Formate sehr gering war (am höchsten hierbei im Ersten mit einem Anteil von 3 % an der gesamten Sendezeit). Allein bei VOX ist eine starke Differenz zwischen AGF-Codierung und Programmanalyse zu registrieren. Die AGF ermittelte für VOX 2020 einen Informationsanteil von insgesamt 38 Prozent. Davon entfielen 16 Prozent auf narrative Reality-Formate bzw. Doku-Soaps. Damit bleiben für den Anteil journalistischer Informationsangebote, die in der ARD/ZDF-Programmanalyse ausgewiesen werden, im Programm von VOX 22 Prozent.

Die Struktur der Fernsehprogramme, die im Rahmen der ARD/ZDF-Programmanalyse langfristig beobachtet werden, ist – wie die jährlich erhobenen und in Media Perspektiven veröffentlichten Programmata zeigen (15) – über Jahre hinweg relativ stabil geblieben. Unabhängig von Programmmoden wie zum Beispiel einzelnen Reality-TV-Formaten, die von der Medienkritik immer wieder aufmerksam verfolgt und intensiv diskutiert werden (16), ist einerseits Kontinuität und andererseits – wenn überhaupt – langsamer, schrittweiser Wandel die typische Entwicklungsform dieser Programme. Das gilt aus empiri-

Struktur der  
Fernsehprogramme  
langfristig relativ  
stabil

**Tabelle 2**  
**Spartensystematik der ARD/ZDF-Sekundäranalyse 2020**  
Zeitanteil in %\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information	42,8	44,9	20,8	22,0	16,0	11,3
Sport	4,5	3,0	1,1	–	0,3	0,4
Nonfiktionale Unterhaltung und Reality-TV	13,5	10,4	41,4	31,8	45,3	10,6
Show-, Quiz-, Musiksendungen etc.	10,3	10,3	17,1	1,9	9,7	9,1
Reality-TV (1): Narrative Formate <sup>1)</sup>	3,2	0,1	2,3	16,4	1,9	–
Reality-TV (2): Performative Formate <sup>2)</sup>	–	–	5,7	10,5	5,0	1,5
Reality-TV (3): Gescriptete Formate <sup>3)</sup>	–	–	16,3	3,0	28,7	–
Fiktionale Unterhaltung	35,0	37,7	17,1	27,0	18,9	57,5
Sonstige Sendungen <sup>4)</sup>	0,7	0,5	–	–	0,0	–
Werbung, Programmpromotion etc.	3,5	3,5	19,6	19,2	19,5	20,2
Werbung	1,1	1,4	15,3	14,7	13,9	13,7
Programmpromotion	2,2	1,9	3,9	4,3	5,4	6,4
Sonstiges <sup>5)</sup>	0,2	0,2	0,4	0,2	0,2	0,1
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebung 2020. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

1) Daily Talks, Doku-Soaps und Coachingformate.

2) Real-Life-Inszenierungen und Castingshows.

3) Gescriptete Doku-Soaps und Gerichtsshows.

4) Vorwiegend religiöse Verkündigungssendungen und Gottesdienste.

5) Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 24-Stunden-Tag.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

scher Sicht vor allem dann, wenn man die Programmangebote der einzelnen Sender jeweils in ihrer Gesamtheit analysiert, das heißt im Hinblick auf Tage, Wochen, Monate, Jahre. Vor diesem Hintergrund ist es nicht sehr wahrscheinlich, dass die Coronakrise, die seit Anfang des Jahres 2020 alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens betraf, einen nachhaltigen Einfluss auf die Struktur der sechs Fernsehprogramme hatte. Wenn man andererseits von der Omni-präsenz dieser Problematik auf allen Kommunikationskanälen ausgeht, stellt sich dann doch die Frage, ob die Sender im Jahr 2020 nicht nur die Inhalte ihrer Informationssendungen massiv auf die Coronakrise ausgerichtet, sondern auch ihre Informationsangebote insgesamt ausgebaut haben. Beantworten lässt sich diese Frage anhand eines Vergleichs der Spartenstruktur der sechs Programme in den Jahren 2019 und 2020 (vgl. Tabelle 3).

In 2020 nur beim Ersten und ZDF Zunahme der journalistischen Information

Das Ergebnis dieses Vergleichs ist eindeutig und verweist auf die Ausführungen eingangs dieses Abschnitts. Bezogen auf das gesamte Jahr 2020 ist nur bei den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen eine berichtenswerte Zunahme der journalistischen Informationsangebote festzuhalten. Im Ersten entsprach der Zuwachs um 2,4 Prozentpunkte gegenüber 2019 gut einer halben Stunde mehr Information pro Tag, beim ZDF waren es 1,5 Prozentpunkte bzw. ein Zuwachs von täglich mehr als 20 Minuten. Bei RTL, Sat.1. und ProSieben tendierten die Verände-

rungen im Bereich der journalistischen Information gegen Null, bei VOX waren sie sogar negativ (–1,7 %-Punkte).

Die größten Veränderungen zwischen 2019 und 2020 betrafen nicht den Informationsbereich, sondern quantitative Verschiebungen zwischen den Unterhaltungssparten der vier privaten Fernsehprogramme. Das heißt konkret: Bei RTL, Sat.1 und ProSieben gab es Zuwachsraten bis zu knapp 4 Prozentpunkten in der nonfiktionalen Unterhaltung zu Lasten fiktionaler Programmangebote und umgekehrt bei VOX zu gut 4 Prozentpunkten mehr Fiction und weniger nonfiktionaler Unterhaltung.

Diese Befunde sind insofern „kontraintuitiv“, weil sich die Fernsehzuschauer mit Sicherheit an die Flut der Sondersendungen erinnern werden, die 2020 parallel zum Ausbruch der Pandemie und zu den Höhepunkten der Coronakrise in Deutschland ausgestrahlt wurden. Die Frage ist, wo diese Sendungen in den Programmstrukturdaten des Jahres 2020 verborgen sind.

**Programmschwerpunkte:**  
**Die sechs Programme im Vergleich**

Mit der Aufstellung von Spartenranglisten der Sender ist es möglich, ihre Programmprioritäten zu identifizieren und miteinander zu vergleichen. Die Ranglisten sind unabhängig von den unterschiedlichen Netto-

Größere Verschiebungen zwischen den Unterhaltungssparten der privaten Programme

Tabelle 3  
Programmsparten 2020 vs. 2019  
Zeitanteil in %\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information						
2020	42,8	44,9	20,8	22,0	16,0	11,3
2019	40,4	43,4	20,4	23,7	15,4	11,5
Differenz <sup>1)</sup>	+2,4	+1,5	+0,4	-1,7	+0,6	-0,2
Sport						
2020	4,5	3,0	1,1	-	0,3	0,4
2019	6,4	4,7	1,9	-	0,4	0,4
Differenz	-1,9	-1,7	-0,8	-	-0,1	-
Nonfiktionale Unterhaltung und Reality-TV						
2020	13,5	10,4	41,4	31,8	45,3	10,6
2019	14,0	11,3	38,5	34,2	42,5	6,8
Differenz	-0,5	-0,9	+2,9	-2,4	+2,8	+3,8
Fiktionale Unterhaltung						
2020	35,0	37,7	17,1	27,0	18,9	57,5
2019	35,0	36,5	19,3	22,7	21,3	61,0
Differenz	-	+1,2	-2,2	+4,3	-2,4	-3,5
Sonstige Sendungen						
2020	0,7	0,5	-	-	0,0	-
2019	0,8	0,5	-	-	0,0	-
Differenz	-0,1	-	-	-	-	-
Werbung, Programmpromotion etc.						
2020	3,5	3,5	19,6	19,2	19,5	20,2
2019	3,4	3,6	19,9	19,4	20,4	20,3
Differenz	+0,1	-0,1	-0,3	-0,2	-0,9	-0,1

\* Jahresvollerhebungen 2019 und 2020. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

1) Differenz der Jahre 2019 und 2020. Positive Vorzeichen zeigen an, dass der Anteil in der Jahresvollerhebung 2020 höher ist als in der Jahresvollerhebung 2019. Negative Vorzeichen zeigen an, dass der Anteil 2020 niedriger ist als 2019.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

sendezeiten der sechs Programme. Geprüft wird, welcher Sparte die meiste Sendezeit eingeräumt wird, welche Programmsparte an zweiter und welche an dritter Stelle steht. Wie vor dem Hintergrund der im letzten Abschnitt präsentierten Daten nicht anders zu erwarten, unterscheiden sich die Befunde der Spartenanalyse für das Untersuchungsjahr 2020 nur geringfügig von denen des Vorjahres – zumindest dann, wenn man sie auf die gesamten, 24 Stunden rund um die Uhr ausgestrahlten Programmangebote der sechs Sender bezieht.

Das Erste und ZDF:  
Pro Tag mehr  
als zehn Stunden  
Informationsangebote

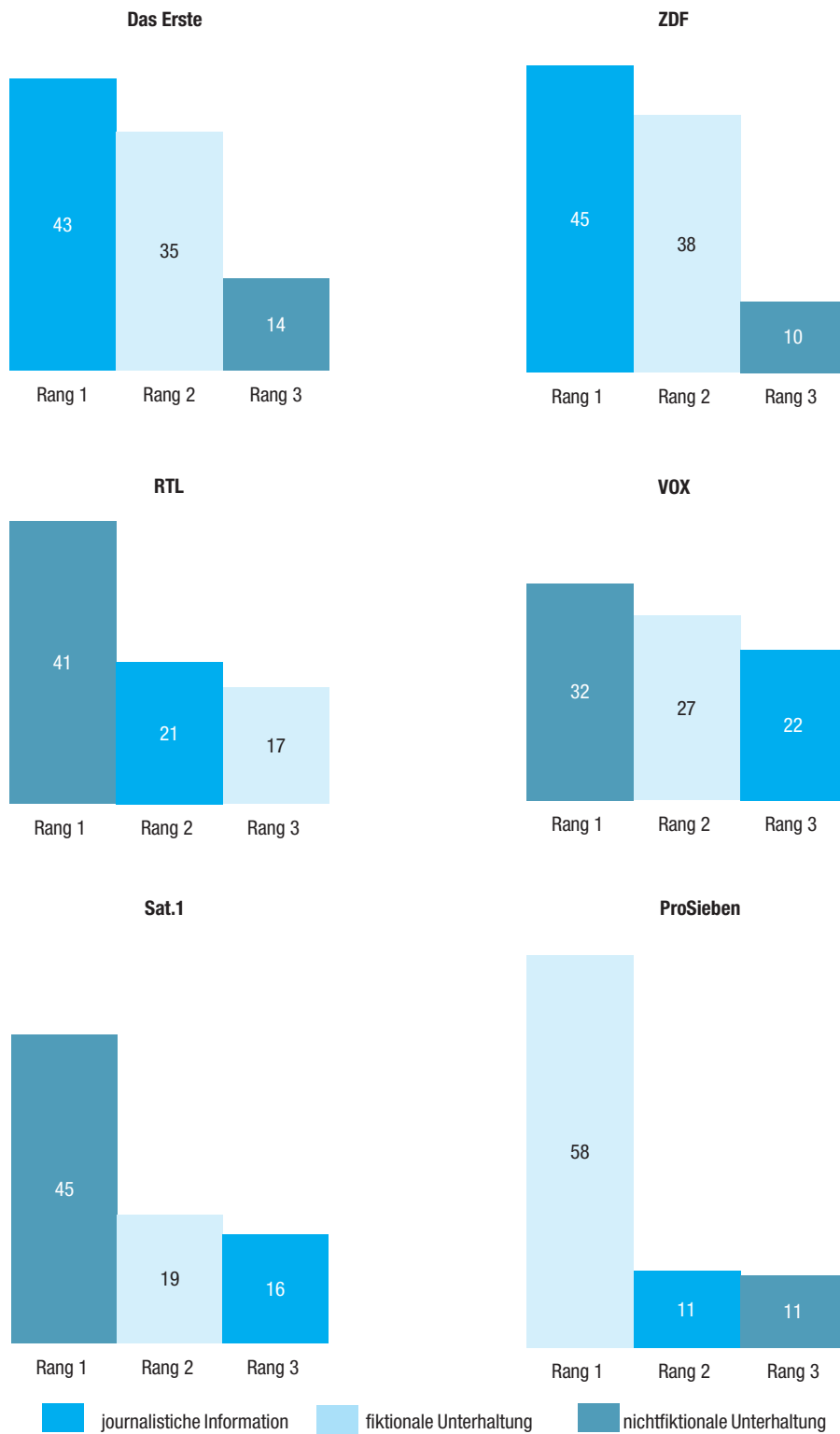
Das zentrale Unterscheidungsmerkmal zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen und den vier privaten Fernsehprogrammen ist nach wie vor, dass ausschließlich Das Erste und das ZDF den journalistischen Informationsangeboten in ihrem Programmspektrum die quantitativ höchste Priorität einräumen (vgl. Abbildung 5). Im Ersten Programm hatten sie 2020 einen Anteil von 43 Prozent an der gesamten

Sendezeit, beim ZDF waren es 45 Prozent, das sind in beiden Programmen mehr als zehn Programmstunden pro Tag. An zweiter Stelle folgten die ebenfalls sehr umfangreichen fiktionalen Programmangebote mit 35 bzw. 38 Prozent. Mit Abstand an dritter Stelle standen bei beiden Programmen mit insgesamt 14 bzw. 10 Prozent der Sendezeit die nonfiktionale Unterhaltung und das Reality-TV.

Für die Programmangebote von RTL und VOX, den erfolgreichsten Fernsehprogrammen der RTL-Gruppe, ist die nonfiktionale Unterhaltung und insbesondere das Reality-TV seit Jahren prägendes Markenzeichen. Mit Anteilen von 41 Prozent (RTL) bzw. 32 Prozent (VOX) an der gesamten Sendezeit nahm diese Sparte 2020 in beiden Programmen den jeweils ersten Rang ein. Bei RTL folgten an zweiter Stelle journalistische Informationsangebote (21 %) und an dritter Stelle mit 17 Prozent die fiktionale Unterhaltung. Bei VOX hat sich dagegen die Rang-

RTL und VOX:  
Nonfiktionale  
Unterhaltung und  
Reality-TV  
am stärksten

Abbildung 5  
Programmschwerpunkte  
Zeitanteil in %



Quelle: GöfaK Medienforschung.

folge dieser beiden Sparten im Jahr 2020 im Vergleich zu 2019 geändert. Das Angebot an Serien und Filmen wurde ausgeweitet, sodass die Sparte der

fiktionalen Unterhaltung (27%) die Informationssparte im Jahr 2020 von Rang 2 auf Rang 3 verdrängt hat (22%).



ProSieben: Fiction mit 58 Prozent Anteil am Gesamtangebot

Die beiden erfolgreichsten Programme der ProSieben-Sat.1 Media-Gruppe, Sat.1 und ProSieben, unterscheiden sich in ihren Programmschwerpunkten ebenfalls schon seit Jahren grundsätzlich. Bei Sat.1 hatten 2020 nonfiktionale Unterhaltungsangebote und Reality-TV-Formate einen Anteil von 45 Prozent an der gesamten Sendezeit und nahmen damit mit Abstand den ersten Rang unter den Sparten ein. Weit dahinter folgten die fiktionale Unterhaltung mit 19 Prozent auf Rang 2 und die journalistische Information mit 16 Prozent auf Rang 3. Bei ProSieben hatten fiktionale Unterhaltungsangebote, Serien und Filme, trotz eines leichten Rückgangs gegenüber 2019, im Jahr 2020 immer noch einen Anteil von 58 Prozent an der gesamten Sendezeit. Das sind im Durchschnitt 14 Stunden pro Tag. Die restliche Sendezeit für andere Programmangebote war bei ProSieben dementsprechend stark begrenzt. In der Folge hatten 2020 die beiden Sparten der journalistischen Information sowie der nonfiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV bei ProSieben einen Anteil an der Gesamtsendezeit von jeweils ca. 11 Prozent und lagen damit gleichauf auf Rang 2 und 3.

#### Mikrostrukturen der Programmsparten: Sendungsformate

Die Analyse und der Vergleich der quantitativen Gewichtung der informierenden und unterhaltenden Programmsparten in den sechs Fernsehprogrammen im letzten Abschnitt gibt erste, aber noch unvollständige Hinweise auf die strukturelle Vielfalt dieser Programme. Daher geht es im Folgenden darum, die immanente Struktur der Sendungsangebote in den einzelnen Programmsparten detaillierter zu untersuchen. Zentrale Indikatoren für Vielfalt sind hier vor allem die spartenspezifischen Sendungsformate, in denen die Programmangebote, die der Information und Unterhaltung der Fernsehzuschauer dienen sollen, aufbereitet und ausgestrahlt werden. Ein Gesamtüberblick über die Kombination von Programmsparten und Sendungsformaten im Untersuchungsjahr 2020 ist Tabelle 4 zu entnehmen. (17)

Unterschiedliches Gewicht journalistischer Informationsangebote

Wie im letzten Abschnitt gezeigt, nahmen journalistische Informationsangebote in den Programmrangings der sechs analysierten Fernsehprogramme im Jahr 2020 ganz unterschiedliche Positionen ein. In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen standen sie, gemessen an ihrem Sendevolumen, auf dem ersten Rangplatz. Bei den privaten Programmen nahmen sie hinter Unterhaltungsangeboten entweder den zweiten (RTL und ProSieben) oder dritten Rangplatz ein (VOX und Sat.1). Im Hinblick auf den Umfang ihrer Informationsangebote unterschieden sich Das Erste und das ZDF mit Anteilen von 43 bis 45 Prozent der täglichen Sendezeit kaum. Festzuhalten ist aber nicht allein eine beträchtliche Differenz des Umfangs dieser öffentlich-rechtlichen Informations-

angebote zu denen der privaten Programme. Vielmehr ist auch der quantitative Unterschied zwischen den journalistischen Informationsangeboten von RTL und VOX auf der einen (21 bis 22 % der täglichen Sendezeit) und ProSieben und Sat.1 (11 bis 16 %) auf der anderen Seite bemerkenswert.

Im Prinzip geben vier Sendungsformate bzw. Formatgruppen den Informationsangeboten der sechs erfolgreichsten Fernsehvollprogramme in Deutschland ihr „journalistisches Gesicht“: Nachrichtenformate als die Tagesbegleiter der Fernsehinformation, Magazinsendungen als das umfangreichste und faktisch wohl auch vielfältigste Informationsformat, Reportage- und Dokumentationsformate sowie Interview- und Talkformate. Jedes der sechs Fernsehprogramme nutzte zumindest die ersten drei der vier Formatgruppen mehr oder weniger intensiv. Bevor wir uns mit ihnen befassen, wenden wir uns allerdings noch einem Format zu, das in Tabelle 4 nicht ausgewiesen ist, im Corona-Krisenjahr 2020 jedoch durchaus den Titel „Format des Jahres“ verdient hat: den aktuellen Sondersendungen.

Für aktuelle Sondersendungen, die im Zusammenhang mit der Frage nach Auswirkungen der Coronakrise auf die Struktur der Fernsehangebote im Jahr 2020 schon einmal angesprochen wurden, ist in der AGF-Programmcodierung keine eigenständige Formatkategorie vorgesehen. Faktisch wurden sie 2020 zum größten Teil den Nachrichten- und den Reportage-/Dokumentationsformaten zugeordnet, zu einem geringeren Teil spezielleren Informationsformaten wie Übertragung, Verlautbarung/Ansprache oder Talk/Interview. Es ist jedoch möglich, den Stellenwert dieses Formats in den Informationsangeboten der sechs Sender durch den direkten Zugriff auf ausgewählte Sendungstitel in den AGF-Programmprotokollen näherungsweise zu bestimmen (vgl. Tabelle 5).

Die Sendungsauswahl, auf der die nachfolgend präsentierten Daten beruhen, ist primär auf Reihentitel fokussiert, die von den Sendern seit Jahren für die Etikettierung aktueller Sondersendungen genutzt werden, um die Zuschauer über besondere Ereignisse und Probleme – zusätzlich zur regulären Nachrichtengebung und außerhalb des Programmschemas – zu informieren. Im Jahr 2020 sind neue Reihentitel für diesen Sendungstyp dazugekommen, wobei es vor allem um das tägliche „Update“ der Berichterstattung während der Höhepunkte der Coronakrise ging. Die im Folgenden berichteten Daten sind jedoch nicht auf die Coronaberichterstattung in aktuellen Sondersendungen beschränkt, auch wenn sich die meisten von ihnen im Jahr 2020 faktisch mit der Coronakrise befasst haben. Die Sendungsauswahl erfolgte vielmehr unabhängig vom Berichterstattungsgegenstand.

Aktuelle Sondersendungen mit besonderer Rolle während der Coronakrise

**Tabelle 4**  
**Programmarten und Sendungsformate 2020**  
Zeitanteil in %\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information	42,8	44,9	20,8	22,0	16,0	11,3
Nachrichtensendungen <sup>1)</sup>	9,1	8,5	3,1	1,2	1,4	1,2
Magazinsendungen	23,8	25,5	16,4	1,8	11,6	9,2
Reportagen, Dokumentationen	5,7	7,7	1,2	19,0	2,4	0,7
Interview- und Talkformate	3,8	2,9	0,0	0,0	0,6	0,1
Sonstige journalistische Formate	0,4	0,3	0,1	–	–	0,1
Sportsendungen	4,5	3,0	1,1	–	0,3	0,4
Übertragungen	2,5	1,4	0,7	–	0,3	0,4
Reportagen, Dokumentationen	0,3	0,7	0,4	–	0,0	–
Nachrichten- und Magazinsendungen	1,7	0,9	–	–	–	–
Nonfiktionale Unterhaltung und Reality-TV	13,5	10,4	41,4	31,8	45,3	10,6
Show-, Quiz-, Musiksendungen etc.	10,3	10,3	17,1	1,9	9,7	9,1
Reality-TV (1): Narrative Formate	3,2	0,1	2,3	16,4	1,9	–
Reality-TV (2): Performative Formate	–	–	5,7	10,5	5,0	1,5
Reality-TV (3): Gescriptete Formate	–	–	16,3	3,0	28,7	–
Fiktionale Unterhaltung	35,0	37,7	17,1	27,0	18,9	57,5
Filme, Fernsehspiele	19,7	15,2	4,3	5,8	12,3	13,8
Serien	15,3	22,5	12,8	21,2	6,6	43,7
Sonstige Sendungen <sup>2)</sup>	0,7	0,5	–	–	0,0	–
Werbung, Programmpromotion etc.	3,5	3,5	19,6	19,2	19,5	20,2
Werbung	1,1	1,4	15,3	14,7	13,9	13,7
Programmpromotion	2,2	1,9	3,9	4,3	5,4	6,4
Sonstiges <sup>3)</sup>	0,2	0,2	0,4	0,2	0,2	0,1
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebung 2020. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

1) Einschließlich Wetterberichte.

2) Vorwiegend religiöse Verkündigungssendungen und Gottesdienste.

3) Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 24-Stunden-Tag.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

Sendevolumen der Sondersendungen im Zeitverlauf

Einen angemessenen Eindruck von der Bedeutung der aktuellen Fernsehsondersendungen im Jahr 2020 erhält man nicht anhand von Jahresdurchschnittswerten, sondern dann, wenn man das Sendevolumen dieses Sendungsformates im Zeitverlauf betrachtet (vgl. Abbildungen 6 und 7) und mit der Entwicklung der Coronakrise korreliert. Dann wird erkennbar, wie die Spitzenwerte dieses Informationsformats in den problematischsten Phasen der Pandemie (im Prinzip parallel zur Nachrichtengebung) (18) in die Höhe schnellten – mit Spitzenwerten für alle Sender zusammengenommen von mehr als 10 Sendestunden pro Woche im März und mehr als 12 Stunden pro Woche im November 2020.

60 Prozent der Sendezeit von Sondersendungen entfielen auf Das Erste und ZDF

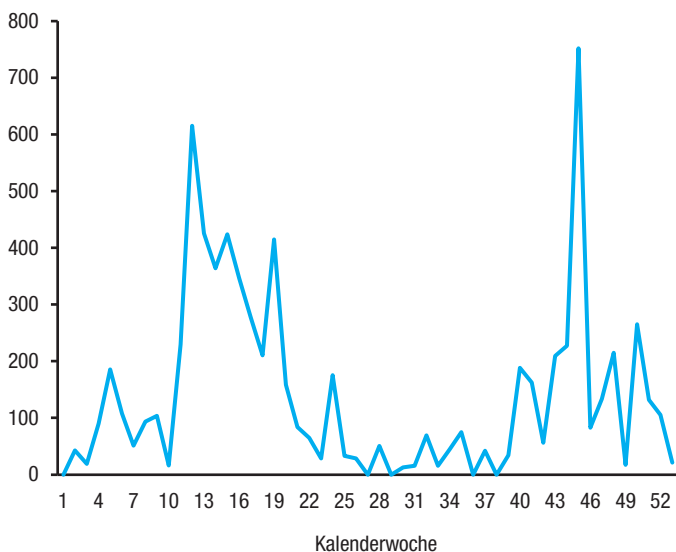
Aktuelle Sondersendungen haben in den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen eine lange Tradition. Insofern ist es nicht verwunderlich, dass etwa 60 Prozent der 2020 insgesamt für dieses Format ermittelten Sendezeit auf Sondersendungen im ZDF

**Tabelle 5**  
**Aktuelle Sondersendungen 2020**

Das Erste	ZDF
ARD extra	ZDF spezial
Brennpunkt	heute spezial
Tagesthemen extra	heute journal spezial
RTL	VOX
RTL spezial	VOX Spezial
RTL aktuell spezial	
RTL Nachtjournal spezial	
Sat.1	ProSieben
Sat.1 spezial	ProSieben Spezial
BILD Corona spezial	ProSieben Live
Sat.1 Nachrichten spezial	ProSieben Newtime-Spezial
	ProSieben Kurznachrichten (Spezial)

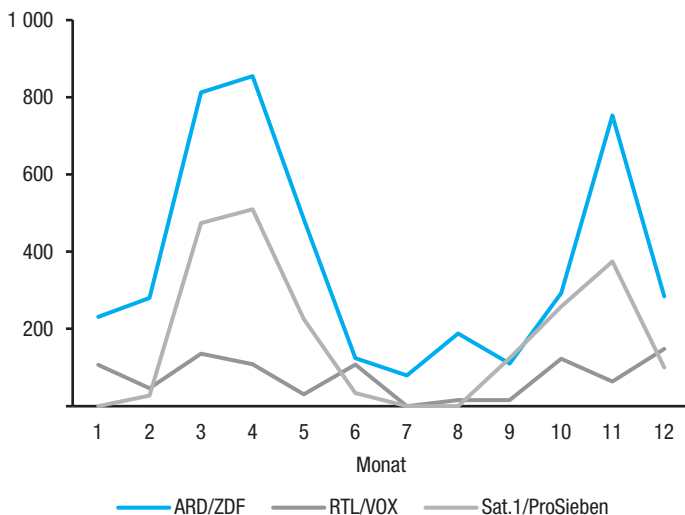
Quelle: GöfaK Medienforschung.

Abbildung 6  
Aktuelle Sondersendungen im Wochenverlauf 2020  
Gesamtdauer in Min.



Quelle: GöfaK Medienforschung.

Abbildung 7  
Aktuelle Sondersendungen im Monatsverlauf 2020  
Gesamtdauer in Min.



Quelle: GöfaK Medienforschung.

und in Das Erste zurückzuführen sind. Das ZDF kam mit diesem Format 2020 auf ca. 44, das Erste auf 31 Programmstunden. Bei den privaten Programmen überrascht der vergleichsweise große Umfang der Sondersendungen bei ProSieben (ca. 28 Stunden). ProSieben übertraf damit RTL (15 Stunden) um fast das Doppelte und lag auch weit vor Sat.1 (ca. 6 Stunden). Bei VOX konnten wir dagegen 2020 nur eine einzige, 15-minütige Sondersendung identifizieren.

Wenn man das Volumen dieser Sondersendungen allerdings im Kontext eines gesamten Kalenderjahres betrachtet, rücken sie sogar in einem ausgesprochenen Krisenjahr wie 2020 an den Rand des „normalen“ Programmgeschehens. Das heißt, man muss die Formatbezeichnung wirklich wörtlich nehmen: Gemessen am gesamten Programmvolumen eines Jahres sind stets nur geringe Jahresdurchschnittswerte für dieses Format zu erwarten.

Unabhängig davon – die Jahresdurchschnittswerte lagen 2020 je nach Programm zwischen 0,0 und 0,5 der gesamten Sendezeit – werden aktuelle Sondersendungen in Tabelle 6 allerdings bewusst separat ausgewiesen. Auf diese Weise ist es möglich, die Angaben zum Volumen der regulär im Rahmen der Programmschemata der Sender ausgestrahlten Informationsformate, um die es nun in den nächsten Abschnitten gehen wird, getrennt von diesem besonderen Format in den Blick zu nehmen. (19)

Im Gesamtspektrum der informierenden Sendungsformate verleihen ganz besonders die Nachrichtensendungen dem Fernsehen den Status eines „tagesaktuellen Mediums“. Faktisch jedoch ist der Stellenwert von Nachrichtensendungen in den sechs Fernsehvollprogrammen, die in der ARD/ZDF-Programm-analyse untersucht werden, ausgesprochen unterschiedlich (vgl. Tabelle 6 und Abbildung 8). In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen hatten Fernsehnachrichten 2020 einen Anteil an der Gesamtsendezeit von 8 bis 9 Prozent. Das heißt, das Erste und das ZDF sendeten im Durchschnitt jeweils mehr als 2 Stunden pro Tag Fernsehnachrichten. In den beiden Programmen der ProSiebenSat.1-Gruppe, Sat.1 und ProSieben, machten Fernsehnachrichten dagegen nur 1,3 bzw. 1,0 Prozent der gesamten Sendezeit aus. Das sind im Durchschnitt weniger als 20 Minuten pro Tag. Und die beiden Programme der RTL-Gruppe unterscheiden sich in ihrem Nachrichtenvolumen erheblich: Bei RTL hatte es einen täglichen Umfang von knapp 45 Minuten, bei VOX lag es im Durchschnitt unter 20 Minuten pro Tag.

Unterschiedlicher Stellenwert der Nachrichtensendungen

Im Hintergrund dieser quantitativen Daten zum Umfang der Nachrichtensendezeit sind beträchtliche Unterschiede in der Zahl, Platzierung und Vielfalt der Nachrichtenformate in den sechs Fernsehprogrammen zu beobachten. Auf der einen Seite gibt es eine Kombination aus Hauptnachrichtensendungen, Nachrichtenmagazinen und Nachtmagazinen als Grundgerüst der Nachrichtengebung der beiden öffentlich-rechtlichen Programme in der Hauptsendezeit bis zum späten Abend, ergänzt durch die Ausstrahlung weiterer Nachrichtenformate über den ganzen Tag hinweg. Und als Extremfall auf der anderen Seite ist der Verzicht von VOX auf eine Hauptnachrichtensendung in der Primetime festzuhalten, stattdessen werden eine Nachrichtensendung ohne exakten Sende-

Ö.-r. Programme mit größerer Zahl und Vielfalt an Nachrichtenangeboten

**Tabelle 6**  
**Journalistische Informationsformate 2020**  
Zeitanteil in %\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information	42,8	44,9	20,8	22,0	16,0	11,3
Nachrichtensendungen	9,1	8,4	3,0	1,2	1,3	1,0
Magazinsendungen	23,8	25,5	16,4	1,8	11,6	9,2
Frühstücksmagazine	9,0	9,0	5,6	–	10,9	–
Ratgeber- und Servicemagazine	2,0	4,0	–	–	–	0,0
Boulevardmagazine	3,5	2,4	3,2	–	–	2,5
Allgemeine Magazine	9,3	10,1	7,6	1,8	0,7	6,7
Reportagen, Dokumentationen	5,4	7,4	1,2	19,0	2,4	0,6
Interview- und Talkformate	3,8	2,9	–	0,0	0,6	0,1
Sonstige journalistische Formate <sup>1)</sup>	0,4	0,2	0,1	–	–	0,1
Sondersendungen	0,3	0,5	0,1	0,0	0,1	0,3
Nachrichtensendungen	0,0	0,1	0,1	–	0,1	0,2
Reportagen, Dokumentationen	0,3	0,3	0,0	0,0	–	0,1
Sonstige journalistische Formate <sup>2)</sup>	0,0	0,1	0,0	–	–	0,0
Restliches Programm <sup>3)</sup>	57,2	55,1	79,2	78,0	84,0	88,7
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebung 2020. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

1) Ansprachen, Übertragungen etc.

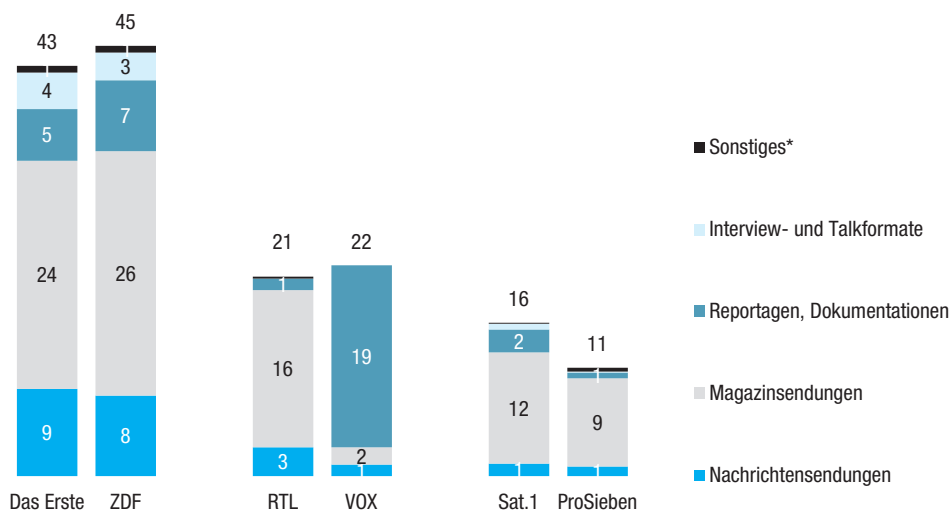
2) Talk, Ansprachen, Übertragungen etc.

3) Sportsendungen, Unterhaltungssendungen und sonstige Sendungsformate.

Außerdem Werbung; Programmpromotion, Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 24-Stunden-Tag.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

**Abbildung 8**  
**Journalistische Informationsformate 2020**  
Zeitanteil in %



\* Sonstige journalistische Formate und Sondersendungen.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

platz zwischen 24.00 und 1.00 Uhr und Kurznachrichten am Vormittag ausgestrahlt. Dazwischen liegen RTL mit einer Hauptnachrichtensendung und einem

Nachtmagazin sowie Sat.1 und ProSieben mit jeweils einer Hauptnachrichtensendung als zentralem Nachrichtenangebot.

Magazinsendungen bilden umfangreichstes Informationsformat

Magazinsendungen waren 2020 bei fünf der sechs Fernsehprogramme das mit Abstand umfangreichste journalistische Informationsformat (vgl. Tabelle 6 und Abbildung 8). Ausgenommen davon ist lediglich VOX, dessen Informationsangebot vorwiegend aus Reportage- und Dokumentationsendungen bestand. In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen hatten Magazinsendungen 2020 einen Anteil von rund 25 Prozent an der Gesamtsendezeit bzw. knapp 60 Prozent an der Sendezeit, die für die Ausstrahlung von Informationsangeboten genutzt wurde. Bei den privaten Programmen war das Angebot an Magazinsendungen – parallel zum Gesamtvolumen der journalistischen Information – einerseits deutlich geringer: Magazinformaten hatten bei RTL 2020 einen Anteil an der Gesamtsendezeit von 16 Prozent, bei Sat.1 waren es 12 und bei ProSieben 9 Prozent. Andererseits wurden in diesen drei privaten Programmen bis zu vier Fünftel der Sendezeit für das gesamte journalistische Angebot ausschließlich mit Magazinsendungen ausgefüllt.

Senderrhythmus bestimmt das quantitative Gewicht der einzelnen Formatgruppen

Die Untergliederung einer Sendungsform, die derart prominent im Mittelpunkt der journalistischen Informationsangebote im Fernsehen steht, in klar gegeneinander abgegrenzte Formatgruppen ist schwieriger als es auf den ersten Blick erscheint. Das Hauptproblem dabei ist die Vielzahl denkbarer Ordnungskriterien wie Senderrhythmus, Aktualität, Themenschwerpunkte, Regionalität, Funktion, Zielgruppe etc. und mehr noch die Vielzahl von Möglichkeiten, diese Kriterien miteinander zu kombinieren. In Tabelle 6 wird die Auflösung dieser Problematik im Rahmen der AGF-Programmcodierung dokumentiert. Sie besteht darin, dass drei Formatspezifikationen (nämlich: 1. Frühstücksmagazine, 2. Ratgeber- und Servicemagazine und 3. Boulevardmagazine) ausgewiesen und alle anderen Formatvariationen ohne weitere Spezifikation einer Restkategorie („Magazine allgemein“) zugeordnet werden. Folgt man dieser Unterteilung und ergänzt sie durch Informationen, die aus den AGF-Programmprotokollen zu entnehmen sind, wird deutlich, wie stark der Senderrhythmus das quantitative Gewicht der einzelnen Formatgruppen im Gesamtzusammenhang der Magazinangebote bestimmt.

Frühstücksfernsehen und Mittagsmagazine

Besonders hervorzuheben ist hier das werktätlich vom Ersten und dem ZDF sowie von RTL und Sat.1 ausgestrahlte Format des sogenannten Frühstücksfernsehens. Mehr als ein Drittel der Magazinsendezeiten in den Programmangeboten von Das Erste, ZDF und RTL ist auf dieses Magazinformat zurückzuführen, bei Sat.1 sind es sogar mehr als 90 Prozent. (20) Würde man die Morgen- und Mittagsmagazine von Das Erste, ZDF und RTL unter der Kategorie „Tageszeitmagazine“ zusammenfassen (Sat.1 strahlte kein Mittagsmagazin aus), läge ihr Anteil an der Magazinsendezeit dieser drei Programme bei

ca. 50 Prozent (Das Erste und ZDF) bzw. 60 Prozent (RTL). In einem erweiterten Verständnis von Tageszeitmagazinen könnte man im Ersten Programm auch noch „Live nach Neun“ und im ZDF die „Dreh-scheibe“ dieser Formatkategorie zurechnen, wobei in diesen beiden Magazinen der zusätzliche Bezug zu deutschen Regionen ein zentrales Sendungsmerkmal darstellt. Außerdem gibt es in beiden Magazinen Überschneidungen mit der Formatcharakteristik der Ratgeber- und Servicemagazine im Programm von Das Erste („ARD-Buffer“) und ZDF („Volle Kanne – Service täglich“), die ebenfalls werktätlich ausgestrahlt wurden.

Ebenfalls zum festen Kanon der Magazinformaten, die vorwiegend werktätlich und zum Teil zusätzlich in speziellen „Weekend“-Ausgaben gesendet werden, zählen Boulevardmagazine. Vier der sechs Programme strahlten Magazine aus, die im Rahmen der AGF-Programmcodierung als Boulevardformate kategorisiert werden: Das Erste („Brisant“) und das ZDF („hallo deutschland“) sowie RTL („Explosiv“ und „Life“) und ProSieben („Taff“). Das Sendevolumen dieses Formats liegt im Jahresdurchschnitt je nach Sender zwischen 2 und 4 Prozent der täglichen Sendezeit, das sind zwischen 35 und 50 Minuten pro Tag. Folgt man allerdings den Sendungsbeschreibungen auf den Homepages der Sender, könnten zum Beispiel auch „Leute heute“ (ZDF), „Exklusiv“ (RTL), „Red“ (ProSieben) oder „Prominent“ (VOX) den Boulevardmagazinen zugerechnet werden. Das heißt, dass das Sender- und Sendungsspektrum und auch das Sendevolumen dieser Formatgruppe faktisch größer wäre als in Tabelle 6 ausgewiesen.

Die Mehrzahl der Magazinsendungen, die in Tabelle 6 schließlich unter der Kategorie „Allgemeine Magazine“ zusammengefasst sind, werden nicht in (werk)tätlichen, sondern in längeren Sendezyklen ausgestrahlt. Eine Ausnahme stellt das Wissensmagazin „Galileo“ von ProSieben dar. Auf dieses Magazin, einschließlich der daraus hervorgegangenen Subformate, entfallen im Jahresdurchschnitt 6 Prozent der täglichen Sendezeit von ProSieben und damit ca. 90 Prozent der Sendezeit in der Kategorie „Allgemeine Magazine“. Fokussiert man die Analyse auf die nicht täglich ausgestrahlten Magazinsendungen, stößt man auf den traditionellen, klassischen Kern des Fernsehmagazins: auf Formate, in denen gesellschaftlich relevante Ereignisse, Probleme und Debatten in Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft etc. aufgegriffen, analysiert und diskutiert werden. In diesem Informationssegment ist das Magazinangebot der beiden öffentlich-rechtlichen Programme nicht nur deutlich umfangreicher als das der vier privaten Programme: Es ist vor allem – gemessen an der Zahl unterschiedlicher „Magazinmarken“ – deutlich vielfältiger. (21)

Boulevardmagazine

Sonderstellung des Magazins „Galileo“ von ProSieben

Reportage- und Dokumentationsformate: Domäne von ARD und ZDF

Ebenso wie Magazinsendungen gehören Reportagen und Dokumentationen zum festen Repertoire der journalistischen Informationsangebote in den sechs Fernsehvollprogrammen. In der Regel wird dieses Informationsformat jedoch deutlich seltener genutzt und ist quantitativ bei weitem nicht so umfangreich wie das Angebot an Magazinsendungen. In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen hatten Reportagen und Dokumentationen 2020 im Jahresdurchschnitt einen Umfang von etwas mehr als einer Stunde pro Tag. Das entspricht einem Anteil von 5 bis 7 Prozent an der Gesamtsendezeit. Die Vergleichswerte von RTL, Sat.1 und ProSieben liegen im Bereich von 1 bis 2 Prozent, das heißt bei oder unter 30 Minuten pro Tag.

„Medical Detectives“ und „Snapped – Wenn Frauen töten“ bei VOX

Abweichend von den anderen Programmen haben Reportage- und Dokumentationen bei VOX seit einigen Jahren einen besonderen Status, der schon im Zusammenhang mit den Befunden für 2019 erläutert wurde. (22) Bei VOX hatten 2019 Reportage- und Dokumentationsendungen einen Anteil von 21,5 Prozent an der gesamten Sendezeit. Im Jahr 2020 war es etwas weniger (19,0%), der Sachverhalt ist im Prinzip jedoch derselbe geblieben. Mehr als vier Fünftel der VOX-Sendezeit für Reportagen und Dokumentationen entfielen 2020 auf ein einziges True-Crime-Format: „Medical Detectives“. Dazu kamen 10 Prozent für ein weiteres True-Crime-Format: „Snapped – Wenn Frauen töten“. Die Sendeplätze beider Formate lagen im Nachtprogramm. Dieser Befund reicht weit über die Einschätzung der Formatvielfalt von VOX im Sektor der Reportage- und Dokumentationsendungen hinaus. Ohne diese beiden True-Crime-Formate würde der Anteil der restlichen Informationsangebote an der Gesamtsendezeit von VOX im Jahr 2020 unter 5 Prozent liegen: 1,2 Prozent für Nachrichten, 1,8 Prozent für Magazinsendungen und 1,4 Prozent für andere Reportage- und Dokumentationsendungen. Das wäre bei einem Vergleich der Informationsquoten der sechs Programme der mit Abstand niedrigste Wert.

An diesem Beispiel zeigt sich exemplarisch, dass strukturelle Programmdaten wie zum Beispiel Angaben zum Umfang von Programmsparten und Sendungsformaten notwendige, aber nicht hinreichende Indikatoren für inhaltliche Programmvielfalt sind. Insbesondere im Informationsbereich müssen zwingend zusätzliche Analysen der inhaltlich-thematischen Schwerpunktbildungen der Sender in den Sparten und Formaten der von ihnen ausgestrahlten Programme hinzukommen. Im Rahmen der Berichterstattung über die Befunde der zweiten Teilerhebung der ARD/ZDF-Programmanalyse 2020 wird dieser Punkt weiter vertieft werden. (23)

Interview-, Talk- und sonstige Informationsformate

Interview- und Talksendungen sind in den Informationsangeboten der beiden öffentlich-rechtlichen Programme eine feste Größe. Mit Sendeanteilen am

Gesamtprogramm von 4 Prozent (Das Erste) bzw. 3 Prozent (ZDF) hatten sie 2020 einen durchschnittlichen Umfang von 5 bis 6 Sendestunden pro Programmwoche. In den privaten Programmen wurde dieses Format vergleichsweise selten (zum Beispiel von Sat.1) oder gar nicht genutzt.

Die Zahl und der Einsatz weiterer Sendungsformate für die journalistische Informationsvermittlung im Fernsehen war in den sechs analysierten Programmen auch 2020 sehr gering. Zu erwähnen sind an erster Stelle Live-Übertragungen aus Anlass aktueller Ereignisse, Festakte, Gedenktage, Preisverleihungen etc. im Ersten, dem ZDF, bei RTL und ProSieben. Dazu kamen an zweiter Stelle offizielle Ansprachen, insbesondere der Bundeskanzlerin und des Bundespräsidenten, in den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen.

Das Sportjahr 2020 stand ohne Zweifel weltweit unter dem Einfluss der Coronakrise. Viele nationale und internationale Wettbewerbe des Spitzensports fanden nicht oder nur in eingeschränkter Form statt. Exemplarisch steht dafür die Verlegung der Olympischen Sommerspiele, die 2020 in Tokio stattfinden sollten, ins Jahr 2021. Wie der Blick auf Tabelle 3 zeigt, spiegelt sich diese Situation in der Programmstruktur einiger deutscher Fernsehprogramme wider. Am stärksten betroffen waren Das Erste und das ZDF mit einem Rückgang der Sportberichterstattung im Jahr 2020 gegenüber 2019 um jeweils knapp 2 Prozentpunkte. Etwas geringer war der Rückgang bei RTL (knapp 1%-Punkt). Bei Programmen mit einer nur marginalen Sportberichterstattung, wie Sat.1 und ProSieben, hat sich dagegen 2020 im Vergleich zu 2019 kaum etwas geändert. Zurückzuführen ist der Rückgang der Sportberichterstattung vor allem auf das verringerte Angebot an Sportübertragungen, die traditionell bei allen Programmen den größten Teil der gesamten Sportberichterstattung ausmachen. Im Programmschema fest verankerte Sportnachrichtensendungen und Sportmagazine wurden 2020 ohnehin nur in den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen gesendet.

In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen wurde 2020 über relativ viele Sportarten berichtet, die meiste Sendezeit (ein Drittel der Sportsendezeit im Ersten Programm und 40 Prozent der Sportsendezeit des ZDF) erhielten aber Übertragungen aus dem Bereich des Wintersports. Der Fußball folgte mit deutlichem Abstand dahinter an zweiter Stelle. Die Sportberichterstattung in den privaten Programmen ist stärker auf einige wenige Sportarten fokussiert. Bei RTL waren es 2020 erneut die Formel-1-Rennen mit mehr als 80 Prozent der gesamten Sportsendezeit, ergänzt durch Fußballübertragungen. Sat.1 berichtete ebenfalls über den Motorsport (DTM und Formel E), ProSieben über die American-Football-League NFL.

Weniger Sportübertragungen wegen Corona

Vergleichsweise viele Sportarten im Ersten und ZDF

Tabelle 7

## Formate der nonfiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV 2020

Zeitanteil in %\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Nonfiktionale Unterhaltung	10,3	10,3	17,1	1,9	9,7	9,1
Show- und Quizformate	9,0	9,4	17,1	1,9	8,5	8,9
Satire, Kabarett, Comedy	0,8	0,6	–	–	–	–
Musik	0,1	0,3	–	–	–	0,0
Sonstiges <sup>1)</sup>	0,4	0,0	0,0	0,0	1,2	0,2
Reality-TV	3,2	0,1	24,3	29,9	35,6	1,5
Reality-TV (1): Narrative Formate	3,2	0,1	2,3	16,4	1,9	–
Daily Talk	–	–	0,9	–	–	–
Doku-Soap	3,2	0,1	1,4	15,8	1,9	–
Coaching	–	–	0,0	0,6	–	–
Reality-TV (2): Performative Formate	–	–	5,7	10,5	5,0	1,5
Real-Life-Inszenierung	–	–	3,4	10,5	2,3	–
Castingshow	–	–	2,3	–	2,7	1,5
Reality-TV (3): Gescrriptete Formate	–	–	16,3	3,0	28,7	–
Gescrriptete Doku-Soap	–	–	16,3	3,0	28,7	–
Restliches Programm <sup>2)</sup>	86,5	89,6	58,6	68,2	54,7	89,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebung 2020. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

1) Retro- und Rankingshows und Aufführungen.

2) Informations-, Sport- und fiktionale Unterhaltungssendungen sowie sonstige Formate. Außerdem Werbung; Programmpromotion, Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 24-Stunden-Tag.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

## Fernsehunterhaltung

Zwei Grundformen:  
Fiction und  
nonfiktionale  
Unterhaltung

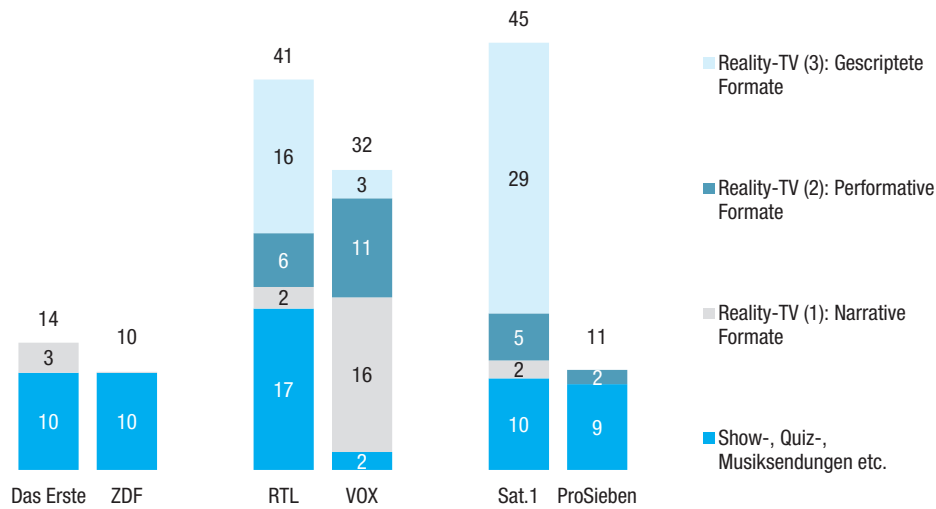
In allen sechs Programmen, die in der ARD/ZDF-Programmanalyse betrachtet werden, ist das Gesamtgewicht der Fernsehunterhaltung groß. In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen lag der Anteil der unterhaltenden Programmangebote 2020 knapp unter der 50-Prozent-Grenze der Gesamtsendezeit, bei den privaten Programmen waren es zwischen 60 und 70 Prozent (vgl. Tabelle 4). Hinter diesen pauschalen Zahlen verbergen sich allerdings zwei Grundformen der Fernsehunterhaltung, die mit unterschiedlichen Sendungsformaten verknüpft sind. Die hierauf bezogenen Programmstrategien begründen – programmstrukturell betrachtet – die jeweilige Unterhaltungscharakteristik der sechs Fernsehprogramme. Dabei lassen sich im Hinblick auf das Verhältnis von fiktionaler und nonfiktionaler Unterhaltung drei Grundmuster unterscheiden: erstens ein extremes Übergewicht der fiktionalen Unterhaltung bei ProSieben, zweitens ein Übergewicht der fiktionalen Unterhaltung in einer weniger ausgeprägten Form bei Das Erste und beim ZDF und, umgekehrt, drittens ein deutliches Übergewicht der nonfiktionalen Unterhaltung bei RTL, VOX und Sat.1. Weitere Differenzen zwischen den sechs Programmen lassen sich im Folgenden anhand der dominierenden Sendungsformate in diesen beiden Unterhaltungssparten aufzeigen.

Die wachsende Bedeutung der nichtfiktionalen Formen und Formate des Unterhaltungsfernsehens im Privatfernsehen ist vor allem auf die Ausdifferenzierung des „Reality-TV“, der unterschiedlichsten Formen der Realitätsunterhaltung, in diesen Programmen zurückzuführen. Diesem Sachverhalt trägt auch die AGF-Programmcodierung Rechnung, indem sie schon seit längerer Zeit zusätzlich zu den klassischen nonfiktionalen Unterhaltungsformaten wie Show, Satire/Comedy, Musik etc. weitere Unterhaltungsformate des Reality-TV bzw. „Factual Entertainment“ ausweist. Tabelle 7, die anhand dieser Kategorien gruppiert ist, zeigt, dass diese Formate von den Spitzenreitern im Bereich der nonfiktionalen Unterhaltung – RTL, VOX und Sat.1 – auch im Jahr 2020 intensiv, von den restlichen drei Programmen dagegen nur selektiv genutzt worden sind.

Bei RTL, VOX und Sat.1. bestand 2020 der weitaus größte Teil der nonfiktionalen Unterhaltungsangebote aus Reality-TV-Formaten (vgl. Abbildung 9): Bei VOX waren dies 30 von 32 Prozent, bei Sat.1 36 von 45 Prozent und bei RTL 24 von 41 Prozent. Das entspricht im Durchschnitt des Jahres 2020 bei RTL einem absoluten Umfang des Reality-TV von ungefähr 6, bei VOX 7 und bei Sat.1 mehr als 8 Programmstunden pro Tag.

Reality-TV vor  
allem bei RTL,  
VOX und Sat.1

Abbildung 9  
Formate der nonfiktionalen Unterhaltung und Reality-TV 2020  
Zeitanteil in %



Quelle: GöfaK Medienforschung.

Scripted Reality bei RTL und Sat.1 ausgebaut

Bei den beiden Marktführern im privaten Fernsehen, RTL und Sat.1, spielten dabei die sogenannten Scripted-Reality-Formate die größte Rolle. Hinter der Zunahme der nonfiktionalen Unterhaltung bei beiden Programmen im Vergleich zu 2019 (vgl. Tabelle 3) stand nicht zuletzt die verstärkte Ausstrahlung dieser Formate, bei denen es sich konkret um fikionalisierte Formen von Doku-Soaps handelt. Knapp 29 Prozent der täglichen Sendezeit, das sind im Durchschnitt knapp 7 Stunden pro Tag, waren bei Sat.1 2020 diesem Reality-Format zuzurechnen. Bei RTL waren es 16 Prozent bzw. knapp 4 Stunden. Auffallend ist die herausragende Stellung einzelner „Blaulichtformate“ in beiden Programmen. Bei Sat.1 entfielen fast 60 Prozent des gesamten Scripted-Reality-Angebots auf das Format „Auf Streife“, bei RTL ca. 80 Prozent auf den „Blaulicht-Report“.

Bei VOX sahen die Formatschwerpunkte des Reality-TV etwas anders aus. Hier standen das schon fast klassische Reality-TV-Format der Doku-Soaps mit 16 Prozent der Gesamtsendezeit an erster und Formate der sogenannten Real-Life-Inszenierungen mit 11 Prozent an zweiter Stelle. Beim vierten privaten Programm, ProSieben, waren 2020 im Reality-TV-Bereich ausschließlich Castingshow-Formate wie „Germany’s Next Topmodel“ oder „The Voice“ zu verzeichnen – allerdings mit dem vergleichsweise geringen quantitativen Gewicht von nur 1,5 Prozent der gesamten Sendezeit. RTL und Sat.1 boten dieses Format etwas umfangreicher an.

Das Erste: Kreuzfahrt- und Tier-Dokus

Die beiden öffentlich-rechtlichen Programme nutzten ausschließlich und auch nur in relativ geringem Umfang das Reality-TV-Format der Doku-Soap. Das Erste

kam bei diesem Format 2020 auf 3 Prozent der täglichen Sendezeit, mit der Kreuzfahrt-Doku „Verrückt nach Meer“ an erster Stelle und einer größeren Zahl von Tier-Dokus. Beim ZDF ist lediglich eine Doku-Soap des Kinder- und Jugendfernsehens zu erwähnen („Die Jungs-WG“), die quantitativ nicht ins Gewicht fällt.

Jenseits des Reality-TV gehören auch die klassischen Formate nach wie vor zum festen Inventar der nonfiktionalen Unterhaltung in den untersuchten Fernsehprogrammen, abgesehen vom Unterhaltungsangebot von VOX, das in diesem Bereich zu mehr als 90 Prozent auf Reality-TV-Formate setzte. In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen, aber auch bei Sat.1 hatte dieses Unterhaltungssegment 2020 einen stabilen Anteil von etwa 10 Prozent an der Gesamtsendezeit, bei ProSieben waren es 9 Prozent und bei RTL sogar 17 Prozent. Bemerkenswert ist auch, dass sich hinter den Werten für 2020 von ProSieben und RTL Steigerungsraten um 3 Prozentpunkte (RTL) bzw. 4 Prozentpunkte (ProSieben) im Vergleich zu 2019 verbergen.

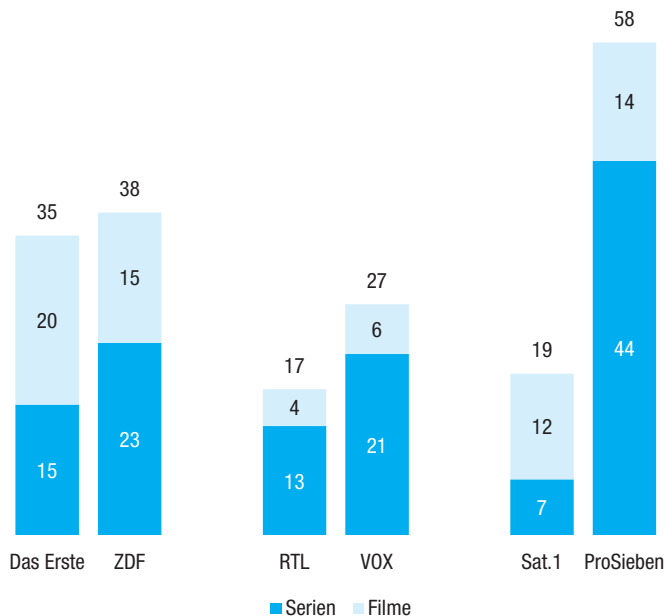
Ein analytisches Problem ist allerdings die Heterogenität der Unterhaltungsformate, die unter dieser Kategorie zusammengefasst sind. (24) Das gilt vor allem für die relativ breit angelegte Sammelkategorie der Showformate, unter die in der AGF-Programmcodierung eben nicht nur traditionelle Quiz- und sogenannte Nummernshows subsumiert werden, sondern auch neuere Formate, die genauso gut dem Reality-TV zuzuordnen wären. Während zum Beispiel im Ersten mehr als die Hälfte der Sendezeit für nonfiktionalen Unterhaltungsangebote auf drei

Klassische Unterhaltungsformate

Sammelkategorie Showformate



Abbildung 10  
Formate der fiktionalen Unterhaltung 2020  
Zeitanteil in %



Quelle: GöfaK Medienforschung.

Quizformate – „Gefragt – Gejagt“, „Wer weiß denn sowas?“ und „Meister des Alltags“ – entfielen, gilt dasselbe im ZDF für ein einziges Trödel-Format, „Bares für Rares“, dem 5 Prozent der Sendezeit eingeräumt wurde. Und auch in den fiktionalen Unterhaltungsangeboten von RTL steht nicht die Quizsendung „Wer wird Millionär?“ an der ersten Stelle, sondern ebenfalls mit 5 Prozent der Sendezeit ein weiteres Trödel-Format: „Die Superhändler“.

So gesehen werden einerseits die Schwierigkeiten deutlich, die unterschiedlichen Formatsegmente der nonfiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV eindeutig gegeneinander abzugrenzen. Andererseits bewährt sich die Vorgehensweise der ARD/ZDF-Programmanalyse, die nonfiktionalen Unterhaltungs- und Reality-TV-Formate in einer übergreifenden Programmsparte zusammenzufassen.

#### Fiktionale Unterhaltung

ProSieben mit mehr als zehn Stunden Serien täglich

Fiktionale Unterhaltung im Fernsehen sind heute die Programmangebote, die in unmittelbarer Konkurrenz zu Netflix und anderen Streaminganbietern stehen: linear ausgestrahlte und – von immer größerer Bedeutung – von den Mediatheken der Sender abrufbare Serien und Filme. Bei drei der vier privaten Programme ist das Serienangebot seit Jahren deutlich umfangreicher als das der Fernseh- und Spielfilme (vgl. Abbildung 10). Bei ProSieben übertraf 2020 das Serien- das Filmangebot um das Dreifache. Serien hatten einen Anteil von 44 Prozent an der Gesamtsendezeit von ProSieben, das entspricht im Jahresdurchschnitt einem täglichen Serienvolumen

von mehr als 10 Programmstunden. Dazu kam ein Filmangebot von 14 Prozent bzw. mehr als 3 Stunden pro Tag. Ähnlich sind die Relationen bei RTL und VOX, wenn auch auf einem deutlich niedrigeren quantitativen Niveau. Bei VOX hatten fiktionale Programmangebote einen Anteil von 27 Prozent an der Gesamtsendezeit, davon entfielen 21 Prozent auf Serien. Bei RTL waren es 13 von 17 Prozent. Im Gegensatz dazu lag der Anteil der Filme an der Gesamtsendezeit bei Sat.1 bei 12 Prozent und war damit fast doppelt so groß wie derjenige der Serien (7%).

Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender unterscheiden sich in den Formatschwerpunkten ihrer fiktionalen Unterhaltungsangebote einerseits deutlich. Das Erste setzte 2020 stärker auf Filme (20%) als auf Serien (15%). Beim ZDF war es genau umgekehrt, Serien hatten einen Anteil von 23 Prozent an der Gesamtsendezeit, bei Filmen waren es 15 Prozent. Andererseits sind Das Erste und das ZDF die beiden Programme, bei denen damit das Verhältnis zwischen diesen beiden Fictionformaten am ausgewogensten ist.

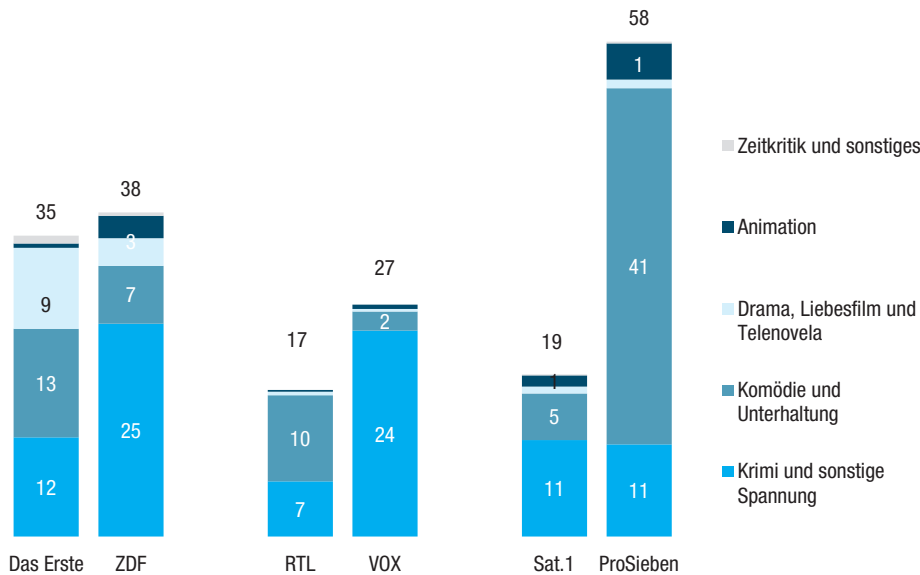
Das Erste setzte mehr auf Filme, das ZDF mehr auf Serien

Auf der Formatebene der Filme zeigen sich im Quervergleich aller sechs Programme klare „Familienstrukturen“: Das umfangreichste Filmangebot fand sich 2020 in den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen, knapp dahinter kamen ProSieben und Sat.1 und mit weitem Abstand folgten RTL und VOX (vgl. Abbildung 11). Auf der Formatebene der Serien ist der Programmvergleich von der überragenden Dominanz von ProSieben geprägt. Mit weitem Abstand folgten an zweiter Stelle das ZDF und VOX, an dritter Stelle Das Erste und RTL, ganz am Ende stand Sat.1.

Auf der einen Seite ähneln sich die Genreschwerpunkte der Fictionangebote in den sechs Fernsehprogrammen. Kein Programm verzichtet in diesem Programmsegment auf Unterhaltung („escape“) und keines auf Spannung („suspense“). In der Gewichtung dieser beiden Bereiche zeigen sich auf der anderen Seite jedoch durchaus Unterschiede zwischen den Programmen. Bei ProSieben, dem Programm mit dem größten Gesamtangebot an Serien und Filmen, lag der Schwerpunkt eindeutig auf Unterhaltungsgenres und Komödien. Auf diese Genres entfielen bei ProSieben im Jahr 2020 mehr als 40 Prozent der Gesamtsendezeit. Das waren im Jahresdurchschnitt täglich etwa 10 Programmstunden (bzw. über 70% der gesamten Fiction-Sendezeit von ProSieben). Umgekehrt waren die Fictionangebote des ZDF, von VOX und Sat.1 stärker auf Spannungsgenres als auf unterhaltende Genres fokussiert. Das gilt am ausgeprägtesten für das ZDF und VOX, bei denen 2020 ein Viertel der Gesamtsendezeit aus Krimis und sonstigen Spannungsgattungen der fiktionalen Unterhaltung bestand. Das Erste sowie, in der Tendenz

Unterschiedliche Gewichtungen bei den Fictiongenres

Abbildung 11  
Genres der fiktionalen Unterhaltung 2020  
Zeitanteil in %



Quelle: GöfaK Medienforschung.

Tabelle 8  
Produktionscharakteristik der fiktionalen Unterhaltung 2020  
Zeitanteil in %\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Produktions- und Beschaffungsformen						
Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen	28,7	28,5	9,0	0,0	1,0	0,5
Kaufproduktionen	6,3	9,2	8,1	27,0	17,9	57,0
Gesamt	35,0	37,7	17,1	27,0	18,9	57,5
Produktionsländer						
Deutschland und andere Länder	29,8	29,1	9,2	0,0	1,8	1,2
Sonstige europäische Länder	3,8	4,1	0,6	1,3	1,9	1,2
USA	1,1	4,2	7,2	25,7	14,7	54,3
Sonstige	0,3	0,3	0,1	0,0	0,5	0,8
Gesamt	35,0	37,7	17,1	27,0	18,9	57,5

\* Jahresvollerhebung 2020. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: GöfaK Medienforschung.

ähnlich, auch RTL setzten im Fictionbereich dagegen stärker auf Unterhaltungs- und Entspannungsgenres, Telenovelas (Das Erste) und Daily Soaps (RTL) eingeschlossen. Sie hatten im Ersten Programm einen Anteil von 22 Prozent an der Gesamt-sendezeit (RTL: 10%). Der Anteil der Spannungsgenres betrug dagegen nur 12 Prozent (RTL: 7%).

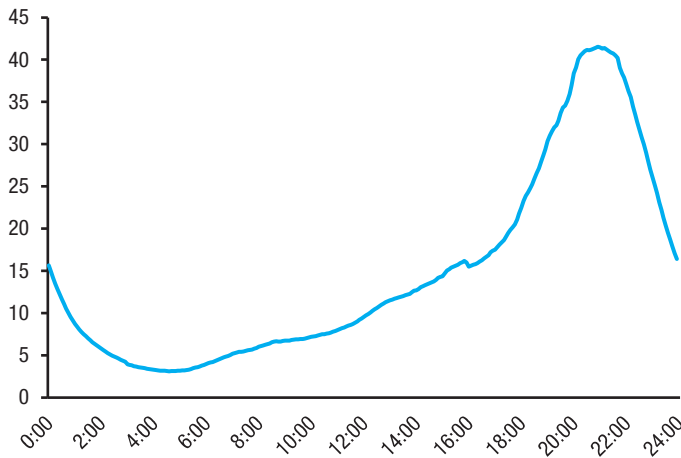
rien im Ersten und im ZDF waren 2020 Eigen-, Auftrags oder Koproduktionen (vgl. Tabelle 8). Ähnlich hoch war der Anteil der Fictionproduktionen, die in Deutschland hergestellt wurden. Im Gegensatz dazu ist der Anteil der Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen an den Fictionangeboten von VOX, ProSieben und Sat.1 marginal, der Anteil ausländischer und insbesondere US-amerikanischer Kaufproduktionen dagegen dominant. Im Jahr 2020 strahlten VOX und ProSieben in ca. 95 Prozent ihrer Fiction-Sendezeit amerikanische Produktionen aus, bei Sat.1 waren es knapp 80 Prozent. Als einziges privates Programm ist RTL mit der Produktionscharakteristik seiner

Bis zu vier Fünftel Eigen-, Auftrags oder Koproduktionen beim Ersten und ZDF

Die Produktionscharakteristik der Serien und Filme, die von den beiden öffentlich-rechtlichen und den vier privaten Programmen ausgestrahlt wird, ist seit Jahren extrem unterschiedlich. Drei Viertel bis vier Fünftel des Programmvolumens der Filme und Se-

Abbildung 12  
TV-Sehbeteiligung im Tagesablauf 2020

Zuschauer ab 3 Jahren, Mo-Fr, Sehbeteiligung in %



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 1.1.-31.12.2020, Marktstandard: AGF-StandardTV.

Fictionangebote zwischen diesen beiden Extremen positioniert. Bei RTL war 2020 der Anteil der Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen im Fictionbereich etwas größer als der Anteil der Kaufproduktionen (9 vs. 8 % der Gesamtsendezeit). Und auch der Anteil der in Deutschland hergestellten Serien und Filme an der Gesamtsendezeit stand mit 9 Prozent der Gesamtsendezeit vor ausländischen Produktionen (davon 7 % aus den USA).

#### Programmkonkurrenz im Tageszeitverlauf

Die bisher vorgestellten Befunde der ARD/ZDF-Programmanalyse geben einen Überblick über die Grundstrukturen der Programmangebote, die von den sechs analysierten Fernsehprogrammen im Jahr 2020 linear ausgestrahlt worden sind. Hierzu wurden alle Programmleistungen zusammengefasst und die Untersuchungsergebnisse in der Regel aus der Perspektive eines durchschnittlichen, 24 Stunden umfassenden Programmtages zusammengefasst. Wenn man den Sachverhalt der Linearität ernst nimmt, stellt sich jedoch auch die Frage, wie sich die Programmangebote der um Zuschauer konkurrierenden Sender über den Tag verteilen. Denn der Zuschauererfolg des linearen Fernsehens ist grundsätzlich mit dem tageszeitspezifischen Mediennutzungsverhalten der Fernsehzuschauer verknüpft. Im Folgenden werden daher die Programmangebote der sechs Sender in vier Tageszeitfenstern miteinander verglichen. Untersucht werden die Tagesabschnitte zwischen 0 und 6 Uhr, 6 und 12 Uhr, 12 und 18 Uhr sowie 18 und 24 Uhr an den Werktagen Montag bis Freitag.

Programmangebot in vier Tagesabschnitten untersucht

Unterschiedliche Sehbeteiligung je nach Tageszeit

Dass linear ausgestrahlte Fernsehprogramme an Werktagen die wenigsten Zuschauer in den frühen Morgenstunden erreichen, wird niemanden über-

raschen. Im Jahr 2020 waren es in Deutschland zwischen halb drei und sieben Uhr weniger als 5 Prozent aller potenziellen Zuschauerinnen und Zuschauer ab 3 Jahren (vgl. Abbildung 12). Die Sehbeteiligung steigt danach nur langsam an, 2020 überschritt sie kurz nach 12 Uhr die 10-Prozent- und kurz vor 18 Uhr die 20 Prozent-Grenze. Ihren Höhepunkt von etwas mehr als 41 Prozent erreichte die TV-Sehbeteiligung in Deutschland 2020 zwischen 20.30 und 21.30 Uhr, sank danach aber wieder relativ schnell auf etwa 15 Prozent um 24.00 Uhr ab.

Unterteilt man diese Verlaufskurve in vier gleich große, jeweils 6 Stunden umfassende Zeitabschnitte zwischen 0 und 24 Uhr, zeigt sich, dass die durchschnittliche Sehbeteiligung 2020 in den ersten beiden Tagesabschnitten mit 6 bzw. 7 Prozent ähnlich niedrig war und erst danach deutlich zunahm (vgl. Tabelle 9). Zwischen 12 und 18 Uhr waren es durchschnittlich 15 Prozent und dann zwischen 18 und 24 Uhr, in der Phase mit den meisten Zuschauerinnen und Zuschauern, 32 Prozent. Aus der Perspektive der ARD/ZDF-Programmanalyse ist von Interesse, mit welchen Programmangeboten die Sender auf die Verteilung der Zuschauerdaten über die werktägliche Sendezeit zwischen 0 und 24 Uhr reagieren. Die in Tabelle 9 ebenfalls ausgewiesenen Marktanteile der sechs Programme für die vier Tageszeitsegmente geben Hinweise darauf, wie erfolgreich sie das in Konkurrenz zueinander tun.

In das erste Tageszeitsegment zwischen 0.00 und 6.00 Uhr reicht das Spätprogramm des Vortages hinein. Das gilt vor allem für diejenigen Programme, die wie Das Erste, das ZDF und RTL den Nachrichtentag mit einem Nachtjournal oder wie VOX mit einer sehr späten Hauptnachrichtensendung beenden. Zugleich wird der neue Tag von vier Programmen – Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1 – ab 5.30 Uhr mit den Informationen des Frühstücksfernsehens eröffnet. Aus der Stichprobenerhebung, die im Rahmen der ARD/ZDF-Programmanalyse durchgeführt wird, lässt sich entnehmen, dass die Tageszeit mit der niedrigsten Sehbeteiligung von Das Erste, dem ZDF, RTL und Sat.1 besonders intensiv für die Ausstrahlung von Sendungswiederholungen genutzt wird. (25)

Bei fünf der sechs Programme wick 2020 die Struktur der Sendungsangebote am frühen Morgen (vgl. Tabelle 10 und Abbildung 13) nur geringfügig von den Tagesdurchschnittswerten (vgl. Tabelle 4) ab. Auf das sechste Programm, VOX, wird gesondert eingegangen. Im Ersten Programm und beim ZDF standen journalistische Informationssendungen, bei RTL und Sat.1 die nonfiktionalen Unterhaltung und das Reality-TV und bei ProSieben die fiktionalen Unterhaltung genau wie im Tagesdurchschnitt an erster Stelle. Auffallend ist ganz generell, dass der Anteil der fiktionalen Unterhaltung bei allen fünf Programmen in den ersten

Nacht und früher Morgen: Die Sendezeit zwischen 0 und 6 Uhr

**Tabelle 9**  
**TV-Sehbeteiligung und TV-Marktanteile in vier Tageszeitabschnitten 2020**

Zuschauer ab 3 Jahren, Mo-Fr, in %

	0.00-6.00 Uhr	6.00-12.00 Uhr	12.00-18.00 Uhr	18.00-24.00 Uhr
Sehbeteiligung				
in Mio	4,334	4,951	10,951	24,313
in %	5,7	6,6	14,5	32,2
Marktanteile in %				
Das Erste	6,4	8,4	10,7	12,4
ZDF	7,6	13,5	17,2	14,5
RTL	7,3	6,4	6,8	9,0
VOX	8,8	5,4	3,8	4,3
Sat.1	5,2	9,9	8,3	4,4
ProSieben	4,1	2,9	3,8	4,3
Gesamt	39,4	46,5	50,6	48,9

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 1.1.-31.12.2020,  
 Marktstandard: AGF-Standard\TV.

**Tabelle 10**  
**Programmarten und Sendungsformate im Nachtprogramm 2020**

Zeitanteil in %, Mo-Fr, 0.00-6.00 Uhr\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information	46,6	46,7	23,0	72,6	15,1	5,3
Nachrichtensendungen <sup>1)</sup>	6,5	3,9	7,3	4,8	0,1	0,7
Magazinsendungen	19,6	17,9	11,7	0,4	9,4	2,9
Reportagen, Dokumentationen	9,2	18,6	3,7	67,4	3,3	1,3
Interview- und Talkformate	10,7	5,8	0,0	–	2,3	0,2
Sonstige journalistische Formate	0,6	0,5	0,3	–	–	0,2
Sportsendungen	0,2	0,0	0,0	–	–	0,4
Nonfiktionale Unterhaltung und Reality-TV	4,5	8,5	35,8	0,9	46,4	20,4
Show-, Quiz-, Musiksendungen etc.	4,1	8,5	6,5	0,0	11,2	18,3
Reality-TV (1): Narrative Formate	0,4	–	0,3	0,8	0,3	–
Reality-TV (2): Performative Formate	–	–	5,4	0,1	3,9	2,1
Reality-TV (3): Gescrriptete Formate	–	–	23,6	–	31,0	–
Fiktionale Unterhaltung	44,6	43,2	29,9	19,5	31,6	64,6
Filme, Fernsehspiele	33,8	17,9	1,7	3,3	6,6	19,1
Serien	10,8	25,3	28,2	16,2	25,0	45,5
Sonstige Sendungen <sup>2)</sup>	2,0	–	–	–	0,1	–
Werbung, Programmpromotion etc.	2,1	1,6	11,3	7,0	6,8	9,3
Werbung	–	–	8,3	4,4	3,4	4,4
Programmpromotion	2,0	1,5	3,0	2,4	3,3	4,9
Sonstiges <sup>3)</sup>	0,1	0,1	0,0	0,2	0,1	0,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebung 2020. Berechnungsbasis: 6 Stunden pro Tag (0.00-6.00 Uhr).

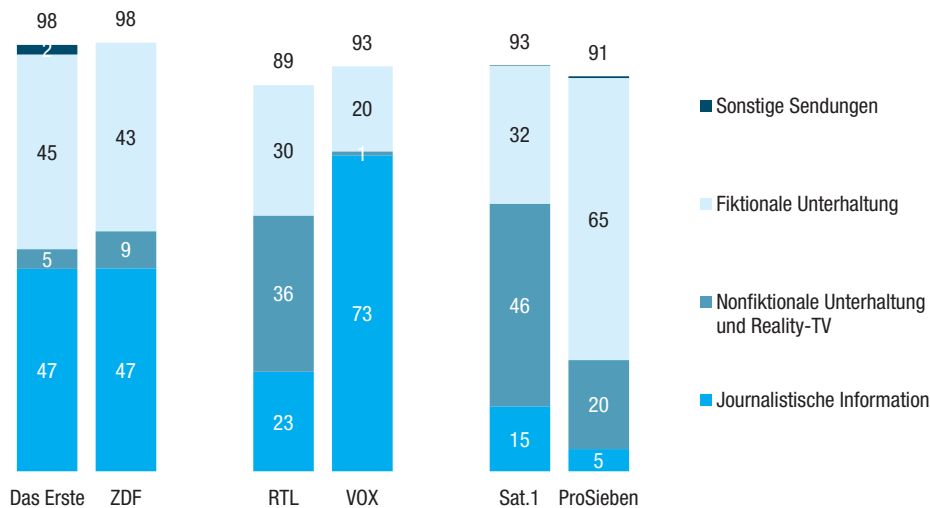
1) Einschließlich Wetterberichte.

2) Vorwiegend religiöse Verkündigungssendungen und Gottesdienste.

3) Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 6-Stunden-Zeitschnitt.

Quelle: GföfK Medienforschung.

Abbildung 13  
**Programmarten und Sendungsformate im Nachtprogramm 2020**  
 Zeitanteil in %, Mo-Fr, 0.00-6.00 Uhr



Quelle: GöfaK Medienforschung.

sechs Tagesstunden größer war als im Tagesdurchschnitt. Dazu kamen bei RTL und Sat.1 in überdurchschnittlichem Umfang fikionalisierte Reality-TV-Formate, nämlich gescriptete Doku-Soaps.

das von dem der anderen Programme – unabhängig von einigen Parallelen – in mindestens einem Spartensegment abweicht.

VOX mit abweichender Programmpolitik am frühen Morgen

VOX verfolgt in diesem Zeitfenster eine gänzlich andere Programmpolitik. Knapp drei Viertel der Sendezeit am frühen Morgen, mehr als vier Stunden zwischen 0 und 6 Uhr dient der journalistischen Information, die im Tagesdurchschnitt nur auf Rang 3 positioniert ist. In zwei Dritteln der Sendezeit wurden Reportagen und Dokumentationen ausgestrahlt. 5 Prozent entfielen auf die Hauptnachrichtensendung. Diese Daten komplettieren die bisherige Beschreibung der Informationsleistungen von VOX, in deren Mittelpunkt zumindest in quantitativer Hinsicht das True-Crime-Format „Medical Detectives“ steht. Die Folge dieser Programmpolitik ist erstens, dass VOX in dieser Sendezeit fast gänzlich auf seinen „Markenkern“ – die Formate des Reality-TV – verzichtet, und dass zweitens in den restlichen Tageszeitsegmenten für Informationsangebote nicht mehr viel Raum bleibt. Auch wenn es nur um die Tageszeit mit der geringsten Sehbeteiligung geht, war VOX bei den wenigen Menschen, die in dieser Zeit fernsehen, mit dieser Programmpolitik in der Konkurrenz der sechs Programme Marktführer (Marktanteil 8,8 %).

Den höchsten Informationsanteil zwischen 6 und 12 Uhr hatten 2020 die beiden öffentlich-rechtlichen Programme und lagen damit weit über dem Tagesdurchschnitt (vgl. Tabellen 11 und 4 sowie Abbildung 14). Am höchsten war er beim ZDF mit 72 Prozent der Sendezeit, das ergänzend dazu fast nur fiktionale Unterhaltungsformate, vor allem Serien, ausstrahlte (26 %). Auch im Ersten stand am Vormittag die Information mit Abstand an erster Stelle (63 %). Das Erste bot den Zuschauerinnen und Zuschauern in der restlichen Sendezeit aber sowohl nonfiktionale (19 %) als auch fiktionale Unterhaltungsangebote an (14 %).

Hohe Infoanteile beim Ersten und ZDF

Vormittag: Die Sendezeit zwischen 6 und 12 Uhr

Das Strukturmuster der Programmkonkurrenz am Vormittag ist klarer als in den Stunden davor. Einerseits spielen in dieser Tageszeit bei Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1 das Frühstücksfernsehen sowie bei Das Erste und dem ZDF einige weitere Magazinsendungen eine große Rolle. Andererseits hat in dieser Zeit jedes der sechs Programme ein eigenes Profil,

Am weitesten entfernt von den Durchschnittsdaten war am Vormittag die Informationsquote von Sat.1 am Vormittag (54 vs. 16 % der Sendezeit), was im Wesentlichen auf das Frühstücksfernsehen zurückzuführen ist. Dieses geht vorwiegend zu Lasten der fiktionalen Unterhaltung, auf die Sat.1 in dieser Tageszeit fast vollständig verzichtete, und eines stark reduzierten nonfiktionalen Angebots (22 %), mit Scripted-Reality-Formaten als Schwerpunkt (19 %).

Anders als die bisher beschriebenen Programme boten VOX und ProSieben ihrem Publikum zwischen 6.00 und 12.00 Uhr nur in geringstem Umfang journalistische Informationssendungen an. ProSieben setzte stattdessen primär auf fiktionale Unterhaltung (73 % der Sendezeit in diesem Tagesabschnitt). Dasselbe gilt im Prinzip für VOX (45 %). Jedoch kamen hier mit 30 Prozent der Sendezeit Reality-TV-Formate

VOX setzt am Vormittag auf fiktionale Unterhaltung

**Tabelle 11**  
**Programmarten und Sendungsformate am Morgen und Vormittag 2020**  
Zeitanteil in %, Mo-Fr, 6.00-12.00 Uhr\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information	63,3	72,2	31,2	1,7	53,9	1,4
Nachrichtensendungen <sup>1)</sup>	6,0	6,0	–	1,4	1,1	0,1
Magazinsendungen	56,1	65,5	30,9	–	52,8	1,1
Reportagen, Dokumentationen	0,3	0,1	0,1	0,3	–	0,0
Sonstige journalistische Formate	0,9	0,6	0,2	–	–	0,2
Sportsendungen	0,4	0,0	–	–	–	–
Nonfiktionale Unterhaltung und Reality-TV	19,3	0,1	24,9	29,9	21,9	1,9
Show-, Quiz-, Musiksendungen etc.	19,3	0,1	0,3	–	1,7	0,7
Reality-TV (1): Narrative Formate	–	–	–	12,2	–	–
Reality-TV (2): Performative Formate	–	–	–	0,9	0,9	1,2
Reality-TV (3): Gescrriptete Formate	–	–	24,6	16,8	19,3	–
Fiktionale Unterhaltung	14,4	25,6	20,2	44,6	1,4	73,1
Filme, Fernsehspiele	2,4	2,8	2,4	2,1	1,4	1,3
Serien	12,0	22,8	17,8	42,5	0,0	71,8
Sonstige Sendungen <sup>2)</sup>	0,4	0,1	–	–	–	–
Werbung, Programmpromotion etc.	2,2	2,0	23,7	23,8	22,8	23,6
Werbung	–	–	19,4	18,4	18,1	16,8
Programmpromotion	1,7	1,5	4,1	5,4	4,1	6,8
Sonstiges <sup>3)</sup>	0,5	0,5	0,2	0,0	0,6	0,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebung 2020. Berechnungsbasis: 6 Stunden pro Tag (6.00-12.00 Uhr).

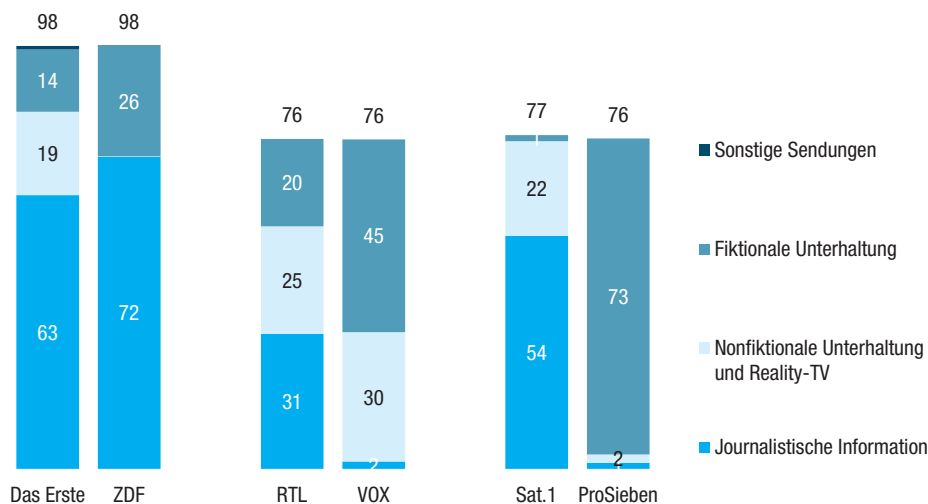
1) Einschließlich Wetterberichte.

2) Vorwiegend religiöse Verkündigungssendungen und Gottesdienste.

3) Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 6-Stunden-Zeitschnitt.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

**Abbildung 14**  
**Programmarten und Sendungsformate am Morgen und Vormittag 2020**  
Zeitanteil in %, Mo-Fr, 6.00-12.00 Uhr



Quelle: GöfaK Medienforschung.

Tabelle 12  
Programmsparten und Sendungsformate am Nachmittag 2020

Zeitanteil in %, Mo-Fr, 12.00-18.00 Uhr\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information	54,8	56,0	24,2	0,3	0,1	12,9
Nachrichtensendungen <sup>1)</sup>	14,6	16,1	0,3	–	0,1	1,0
Magazinsendungen	36,9	39,4	23,9	–	0,0	11,8
Reportagen, Dokumentationen	3,1	0,3	–	0,3	–	0,1
Sonstige journalistische Formate	0,2	0,2	0,0	–	–	–
Sportsendungen	3,6	2,2	–	–	–	–
Nonfiktionale Unterhaltung und Reality-TV	9,5	25,2	42,8	72,4	72,1	0,8
Show-, Quiz-, Musiksendungen etc.	1,7	25,2	32,6	–	0,5	0,7
Reality-TV (1): Narrative Formate	7,8	–	6,8	42,4	1,5	–
Reality-TV (2): Performative Formate	–	–	–	30,0	–	0,1
Reality-TV (3): Gescrriptete Formate	–	–	3,4	–	70,1	–
Fiktionale Unterhaltung	27,0	13,3	9,2	2,1	2,3	61,7
Filme, Fernsehspiele	2,6	1,8	2,4	2,0	2,3	1,5
Serien	24,4	11,5	6,8	0,1	–	60,2
Sonstige Sendungen <sup>2)</sup>	0,1	0,0	–	–	–	–
Werbung, Programmpromotion etc.	5,0	3,3	23,8	25,2	25,5	24,6
Werbung	1,5	1,0	18,4	19,8	17,7	16,4
Programmpromotion	3,4	2,2	4,7	5,0	7,8	8,2
Sonstiges <sup>3)</sup>	0,1	0,1	0,7	0,4	0,0	0,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebung 2020. Berechnungsbasis: 6 Stunden pro Tag (12.00-18.00 Uhr).

1) Einschließlich Wetterberichte.

2) Vorwiegend religiöse Verkündigungssendungen und Gottesdienste.

3) Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 6-Stunden-Zeitschnitt.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

dazu, vor allem gescrriptete und nicht gescrriptete Doku-Soaps. Bei VOX verkehrt sich damit in dieser Tageszeit die Relation zwischen (mehr) nonfiktionalen und (weniger) fiktionalen Programmangeboten, die sonst das Gesamtprogramm bestimmt, ins Gegenteil.

Mittag und  
Nachmittag: Die  
Sendezeit zwischen  
12 und 18 Uhr

Das Besondere an der Sendezeit zwischen 12.00 und 18.00 Uhr ist, dass alle sechs Programme in dieser Zeit in besonderer Weise auf die Programmsparten setzen, die bei ihnen – insgesamt, über den gesamten Tag hinweg – an erster Stelle stehen. Dabei räumen alle sechs Programme ihren „Profilsparten“ zwischen 12.00 und 18.00 Uhr mehr Sendungsanteile ein als im Tagesdurchschnitt. Zum Teil führt das dazu, dass andere Programmsparten in dieser Zeit ganz aus ihrem Programmspektrum herausfallen.

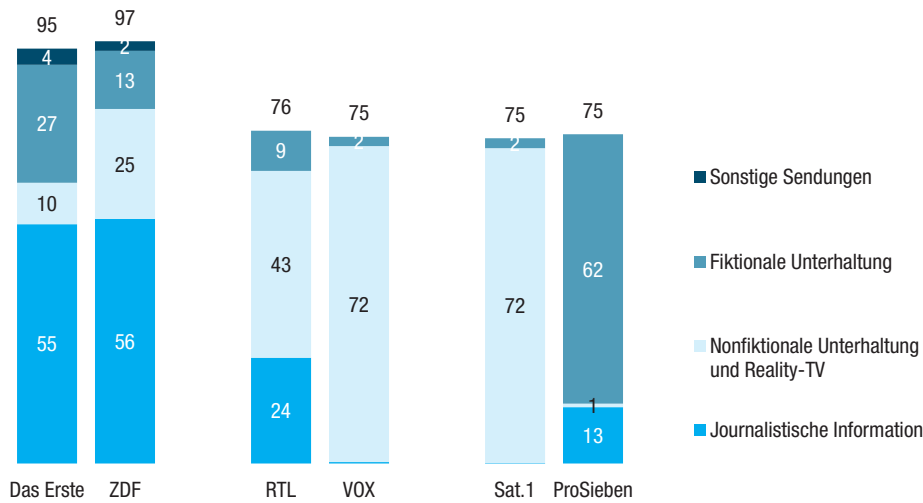
Sat.1 und VOX:  
Knapp drei Viertel  
des Nachmittags-  
programms ist  
Reality-TV

Dieses Phänomen zeigt sich zum Beispiel bei Sat.1 und VOX, bei denen 2020 knapp drei Viertel der Sendezeit am Nachmittag aus Reality-TV-Angeboten bestanden (vgl. Tabelle 12 und Abbildung 15). Bei Sat.1 waren es über 4 Stunden gescrriptete Do-

ku-Soaps, bei VOX im selben Umfang Doku-Soaps und Real-Life-Inszenierungen. Für fiktionale Unterhaltung und mehr noch für Informationsformate blieben daneben nur wenige Minuten. In einem nicht ganz so ausgeprägten Maße setzte ProSieben am Nachmittag auf Filme sowie vor allem auf Serien (zusammen 62 % der Sendezeit) und ergänzte diese durch Informationsangebote (13 %), insbesondere im Magazinbereich. Auf nonfiktionale Unterhaltungsangebote verzichtete ProSieben zwischen 12.00 und 18.00 Uhr fast vollständig.

Größer ist die Spartenvielfalt am Nachmittag bei den restlichen drei Programmen. Das Erste und das ZDF boten den Zuschauerinnen und Zuschauern 2020 mehr als drei Stunden journalistische Information, darunter vor allem (und umfangreicher als im Tagesdurchschnitt) Magazin- und Nachrichtensendungen. Damit enden im Nachmittagsprogramm jedoch die Parallelen zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen. Das Erste ergänzte das Informationsangebot vor allem durch fiktionale Formate, darunter überdurchschnittlich viel Serien (24 % der Sendezeit zwischen 12.00

Abbildung 15  
Programmsparten und Sendungsformate am Nachmittag 2020  
Zeitanteil in %, Mo-Fr, 12.00-18.00 Uhr



Quelle: GföfAK Medienforschung.

und 18.00 Uhr). Nonfiktionaler Formate folgten mit Abstand an letzter Stelle. Im Gegensatz dazu bestand beim ZDF ein Viertel der Sendezeit zwischen 12.00 und 18.00 Uhr aus nonfiktionalen Unterhaltungsformaten, sie waren in der Tendenz doppelt so umfangreich wie die fiktionalen Programmangebote. RTL schließlich setzte am Nachmittag in ähnlichem Umfang wie im Tagesdurchschnitt auf die nonfiktionaler Unterhaltung (43% der Sendezeit) und etwas stärker als im Durchschnitt auf die journalistische Information (24%). Dementsprechend geringer war das Angebot an Filmen und Serien (zusammen 17%).

Primetime: Die Sendezeit zwischen 18 und 24 Uhr

Was im Fachjargon der Programmplaner als Primetime bezeichnet wird, meint im Prinzip die Sendezeit mit dem größten Fernsehpublikum. Ohne in die Details der Definition dieser Kategorie und ihrer Zeitgrenzen einzusteigen, darf vor dem Hintergrund der Fernsehgewohnheiten in Deutschland unterstellt werden, dass die Sendezeit zwischen 18 und 24 Uhr die Primetime mit Sicherheit umschließt. Wir haben schon in unserer Berichterstattung über die Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse im Untersuchungsjahr 2019 gezeigt, dass sich die sechs Programme, die in dieser Langzeitstudie beobachtet werden, in der zuschauerintensivsten Sendezeit zum Teil aneinander anpassen, ohne ihre Grundidentität zu verlieren: Die informationsstarken Programme erhöhen in dieser Tageszeit im Vergleich zum Tagesdurchschnitt ihre Unterhaltungsangebote, die unterhaltungsstarken Programme ihre Informationsangebote. (26) Aus dem hier vorgelegten Vergleich der vier Tagesabschnitte geht das noch deutlicher hervor.

In den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen rückten auch 2020 in der Primetime fiktionale Unterhaltungsangebote auf Rang 1 des Programmspektrums und verdrängten die journalistische Information auf Rang 2 (vgl. Tabelle 13 und Abbildung 16). Im Ersten Programm betrug 2020 die Relation zwischen Information und Fiction am Abend 34 zu 39 Prozent, beim ZDF 40 zu 45 Prozent. Das heißt, im Vergleich zum Tagesdurchschnitt waren in beiden Programmen am Abend fiktionale Formate überdurchschnittlich und journalistische Informationsangebote unterdurchschnittlich stark vertreten. Blickt man auf die zentralen fernsehjournalistischen Formate, ist diese Relation auf den großen Umfang von Magazinsendungen zu anderen Sendezeiten bzw. den vergleichsweise geringen Umfang von Magazinsendungen in der Primetime zurückzuführen. Umgekehrt war der Anteil der Nachrichtensendungen an der Primetime (2020 in beiden Programmen 15%) deutlich höher als im Tagesdurchschnitt.

Bei drei privaten Programmen, RTL, Sat.1 und ProSieben, entsprach die Rangfolge der drei zentralen Programmsparten in der Sendezeit zwischen 18.00 und 24.00 Uhr im Jahr 2020 der Reihenfolge für die gesamte werktägliche Sendezeit. Aber im Umfang der einzelnen Sparten sind Differenzen zwischen den Primetime- und den Durchschnittsdaten festzustellen. Für die Primetime-Angebote dieser Programme bedeutet dies besonders bei ProSieben mit einer Relation von 22 zu 11 Prozent mehr Information, besonders bei RTL mit einer Relation von 29 zu 41 Prozent weniger nonfiktionaler Unterhaltung und bei ProSieben mit einer Relation von 36 zu 58 Prozent sehr viel weniger fiktionale Unterhaltung als im Tagesdurchschnitt.

Das Erste/ZDF: Fiction in der Primetime auf Rang 1

RTL, Sat.1 und ProSieben: Rangfolge der Sparten entspricht dem Gesamtangebot



Tabelle 13

**Programmsparten und Sendungsformate in der Primetime 2020**

Zeitanteil in %, Mo-Fr, 18.00-24.00 Uhr\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information	33,5	40,3	26,9	5,5	14,6	21,5
Nachrichtensendungen <sup>1)</sup>	14,6	14,5	6,6	0,8	4,7	3,6
Magazinsendungen	4,0	8,2	17,7	1,5	2,4	16,5
Reportagen, Dokumentationen	8,3	7,9	2,2	3,1	7,5	1,0
Interview- und Talkformate	6,5	9,6	0,1	0,1	–	0,4
Sonstige journalistische Formate	0,1	0,1	0,3	–	–	–
Sportsendungen	3,4	1,7	1,1	–	–	–
Nonfiktionale Unterhaltung und Reality-TV	18,6	5,1	29,0	43,2	41,9	19,0
Show-, Quiz-, Musiksendungen etc.	18,6	5,1	20,4	3,8	21,7	15,5
Reality-TV (1): Narrative Formate	–	–	1,0	25,5	2,2	–
Reality-TV (2): Performative Formate	–	–	7,6	13,9	10,4	3,5
Reality-TV (3): Gescriptete Formate	–	–	–	–	7,6	–
Fiktionale Unterhaltung	38,5	45,0	20,3	28,6	20,3	36,0
Filme, Fernsehspiele	18,3	15,5	1,4	11,9	8,7	13,1
Serien	20,2	29,5	18,9	16,7	11,6	22,9
Sonstige Sendungen <sup>2)</sup>	0,0	0,1	–	–	–	–
Werbung, Programmpromotion etc.	5,9	7,8	22,7	22,7	23,2	23,5
Werbung	3,7	5,5	17,6	17,6	16,7	16,7
Programmpromotion	2,2	2,2	4,3	4,7	6,4	6,5
Sonstiges <sup>3)</sup>	0,0	0,1	0,8	0,4	0,1	0,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebung 2020. Berechnungsbasis: 6 Stunden pro Tag (18.00-24.00 Uhr).

1) Einschließlich Wetterberichte.

2) Vorwiegend religiöse Verkündigungssendungen und Gottesdienste.

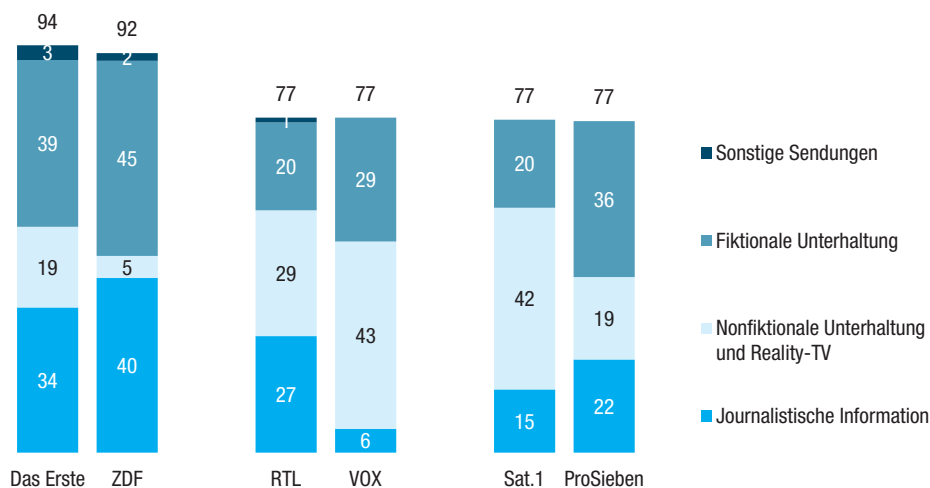
3) Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 6-Stunden-Zeitschnitt.

Quelle: GöfaK Medienforschung.

Abbildung 16

**Programmsparten und Sendungsformate in der Primetime 2020**

Zeitanteil in %, Mo-Fr, 18.00-24.00 Uhr



Quelle: GöfaK Medienforschung.

**Fazit**

Frage nach dem Einfluss von Corona auf die Programmstrukturen

Langfristige Analysen der Fernsehprogramme, die im Fokus der ARD/ZDF-Programmanalyse stehen, zeigen, dass kurzfristige strukturelle Programmänderungen bei den Fernsehprogrammen auf den ersten Plätzen des Zuschauermarktes unwahrscheinlich sind. Das für diese Programme typische „Entwicklungsparadigma“ ist eher Kontinuität und, wenn überhaupt, langfristig angelegter Wandel. Diese Beobachtung wird bestätigt, wenn man die hier vorgelegten Befunde der ARD/ZDF-Programmanalyse für das Jahr 2020 mit den Untersuchungsergebnissen des Vorjahres vergleicht – wobei sich aus dem Vergleich von zwei Programmjahren kein Trend ablesen lässt. In diesem konkreten Fall ging es allerdings um eine andere Fragestellung. Es interessiert an dem Vergleich, ob sich im Corona-Krisenjahr 2020 in den Informations- und Unterhaltungsangeboten der untersuchten Fernsehprogramme Umstrukturierungen auffinden ließen, die als Reaktion auf diese Krise interpretiert werden könnten.

Gefälle zwischen ö.-r. und privaten Programmen bei Info-Angebot bleibt bestehen

Die Befunde der hierzu durchgeführten Analysen weisen in zwei unterschiedliche Richtungen. Stellt man die gesamten Programmangebote einander gegenüber, die von den sechs Sendern in den beiden Untersuchungsjahren 2019 und 2020 ausgestrahlt worden sind, findet man keine besonderen, berichtenswerten Unterschiede. Das Informationsgefälle zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen auf der einen und den vier privaten Programmen auf der anderen Seite verändert sich kaum. Und ob der geringfügige Informationszuwachs bei den öffentlich-rechtlichen Programmen ein direkter (mehr Coronaberichterstattung) oder indirekter Effekt der Coronakrise (weniger Sportberichterstattung) ist, muss offenbleiben.

Sondersendungen 2020 auffälligstes Sendungsformat, jedoch mit geringem quantitativen Gewicht

Auf der anderen Seite belegen die für diesen Beitrag durchgeführten Analysen, dass aktuelle Sondersendungen das kennzeichnende Sendungsformat des Krisenjahrs 2020 waren. Auch wenn das quantitative Gesamtgewicht dieses Informationsformats aus der Jahresperspektive gering war, konnte gezeigt werden, dass es während der Höhepunkte der Coronakrise flexibel genutzt wurde, um die Zuschauer unabhängig vom Programm-schemata und zusätzlich zur regelmäßigen Nachrichtengabe zu informieren. Nicht überraschend ist, dass aktuelle Sondersendungen wie schon in früheren Jahren auch 2020 am intensivsten von den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen eingesetzt wurden. Bemerkenswerter ist im Grunde der neue Stellenwert, den dieses Format im Corona-Krisenjahr bei den privaten Programmen erhalten hat, und dass es im Vergleich zu den anderen privaten Programmen am stärksten von ProSieben genutzt wurde.

Der Bedeutungszuwachs, den aktuelle Informationsangebote des Fernsehens im Corona-Krisenjahr 2020 in der Bevölkerung erhalten haben und ihr Vertrauen in die Medien beeinflusst, rückt die Information über politische und gesellschaftlich relevante Probleme auf jeden Fall wieder stärker in den Mittelpunkt der Programmkonkurrenz der privaten mit den öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstaltern. Ob einige der aktuellen Aktivitäten zum Beispiel von ProSieben in diesem Bereich über Einzelaktionen hinausweisen und zu einem stabilen, messbaren Programmtrend werden, wird die kontinuierliche Fernsehprogramm-forschung in den kommenden Jahren zeigen.

Krisenlage rückt Bedeutung der Information wieder in den Fokus

Anmerkungen:

- 1) Zur Neukonzeption der ARD/ZDF-Programmanalyse im Untersuchungsjahr 2019 vgl. Weiß, Hans-Jürgen/Torsten Maurer/Anne Beier: ARD/ZDF-Programmanalyse 2019: Kontinuität und Wandel. Forschungshintergrund und Methode. In: Media Perspektiven 5/2020, S. 226-245; Maurer, Torsten/Anne Beier/Hans-Jürgen Weiß: Programm-profile von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben. Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2019 – Teil 1. In: Media Perspektiven 5/2020, S. 246-263; Maurer, Torsten/Mattias Wagner/Hans-Jürgen Weiß: Informations-profile von Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1. Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2019 – Teil 2. In: Media Perspektiven 5/2020, S. 264-286.
- 2) Die Ergebnisse der zweiten Teilstudie werden in Heft 5/2021 von Media Perspektiven publiziert.
- 3) Vgl. Weiß/Maurer/Beier 2020 (Anm. 1), besonders S. 231-236 sowie ergänzend dazu: GöfaK Medien-forschung: Methodendokumentation zur ARD/ZDF-Programmanalyse 2020. Potsdam 2021 (<https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/studien/programmanalyse/>), im Folgenden kurz „Methodendokumentation 2020“.
- 4) Zu den Indikatoren für strukturelle Programmvelfalt und zur Unterscheidung von struktureller und inhaltlicher Programmvelfalt als Leitlinien der Fernsehprogramm-forschung vgl. Weiß, Hans-Jürgen/Torsten Maurer/Matthias Wagner: Relativ vielfältig – Programmkonkurrenz auf dem Markt der deutschen Fernsehvollprogramme. In: Programmbericht der Medienanstalten 2014, S. 25-59, hier S. 25-30.
- 5) Vgl. Weiß/Maurer/Beier (Anm. 1), S. 235 (Abb. 4).
- 6) Vgl. Maurer, Torsten/Matthias Wagner/Hans-Jürgen Weiß: Fernschnachrichten im Zeichen der Corona-Krise. Ergebnisse des Nachrichtenmonitors 2020. In: Media Perspektiven 3/2021, S. 163-184.
- 7) Vgl. § 39 Abs. 1 sowie § 70 Abs. 1 Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland, in Kraft seit dem 1. Juni bzw. 7. November 2020 (im Folgenden kurz: Medienstaatsvertrag 2020 bzw. MSTV 2020).
- 8) Vgl. § 59 Abs. 4 MSTV 2020. Siehe dazu auch Volpers, Helmut/Uli Bernhard: Die Regionalfenster im Programm von RTL und Sat.1 im Jahr 2017. Ergebnisse der Programmanalyse. In: Content-Bericht der Medienanstalten 2017, S. 152-170.
- 9) In den AGF-Programmprotokollen und in der AGF-Programmcodierung wird ausschließlich das in diesen Zeitfenstern ausgestrahlte überregionale Ersatzprogramm von RTL und Sat.1 ausgewiesen. Parallel dazu werden sie auch in der ARD/ZDF-Programmanalyse nicht berücksichtigt.
- 10) Vgl. § 60 Abs. 5 und § 65 MSTV 2020.
- 11) Aufgrund des Wechsels der für Sat.1 zuständigen Medien-anstalt war die Verpflichtung von Sat.1 zur Ausstrahlung von Programmangeboten unabhängiger Dritter mit Wirkung zum 15. August 2020 hinfällig. Vgl. Nünning, Volker: Sat.1 nimmt Drittanbieter-Formate aus dem Programm. In: Medienkorrespondenz vom 12.11.2020.

- 12) Vgl. § 15 Abs. 3 MStV 2020.
- 13) Vgl. dazu ausführlich Weiß/Maurer/Beier (Anm. 1), S. 231-235.
- 14) Sie besteht vorwiegend aus religiösen Verkündigungs-sendungen und Gottesdiensten.
- 15) Vgl. dazu das Schriftenverzeichnis zu den Untersuchungs-jahren 1985-2018 in GöfaK Medienforschung: Methoden-dokumentation zur ARD/ZDF-Programmanalyse 2019. Potsdam 2020. (<https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/studien/programmanalyse/>).
- 16) Vgl. dazu zum Beispiel Weiß, Hans-Jürgen/Annabelle Ahrens: Scripted Reality. Fiktionale und andere Formen der neuen Realitätsunterhaltung. In: Programmbericht der Medienanstalten 2011, S. 59-93.
- 17) In Tabelle 4 werden unterhaltende und informierende Zielgruppensendungen für Kinder nicht ausgewiesen. Die hierauf bezogenen Informationen zu den Programmen Das Erste und ZDF sind der Methodendokumentation zur ARD/ZDF-Programmanalyse 2020 (vgl. Anm. 3) zu entnehmen (Tabellenteil zur Teilstudie 1, Tabelle 12).
- 18) Vgl. dazu Maurer/Wagner/Weiß 2021 (Anm. 6).
- 19) Aus den nachfolgenden Daten zu den Formatgruppen sind Sondersendungen ausgeklammert, das heißt, sie beziehen sich ausschließlich auf regulär ausgestrahlte Sendungen.
- 20) Die Sendung „Guten Morgen Deutschland“ von RTL wird aus dieser Perspektive anders als in der AGF-Codierung dem Frühstückfernsehen zugerechnet.
- 21) Diese Beobachtung kann im Rahmen der zweiten Teil-studie der ARD/ZDF-Programmanalyse 2020 weiter vertieft und quantifiziert werden (vgl. Anm. 2).
- 22) Vgl. Maurer/Beier/Weiß 2020 (Anm. 1).
- 23) Vgl. Anm. 2.
- 24) Die in Tabelle 7 ausgewiesenen Daten folgen strikt der Programmcodierung im Rahmen der AGF-Primärerhebung.
- 25) Da nur diese vier Programme in der Stichprobenerhebung, dem zweiten Teil der Programmanalyse, berücksichtigt werden, sind die kurzfristigen Wiederholungsquoten von VOX und ProSieben nicht bekannt.
- 26) Vgl. Maurer/Wagner/Weiß 2020 (Anm. 1), hier S. 250-253.