

Programmanalyse 1998: ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Vergleich

→ Stabile Programmstrukturen trotz besonderer Fernsehereignisse

Von Udo Michael Krüger*

ARD/ZDF-Programmanalyse 1998: Codierung auf Beitragsebene und ergänzende Vollerhebung auf Basis von Programmankündigungen

Die vor zwei Jahren neuorientierte ARD/ZDF-Programmanalyse basiert 1998 auf zwei Ebenen der Datengewinnung. Zusätzlich zur bisherigen Codierung von Programmaufzeichnungen aus einer vierwöchigen Stichprobe wurde eine Vollerhebung von Programmankündigungen der Sender durchgeführt. Damit ist die Programmanalyse nun auch in die Breite erweitert worden, nachdem sie 1997 bereits von der Sendungsebene auf die Beitragsebene in die Tiefe ausgeweitet wurde, um neben den Programmstrukturen auch die Inhaltsstrukturen der Informationsangebote detaillierter erfassen zu können. Berücksichtigt man sowohl die Vollerhebung aus Programmankündigungen über alle 52 Wochen des Jahres 1998 als auch die vierwöchige Stichprobe von Programmaufzeichnungen aus der 10. Woche (2. bis 8. März), der 27. Woche (29. Juni bis 5. Juli), der 39. Woche (21. bis 27. September) und der 50. Woche (7. bis 13. Dezember), läßt sich nun ein umfassenderes Bild von der programmlichen Positionierung der Sender im Ereigniskontext des Gesamtjahres gewinnen.

Programmankündigungen haben bekanntlich Unschärfen (1), sie sind jedoch unter folgenden drei Aspekten hilfreich: 1. sie zeigen den kontinuierlichen Verlauf der Programmstruktur der Hauptsender über das ganze Jahr, 2. sie ermöglichen einen Vergleich zwischen der Programmstruktur auf der Basis von Programmankündigungen und der Programmstruktur auf der Basis von Programmaufzeichnungen bzw. dem tatsächlich ausgestrahlten Programm der Sender und 3. sie ermöglichen einen Vergleich zwischen der 4-Wochen-Auswahl und dem Jahresdurchschnitt aus Programmankündigungen. Diese Vergleiche dienen dazu, den Einfluß außergewöhnlicher Ereignisse auf den „normalen“, weitgehend formatisierten Programmablauf der Sender genauer abschätzen zu können. Die Vollerhebung auf der Basis von Programmankündigungen ist somit kein Ersatz, sondern eine Ergänzung für die vierwöchige Stichprobe der Programmaufzeichnungen.

Besondere Programmereignisse 1998

In das Jahr 1998 fielen einige herausragende Ereignisse, von denen anzunehmen ist, daß sie Einfluß auf die Programmplanung und Programmstruktur der Sender hatten. Hierzu gehören einige große internationale Sportereignisse, insbesondere die

Sportereignisse und Wahlen hatten Einfluß auf die Programmstruktur der untersuchten Sender

Olympischen Winterspiele von Nagano und die Fußball-Weltmeisterschaft in Frankreich, für die ARD und ZDF die Übertragungsrechte hatten. Hinzu kamen als herausragende politische Ereignisse vier Landtagswahlen und der Bundestagswahlkampf. Da all diese Ereignisse nicht unerwartet eintraten, wie etwa der Kosovokrieg, kann davon ausgegangen werden, daß sie nicht nur im ausgestrahlten Programm, sondern auch in der Programmplanung und damit auch in den Programmankündigungen ihren Niederschlag gefunden haben. Dies läßt sich an den Veränderungen der Programmstruktur bei einer Betrachtung des gesamten Jahres ablesen.

Die Vollerhebung über alle 52 Wochen des Jahres 1998 bestätigt zunächst klar die programmstrukturellen Profilunterschiede zwischen ARD und ZDF auf der einen Seite und RTL, SAT.1 und ProSieben auf der anderen Seite, wie sie schon wiederholt in den vorausgegangenen Jahren auf der Basis der 4-Wochen-Auswahl gezeigt worden sind. Bei ARD und ZDF wird das Programmprofil durch die Dominanz der Informationsangebote, bei RTL, SAT.1 und ProSieben durch das Übergewicht der Fictionangebote geprägt. Dieser strukturelle Unterschied zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Hauptprogrammen wurde im Jahr 1998 durch besondere Ereignisse in bestimmten Zeitphasen relativiert.

1998 zeigt sich bei ARD und ZDF, die im Besitz der jeweiligen Übertragungsrechte waren, ereignisbedingt ein starker Zuwachs des Sportanteils im Januar und Februar (Skisport und Winterolympiade) sowie im Sommer (Fußball-WM und Tour de France) zu Lasten anderer Programmsparten. Es sinken vor allem die Anteile für Fiction und Information. Im weiteren Verlauf des Jahres zeigt sich zwar auch eine Auswirkung des Bundestagswahlkampfes im August und September, jedoch sind die programmstrukturellen Effekte schwächer. Dies dürfte auch darauf zurückzuführen sein, daß die meisten wahlrelevanten Sendungen auf bereits bestehende Sendeplätze für Information fielen und daher nur zu einem geringen Anteil Unterhaltungsangebote verdrängten. (2)

In welchen Ereigniskontext fallen nun die vier ausgewählten Programmwochen für die Detailanalyse und wie unterscheidet sich die Programmstruktur der tatsächlich ausgestrahlten Angebote von der Struktur der Programmankündigungen?

Vor dem Ereignishintergrund des Jahres 1998 gesehen, fällt die 10. Woche in eine ereignisneutrale Phase, so daß sich der eingangs erwähnte Sporteffekt der Winterolympiade hier nicht zeigt. Die 27. Woche fällt in die Phase der Fußball-WM mit entsprechenden Auswirkungen auf die Programmstruktur. Die 39. Woche ist die letzte Woche der heißen Wahlkampfphase zur Bundestagswahl und Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern, also ebenfalls mit erwartbaren Auswirkungen auf die Programmstruktur. Die 50. Woche fällt in die Vorweihnachtszeit, hier wirkt sich aber noch

Struktureller Unterschied zwischen ö.-r. und privaten Sendern durch große Programmereignisse zeitweise relativiert

Sportübertragungen bei ARD/ZDF, Wahlen bei allen Sendern mit Einfluß auf Programmstruktur

Ereigniskontext der vier ausgewählten Untersuchungswochen

* Institut für empirische Medienforschung (IEM), Köln.

① **Programmstruktur 1998 - Gesamtangebot von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben:**
Vergleich zwischen 4-Wochen-Stichprobe aus Programmaufzeichnungen und aus Programmankündigungen
Sendedauer in %

	Bruttosendezeit ¹⁾		
	Programmaufzeichnungen 4 Wochen ²⁾	Programmankündigungen 4 Wochen ²⁾	Differenz
Information/Bildung	28,9	28,8	0,1
Fiction	40,7	41,6	- 0,9
Nonfiktionale Unterhaltung	16,1	15,8	0,3
Musik	1,6	1,5	0,1
Sport	4,7	4,6	0,1
Kinder-/Jugendprogramm	7,5	7,3	0,2
Sonstiges	0,5	0,3	0,2
Gesamt	100,0	100,0	

1) Redaktionelles Programm inklusive Werbung und Trailer

2) Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

nicht der Feiertagseffekt voll aus, sondern eher der Ski-Weltcup auf das ARD-Programm.

Programmstruktur und Untersuchungsbasis

4-Wochen-Vergleich:
Hohe Übereinstimmung der aus Aufzeichnungen und Ankündigungen ermittelten Programmstrukturen

Der Programmstrukturvergleich zwischen den sich entsprechenden vier Wochen aus Ankündigungen und aus Aufzeichnungen des Programms ergibt eine relativ hohe Übereinstimmung (vgl. Tabelle 1). Dies kann zum einen bedeuten, daß es in diesen vier Wochen nur geringe Veränderungen des tatsächlich ausgestrahlten Programms gegenüber dem angekündigten Programm gegeben hat. Möglich ist aber auch, daß Programmänderungen keine auf der Ebene der acht Hauptkategorien sichtbaren Auswirkungen haben, weil die Programmsparte oder die Unterkategorie gleichgeblieben ist.

Relativ geringe Abweichungen der 4-Wochen-Struktur mit dem Jahresdurchschnitt der Vollerhebung aus Ankündigungen

Vergleicht man die Programmstruktur der Aufzeichnungen mit dem Jahresdurchschnitt der Vollerhebung in Bruttozeitwerten, gibt es in den einzelnen Programmkategorien Abweichungen unterschiedlichen Ausmaßes (vgl. Tabelle 2). Danach liegt der Anteil der Informationsangebote in der vierwöchigen Stichprobe insgesamt um 2 Prozent-

punkte und der Anteil der nonfiktionalen Unterhaltungsangebote um 1,2 Prozentpunkte höher als in der Vollerhebung. Umgekehrt fällt der Anteil des Fictionangebots 3,2 Prozentpunkte niedriger aus. Diese Abweichungen erklären sich bei näherer Betrachtung der Wochenverläufe des Gesamtjahres hauptsächlich aus kumulativen Effekten, die nicht nur durch besondere Sportangebote und die Bundestagswahl, sondern auch durch systematische Schwankungen der Fictionangebote in bestimmten Jahresphasen entstehen. So führt beispielsweise die bewußte Aussparung der Feiertagswochen und ebenso des Sommerferienprogramms dazu, daß in der Programmanalyse auf Basis der vierwöchigen Aufzeichnungen der Fictionanteil niedriger ist als in der Vollerhebung.

Führt man den Vergleich mit Nettozeitwerten durch - dabei werden die in der Bruttozeit enthaltenen Anteile für Werbung und Trailer aus den verschiedenen Programmkategorien herausgerechnet -, verringert sich die Abweichung für Fiction auf 2,7 Prozentpunkte und für Information auf 1,5 Prozent-

② **Programmstruktur 1998 - Gesamtangebot von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben:**
Vergleich zwischen 4-Wochen-Stichprobe aus Programmaufzeichnungen und Vollerhebung aus Programmankündigungen
Sendedauer in %

	Bruttosendezeit ¹⁾			Nettosendezeit ²⁾		
	Programmaufzeichnungen 4 Wochen ³⁾	Programmankündigungen Gesamtjahr	Differenz	Programmaufzeichnungen 4 Wochen ³⁾	Programmankündigungen Gesamtjahr	Differenz
	Information/Bildung	28,9	26,9	2,0	25,9	24,4
Fiction	40,7	43,9	- 3,2	34,5	37,2	- 2,7
Nonfiktionale Unterhaltung	16,1	14,9	1,2	13,7	12,5	1,2
Musik	1,6	1,6	0,0	1,5	1,5	0,0
Sport	4,7	4,6	0,1	4,5	4,3	0,2
Kinder-/Jugendprogramm	7,5	7,6	- 0,1	6,6	6,6	0,0
Sonstiges	0,5	0,5	0,0	13,3	13,5	- 0,2
Gesamt	100,0	100,0		100,0	100,0	

1) Redaktionelles Programm inklusive Werbung und Trailer

2) Redaktionelles Programm ohne Werbung und Trailer

3) Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

zentpunkte. Auf das Programmjahr 1998 bezogen kann man also festhalten: Wenn sich die bewußte Auswahl von vier natürlichen Wochen schon in einem von besonderen Ereignissen stark geprägten Programmjahr relativ gut bewährt, dann dürfte dies erst recht für solche Programmjahre gelten, in denen keine derartigen Ereignisse zu verzeichnen sind.

Programmprofile in der Gesamtsendezeit

Untersuchungsbasis:
vierwöchige
Programm-
aufzeichnungen

Die folgenden Ergebnisse der Programmanalyse beruhen alle auf den vierwöchigen Programmaufzeichnungen, die, wie gezeigt, eine zuverlässige Untersuchungsbasis bilden. In der Gesamtsendezeit von 6.00 bis 6.00 Uhr hat sich das Sendevolumen der ARD (ohne Restzeitfüller) in den Jahren 1996 bis 1998 nicht verändert. 1996 lag es bei durchschnittlich 1422 Minuten pro Tag, 1997 bei 1418 Minuten und 1998 bei 1420 Minuten pro Tag. Das ZDF zog im Laufe dieser Jahre von 1354 Minuten 1996 bis auf 1418 Minuten im Jahr 1998 mit der ARD gleich. Damit unterscheiden sich die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme in ihrem Sendevolumen kaum noch von den Privatsendern, deren Sendevolumen schon länger das volle Budget von 24 Stunden pro Tag ausfüllt (vgl. Tabelle 3).

ARD: leichter Rückgang bei Info, deutlich höherer Sportanteil, sonst wenige Veränderungen

Betrachtet man die Programmstruktur 1998 zunächst wieder auf der Ebene der Hauptkategorien, zeigt sich folgende Entwicklung gegenüber dem Vorjahr: Bei der ARD entfällt 1998 auf Information ein Anteil von 41,8 Prozent. Dies entspricht einem Rückgang von 1,5 Prozentpunkten gegenüber 1997. Auf Fiction (ohne Kinderprogramm) entfallen nahezu unverändert 27,7 Prozent der Gesamtsendedauer. Alle übrigen Programmkategorien haben Sendezeitanteile von weniger als 10 Prozent: Sport 8,2 Prozent, nonfiktionale Unterhaltung 7,5 Prozent, Kinder-/Jugendprogramm 6,9 Prozent, Musiksendungen 4,3 Prozent, sonstige Sparten 2,0 und Werbung 1,6 Prozent. Der stärkste Zuwachs ist mit 4,8 Prozentpunkten aufgrund der großen Sportereignisse in der Kategorie Sport zu verzeichnen. Einen Rückgang gibt es außer bei den Informationsangeboten auch beim Kinderprogramm und den nonfiktionalen Unterhaltungssendungen. Dies dürfte sich daraus erklären, daß die Kinderprogramme am frühen Morgen und die Daily talks am Nachmittag sowie als Wiederholung in der Nacht von großflächigen Sportübertragungen zeitweise verdrängt worden sind.

ZDF: leichter Rückgang bei Info, Zuwachs bei Sport und Unterhaltung

Beim ZDF entfällt 1998 auf Information ein Anteil von 42,3 Prozent, 2,6 Prozentpunkte weniger als 1997. Der Fictionanteil beträgt wie bei der ARD 27,7 Prozent, der Anteil für nonfiktionale Unterhaltung 10,2 Prozent. Diese Unterhaltungsangebote haben um 1,1 bzw. 2,8 Prozentpunkte zugenommen. Auf Kinder-/Jugendprogramme entfallen

6,9 Prozent, auf Sport 6,4 Prozent und auf Musiksendungen 2,2 Prozent. Sonstige Sparten machen 2,7 Prozent und Werbung 1,6 Prozent der Gesamtsendedauer aus. Der Zuwachs beim Sport fällt beim ZDF mit 1,2 Prozentpunkten geringer aus als bei der ARD.

Bei RTL beträgt 1998 der Anteil für Information 20,2 Prozent. Hier ist im Vergleich zu allen anderen Sendern mit 3,5 Prozentpunkten der größte Zuwachs gegenüber 1997 zu verzeichnen. Dagegen entfallen auf Fiction nur noch 29,1 Prozent, 4 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Auf nonfiktionale Unterhaltung entfallen 21,9 Prozent. Hier ist seit 1996 eine stetige Zunahme zu beobachten, die 1998 gegenüber 1997 2,6 Prozentpunkte ausmacht. In diesen Änderungen spiegelt sich wider, daß ein Teil des Fictionangebots durch Informations- oder nonfiktionale Unterhaltung mit Wiederholungen im Nachtprogramm ersetzt worden ist. Beim Werbeanteil ergibt sich ein Rückgang von 2,0 Prozentpunkten. Die übrigen Programmkategorien bleiben nahezu unverändert, auf Kinder-/Jugendsendungen entfallen 6,0 Prozent, auf Sport 3,5 Prozent, auf Musiksendungen 0,7 Prozent, auf sonstige Sparten – im wesentlichen Trailer – 4,7 Prozent und auf Werbung 13,9 Prozent.

RTL: deutlicher Zuwachs bei Info, weniger Fiction und mehr nonfiktionale Unterhaltung

Bei SAT.1 entfällt 1998 auf Information ein Anteil von 16,7 Prozent. Mit 0,6 Prozentpunkten Zuwachs gegenüber 1997 ist hier offenbar kein besonderer Effekt durch das Wahljahr oder anderweitig bedingte Programmänderungen eingetreten. Der Fictionanteil liegt – obgleich um 2 Prozentpunkte niedriger als 1997 – mit 37,8 Prozent deutlich höher als bei RTL. Unverändert ist dagegen der Anteil für nonfiktionale Unterhaltung mit 18,2 Prozent. Auf Sport entfallen weitere 4,7 Prozent, auf Kinder-/Jugendprogramm 2,2 Prozent und auf Musiksendungen nur 0,3 Prozent. Die sonstigen Sparten liegen bei 4,7 Prozent, die Werbung hat einen Anteil von 16,0 Prozent. In der Programmstruktur von SAT.1 zeigen sich 1998 im Vergleich zu allen übrigen Sendern die geringsten Veränderungen.

SAT.1: kaum Änderungen der Programmstruktur

ProSieben hat 1998 mit 8,6 Prozent den niedrigsten Anteil an Informationsangeboten. Dagegen dominiert weiterhin, diesmal mit genau 50 Prozent, das Fictionangebot im Programm. Hinzu kommen weitere 11 Prozent an Kinder-/Jugendsendungen, die fast ausschließlich aus Fiction bestehen. Die dritte Unterhaltungskomponente repräsentieren mit 10,2 Prozent die nonfiktionalen Unterhaltungsangebote. Offenbar wurden bei ProSieben im Jahr 1998 fiktionale Kindersendungen (-3,9%-Punkte) gegen nonfiktionale Unterhaltungssendungen (+4,1%-Punkte) ausgetauscht. Musik und Sport tauchen bei ProSieben auch im Jahr 1998 nicht auf. Der Anteil für sonstige Sparten entspricht mit 4,9 Prozent etwa dem der anderen Privatsender, auf Werbung entfallen unverändert 15,4 Prozent.

ProSieben: deutlich mehr nonfiktionale Unterhaltung und weniger Kinder/Jugendsendungen

③ Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1996 bis 1998 im Überblick

Sendedauer in %

	Gesamtsendezeit 6.00-6.00 Uhr				Hauptsendezeit 19.00-23.00 Uhr			
	1996	1997	1998	Veränd. 98-97	1996	1997	1998	Veränd. 98-97
ARD								
Information/Bildung	42,1	43,3	41,8	- 1,5	37,3	38,1	37,0	- 1,1
Fiction	25,7	27,2	27,7	0,5	32,9	38,1	28,6	- 9,5
Nonfiktionale Unterhaltung	12,7	8,9	7,5	- 1,4	10,4	10,1	10,1	-
Musik	4,3	5,0	4,3	- 0,7	4,4	4,2	6,6	2,4
Sport	4,1	3,5	8,2	4,8	7,9	2,9	11,0	8,1
Kinder-/Jugendsendungen	7,6	9,0	6,9	- 2,1	-	-	-	-
Sonstige Sparten	2,0	1,6	2,0	0,4	2,8	2,9	3,0	0,1
Werbung	1,5	1,5	1,6	0,1	4,2	3,8	3,8	-
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1 422	1 418	1 420	2	240	240	240	0
ZDF								
Information/Bildung	40,5	44,9	42,3	- 2,6	43,9	42,6	46,4	3,8
Fiction	30,0	26,6	27,7	1,1	28,5	34,6	26,6	- 8,0
Nonfiktionale Unterhaltung	7,2	7,4	10,2	2,8	3,9	7,5	7,7	0,2
Musik	3,7	4,1	2,2	- 1,9	6,2	4,0	3,2	- 0,8
Sport	6,6	5,2	6,4	1,2	11,6	5,5	10,3	4,8
Kinder-/Jugendsendungen	7,8	7,6	6,9	- 0,7	-	-	-	-
Sonstige Sparten	2,7	2,6	2,7	0,1	2,2	2,1	2,2	0,1
Werbung	1,6	1,5	1,6	0,1	3,6	3,7	3,7	-
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1 354	1 409	1 418	9	240	240	240	0
RTL								
Information/Bildung	17,2	16,7	20,2	3,5	26,2	21,7	25,5	3,8
Fiction	33,7	33,1	29,1	- 4,0	39,4	36,3	39,7	3,4
Nonfiktionale Unterhaltung	16,4	19,3	21,9	2,6	4,9	9,9	7,8	- 2,1
Musik	0,5	0,2	0,7	0,4	2,8	1,4	0,7	- 0,7
Sport	6,1	4,2	3,5	- 0,7	4,2	7,0	4,0	- 3,0
Kinder-/Jugendsendungen	6,6	6,1	6,0	- 0,1	-	-	-	-
Sonstige Sparten	4,1	4,4	4,7	0,3	3,3	3,7	4,0	0,3
Werbung	15,4	16,0	13,9	- 2,0	19,1	20,0	18,5	- 1,7
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1 440	1 440	1 440	0	240	240	240	0
SAT.1								
Information/Bildung	12,7	16,1	16,7	0,6	7,3	7,8	9,2	1,4
Fiction	40,6	39,8	37,8	- 2,0	34,6	48,1	50,5	2,4
Nonfiktionale Unterhaltung	18,5	18,3	18,2	- 0,1	12,3	4,2	4,0	- 0,2
Musik	0,2	0,4	0,3	-	1,4	-	-	-
Sport	3,8	3,2	4,7	1,5	7,8	6,3	9,7	3,4
Kinder-/Jugendsendungen	1,8	1,5	2,2	0,7	-	-	-	-
Sonstige Sparten	4,9	4,8	4,1	- 0,7	4,1	3,8	3,2	- 0,6
Werbung	17,6	15,9	16,0	0,1	32,6	29,7	23,4	- 6,3
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,1	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1 438	1 437	1 439	2	240	240	240	0
ProSieben								
Information/Bildung	11,6	9,3	8,6	- 0,8	21,0	17,8	21,6	3,8
Fiction	50,5	50,4	50,0	- 0,4	52,5	53,4	49,9	- 3,5
Nonfiktionale Unterhaltung	7,3	6,1	10,2	4,1	2,3	2,4	4,9	2,5
Musik	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	0,4	-	-	-	2,6	-	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	13,6	14,8	11,0	- 3,9	-	1,0	-	- 1,0
Sonstige Sparten	2,8	4,0	4,9	0,9	2,8	4,4	3,9	- 0,5
Werbung	13,7	15,3	15,4	0,1	18,8	21,0	19,7	- 1,3
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1 415	1 421	1 438	17	240	240	240	0

Untersuchungszeitraum 1996: 11.- 17. März, 24.-30. Juni, 9.-15. September, 11.-17. November.

Untersuchungszeitraum 1997: 7.-13. April, 23.-29. Juni, 6.-12. Oktober, 8.-14. Dezember.

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

Programmprofile in der Hauptsendezeit

ARD: Info geringfügig, Fiction stark zurückgegangen, deutlich mehr Sport

In der Hauptsendezeit von 19.00 bis 23.00 Uhr lassen sich 1998 folgende Veränderungen der Programmprofile feststellen: Bei der ARD beträgt der Anteil des Informationsangebots 37,0 Prozent. Der Rückgang gegenüber 1998 macht nur 1,1 Prozentpunkte aus. Verdrängungseffekte durch Sportübertragungen werden hier durch zusätzliche Informationssendungen in anderen Zeitphasen, zum Beispiel während des Bundestagswahlkampfes, teilweise kompensiert. (5) Dagegen sinkt der Fictionanteil um 9,5 Prozentpunkte auf 28,6 Prozent. Die nonfiktionalen Unterhaltungsangebote bleiben mit 10,1 Prozent konstant, Musiksendungen steigen leicht auf 6,6 Prozent an. Ein erheblicher Zuwachs ergibt sich beim Sport, dessen Anteil 11,0 Prozent ausmacht und um 8,1 Prozentpunkte höher ausfällt als im Vorjahr.

ZDF: Anstieg bei Info und Sport, erheblich weniger Fiction

Beim ZDF steigt der Informationsanteil auf 46,4 Prozent. Auch hier sinkt das Fictionangebot erheblich, und zwar um 8 Prozentpunkte auf 26,6 Prozent. Nonfiktionaler Unterhaltung (7,7%) und Musiksendungen (3,2%) bleiben fast unverändert. Sportsendungen steigen auf 10,3 Prozent, ihr Zuwachs um 4,8 Prozentpunkte ist geringer als bei der ARD.

RTL: Starker Anstieg bei Info und Fiction, weniger Nonfiktionalen und Sport

Bei RTL steigt der Informationsanteil auf 25,5 Prozent. Dies entspricht einem Zuwachs von 3,8 Prozentpunkten. Hier erhöht sich auch der Fictionanteil auf 39,7 Prozent um 3,4 Prozentpunkte. Dafür verringern sich die Angebote an nonfiktionaler Unterhaltung (7,8%) und Sport (4,0%). Auch der Anteil der Werbung fällt mit 18,3 Prozent (-1,7%-Punkte) geringer als im Vorjahr aus.

SAT.1: Anstieg bei Sport und Fiction, deutlicher Rückgang bei Werbung

Bei SAT.1 bleibt der Informationsanteil mit 9,2 Prozent trotz eines leichten Anstiegs um 1,4 Prozentpunkte auch 1998 relativ gering. Der Fictionanteil macht mit 50,5 Prozent sogar etwas mehr als die Hälfte des Programmangebots zur Hauptsendezeit aus. Der Sportanteil (9,7%) ist deutlich gestiegen (+3,4%-Punkte). Ein auffälliger Rückgang um 6,3 Prozentpunkte ist durch Einstellung der Werbegameshow beim immer noch hohen Werbeanteil (23,4%) zu verzeichnen.

ProSieben: mehr Info und Nonfiction, weniger Fiction

Bei ProSieben steigt das Informationsangebot um 3,8 Prozentpunkte auf 21,6 Prozent. Das Fictionangebot sinkt um 3,5 Prozentpunkte auf 49,9 Prozent, während die nonfiktionalen Unterhaltungssendungen (4,9%) zunehmen. Der Werbeanteil fällt mit 19,7 Prozent etwas geringer aus (-1,3%-Punkte) als im Vorjahr.

Veränderte Programmstrukturen am Abend auf Sport- und Wahleffekte zurückzuführen

Vor dem Ereignishintergrund des Jahres 1998 lassen sich die programmstrukturellen Schwankungen der Programmprofile hauptsächlich auf den Einfluß von internationalen Sportveranstaltungen und den Bundestagswahlkampf zurückführen (vgl. Tabelle 4). Bei ARD und ZDF geht der Zuwachs im

Sportangebot in der 27. Woche, in der der Sporteffekt am stärksten ist, überwiegend zu Lasten des fiktionalen Unterhaltungsangebots. Dagegen wird in der 39. Woche, in der der Effekt des Bundestagswahlkampfes am stärksten ist, sowohl bei ARD und ZDF als auch bei RTL der höchste Informationsanteil erreicht, und zwar bei ARD und ZDF nun umgekehrt zu Lasten des Sports, bei RTL zu Lasten des Fictionangebots.

Deutlicher als in der Gesamtsendezeit schlugen Sport und Bundestagswahl in der Hauptsendezeit durch. Dabei zeigen sich allerdings auch Unterschiede zwischen den Sendern. Bei der ARD verdrängt der Sport in der 27. Woche stärker die Information, beim ZDF stärker Fiction. Bei RTL wird Fiction teilweise durch Sport in der 10. und in der 50. Woche und in der 39. Woche teilweise durch Informationssendungen anlässlich der Bundestagswahlen verdrängt. Bei SAT.1 tauschen Sport und fiktionale sowie nonfiktionaler Unterhaltung die Sendeplätze. In der 39. Woche steigt bei allen Sendern außer bei ProSieben der Informationsanteil auf seinen Höchstwert. Das ZDF strahlt in dieser vom Bundestagswahlkampf geprägten Woche mit 53,4 Prozent sogar in mehr als der Hälfte seiner Hauptsendezeit Information aus. Sowohl dies als auch die Tatsache, daß beim ZDF der Sporteffekt in der 27. Woche nicht zu Lasten des Informationsangebots geht, erklärt den hohen Informationsanteil des ZDF von durchschnittlich 46,4 Prozent in der Hauptsendezeit.

Unterschiede im Informationsangebot der Sender

Informationsangebote haben für die öffentlich-rechtlichen Sender herausragende Bedeutung, sie werden deshalb in der Programmanalyse detaillierter betrachtet. Dabei hält die ARD/ZDF-Programmanalyse im Unterschied zu der von den Landesmedienanstalten gewählten Form der Programmanalyse an einem restriktiveren Verständnis von einer Informationssendung fest. Während die ARD/ZDF-Programmanalyse lediglich das Format des Polit-Talks („Talk im Turm“ und „Sabine Christiansen“) dem Informationsangebot zurechnet, werden in der seit 1997 durchgeführten Programmanalyse der Landesmedienanstalten alle Talkshows, also auch die Daily talks, als Informationssendungen ausgewiesen. (4) Dies hat zur Folge, daß der Angebotsvorsprung von ARD und ZDF gegenüber RTL, SAT.1 und ProSieben auf dem Informationssektor in der Fernsehprogrammstatistik der Landesmedienanstalten erheblich kleiner ausfällt. Denn die Privatsender sind die Hauptanbieter von Talkshows (5), und je mehr Talkshows ein Sender ausstrahlt, desto höher ist also bei einem solchen weiten Informationsverständnis sein Informationsanteil.

Unter Zugrundelegung des hier wie auch im Vorjahr verwendeten engeren Informationsbegriffs zeigt sich auf Sendungsebene im Jahr 1998 folgende formale und inhaltliche Struktur der Informationsangebote (vgl. für die Gesamtsendezeit Tabellen 5 und 6, für die Hauptsendezeit Tabellen 7 und 8):

In der Prime time wirken sich Sport und Wahlen besonders deutlich auf Programmstruktur aus

ARD/ZDF-Programmanalyse mit restriktiverem Informationsverständnis als LMA-Studie

ARD/ZDF: deutlich mehr tagesaktuelle Information als bei Privatsendern

④ Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Wochenvergleich 1998

Sendedauer in %

	Gesamtsendezeit 6.00-6.00 Uhr					Hauptsendezeit 19.00-23.00 Uhr				
	10. W.	27. W.	39. W.	50. W.	Gesamt	10. W.	27. W.	39. W.	50. W.	Gesamt
ARD										
Information/Bildung	42,0	39,6	45,4	40,2	41,8	36,8	29,9	45,8	35,5	37,0
Fiction	29,6	25,8	29,5	25,9	27,7	26,9	30,6	25,8	31,0	28,6
Nonfiktionale Unterhaltung	6,9	6,0	7,4	9,6	7,5	10,9	6,6	4,5	18,2	10,1
Musik	4,9	4,8	3,4	4,1	4,3	9,1	2,6	6,6	8,2	6,6
Sport	7,3	12,8	2,5	10,2	8,2	9,3	24,6	9,7	0,5	11,0
Kinder/Jugendliche	6,0	6,7	8,3	6,6	6,9	-	-	-	-	-
Sonstiges	1,6	2,5	1,9	2,0	2,0	2,4	2,6	3,4	3,5	3,0
Werbung	1,8	1,6	1,6	1,3	1,6	4,6	3,1	4,1	3,2	3,8
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Basis in Minuten pro Tag	1 413	1 418	1 423	1 427	1 420	240	240	240	240	240
ZDF										
Information/Bildung	40,3	39,9	46,3	42,8	42,3	46,0	44,7	53,4	41,6	46,4
Fiction	30,5	22,0	27,8	30,4	27,7	38,1	6,0	26,1	36,0	26,6
Nonfiktionale Unterhaltung	6,5	9,6	10,4	14,2	10,2	3,3	6,1	8,7	12,7	7,7
Musik	3,5	3,3	1,6	0,5	2,2	3,6	9,1	-	-	3,2
Sport	8,2	13,5	1,8	2,0	6,4	3,4	28,4	5,9	3,3	10,3
Kinder/Jugendliche	7,1	7,3	7,3	5,8	6,9	-	-	-	-	-
Sonstiges	2,1	2,8	3,2	2,7	2,7	2,3	2,2	2,5	1,8	2,2
Werbung	1,7	1,6	1,6	1,7	1,6	3,3	3,5	3,5	4,4	3,7
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Basis in Minuten pro Tag	1 402	1 422	1 420	1 428	1 418	240	240	240	240	240
RTL										
Information/Bildung	16,8	20,6	23,9	19,5	20,2	20,9	25,2	33,3	22,5	25,5
Fiction	32,0	33,0	23,6	27,7	29,1	38,4	52,0	33,5	35,1	39,7
Nonfiktionale Unterhaltung	20,4	20,3	23,0	24,0	21,9	9,8	2,0	8,0	11,5	7,8
Musik	-	-	1,8	0,9	0,7	-	-	2,8	-	0,7
Sport	7,0	1,9	2,8	2,1	3,5	8,1	-	-	7,8	4,0
Kinder/Jugendliche	6,1	6,3	5,6	6,1	6,0	-	-	-	-	-
Sonstiges	5,0	5,3	4,3	4,1	4,7	4,5	4,0	3,9	3,5	4,0
Werbung	12,6	12,6	15,0	15,6	13,9	18,3	16,8	18,5	19,5	18,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Basis in Minuten pro Tag	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	240	240	240	240	240
SAT.1										
Information/Bildung	15,5	16,8	17,2	17,3	16,7	6,6	9,9	12,3	7,9	9,2
Fiction	39,1	39,8	35,9	36,4	37,8	43,7	54,6	54,2	49,3	50,5
Nonfiktionale Unterhaltung	16,2	19,5	20,0	17,2	18,2	2,5	10,4	3,4	-	4,0
Musik	0,6	0,8	-	-	0,3	-	-	-	-	-
Sport	5,9	1,1	5,0	7,0	4,7	14,9	-	6,5	17,4	9,7
Kinder/Jugendliche	2,1	1,7	2,5	2,6	2,2	-	-	-	-	-
Sonstiges	4,2	4,6	3,9	3,5	4,1	3,3	2,8	3,9	2,8	3,2
Werbung	16,4	15,8	15,5	16,1	16,0	29,1	22,3	19,7	22,6	23,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Basis in Minuten pro Tag	1 438	1 440	1 440	1 438	1 439	240	240	240	240	240
ProSieben										
Information/Bildung	6,5	7,2	9,8	10,7	8,6	14,8	19,1	24,6	27,8	21,6
Fiction	49,2	51,6	50,0	49,4	50,0	51,2	53,9	49,3	45,4	49,9
Nonfiktionale Unterhaltung	11,7	10,2	9,2	9,5	10,2	10,3	3,3	1,9	4,1	4,9
Musik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kinder/Jugendliche	12,2	10,3	9,7	11,7	11,0	-	-	-	-	-
Sonstiges	4,8	4,8	4,9	5,0	4,9	4,2	3,6	4,2	3,7	3,9
Werbung	15,6	15,8	16,4	13,7	15,4	19,6	20,1	20,1	18,9	19,7
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Basis in Minuten pro Tag	1 437	1 438	1 439	1 438	1 438	240	240	240	240	240

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

Nachrichtensendungen haben sich in der Gesamt-sendezeit bei ARD (10,1%) und ZDF (8,7%) sowie bei RTL (7,4%) erhöht, bei SAT.1 (2,3%) und ProSieben (1,0%) dagegen verringert. Die Frühmagazine (ohne Nachrichten) bleiben bei ARD (9,0%) und ZDF (9,1%) unverändert. Sie sind neben den Nachrichten die Hauptkomponente im tagesaktuellen öffentlich-rechtlichen Informationsangebot und waren in den letzten Jahren nur schwacher Konkurrenz ausgesetzt. Bei RTL entfällt auf dieses Format nur ein Anteil von 1,1 Prozent, jedoch ist hier anzumerken, daß die zeitgleich zu den öffentlich-rechtlichen Frühmagazinen ausgestrahlten Sendungen „Punkt 6“ und „Punkt 7“, die wegen ihrer Präsentationsform als Nachrichtenmagazin der Kategorie Nachrichtensendungen zugerechnet werden, in den vergangenen Jahren stärker geworden sind. Frühmagazine finden sich unter den Hauptprogrammen außerdem nur bei SAT.1 (6,2%). Auch das Angebot der Mittagmagazine wird im wesentlichen von ARD (2,6%) und ZDF (2,5%) in Konkurrenz zu RTL (1,0%) bestimmt, SAT.1 hat kein solches Angebot, und ProSieben (2,0) strahlt mit „SAM“ ein überwiegend boulevardorientiertes Mittagmagazin aus.

Auch bei politischen Infosendungen dominieren ARD/ZDF, mehr politische Info bei RTL wegen der Bundestagswahl

Überlegen behaupten sich ARD (5,4%) und ZDF (5,5%) auch im Angebot politischer Informations-sendungen gegenüber RTL (2,0%), SAT.1 (1,2%) und ProSieben (0,3%). Allerdings ist dabei zu vermerken, daß der Anteil politischer Infosendungen bei ARD und ZDF geringer und bei RTL größer als im Vorjahr ausfällt. Dafür liegen folgende Erklärungen nahe: Während sich bei ARD und ZDF die Verdrängung von politischer Information durch Sportereignisse bzw ihre Ausweitung durch die Bundestagswahl offenbar nicht ausgleichen, schlugen sich bei RTL, wo es keine vergleichbaren Sporteffekte gab, die zusätzlichen Wahlsendungen zu Lasten von Unterhaltung im höheren Politik-anteil nieder. Das Angebot von Wirtschaftssendungen, bisher nur bei ARD und ZDF zu finden, ist durch eine neue RTL-Sendung (money trend) er-weitert worden. Die Regionalsendungen, zu denen hier alle Magazine mit explizitem Bezug der Beiträge zu einzelnen Bundesländern gerechnet werden, auch wenn sie wie beim ZDF überregional ausgestrahlt werden, haben bei ARD, ZDF, RTL und SAT.1 einen Anteil von etwa 1 Prozent. Zeit-geschichtliche Sendungen finden sich nur in sehr geringem Umfang beim ZDF (0,8%) und bei der ARD (0,1%).

Im Ganzen bleibt es dabei, daß politik-, wirt-schafts- und gesellschaftsrelevante tagesaktuelle und nichttagesaktuelle Informationsangebote auch weiterhin vorrangig bei den Öffentlich-rechtlichen zu finden sind.

Auch bei übrigen Infosendungen dominieren ARD/ZDF-Angebote

Die übrigen Informationsangebote werden grob in vier Gruppen unterteilt: 1. Sendungen zu nicht-politischen Sachbereichen wie Kultur, Wissen-schaft, Alltagsleben, Natur und Tier, 2. Sendungen zu gesellschaftsorientierten bzw. -kritischen The-

men, 3. Sendungen, die starke Züge der Boulevardisierung haben und schließlich 4. die eher unter-haltssamen Info- und Reality-Sendungen. Kulturelle Informationssendungen sind trotz rückläufiger Ten-denz noch immer am stärksten bei ARD (2,1%) und ZDF (2,2%) vertreten, SAT.1 kommt auf 0,9 Prozent, RTL auf 0,3 Prozent und ProSieben auf 0,4 Prozent, wobei es sich bei RTL und SAT.1 über-wiegend um dctp-Produktionen handelt. Sendun-gen zu Wissenschaft, Forschung und Technik wer-den in sehr geringen Anteilen in allen Hauptpro-grammen angeboten. Bei den Privatsendern sind nach „Future Trend“ (RTL) im Jahr 1998 bei SAT.1 „Planetopia“ und bei ProSieben „Galileo“ hinzuge-kommen. Sendungen zum Alltagsleben einschließ-lich der bekannten Ratgeberformate, wie sie für ARD (3,3%) und ZDF (2,8%) typisch sind, gibt es bei den Privatsendern in sehr geringem Umfang nur bei RTL (0,3%). Ähnlich ist die Angebots-situation bei Natur- und Tiersendungen (ARD 2,2%, ZDF 1,1%, RTL 0,1%). Gesellschaftsorientierte bzw. -kritische Sendungen, die sich meist in Form von Reportagen, Features, Porträts monothematisch mit gesellschaftlichen Fragen befassen, findet man in geringen Anteilen bei ARD, ZDF und ProSieben sowie als Beiträge von „Kanal 4“ bei RTL.

Stärker vertreten sind boulevardorientierte Infosendungen, die werktäglich am frühen Abend ausge-strahlt und im Nachtprogramm wiederholt werden. In dieser Programmkategorie fallen die Senderan-teile inzwischen relativ ähnlich aus (ARD 2,8%, ZDF 2,3%, RTL 2,2%, SAT.1 3,9% und ProSieben 2,8%), nachdem jetzt auch das ZDF mit dem Abendmagazin „Hallo Deutschland“ ein boulevard-orientiertes Magazin ausstrahlt. Während die „härteren“ boulevardorientierten Sendungen stär-ker auf konflikthaltige Sensations- und Opfer-elemente setzen, betonen die unterhaltenden Info-sendungen mit Lifestyle, Prominenz, Mode, Show-business, eher positive und entspannende Inhalte. Sendungen dieser Art finden sich am stärksten bei RTL (3,0%) und beim ZDF (2,9%), in geringerem Anteil bei ARD (1,0%), SAT.1 (0,5%) und ProSie-ben (0,1%). Die im Grenzbereich zur Information liegenden Reality-Sendungen sind 1998 nur bei RTL (1,2%) und beim ZDF (0,2%) zu finden. Beim ZDF wird dieses Format mit dem bekannten Sen-detitel „Aktenzeichen: XY...ungelöst“ ausgefüllt, bei RTL mit der Sendung „Notruf“. Die seit Mai 1998 werktäglich in der Mittagsschiene ausge-strahlte Sendung „Notruf täglich“ erklärt den mar-kanten Anstieg des Reality TV bei RTL zum Vor-jahr. Diese Sendung trägt auch nicht unwesentlich zur Erhöhung des Infoanteils von RTL bei.

Unterschiede im Unterhaltungsangebot der Sender

Als Unterhaltungsangebote im weiteren Sinne wer-den im folgenden die Sparten Fiction, nonfiktio-nale Unterhaltung, Musik, Sport, Kinder- und Ju-gendsendungen gruppiert. Von wenigen Ausnah-men abgesehen lassen sich diese Sparten nach dem Merkmal Hauptfunktion bzw. Intention des Senders als Unterhaltung klassifizieren, wobei bei einem Teil dieser Sendungen die Nebenfunktion

Boulevardsendungen haben inzwischen bei allen Sendern ähnliche Anteile

⑤ Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1997 und 1998

6.00-6.00 Uhr, Sendedauer in Minuten pro Tag

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
Information/Bildung	614	594	633	600	241	291	231	240	152	123
Nachrichtensendungen	130	144	107	123	99	106	34	33	23	14
Aktuelle Wettersendungen	6	7	5	2	-	1	4	5	1	1
Frühmagazine (ohne Nachrichten)	129	128	129	128	13	16	92	90	-	-
Mittags-/Abendmagazine	26	37	52	35	13	15	-	-	30	28
Politische Informationssendungen	87	76	109	77	9	29	14	17	-	4
Wirtschaftssendungen	21	4	16	6	-	1	-	-	-	-
Regionalsendungen	11	16	22	11	16	17	17	16	-	-
Zeitgeschichtliche Sendungen	6	2	9	12	-	-	-	-	-	-
Kulturelle Infosendungen	34	29	45	30	7	4	7	13	11	6
Wissenschafts-/Techniksendungen	8	10	10	22	2	3	-	4	5	14
Alltags-Ratgebersendungen	39	47	68	40	3	4	-	-	-	-
Natur- u. Tiersendungen	36	31	19	15	-	1	-	-	9	-
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	23	8	29	21	3	2	5	-	14	14
Boulevardorientierte Infosendungen	44	40	-	32	36	32	52	55	32	41
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	14	14	14	42	34	43	3	6	9	1
Reality TV	-	-	-	2	3	17	3	-	-	-
Fiction	386	393	375	392	477	419	572	544	717	720
Spielfilm	197	169	146	151	38	29	150	139	241	246
Fernsehfilm	85	105	103	102	26	13	62	44	80	61
Fernsehserie	104	117	126	139	413	377	360	360	395	412
Bühnenstück	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	126	106	105	145	278	316	263	262	87	146
Talkshows	80	72	50	75	220	224	189	181	64	118
Spiele/Shows/Sonstiges	46	34	54	70	58	92	73	82	22	28
Musik	70	61	57	31	3	10	5	5	-	-
U-Musik	68	61	54	31	3	10	5	5	-	-
E-Musik	2	-	3	1	-	-	-	-	-	-
Sport	49	117	73	90	60	50	46	68	-	-
Sport-Information	24	30	32	39	18	15	46	53	-	-
Sport-Darbietung	25	87	41	51	42	35	-	15	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	128	98	107	97	88	87	22	32	211	158
Non-Fiction/Fiction gemischt	65	64	46	40	14	17	-	2	1	-
Fiction	62	34	61	57	74	70	22	30	210	158
Sonstige Sparten	23	29	37	39	63	67	69	58	57	70
Kirchliche Sendungen	2	3	7	7	-	-	1	1	-	-
Sonstiges	6	6	8	6	3	2	9	8	3	5
Programmorschau	15	20	22	25	60	65	59	50	54	65
Werbung	21	22	22	23	230	200	229	230	218	221
Werbespots	17	18	19	20	210	194	195	211	213	219
andere Werbeformen	4	5	3	3	19	6	33	19	4	2
Gesamt	1 418	1 420	1 409	1 418	1 440	1 440	1 437	1 439	1 421	1 438

Untersuchungszeitraum 1997: 7.-13. April, 25.-29. Juni, 6.-12. Oktober, 8.-14. Dezember.

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

Information vorkommt, so wie umgekehrt bei einem Teil der Infosendungen die Nebenfunktion Unterhaltung auftritt.

Fiction: Unterschiede nicht nur zwischen Privaten und Ö.-r., sondern auch zwischen Privatsendern

Bei ARD und ZDF besteht das Fictionangebot aus einer relativ ausgewogenen Mischung von Spielfilmen, Fernsehfilmen und Serien. Bei RTL liegt das Schwergewicht der Fictionangebote weiterhin auf Serien (26,2%); Spielfilme und Fernsehfilme bzw.

TV Movies kommen zusammen nur auf einen Anteil von 2,9 Prozent. Ähnlich wie bei RTL ist eine Bevorzugung der Serien auch bei SAT.1 (25,0%) und ProSieben (28,7%) zu finden. Das im Ganzen wesentlich größere Fictionangebot dieser beiden Privatsender kommt vor allem durch mehr Spielfilme zustande (SAT.1 9,7%, ProSieben 17,1%). Die

⑥ Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1997 und 1998

6.00-6.00 Uhr, Sendedauer in %

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
Information/Bildung	43,3	41,8	44,9	42,3	16,7	20,2	16,1	16,7	9,3	8,6
Nachrichtensendungen	9,2	10,1	7,6	8,7	6,9	7,4	2,4	2,3	1,6	1,0
Aktuelle Wettersendungen	0,4	0,5	0,4	0,1	-	0,1	0,3	0,4	0,1	0,1
Frühmagazine (ohne Nachrichten)	9,1	9,0	9,1	9,1	0,9	1,1	6,4	6,2	-	-
Mittags-/Abendmagazine	1,8	2,6	3,7	2,5	0,9	1,0	-	-	2,1	2,0
Politische Informationssendungen	6,1	5,4	7,7	5,5	0,6	2,0	1,0	1,2	-	0,3
Wirtschaftssendungen	1,5	0,3	1,1	0,4	-	0,1	-	-	-	-
Regionalsendungen	0,8	1,1	1,6	0,8	1,1	1,2	1,2	1,1	-	-
Zeitgeschichtliche Sendungen	0,4	0,1	0,6	0,8	-	-	-	-	-	-
Kulturelle Infosendungen	2,4	2,1	3,2	2,2	0,5	0,3	0,5	0,9	0,7	0,4
Wissenschafts-/Techniksendungen	0,6	0,7	0,7	1,6	0,2	0,2	-	0,3	0,4	1,0
Alltags-Ratgeber sendungen	2,7	3,3	4,9	2,8	0,2	0,3	-	-	-	-
Natur- u. Tiersendungen	2,5	2,2	1,3	1,1	-	0,1	-	-	0,6	-
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	1,6	0,6	2,0	1,5	0,2	0,1	0,3	-	1,0	0,9
Boulevardorientierte Infosendungen	3,1	2,8	-	2,3	2,5	2,2	3,6	3,9	2,2	2,8
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	1,0	1,0	1,0	2,9	2,4	3,0	0,2	0,5	0,6	0,1
Reality TV	-	-	-	0,2	0,2	1,2	0,2	-	-	-
Fiction	27,2	27,7	26,6	27,7	33,1	29,1	39,8	37,8	50,4	50,0
Spielfilm	13,9	11,9	10,4	10,6	2,6	2,0	10,5	9,7	17,0	17,1
Fernsehfilm	6,0	7,4	7,3	7,2	1,8	0,9	4,3	3,0	5,7	4,3
Fernsehserie	7,3	8,3	8,9	9,8	28,7	26,2	25,0	25,0	27,8	28,7
Bühnenstück	-	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	8,9	7,5	7,4	10,2	19,3	21,9	18,3	18,2	6,1	10,2
Talkshows	5,7	5,1	3,6	5,3	15,3	15,5	13,2	12,6	4,5	8,2
Spiele/Shows/Sonstiges	3,2	2,4	3,9	4,9	4,0	6,4	5,1	5,7	1,6	1,9
Musik	5,0	4,3	4,1	2,2	0,2	0,7	0,4	0,3	-	-
U-Musik	4,8	4,3	3,9	2,2	0,2	0,7	0,4	0,3	-	-
E-Musik	0,2	-	0,2	-	-	-	-	-	-	-
Sport	3,5	8,2	5,2	6,4	4,2	3,5	3,2	4,7	-	-
Sport-Information	1,7	2,1	2,3	2,8	1,3	1,1	3,2	3,7	-	-
Sport-Darbietung	1,8	6,1	2,9	3,6	2,9	2,4	-	1,0	-	-
Kinder-/Jugend sendungen	9,0	6,9	7,6	6,9	6,1	6,0	1,5	2,2	14,8	11,0
Non-Fiction/Fiction gemischt	4,6	4,5	3,3	2,8	1,0	1,2	-	0,2	0,1	-
Fiction	4,4	2,4	4,3	4,0	5,1	4,9	1,5	2,1	14,8	11,0
Sonstige Sparten	1,6	2,0	2,6	2,7	4,4	4,7	4,8	4,1	4,0	4,9
Kirchliche Sendungen	0,1	0,2	0,5	0,5	-	-	0,0	0,0	-	-
Sonstiges	0,4	0,5	0,6	0,5	0,2	0,1	0,6	0,6	0,2	0,4
Programm vorschau	1,1	1,4	1,6	1,8	4,1	4,5	4,1	3,4	3,8	4,5
Werbung	1,5	1,6	1,5	1,6	16,0	13,9	15,9	16,0	15,3	15,4
Werbespots	1,2	1,2	1,3	1,4	14,6	13,5	13,6	14,6	15,0	15,2
andere Werbeformen	0,3	0,3	0,2	0,2	1,3	0,4	2,3	1,3	0,3	0,2
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Untersuchungszeitraum 1997: 7.-13. April, 23.-29. Juni, 6.-12. Oktober, 8.-14. Dezember.

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

Unterschiede zwischen den Hauptsendern im Fictionangebot sind also nicht nur zwischen Öffentlich-rechtlichen und Privaten, sondern ebenso zwischen RTL auf der einen und SAT.1/ProSieben auf der anderen Seite auszumachen. Der hohe Serienanteil bei RTL erklärt sich aus dem anhaltenden Erfolg der RTL-Dauererfolgen (Daily soaps), der relativ starke Einsatz von Spielfilmen bei SAT.1

und ProSieben dürfte durch deren Zugang zu den Archiven des Kirch-Konzerns begünstigt werden.

Zu den nonfiktionalen Unterhaltungsangeboten werden hier die nichtpolitischen Talkshows, alle Formen der Darbietungsshow, Gameshows, Kleinkunst bis hin zur Satire sowie unterhaltungsorientierte Erotikmagazine gerechnet und in zwei Unterkategorien zusammengefaßt, nämlich Talkshows

Privatsender dominieren Talkshowangebot

⑦ Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1997 und 1998

19.00-23.00 Uhr, Sendedauer in Minuten pro Tag

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
Information/Bildung	91	89	102	111	52	61	19	22	43	52
Nachrichtensendungen	41	39	39	42	6	7	-	-	13	12
Aktuelle Wettersendungen	3	2	2	1	-	-	1	0	1	1
Frühmagazine (ohne Nachrichten)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mittags-/Abendmagazine	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Politische Informationssendungen	19	30	22	30	5	11	6	5	-	2
Wirtschaftssendungen	8	2	8	3	-	-	-	-	-	-
Regionalsendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zeitgeschichtliche Sendungen	2	-	1	2	-	-	-	-	-	-
Kulturelle Infosendungen	4	4	4	4	-	-	-	-	-	-
Wissenschafts-/Techniksendungen	3	4	6	9	-	-	-	1	3	8
Alltags-Ratgeber sendungen	-	-	8	9	3	0	-	-	-	-
Natur- u. Tiersendungen	6	3	6	4	-	-	-	-	-	-
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	5	3	4	2	-	-	-	-	4	5
Boulevardorientierte Infosendungen	-	-	-	-	19	25	10	12	18	24
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	1	1	2	2	16	12	-	4	3	-
Reality TV	-	-	-	2	3	5	2	-	-	-
Fiction	91	69	83	64	87	95	115	121	128	120
Spielfilm	14	4	6	3	19	13	13	17	65	75
Fernsehfilm	38	26	33	31	18	12	38	20	20	15
Fernsehserie	39	37	44	29	50	71	65	83	43	31
Bühnenstück	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	24	24	18	19	24	19	10	10	6	12
Talkshows	1	4	5	7	14	-	2	2	-	4
Spiele/Shows/Sonstiges	23	20	13	12	10	19	8	8	6	8
Musik	10	16	10	8	3	2	-	-	-	-
U-Musik	10	16	10	8	3	2	-	-	-	-
E-Musik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	7	26	13	25	17	10	15	23	-	-
Sport-Information	2	10	6	15	4	2	15	12	-	-
Sport-Darbietung	5	17	8	9	13	7	-	11	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-
Non-Fiction/Fiction gemischt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fiction	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-
Sonstige Sparten	7	7	5	5	9	10	9	8	10	9
Kirchliche Sendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstiges	2	2	1	2	0	0	1	1	1	1
Programm vorschau	4	4	4	4	9	9	9	7	10	8
Werbung	9	9	9	9	48	44	71	56	50	47
Werbespots	7	8	8	8	47	43	46	47	49	47
andere Werbeformen	2	1	1	1	1	1	25	9	1	1
Gesamt	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240

Untersuchungszeitraum 1997: 7.-13. April, 23.-29. Juni, 6.-12. Oktober, 8.-14. Dezember.

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

und Spiele/Shows/Sonstiges. Auch 1998 dominieren wieder die Privatsender das Talkshowangebot. RTL bestreitet fast ein Sechstel seines Gesamtprogramms, SAT.1 ein Achtel mit Talkshows, bei ProSieben sind es 8,2 Prozent, bei der ARD nur 5,1 Prozent und beim ZDF 5,3 Prozent. Vorherrschendes Format ist dabei die Daily talkshow mit meist provokanten Themen aus dem privaten Lebensbereich und zunehmend inszenierter Präsentation. (6)

Bei den Spielen, Shows und anderen Formen sind die quantitativen Unterschiede zwischen den großen Sendern nicht so erheblich (RTL 6,4%, SAT.1 5,7%, ZDF 4,9%, ARD 2,4 und ProSieben 1,9%). Relativ unbedeutend ist weiterhin die Rolle der Musik bei allen Sendern. Am ehesten findet sie

Bei anderen nonfiktionalen Unterhaltungsangeboten keine großen Unterschiede zwischen den Sendern

⑧ Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1997 und 1998

19.00-23.00 Uhr, Sendedauer in %

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
Information/Bildung	38,1	37,0	42,6	46,4	21,7	25,5	7,8	9,2	17,8	21,6
Nachrichtensendungen	17,0	16,2	16,4	17,4	2,5	3,0	0,1	0,0	5,6	5,2
Aktuelle Wettersendungen	1,1	1,0	0,8	0,4	-	-	0,4	0,0	0,5	0,5
Frühmagazine (ohne Nachrichten)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mittags-/Abendmagazine	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Politische Informationssendungen	8,1	12,4	9,2	12,5	2,1	4,7	2,4	2,2	-	0,9
Wirtschaftssendungen	3,3	0,8	3,1	1,4	-	-	-	-	-	-
Regionalsendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zeitgeschichtliche Sendungen	0,7	-	0,5	0,9	-	-	-	-	-	-
Kulturelle Infosendungen	1,7	1,8	1,8	1,9	-	-	-	-	-	-
Wissenschafts-/Techniksendungen	1,2	1,6	2,6	3,8	-	-	-	0,4	1,3	3,2
Alltags-Ratgeber sendungen	-	-	3,2	3,9	1,3	0,2	-	-	-	-
Natur- u. Tiersendungen	2,6	1,3	2,5	1,7	-	-	-	-	-	-
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	2,0	1,3	1,8	0,9	-	-	-	-	1,6	2,0
Boulevardorientierte Infosendungen	-	-	-	-	7,7	10,5	4,3	5,0	7,3	9,8
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	0,4	0,6	0,6	0,7	6,7	4,9	-	1,5	1,4	-
Reality TV	-	-	-	1,0	1,4	2,1	0,7	-	-	-
Fiction	38,1	28,6	34,6	26,6	36,3	39,7	48,1	50,5	53,4	49,9
Spielfilm	5,9	1,8	2,6	1,4	7,9	5,5	5,3	7,3	27,2	31,2
Fernsehfilm	15,9	10,7	13,6	12,9	7,7	4,8	15,9	8,5	8,1	6,0
Fernsehserie	16,3	15,4	18,4	12,3	20,7	29,4	26,9	34,7	18,1	12,7
Bühnenstück	-	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	10,1	10,1	7,5	7,7	9,9	7,8	4,2	4,0	2,4	4,9
Talkshows	0,6	1,9	1,9	2,7	5,9	-	0,9	0,7	-	1,8
Spiele/Shows/Sonstiges	9,5	8,2	5,6	5,0	4,0	7,8	3,3	3,4	2,4	3,1
Musik	4,2	6,6	4,0	3,2	1,4	0,7	-	-	-	-
U-Musik	4,2	6,6	4,0	3,2	1,4	0,7	-	-	-	-
E-Musik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	2,9	11,0	5,5	10,3	7,0	4,0	6,3	9,7	-	-
Sport-Information	0,9	4,1	2,4	6,4	1,6	0,9	6,3	5,1	-	-
Sport-Darbietung	2,0	6,9	3,1	3,8	5,5	3,1	-	4,6	-	-
Kinder-/Jugend sendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	1,0	-
Non-Fiction/Fiction gemischt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fiction	-	-	-	-	-	-	-	-	1,0	-
Sonstige Sparten	2,9	3,0	2,1	2,2	3,7	4,0	3,8	3,2	4,4	3,9
Kirchliche Sendungen	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstiges	0,9	1,0	0,5	0,7	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,6
Programm vorschau	1,8	1,8	1,6	1,5	3,6	3,9	3,6	2,9	4,0	3,3
Werbung	3,8	3,8	3,7	3,7	20,0	18,3	29,7	23,4	21,0	19,7
Werbespots	3,0	3,2	3,4	3,3	19,5	17,8	19,3	19,5	20,4	19,5
andere Werbeformen	0,7	0,6	0,3	0,4	0,4	0,5	10,4	3,9	0,6	0,2
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Untersuchungszeitraum 1997: 7.-13. April, 23.-29. Juni, 6.-12. Oktober, 8.-14. Dezember.

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

noch bei ARD (4,3%) und ZDF (2,2%) einen Sendeplatz, bei RTL (0,7%) und SAT.1 (0,3%) ist sie nahezu bedeutungslos, bei ProSieben völlig ausgespart. 1998 kam in den vier Untersuchungswochen nur noch populäre Musik vor. Ernste Musik, die in minimalen Anteilen früher zumindest bei ARD und ZDF ausgewiesen wurde, scheint es wohl

nur noch im Rahmen der - in der Stichprobe nicht erfaßten - Feiertagsprogramme zu geben.

Bei den Sportangeboten überwiegt bei allen Sendern mit Ausnahme von SAT.1 (ProSieben ist ganz ohne Sport) die Sportdarbietung gegenüber der Sportinformation in Form von Berichten mit Darbietungsausschnitten oder Studiogesprächen. Den höchsten Anteil an Sportdarbietung verzeichnet die

ARD mit höchstem Sportanteil wegen Fußball-WM, Winterolympiade und Skisport

ARD mit 6,1 Prozent. Dies ist vor allem auf die – mit dem ZDF im Wechsel ausgestrahlten – Übertragungen von der Fußball-WM, ferner vom Skisport im Rahmen der Olympischen Winterspiele und des Ski-Weltcups zurückzuführen. Leichtathletik und Basketball fallen dagegen weniger ins Gewicht. Das ZDF kommt auf 3,6 Prozent Sportdarbietung, wobei natürlich ebenfalls Fußball und Ski im Vordergrund stehen, gefolgt von der Leichtathletik. Sportdarbietungen bei RTL machen 2,4 Prozent der Sendedauer aus, an der Spitze Übertragungen der Formel-1-Rennen und der Champions League. Bei SAT.1 werden die Sportberichte und -darbietungen hauptsächlich von der Fußball-Bundesliga bestimmt.

Sportübertragungen hatten auch Auswirkungen auf Kinderprogramm

Bei den Kinder- und Jugendsendungen, unterschieden in nonfiktionalen einschließlich Mischformen aus Nonfiction und Fiction einerseits und fiktionale Sendungen andererseits, zeigt sich ein durch Sportübertragungen bedingter Rückgang bei der ARD stärker im fiktionalen Teil und beim ZDF stärker im nonfiktionalen Teil. Kinderprogramme bei den Privatsendern sind weiterhin überwiegend Fictionsendungen, fast ausschließlich Zeichentrickfilme.

Sonstige Sparten und Werbung

Alle Sender mit mehr Programmwerbung

Sonstige Sparten umfassen zu einem geringen Anteil kirchlich-religiöse Sendungen, die nur bei ARD (0,2%), ZDF (0,5%) und SAT.1 (<0,0%) vorkommen, ferner Programmüberleitungen sowie Service (z.B. Lotto) und Non-Profit-Spots. Das größte Gewicht hat die Programmwerbung in Form von Trailern, deren Anteil bei den Privatsendern etwa doppelt so hoch ausfällt wie bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Alle Sender außer SAT.1 haben ihre Programmwerbung leicht gesteigert.

Blockwerbung dominiert, andere Werbeformen rückläufig

Mit der Zulassung der rein werbefinanzierten Privatsender haben auch Umfang und Vielfalt der Werbeformen im deutschen Fernsehen zugenommen. Allerdings ist inzwischen festzustellen, daß die Werbeformen quantitativ stagnieren oder gar zum Teil rückläufig sind. Das Schwergewicht der Werbung liegt bei allen Sendern auf der konventionellen Blockwerbung mit Werbespots, deren Anteil bei ARD (1,2%) und ZDF (1,4%) etwa ein Zehntel des Anteils von RTL (13,5%), SAT.1 (14,6%) und ProSieben (15,2%) ausmacht.

Leichte Veränderungen in Umfang und Vielfalt der Werbeformen sind bei RTL und SAT.1 zu beobachten. Bei ARD und ZDF beschränken sich andere Werbeformen auf Sponsoring und Merchandising mit konstanten 0,3 bzw. 0,2 Prozent. Bei RTL ist sowohl der Anteil der Werbespots als auch der Anteil der anderen Werbeformen jeweils um 1 Prozentpunkt zurückgegangen. SAT.1 hat die Werbegameshow „Glücksrad“ im Laufe des Jahres 1998 ganz aus dem Programm genommen, wodurch sich auch hier der Anteil anderer Werbeformen um 1 Prozentpunkt in der Gesamtsendezeit und um 6,3 Prozentpunkte in der Prime time verringert. Dafür stieg der Anteil der Werbespots um 1 Prozentpunkt. Werbegameshows gibt es so-

mit Ende 1998 bei keinem der privaten Hauptsender mehr, sie sind sukzessive in die kleineren Privatprogramme gewandert.

Inhaltsprofile im Nonfictionangebot

Die Ausweitung der Programmanalyse von der Sendungsebene auf die Beitragsebene ermöglicht ein differenziertes Bild von den Programminhalten im Nonfictionangebot. Die Ausgangsbasis für die Analyse auf Beitragsebene liefern wieder die Variablen Form, Inhalt und Thema der Programmeinheit. Die Variablen Form und Inhalt werden zusammen mit den beiden Variablen Funktion/Intention und Zielgruppe seit 1991 auf Sendungsebene zur Ermittlung der Programmstruktur angewandt, um das hierarchisch-mehrdimensionale Kategorienschema, dessen Vorteile in der komplexen Darstellung liegen, erstens durch Doppelcodierung der Sendungen kontrollieren und zweitens die Programme auch eindimensional darstellen zu können.

Einbezogen in die Auswertung auf Beitrags-ebene werden zum einen alle nichttagesaktuellen Sendungen, denen als Hauptfunktion bzw. Intention des Senders Informationsvermittlung zugeordnet worden ist, und alle Talkshows, denen als Hauptfunktion bzw. Intention des Senders die Unterhaltung zugeordnet worden ist.

Inhaltsstruktur der nichttagesaktuellen Informationssendungen

Zunächst wird die inhaltliche Struktur der Angebote in folgenden 13 Kategorien verglichen: 1. Politik/Wirtschaft, 2. Gesellschaft/Justiz, 3. Kultur/Wissenschaft, 4. Soziales/Gesundheit, 5. Tier/Natur, 6. Freizeit/Sport, 7. Alltagsleben/Beziehungskonflikte, 8. Human Interest/Prominenz, 9. Partnerschaft/Erotik, 10. Katastrophen/Unglücke, 11. Kriminalität, 12. Sonstiges 13. Mischformen. (7) Anhand dieser Inhaltskategorien lassen sich einige qualitative Unterschiede im Informationsangebot der Sender aufzeigen (vgl. Tabelle 9).

1998 umfaßte das gesamte untersuchte Angebot an nichttagesaktuellen Informationssendungen 1070 Minuten pro Tag, entsprechend etwa einem Siebtel des Gesamtprogrammangebots. Gegenüber 1997 hat sich der Umfang damit um 24 Minuten pro Tag verringert. Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender liefern knapp zwei Drittel des gesamten nichttagesaktuellen Informationsangebots, die drei Privatsender zusammen etwas über ein Drittel. Die Themenschwerpunkte des untersuchten Angebots lagen in den zwei Kategorien Politik/Wirtschaft (20,4%) und Human Interest/Prominenz (15,6%). In beiden Kategorien sind geringe Zuwächse zu verzeichnen. Die geringsten Anteile entfallen unverändert auf Partnerschaft/Erotik (0,8%) und Alltagsleben/Beziehungskonflikte (1,9%).

Nonfictionangebot auf Beitragsebene nach Form, Inhalt und Thema analysiert

Nichttagesaktuelle Infosendungen nach 13 Inhaltskategorien aufgeschlüsselt

Zwei Drittel des nichttagesaktuellen Infoangebots kamen 1998 von ARD/ZDF

9 Inhaltsstruktur der nichttagesaktuellen Informationssendungen 1997 und 1998

ohne Nachrichten und Morgenmagazine

	ARD			ZDF			RTL		
	1997	1998	Diff. 98-97	1997	1998	Diff. 98-97	1997	1998	Diff. 98-97
Minuten pro Tag									
1 Politik/Wirtschaft	82	73	-9	105	102	-2	5	22	18
2 Gesellschaft/Justiz	41	17	-24	52	21	-31	3	3	0
3 Kultur/Wissenschaft	30	36	6	59	49	-10	6	5	-1
4 Soziales/Gesundheit	53	29	-24	53	33	-20	11	15	4
5 Tier/Natur	54	54	0	31	29	-1	4	5	1
6 Freizeit/Sport	15	28	13	22	20	-2	1	6	4
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	2	7	5	4	3	-1	10	2	-8
8 Human interest/Prominenz	25	34	10	23	30	7	35	38	3
9 Partnerschaft/Erotik	0	2	2	-	-	-	2	3	1
10 Katastrophen/Unglücke	4	2	-1	3	2	-1	10	22	12
11 Kriminalität	10	5	-5	16	18	2	16	16	1
12 Sonstiges	0	5	4	7	6	-1	6	4	-2
13 Mischformen	36	32	-4	31	43	12	17	24	7
Gesamt	351	324	-27	404	356	-48	126	167	41
Prozent									
1 Politik/Wirtschaft	23,5	22,5	-0,8	25,9	28,8	2,8	3,6	13,4	9,8
2 Gesellschaft/Justiz	11,7	5,2	-6,5	12,8	5,9	-6,9	2,4	2,0	-0,4
3 Kultur/Wissenschaft	8,5	11,0	2,5	14,5	13,7	-0,8	4,7	3,1	-1,6
4 Soziales/Gesundheit	15,0	9,1	-6,0	13,2	9,4	-3,8	8,9	9,1	0,2
5 Tier/Natur	15,3	16,6	1,3	7,6	8,2	0,6	3,0	3,2	0,1
6 Freizeit/Sport	4,2	8,7	4,5	5,4	5,7	0,3	1,2	3,3	2,2
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	0,6	2,3	1,7	1,0	0,8	-0,1	8,0	1,5	-6,5
8 Human interest/Prominenz	7,0	10,6	3,6	5,7	8,4	2,7	27,6	22,5	-5,1
9 Partnerschaft/Erotik	0,1	0,6	0,5	-	-	-	1,9	2,0	0,1
10 Katastrophen/Unglücke	1,0	0,7	-0,4	0,7	0,5	-0,2	7,9	13,3	5,5
11 Kriminalität	2,8	1,5	-1,3	3,9	4,9	1,1	12,5	9,8	-2,7
12 Sonstiges	0,1	1,4	1,3	1,8	1,8	0,0	4,5	2,3	-2,2
13 Mischformen	10,3	9,9	-0,4	7,6	12,0	4,3	13,7	14,3	0,5
Gesamt	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	
	SAT.1			ProSieben			Gesamt		
	1997	1998	Diff. 98-97	1997	1998	Diff. 98-97	1997	1998	Diff. 98-97
Minuten pro Tag									
1 Politik/Wirtschaft	13	13	0	2	8	5	207	218	11
2 Gesellschaft/Justiz	2	7	5	1	3	2	99	51	-48
3 Kultur/Wissenschaft	6	8	2	5	15	10	106	113	7
4 Soziales/Gesundheit	9	6	-3	15	9	-6	142	93	-49
5 Tier/Natur	7	7	0	11	4	-8	106	99	-7
6 Freizeit/Sport	2	5	3	2	1	-1	42	60	18
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	2	4	2	12	4	-8	30	21	-9
8 Human interest/Prominenz	24	32	7	32	33	1	139	167	28
9 Partnerschaft/Erotik	3	3	0	9	0	-9	14	9	-6
10 Katastrophen/Unglücke	8	5	-3	5	7	2	30	38	9
11 Kriminalität	17	14	-3	10	12	2	68	65	-3
12 Sonstiges	0	0	0	2	1	-2	16	16	0
13 Mischformen	9	10	1	3	13	10	96	121	25
Gesamt	103	114	11	109	109	0	1 094	1 070	-24
Prozent									
1 Politik/Wirtschaft	12,6	11,2	-1,4	2,0	6,9	4,9	18,9	20,4	1,5
2 Gesellschaft/Justiz	1,7	5,7	4,0	1,0	2,8	1,7	9,0	4,7	-4,3
3 Kultur/Wissenschaft	6,2	7,3	1,1	4,9	14,0	9,1	9,7	10,6	0,9
4 Soziales/Gesundheit	9,0	5,3	-3,7	13,8	8,3	-5,5	13,0	8,7	-4,3
5 Tier/Natur	6,8	6,5	-0,3	10,3	3,3	-7,0	9,7	9,3	-0,5
6 Freizeit/Sport	2,0	4,5	2,5	1,4	0,5	-0,9	3,8	5,6	1,8
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	2,1	3,3	1,2	10,7	3,5	-7,2	2,7	1,9	-0,8
8 Human interest/Prominenz	23,8	27,9	4,1	29,3	30,4	1,2	12,7	15,6	2,9
9 Partnerschaft/Erotik	2,5	2,5	0,1	8,4	0,4	-8,0	1,3	0,8	-0,5
10 Katastrophen/Unglücke	7,8	4,3	-3,6	4,8	6,5	1,7	2,7	3,6	0,9
11 Kriminalität	16,3	12,4	-4,0	9,0	11,0	2,0	6,2	6,1	-0,1
12 Sonstiges	0,2	0,4	0,1	2,1	0,6	-1,5	1,4	1,5	0,0
13 Mischformen	9,0	8,8	-0,2	2,3	11,8	9,5	8,8	11,3	2,6
Gesamt	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	

Untersuchungszeitraum 1997: 7.-13. April, 23.-29. Juni, 6.-12. Oktober, 8.-14. Dezember.
 Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

Bei ARD/ZDF weiterhin Vorrang für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, bei Privaten für Human Interest, Kriminalität, Katastrophen

Wegen des Sporteffekts liegt der Umfang der nicht-tagesaktuellen Informationssendungen bei ARD und ZDF 1998 unter dem Vorjahreswert, während bei RTL und SAT.1 ein Zuwachs zu verzeichnen ist. Die öffentlich-rechtlichen Sender orientieren sich in ihrer Themenauswahl nach wie vor stärker am Geschehen des öffentlichen Lebens in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Auf die Kategorie Politik/Wirtschaft bei ARD (22,5%) und ZDF (28,8%) entfällt der größte Anteil des Informationsangebots. Dem stehen bei RTL 13,4 Prozent, bei SAT.1 11,2 Prozent und bei ProSieben nur 6,9 Prozent gegenüber. Die Privatsender wiederum orientieren sich weiterhin stärker an Prominenz, Privatem und Kuriosen, auf die Kategorie Human interest/Prominenz entfällt bei RTL (22,6%), SAT.1 (27,9%) und ProSieben (30,4%) jeweils der größte Anteil des Informationsangebots gegenüber 10,6 Prozent bei der ARD und 8,4 Prozent beim ZDF. Nimmt man die Berichterstattung über Kriminalität und Katastrophen/Unglücke hinzu, der die ARD mit 2,2 Prozent und das ZDF mit 5,4 Prozent einen wesentlich geringeren Stellenwert einräumen als RTL (23,1%), SAT.1 (16,7%) und ProSieben (17,5%), wird die unterschiedliche Themenselektion noch deutlicher.

Veränderungen in der Themenstruktur bei ARD und ZDF zeigen sich in Rückgängen bei Gesellschaft/Justiz und Soziales/Gesundheit bzw. einem geringen Zuwachs bei Freizeit/Sport und bei Human interest/Prominenz. Auffällig bei RTL ist der Zuwachs im Themenbereich Politik/Wirtschaft, hier sinken die Anteile in den Kategorien Alltagsleben/Beziehungskonflikte und Human interest/Prominenz. Inhalte der Kategorie Katastrophen/Unglücke sind bei RTL, zum Teil als Effekt der Einführung der Sendung „Notruf täglich“, 1998 stärker als im Vorjahr vertreten. Bei SAT.1 bleibt der Politikanteil in den beiden Jahren 1997 und 1998 in etwa konstant. Bei ProSieben gibt es deutliche Zuwächse bei Kultur/Wissenschaft als Auswirkung der neuen Sendung „Galileo“ sowie bei Politik/Wirtschaft, bedingt durch die Wahlsondersondungen, die sich angesichts des geringen Gesamtumfangs an Informationsangeboten bei ProSieben spürbar auswirken. Rückläufig sind dafür die Anteile in den Themenkategorien Partnerschaft/Erotik, Alltagsleben/Beziehungskonflikte und Tier/Natur.

Bekannte Inhaltsunterschiede zwischen den Systemen bleiben bestehen

Die Inhaltsprofile der nichttagesaktuellen Informationssendungen belegen somit auch für 1998 die bekannten Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern: ARD und ZDF wenden sich in ihren Beiträgen mehr dem öffentlichen und institutionellen Geschehen, die privaten Sender mehr dem Geschehen in privaten Lebensbereichen zu. Die Veränderungen gegenüber 1997 lassen in einzelnen Bereichen Annäherungen der privaten Informationsangebote an das öffentlich-rechtliche Profil erkennen. Zum Teil dürfte es sich dabei um Auswirkungen des Wahljahres handeln, so beim gestiegenen Politikanteil bei RTL und ProSieben. Im Auge behalten werden muß dabei allerdings, daß das gesamte Infoangebot der Privatsen-

der sehr viel kleiner ist als das von ARD und ZDF und somit Veränderungen von dieser niedrigeren Basis aus sehr viel stärker zu Buche schlagen. Bei den Öffentlich-rechtlichen ist 1998 der Anteil der Inhaltskategorie Gesellschaft/Justiz gesunken, wenn auch darauf bei ARD und ZDF insgesamt immer noch erheblich mehr Sendeminuten entfallen als bei RTL, SAT.1 und ProSieben. Möglicherweise hat dies damit zu tun, daß die juristische Aufarbeitung von Verbrechen des früheren DDR-Regimes 1998 keinen so breiten Raum mehr eingenommen hat wie noch in den Jahren zuvor. Erkennbar gestiegen ist auch der Anteil von Human interest/Prominenz bei ARD und ZDF. Trotz ähnlichen Minutenvolumens fällt der entsprechende Prozentanteil bei den Privaten aber immer noch zwei bis dreimal so hoch aus wie bei ARD und ZDF. Darauf wird weiter unten noch eingegangen werden.

Inhaltsstruktur der Talkshows

Das untersuchte Talkshowangebot umfaßt alle Talkshows außer den Polit-Talksendungen („Talk im Turm“, „Sabine Christiansen“); letztere sind im Programmstrukturvergleich als Informationssendungen in der Kategorie politische Informationssendungen enthalten. Ohne die politischen Talkshows haben die Themenbereiche Politik/Wirtschaft sowie Gesellschaft/Justiz kaum Bedeutung; das Talkshowangebot wird 1998 wie schon 1997 zu über einem Drittel seiner Sendedauer mit Themen aus dem privaten Alltag (35,1%) bestritten (vgl. Tabelle 10). An zweiter und dritter Stelle rangieren Themen der Kategorien Human interest/Prominenz (17,7%) und Partnerschaft/Erotik (16,9%). Der Themenbereich Human interest/Prominenz verzeichnet einen geringen Zuwachs, während der an vierter Stelle folgende Themenbereich Soziales/Gesundheit (10,5%) leicht rückläufig ist.

In den Talkshows der ARD rangieren Themen der Kategorie Soziales/Gesundheit (31,2%) an erster Stelle, gefolgt von Human interest/Prominenz (25,9%) und Alltags-/Beziehungskonflikten (19,9%). In den ZDF-Talkshows dominieren die Themen der Kategorie Human interest/Prominenz (34,7%), etwa ein Fünftel entfällt auf Alltags-/Beziehungskonflikte (18,5%). Bei RTL entfällt fast die Hälfte der Sendedauer für Talkshowthemen auf die Kategorie Alltags-/Beziehungskonflikte (49,0%), bei ProSieben sind es 43,9 Prozent und bei SAT.1 25,2 Prozent. An zweiter Stelle rangieren bei RTL und SAT.1 Themen zu Partnerschaft/Erotik (20,9% bzw. 25,9%), bei ProSieben sind es Themen zu Human interest/Prominenz (34,9%), hier folgen die Themen der Kategorie Partnerschaft/Erotik (11,3%) an dritter Stelle. Die Themen der Kategorie Soziales/Gesundheit finden bei den privaten Sendern deutlich weniger Beachtung. Bei RTL entfällt hierauf ein Anteil von 12,0 Prozent, bei SAT.1 8,4 Prozent und bei ProSieben nur 1,8 Prozent.

Talkshowangebot (ohne Polit-Talk) von Themen aus dem privaten Alltag bestimmt

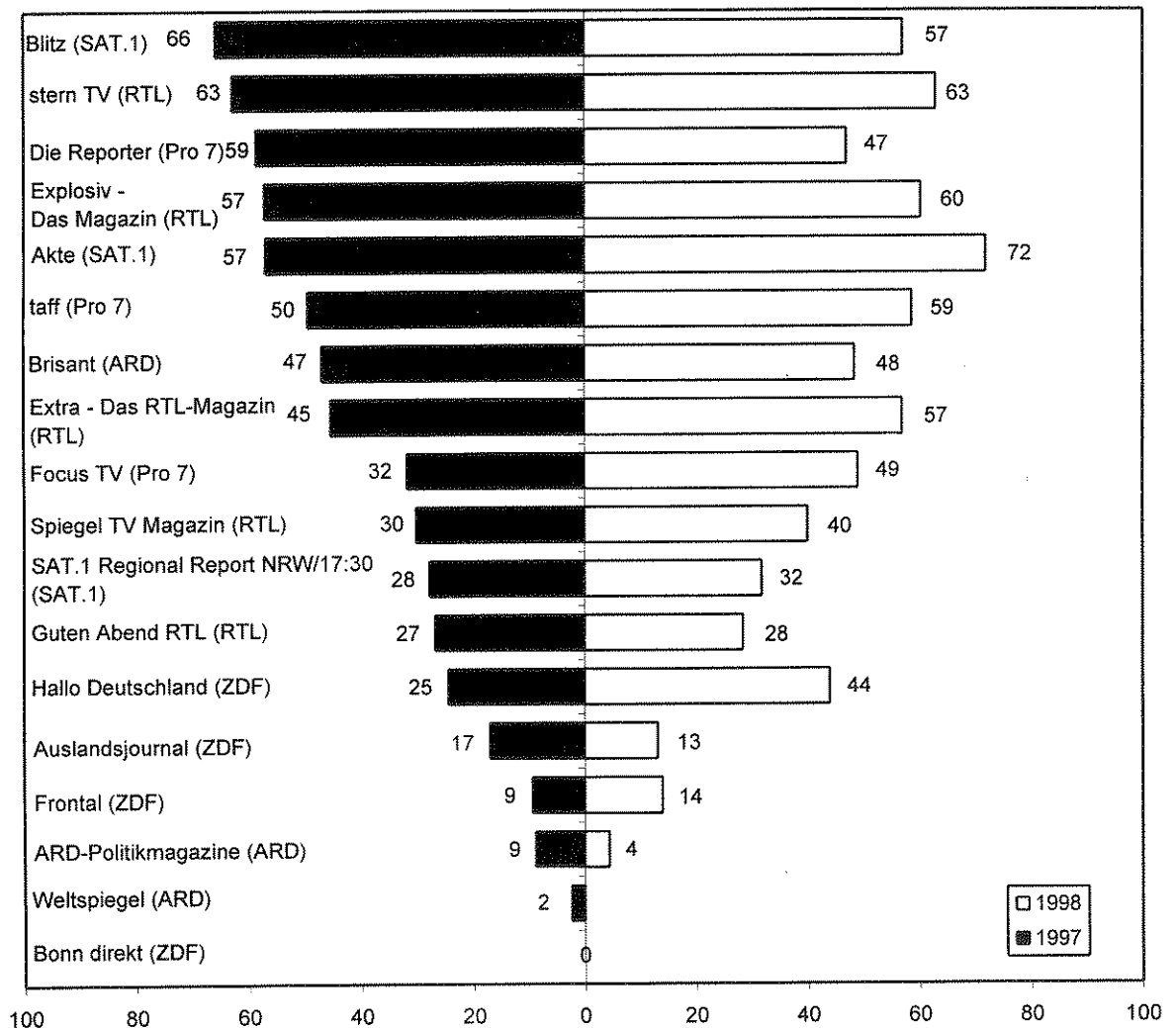
10 Inhaltsstruktur der Talkshows 1997 und 1998

	ARD			ZDF			RTL		
	1997	1998	Diff. 98-97	1997	1998	Diff. 98-97	1997	1998	Diff. 98-97
Minuten pro Tag									
1 Politik/Wirtschaft	1	-	-1	-	-	-	2	-	-2
2 Gesellschaft/Justiz	0	-	0	-	-	-	3	3	0
3 Kultur/Wissenschaft	4	-	-4	-	4	4	1	-	-1
4 Soziales/Gesundheit	31	22	-8	-	4	4	37	27	-10
5 Tier/Natur	4	-	-4	-	-	-	-	-	-
6 Freizeit/Sport	4	2	-2	-	2	2	-	17	17
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	4	14	10	7	14	7	89	110	20
8 Human interest/Prominenz	10	19	9	12	26	14	27	10	-17
9 Partnerschaft/Erotik	6	2	-4	-	4	4	54	47	-7
10 Katastrophen/Unglücke	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 Kriminalität	-	-	-	-	-	-	3	3	0
12 Sonstiges	1	3	2	-	2	2	0	3	3
13 Mischformen	15	9	-5	31	20	-11	3	3	0
Gesamt	80	72	-9	50	75	25	220	224	3
Prozent									
1 Politik/Wirtschaft	1,4	-	-1,4	-	-	-	0,7	-	-0,7
2 Gesellschaft/Justiz	0,5	-	-0,5	-	-	-	1,5	1,6	0,1
3 Kultur/Wissenschaft	5,3	-	-5,3	-	4,8	4,8	0,6	-	-0,6
4 Soziales/Gesundheit	38,1	31,2	-6,8	-	5,3	5,3	16,9	12,0	-4,9
5 Tier/Natur	5,1	-	-5,1	-	-	-	-	-	-
6 Freizeit/Sport	5,4	3,0	-2,4	-	2,4	2,4	-	7,4	7,4
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	5,1	19,9	14,7	14,2	18,5	4,3	40,6	49,0	8,5
8 Human interest/Prominenz	12,1	25,9	13,8	24,0	34,7	10,7	12,2	4,5	-7,7
9 Partnerschaft/Erotik	7,5	2,8	-4,7	-	5,3	5,3	24,5	20,9	-3,5
10 Katastrophen/Unglücke	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 Kriminalität	-	-	-	-	-	-	1,5	1,6	0,0
12 Sonstiges	1,1	4,3	3,2	-	2,6	2,6	0,0	1,5	1,4
13 Mischformen	18,4	13,0	-5,4	61,9	26,4	-35,5	1,5	1,5	0,0
Gesamt	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	
	SAT.1			ProSieben			Gesamt		
	1997	1998	Diff. 98-97	1997	1998	Diff. 98-97	1997	1998	Diff. 98-97
Minuten pro Tag									
1 Politik/Wirtschaft	-	-	-	-	1	1	3	1	-2
2 Gesellschaft/Justiz	-	0	0	-	-	-	4	4	0
3 Kultur/Wissenschaft	7	-	-7	-	1	1	12	5	-8
4 Soziales/Gesundheit	16	15	-1	3	2	-1	87	70	-16
5 Tier/Natur	-	2	2	-	-	-	4	2	-2
6 Freizeit/Sport	5	-	-5	1	4	3	10	25	14
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	73	46	-27	41	52	10	214	235	21
8 Human interest/Prominenz	23	23	-0	14	41	27	86	118	33
9 Partnerschaft/Erotik	32	47	15	5	13	8	97	113	16
10 Katastrophen/Unglücke	-	-	-	-	0	0	-	0	0
11 Kriminalität	-	15	15	-	-	-	3	18	15
12 Sonstiges	-	6	6	-	-	-	1	14	13
13 Mischformen	34	28	-6	-	4	4	84	64	-19
Gesamt	189	181	-8	64	118	53	605	669	65
Prozent									
1 Politik/Wirtschaft	-	-	-	-	0,4	0,4	0,5	0,1	-0,4
2 Gesellschaft/Justiz	-	0,2	0,2	-	-	-	0,6	0,6	-0,0
3 Kultur/Wissenschaft	3,5	-	-3,5	-	0,8	0,8	2,0	0,7	-1,4
4 Soziales/Gesundheit	8,4	8,3	-0,1	4,9	1,8	-3,0	14,4	10,5	-3,8
5 Tier/Natur	-	0,9	0,9	-	-	-	0,7	0,3	-0,4
6 Freizeit/Sport	2,6	-	-2,6	1,7	3,6	2,0	1,7	3,7	2,0
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	38,3	25,2	-13,1	64,3	43,9	-20,4	35,5	35,1	-0,3
8 Human interest/Prominenz	12,3	12,6	0,3	21,2	34,9	13,7	14,1	17,7	3,6
9 Partnerschaft/Erotik	16,7	25,9	9,1	8,0	11,3	3,3	16,0	16,9	0,9
10 Katastrophen/Unglücke	-	-	-	-	0,1	0,1	-	0,0	0,0
11 Kriminalität	-	8,2	8,2	-	-	-	0,6	2,7	2,2
12 Sonstiges	-	3,3	3,3	-	-	-	0,2	2,1	2,0
13 Mischformen	18,1	15,4	-2,7	-	3,2	3,2	13,8	9,6	-4,2
Gesamt	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	

Untersuchungszeitraum 1997: 7.-13. April, 23.-29. Juni, 6.-12. Oktober, 8.-14. Dezember.

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

Abb. 1 Boulevardisierungsanteile ausgewählter Sendungen im Jahresvergleich 1997/98
Summe der Sendezeitanteile für Katastrophen/Unglücke, Kriminalität, Human Interest, Sex/Erotik, in %



Talkshowthemen bei Privaten konfliktorientierter als bei ARD/ZDF

Der Themenstruktur des Talkshowangebots sind zumindest zwei Grundmuster der Selektion zu entnehmen, einmal die eher konfliktorientierte und zum anderen die eher harmonisch-unterhaltungsorientierte Themenselektion. Diese unterschiedlichen Grundorientierungen bleiben wie schon 1997 auch 1998 bestimmend. Interpretiert man die leichten Verschiebungen in den Kategorien, scheint RTL etwas konfliktorientierter geworden zu sein, während SAT.1 und ProSieben ihre harten Themen geringfügig durch weichere Themen ersetzt haben. Bei ARD und ZDF deuten die Veränderungen darauf hin, daß 1998 sowohl die Unterhaltungskomponente als auch die Konfliktkomponente stärker betont wird.

Indikator für inhaltliche Boulevardisierung: Anteil der Themen Katastrophen, Kriminalität und Human interest

Boulevardisierung im Informationsangebot
Boulevardisierungstendenzen im Informationsangebot reichen über die Einführung von Boulevardmagazinen, die schon seit längerem bei den Privatsendern, dann auch bei den öffentlich-rechtlichen Sendern ausgestrahlt werden, hinaus. Die Beobachtung solcher Tendenzen wurde 1997 an das Ausmaß des Auftretens von qualitativen Indikatoren geknüpft: So ist für die Boulevardmaga-

zine ein hoher Anteil an Themen der Kategorien Katastrophen/Unglücke, Kriminalität, Human interest und Sex/Erotik charakteristisch.

Mit der inhaltlichen Boulevardisierung wird allerdings nur eine Komponente berücksichtigt, eine zweite Komponente liegt in der Präsentation. Zu den Indikatoren, die zur Beschreibung der Boulevardisierung durch Präsentationsstile geeignet erscheinen, gehören Inszenierung, Personalisierung und Dramatisierung im Unterschied zur authentischen Darstellung der Wirklichkeit. Diese Gestaltungsmittel werden unter anderem erkennbar im Sprachstil, Einsatz von Musik und Art der Visualisierung. Beide Komponenten zielen darauf ab, die Aufmerksamkeit des Zuschauers zu erregen. Mit wachsender Boulevardisierung der Wirklichkeitsdarstellung dürfte somit auch die Kluft zwischen authentischer sozialer Wirklichkeit und inszenierter Fernsehrealität zunehmen.

Boulevardisierung durch Präsentationsstile (Dramatisierung/Inszenierung) hier nicht erfaßt

**Hoher Boulevardisie-
rungsgrad vor allem
bei Magazinen der
Privatsender**

Betrachtet wird im folgenden nur die inhaltliche Boulevardisierung für ausgewählte MehrThemen-sendungen, deren Sendeplatz in die Abendzeit fällt (vgl. Abbildung 1). Zu den Sendetiteln mit einem Boulevardisierungsanteil von mehr als 40 Prozent gehörten im Jahr 1997 in dieser Reihenfolge die Boulevardmagazine „Blitz“ (SAT.1), „Explosiv – Das Magazin“ (RTL), „taff“ (ProSieben) und „Brisant“ (ARD). Die 40-Prozent-Marke überschritten neben den Boulevardmagazinen auch die wöchentlich oder 14tägig im Spätabendprogramm ausgestrahlten Sendetitel „Stern TV“ (RTL), „Die Reporter“ (ProSieben), „Akte 97“ (SAT.1) und „Extra – Das RTL-Magazin“ (RTL). Die Boulevardisierung kann somit als eine Domäne der Privatsender betrachtet werden. Für 1998 sind hier keine grundsätzlichen Veränderungen festzustellen, Themen der Kategorien Katastrophen/Unglücke, Kriminalität, Human interest und Sex/Erotik machten weiterhin mehr als 40 Prozent der Sendedauer dieser Sendetitel aus. Allerdings hat sich die Reihenfolge verändert, es führt nunmehr die SAT.1-Sendung „Akte 98“ vor „Explosiv – Das Magazin“ und „taff“.

Zu den Sendungen mit hohem Boulevardisie-rungsgrad ist 1998 das aus dem ZDF-Abendmagazin hervorgegangene „Hallo Deutschland“ (ZDF) hinzugekommen. Aufgrund dieser inhaltlichen Veränderung wird „Hallo Deutschland“ im Programmstrukturvergleich 1998 auch einer anderen Programm-kategorie, nämlich boulevardorientierte Infosendungen, zugeordnet. Bei den Regionalmagazinen und den politischen Magazinen der Öffentlich-rechtlichen sind – bei ohnehin geringen Boule-vardisierungsanteilen – keine nennenswerten Ver-änderungen zu beobachten. Dabei haben die poli-tischen Magazine von ARD und ZDF im Vergleich zu allen übrigen Sendungen auch 1998 den nied-rigsten Boulevardisierungsgrad.

Fazit

Die in Breite und Tiefe erweiterte Programmana-lyse 1998 läßt sich in ihren wesentlichen Ergebnis-sen wie folgt zusammenfassen:

**Vollerhebung aus
Programmankün-
digungen bestätigt
die Qualität der
4-Wochen-Auswahl
für die Programm-
aufzeichnungen**

Die Vollerhebung aus Programmankündigungen hat sich als nützliche Ergänzung der 4-Wochen-Stichprobe aus Programmaufzeichnungen erwie-sen, denn sie liefert trotz einiger Unschärfen und dem Mangel an Tiefe einen Überblick über die ganzjährigen Programmläufe der Sender, zeigt systematische Sendeplatzveränderungen und be-sondere Programmänderungen gegenüber dem normalerweise stark formatisierten Programm an. Auswahlbedingte Abweichungen der Stichprobe lassen sich dadurch in ihren Relationen und mög-lichen Ursachen besser abschätzen. Es versteht sich von selbst, daß eine Vollerhebung aus Aufzeich-nungen des tatsächlich ausgestrahlten Programms aus forschungsökonomischen Gründen nicht reali-sierbar ist.

Natürlich gibt aber auch die Vollerhebung aus Pro-grammankündigungen kein hundertprozentiges Abbild der Programmrealität des Gesamtjahres wieder, da sie kurzfristige Veränderungen des Pro-grammschemas aus aktuellem Anlaß eben nicht erfassen kann. Diese sind anders als etwa große Sportereignisse oder Wahlen nicht vorhersehbar. Die Erfahrung lehrt allerdings, daß es sich dabei mehrheitlich um Informationsanlässe bzw. -inhalte handelt, die sich vor allem bei den informations-orientierten öffentlich-rechtlichen Sendern auswir-ken werden, wohingegen die Privatsender solche Ereignisse in der Regel seltener oder zumindest weniger umfangreich aufgreifen. Ein typisches Bei-spiel dafür sind im laufenden Jahr die ARD-Brenn-punkte und diverse andere öffentlich-rechtliche Sondersendungen zum Thema Kosovokrieg. Vor dem Hintergrund des eingangs beschriebenen Befundes, daß die 4-Wochen-Auswahl in jedem Fall die planbare Programmrealität sehr gut wiedergibt, kann man daher davon ausgehen, daß eine Voll-erhebung auf Ankündigungsbasis im Vergleich zur 4-Wochen-Stichprobe den tatsächlichen Informa-tionsanteil von ARD und ZDF eher unter als über-schätzt.

Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme – dies zeigt sowohl die Vollerhebung aus Program-mankündigungen über das ganze Jahr als auch die 4-Wochen-Stichprobe der Programmaufzeichnun-gen – unterscheiden sich in ihrer Programmstruk-tur auf Spartenebene systematisch von den drei großen privaten Programmen: Bei den Öffentlich-rechtlichen haben die Informationsangebote, bei den Privaten die fiktionalen Unterhaltungsange-bote den Vorrang. Während die Programmstruktur von ARD und ZDF ähnlich ist, unterscheiden sich die privaten Sender hierin auch untereinander deutlich. RTL kommt den öffentlich-rechtlichen Profilen am nächsten, ProSieben unterscheidet sich hiervon am stärksten.

ARD und ZDF behaupten sich trotz neuer Infosen-dungen der Privaten weiterhin als die führenden Anbieter von politik-, wirtschafts- und gesell-schaftsrelevanten Sendungen. RTL, SAT.1 und Pro-Sieben geben eher solchen Sendungen den Vor-rang, in denen das private Alltagsleben ohne Bezug zu politischen und gesellschaftlichen Institu-tionen im Mittelpunkt steht. Diese Führungsrolle der öffentlich-rechtlichen Sender basiert zum einen auf der Angebotsstärke im Bereich tagesaktueller Informationssendungen in Form von Nachrichten, Morgen- und Mittagmagazinen und zum anderen auf der Vielfalt im Bereich der nichttagesaktuellen Informationssendungen.

Das Unterhaltungsangebot wird bei den Privaten stärker als bei den Öffentlich-rechtlichen von Dauerformaten wie Daily talks, Daily soaps etc. geprägt. Dies hat insbesondere bei RTL dazu ge-führt, daß Spielfilme im Vergleich zu Serien nur noch einen geringen Stellenwert im Gesamt-programm haben. Je größer das Gewicht dieser für Werkzeuge typischen Dauerformate wird, desto

**Öffentlich-rechtliche
Hauptprogramme
unterscheiden sich
systematisch von
den großen Privat-
programmen**

**ARD/ZDF weiterhin
führende Anbieter
von politik-, wirt-
schafts- und gesell-
schaftsrelevanten
Informationen**

**Unterhaltungs-
angebote der
Privaten stärker
von Dauerformaten
geprägt**

deutlicher unterscheidet sich auch das werktägliche Programm vom Wochenend- und Feiertagsprogramm.

Im Werbeangebot der Sender behauptet sich die Blockwerbung als dominantes Format, während die Werbegameshows, soweit nicht schon vorher geschehen, 1998 in den privaten Hauptprogrammen ihren Sendeplatz verlieren und kleineren Sendern überlassen werden.

ARD/ZDF-Themen sind gesellschaftsorientiert, RTL/SAT.1/ProSieben thematisieren Privatleben und Prominenz

Die auf Sendungsebene in der Programmstruktur auftretenden Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern finden sich in der Detailbetrachtung von nichttagesaktuellen Infosendungen und Talkshows auf Beitragsebene wieder. ARD und ZDF orientieren sich stärker an Themen des öffentlichen Lebens mit institutionellem Bezug, RTL, SAT.1 und ProSieben bevorzugen stärker Themen des privaten Lebens, darüber hinaus kultivieren sie stärker die öffentliche Sichtbarkeit der Prominenz des Unterhaltungssektors.

Daß diese Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern 1998 etwas geringer ausfallen als im Vorjahr, dürfte an den besonderen Ereignissen in Sport und Politik sowie an der auch im öffentlich-rechtlichen Programmangebot punktuell zu beobachtenden Boulevardisierung (Beispiel: „Hallo Deutschland“) liegen. Boulevardorientierte Sendungen sind inzwischen fester Bestandteil aller Hauptprogramme geworden. Sie

prägen das qualitative Profil des Informationsangebots eines Senders natürlich um so mehr, je weniger andere Informationssendungen angeboten werden. Angesichts der großen Breite und Vielfalt des öffentlich-rechtlichen Informationsangebots sind Boulevardsendungen bei ARD und ZDF nur ein Angebot unter vielen und haben daher auch keinen prägenden Einfluß auf das Programmprofil.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. hierzu Merten, Klaus: Konvergenz der deutschen Fernsehprogramme: Eine Langzeituntersuchung 1980-1993. Münster 1994, S. 30 ff.
- 2) Vgl. Krüger, Udo Michael/Thomas Zapf-Schramm: Fernsehwahlkampf 1998 in Nachrichten und politischen Informationssendungen. In: Media Perspektiven 5/1999, S. 222-236
- 3) Vgl. hierzu ausführlich: Zubayr, Camille/Heinz Gerhard: Wahlberichterstattung und Politikbild aus Sicht der Zuschauer. Die Bundestagswahl 1998 im Fernsehen. In: Media Perspektiven 5/1999, S. 237-248.
- 4) Vgl. Weiss, Hans-Jürgen: Auf dem Weg zu einer kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung der Landesmedienanstalten. Eine Evaluations- und Machbarkeitsstudie, Berlin 1998, S. 61 ff. und S. 80.
- 5) Vgl. Krüger, Udo Michael: Thementrends in Talkshows der 90er Jahre. In: Media Perspektiven 12/1998, S. 608-624.
- 6) Vgl. ebd.
- 7) Die Themen der Beiträge in den nichttagesaktuellen Informationssendungen sind in ihrer expliziten Formulierung Teil der Gesamtdokumentation der Programmanalyse, in diesem Beitrag werden sie lediglich auf Kategorienebene dargestellt.

