

Programmanalyse 2001/1

→ Öffentlich-rechtliches und privates Fernsehen: Typische Unterschiede bleiben bestehen

Von Udo Michael Krüger und Thomas Zapf-Schramm*

Programmanalyse erstmals auf Basis einer Vollerhebung aller Sendungen 2001

Unvorhersehbare Ereignisse wie die Terroranschläge vom 11. September 2001 und der Afghanistan-Krieg, aber auch Sportereignisse wie die Olympischen Spiele und Fußball-Weltmeisterschaften, machen es immer schwerer, das jährliche Volumen von aktuellen Informationssendungen und Sportübertragungen mit vierwöchigen Stichproben angemessen abzubilden. Aus diesem Grund wurde für die Programmanalyse 2001 das früher übliche Stichprobenkonzept (1) verlassen. Erstmals liegt der Programmanalyse nunmehr eine Vollerhebung zugrunde, um auf dieser Basis die Programmstruktur des Ersten, des ZDF, von RTL, SAT.1 und ProSieben nach Sparten, Sendungsform und Sendereihen zu vergleichen. (2) Diesem Teil I der Programmanalyse 2001 folgt eine spezielle Inhaltsanalyse auf Basis einer Stichprobe von Programmaufzeichnungen zu einem späteren Zeitpunkt.

Untersuchungsfragen

Im Vordergrund stehen nach wie vor die Strukturprofile der fünf Hauptprogramme. Neben der zentralen Frage nach Unterschieden zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern in den Spartenprofilen richtet sich das Interesse auf die Formen der Sendungen, das Gewicht einzelner Sendetitel sowie auf verschiedene Aspekte der Programmformatierung und Platzierung von Sparten, Formen und Sendetiteln im Verlauf des gesamten Jahres. So lauten die untersuchungsleitenden Fragestellungen:

- Welche Sparten prägen die Programmprofile der Sender besonders deutlich?
- Welche Formen verwenden die Sender allgemein und in den einzelnen Sparten?
- Auf welchen Sendeplätzen konkurrieren welche Sparten und welche Formen?
- Welche Sendereihen prägen als „Marken“ das Programm der Sender?
- Wie unterscheiden sich die Sender in Umfang, Formen und Sendereihen im Informationsangebot? Welche Folgen ergeben sich daraus für die politisch und gesellschaftlich relevanten Programmleistungen?

Typische Unterschiede zwischen ö.-r. und privaten Programmen bestehen fort

Spartenprofile öffentlich-rechtlicher und privater Sender

Die Spartenprofile von ARD/Das Erste und ZDF auf der einen Seite und RTL, SAT.1 sowie ProSieben auf der anderen Seite behalten auch im Jahr 2001 ihre typischen Unterschiede: Der Angebotsvorsprung der öffentlich-rechtlichen gegenüber den

privaten Hauptprogrammen in der Sparte Information blieb unvermindert erhalten (vgl. Tabelle 1 und Abbildung 1).

Im Jahr 2001 entfiel auf ARD/Das Erste und das ZDF ein Informationsanteil von durchschnittlich 43 Prozent. Darin enthalten sind alle Sendungen im Spektrum von tagesaktueller Berichterstattung und politisch relevanter Information bis hin zu Boulevardmagazinen. Die privaten Sender kommen im Durchschnitt auf einen Informationsanteil von 17 Prozent. Dafür haben sie ein Übergewicht in den wichtigsten Sparten der Fernsehunterhaltung, die umgekehrt bei den öffentlich-rechtlichen Sendern schwächer ausgeprägt sind. So entfiel bei den Privaten im Durchschnitt auf Fiction ein Programmanteil von 36 Prozent (Das Erste/ZDF 28 %) und auf nonfiktionale Unterhaltung ein Programmanteil von 20 Prozent (Das Erste/ZDF 9 %).

① Spartenprofile der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme 2001

	Sendedauer Min./Tag		Sendedauer in %	
	ö.-r.	privat	ö.-r.	privat
Information	609	249	43	17
Sport	91	23	6	2
Nonfiktionale Unterhaltung	129	287	9	20
Musik	37	6	3	0
Kinderprogramm	102	62	7	4
Fiction	402	519	28	36
Sonstiges	26	62	2	4
Werbung	21	232	2	16
Gesamt	1418	1440	100	100

Basis: Sendevolumen.

Vergleich der Einzelprofile

Vergleicht man die Einzelprofile der Sender in den Jahren 2000 (3) und 2001, gelangt man zu folgenden Befunden (vgl. Tabelle 2 und Abbildungen 2 bis 6): Das Erste legte in der Sparte Information (40%) gegenüber dem Jahr 2000 (39%) um einen Prozentpunkt zu, während sich der Sportanteil von 8 auf 7 Prozent verringerte. Die Sparten Fiction (29%) und nonfiktionale Unterhaltung (9%) blieben im Programmprofil des Ersten konstant.

Profil von ARD/Das Erste

Das ZDF kommt auf einen Informationsanteil von 46 Prozent, im Jahr 2000 waren es 43 Prozent. Auch beim ZDF ist ein Rückgang des Sportanteils von 8 auf 6 Prozent zu verzeichnen. Die im Jahr 2001 nicht von außergewöhnlichen Sportereignissen belegten Sendeplätze wurden wieder für das normale Programm frei. Die erkennbaren Verschiebungen zwischen den Sparten kommen hier den Informationsangeboten, aber noch stärker den Fictionangeboten zu gute. Der Fictionanteil stieg von 25 auf 28 Prozent.

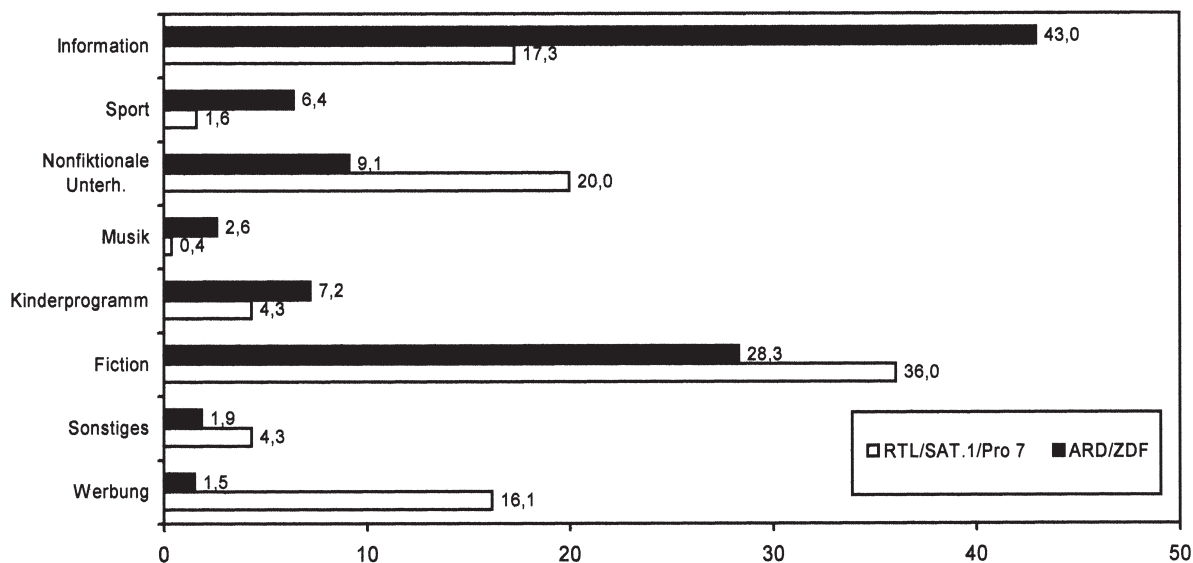
Profil des ZDF

Bei den privaten Sendern ist unübersehbar, dass sich nicht nur RTL von SAT.1, sondern vor allem auch diese beiden großen Privatprogramme deutlich von ProSieben unterscheiden. Die Sender differieren vor allem in der Gewichtung von Unterhaltungs- und Fictionsendungen im Programm.

ProSieben mit deutlich anderem Profil als RTL und SAT.1

* Institut für empirische Medienforschung (IFEM), Köln.

Abb. 1 Sendezeitanteile einzelner Programmsparten 2001 bei ARD/ZDF und RTL/SAT.1/ProSieben in %



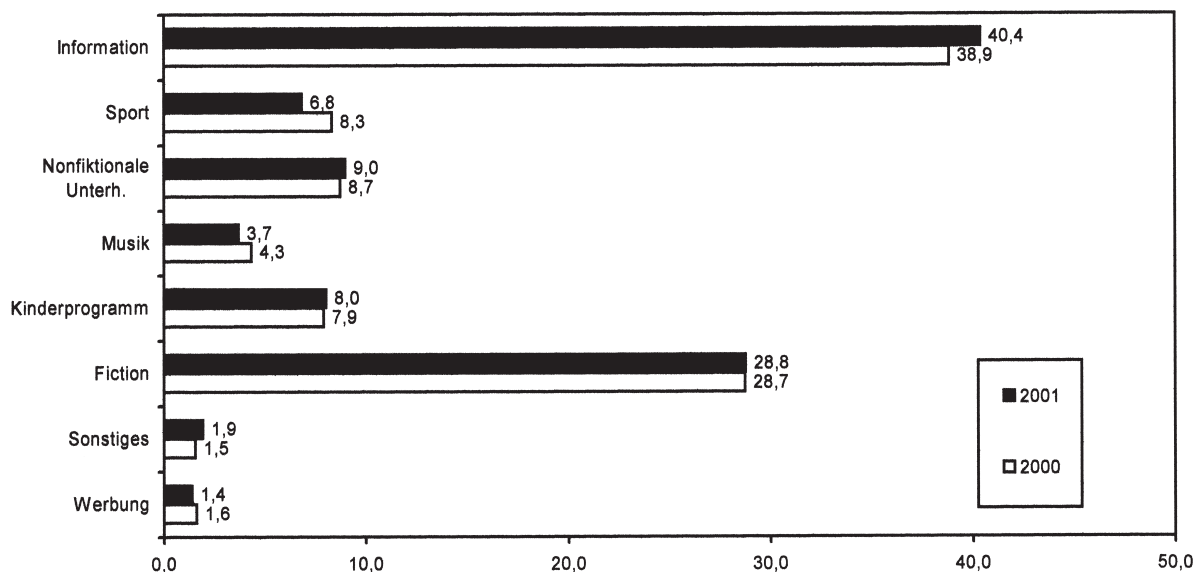
Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

② **Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001**

	Sendedauer in Min./Tag					Sendedauer in %				
	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben
Information	573	646	285	246	215	40,4	45,5	19,8	17,1	14,9
Sport	97	84	40	29	-	6,8	6,0	2,8	2,0	-
Nonfiktionale Unterhaltung	127	132	267	374	221	9,0	9,3	18,6	25,9	15,4
Musik	53	22	13	3	0	3,7	1,5	0,9	0,2	0,0
Kinder-/Jugendsendungen	114	90	69	48	70	8,0	6,4	4,8	3,3	4,9
Fiction	408	395	464	412	680	28,8	27,9	32,2	28,6	47,2
Sonstiges	27	26	58	67	61	1,9	1,8	4,0	4,6	4,2
Werbung	20	23	243	261	193	1,4	1,6	16,9	18,1	13,4
Gesamt	1418	1418	1440	1440	1440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

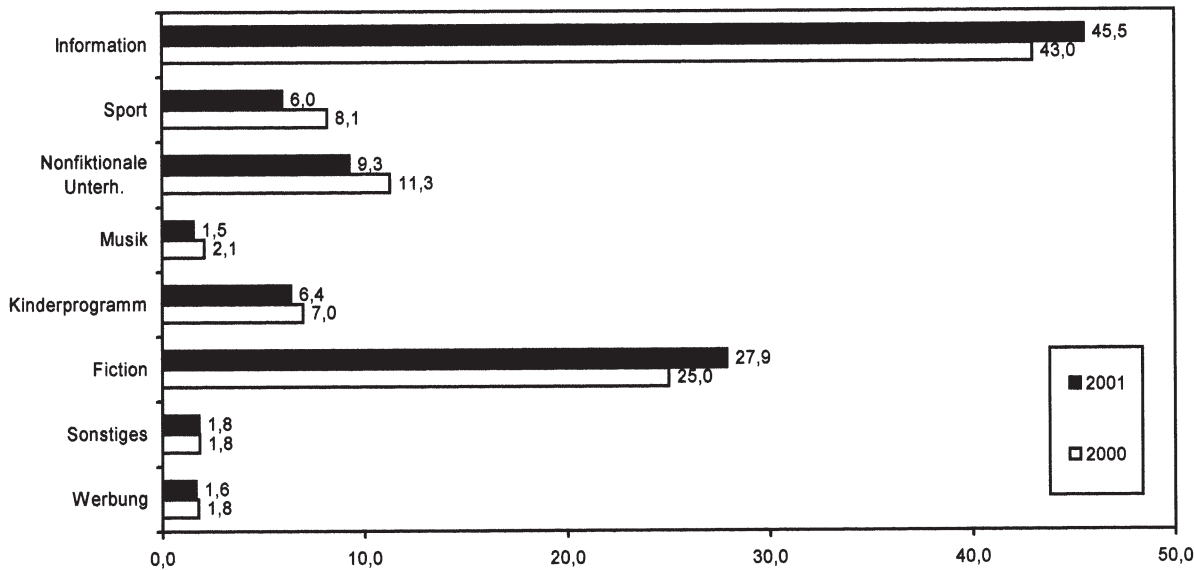
Basis: Sendevolumen.

Abb. 2 ARD/Das Erste - Programmspartenprofile 2001 und 2000 Sendezeitanteile in %



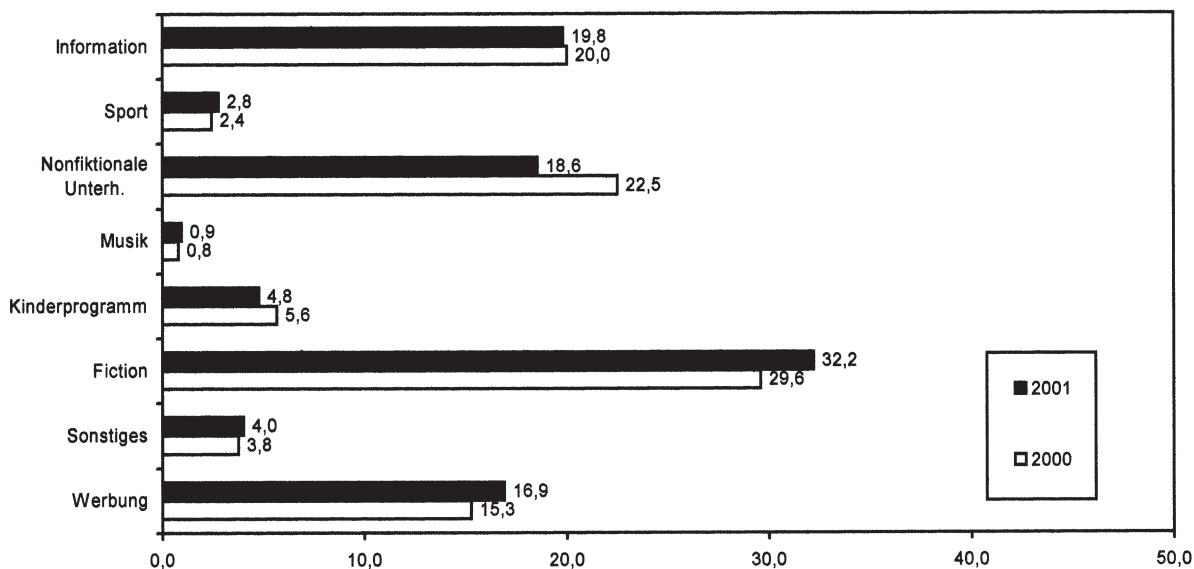
Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

Abb. 3 ZDF - Programmspartenprofile 2001 und 2000
Sendezeitanteile in %



Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

Abb. 4 RTL - Programmspartenprofile 2001 und 2000
Sendezeitanteile in %



Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

Information bei RTL, SAT.1, ProSieben Im Umfang der Informationsangebote sind die drei privaten Sender im Jahr 2001 ähnlicher geworden. Bei RTL blieb der Informationsanteil mit 20 Prozent konstant, bei SAT.1 zeigt sich ein Zuwachs von 16 auf 17 Prozent, bei ProSieben stieg der Informationsanteil von 13 auf 15 Prozent.

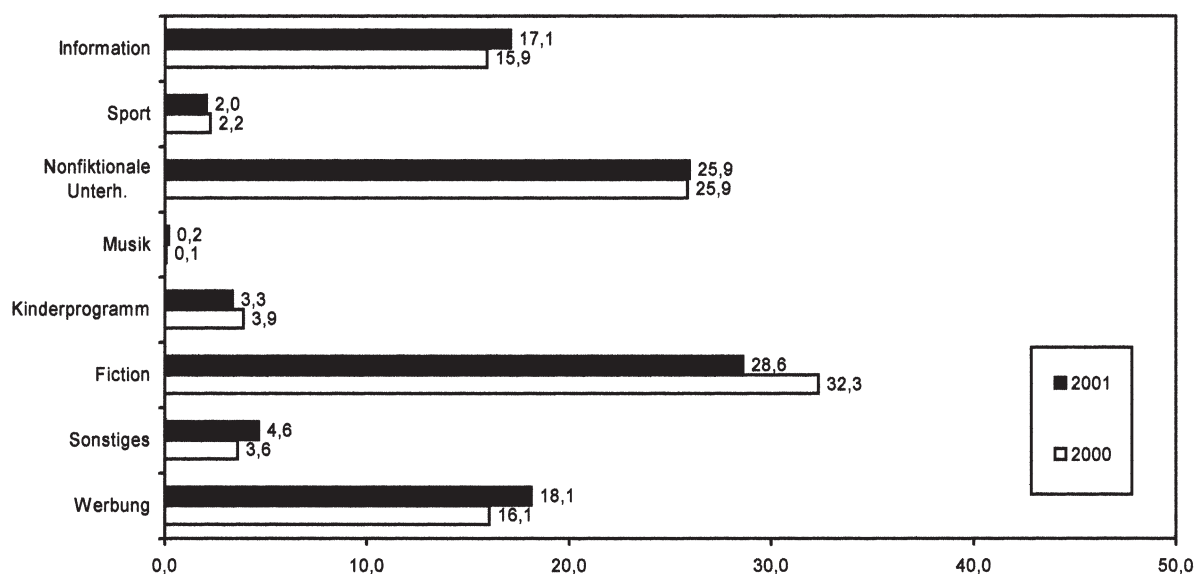
Fictionanteile der Privaten Das Fictionangebot als Hauptsäule der Fernsehunterhaltung weist bei RTL (32%) einen Anstieg um zwei Prozentpunkte auf, während es bei SAT.1 (29%) um drei Prozentpunkte zurückging. ProSie-

ben bestätigt dagegen mit einem Anteil von 47 Prozent erneut seine führende Rolle als größter Fictionanbieter unter den Hauptprogrammen. Rechnet man bei ProSieben zum allgemeinen Fictionangebot noch das fiktionale Kinderprogramm hinzu, ergibt sich in beiden Jahren ein Anteil von 52 Prozent.

In den 90er Jahren traten die Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern im Unterhaltungssektor vor allem durch die Fictionangebote zutage. Betrachtet man die Angebotssituation im Jahr 2001, ist festzustellen, dass sich die Unterschiede inzwischen mehr auf die Sparte der nonfiktionalen Unterhaltung verlagert haben. Da-

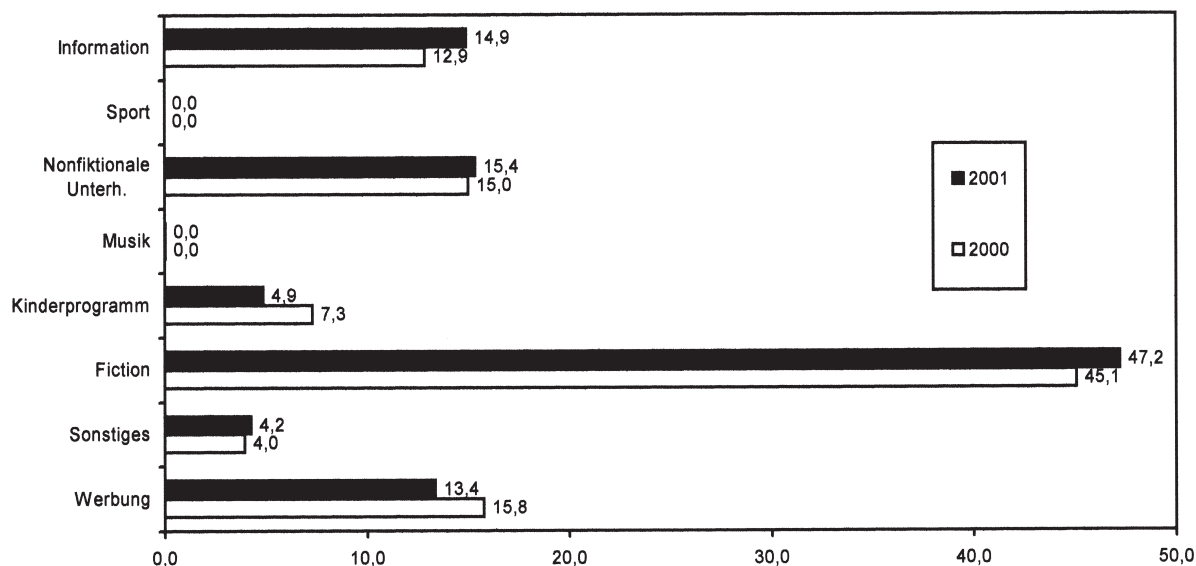
Bei Unterhaltung tendenziell stärkeres Gewicht nonfiktionaler Sendungen

Abb. 5 SAT.1 - Programmspartenprofile 2001 und 2000
Sendezeitanteile in %



Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

Abb. 6 ProSieben - Programmspartenprofile 2001 und 2000
Sendezeitanteile in %



Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

bei hat sich der Abstand zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern in der Relation zwischen Informations- und Unterhaltungsorientierung insgesamt kaum geändert. Dem Wandel im Unterhaltungsangebot entsprach ein stetiger Abbau des Spielfilmangebots bei gleichzeitiger Expansion der Talkshows in den 90er Jahren. (4) Mittlerweile stagniert das Format Talkshow bei den Privatsendern, oder es wird teilweise durch Quizsendungen, Gerichtsshow, Comedy-Formate, neue unterhaltungsbetonte Mischformen (Reportagen mit Inszenierungen, Real Life Shows, Abenteuershows etc.) und Serien substituiert. Auf diese Weise fällt bei RTL der Anteil bei der nonfiktionalen Unterhaltung von 23 auf 19 Prozent zurück. Davon profi-

tierte trotz des Quizbooms („Wer wird Millionär?“ trägt beispielsweise nur etwa 1 Prozent zum RTL-Sendevolumen bei) offenbar am meisten das Fictionangebot, das von 30 auf 32 Prozent anstieg. Bei SAT.1, mit einem konstanten Spartenanteil an nonfiktionaler Unterhaltung von 26 Prozent, wurde das Talkshowangebot noch nicht verringert. Auch bei ProSieben blieb der Anteil der Sparte nonfiktionaler Unterhaltung (15%) unverändert. Betrachtet man die beiden großen Unterhaltungssparten des Fernsehens im Zusammenhang und vergleicht die Privatsender mit ARD/Das Erste und ZDF, bleibt

festzuhalten: Bei ProSieben ist die Fictionunterhaltung das stärkste Unterscheidungsmerkmal, bei RTL und SAT.1 ist dies mittlerweile die nonfiktionale Unterhaltung.

Die Musikangebote fristen in den Hauptprogrammen weiterhin nur eine Nebenrolle der Fernsehunterhaltung. Allenfalls das Erste hat nennenswerte Musikangebote mit einem Anteil von vier Prozent vorzuweisen, beim ZDF sind es knapp zwei Prozent und bei RTL nur ein Prozent. Bei SAT.1 mit 0,2 Prozent und ProSieben ohne Musiksendungen blieb die Musikunterhaltung bedeutungslos.

Das Erste und das ZDF mit höchsten Sportanteilen

Weil die öffentlich-rechtlichen Sender auch von Olympischen Sommer- und Winterspielen, der Tour de France, Fußball-Welt- und Europameisterschaften sowie anderen internationalen Sportveranstaltungen berichten, spielt der Sport in ihrem Programmangebot stets eine größere Rolle als bei den privaten Sendern. So verwundert es nicht, dass der Sportanteil beim Ersten und beim ZDF im sportintensiven Jahr 2000 ähnlich hoch ausfiel wie die Sparte nonfiktionale Unterhaltung. Im nicht-olympischen Jahr 2001 sanken die Sportanteile im Ersten auf 7 Prozent und im ZDF auf 6 Prozent, Sport blieb dennoch fester Bestandteil des Programms. Insgesamt umfasst das Angebotsspektrum der beiden öffentlich-rechtlichen Sender etwa 20 unterschiedliche Sportarten, unter denen außer Fußball, Tennis und Skisport auch Eiskunstlauf, Schwimmen und Leichtathletik, Springreiten sowie andere Disziplinen einen Platz haben. Bei RTL waren es 2001 drei Prozent, die durch massenattraktive Sportevents (Formel 1, Skispringen, UEFA Champions League) zustande kamen; bei SAT.1 zwei Prozent der Gesamtsendedauer (Fußball-Bundesliga, Boxen, Basketball, Eishockey und American Football). Bei ProSieben finden sich auch in der Vollerhebung in beiden Jahren keine eigenständigen Sportangebote.

Relativ gering waren im Jahr 2001 die quantitativen Unterschiede zwischen den Sendern beim Kinderprogrammangebot. Hier rangierte Das Erste (8%) vor dem ZDF (6%), dahinter folgten RTL (5%) und ProSieben (5%) vor SAT.1 (3%).

Die nichtredaktionellen Programmteile entsprachen wieder dem bisherigen Trendverlauf. So wandten die Privatsender für Programmpromotion etwa doppelt soviel Sendezeit auf wie die öffentlich-rechtlichen Sender.

Werbeanteile bei RTL und SAT.1 gestiegen – auch wegen Verkaufssendungen

Vergleicht man schließlich die Anteile der kommerziellen Werbung, bleiben ARD und ZDF bei ca. 1,5 Prozent, während RTL mit 17 Prozent (2000 15%) und SAT.1 mit 18 Prozent (2000 16%) auf mehr als das Zehnfache kommen. Der Anstieg im Werbeangebot, den die beiden großen Privatsender im Jahr 2001 zu verzeichnen haben, geht auf die Einführung neuer Verkaufssendungen (Teleshops) zurück, die an Werktagen bei RTL im Morgenprogramm und bei SAT.1 im Morgen- und Nachtpro-

gramm ausgestrahlt werden. Anders als die Werbeblöcke, die zum nichtredaktionellen und auch nicht angekündigten Programmteil gehören, handelt es sich dabei um redaktionelle Werbeformen, die in den Ankündigungen enthalten sind.

Da sich Einzelsendungen bei einer Vollerhebung über das gesamte Jahr in den quantitativen Werten der Programmsparten nicht mehr wahrnehmbar auswirken, kann man davon ausgehen, dass Veränderungen von mehr als einem bis zwei Prozentpunkten oder mehr bereits auf strukturelle Eingriffe hindeuten, die durch Austausch eines Formats oder durch den Einfluss eines saisonal bedingten Ereignisses zustande kommen. Solange sich jedoch Veränderungen in dieser Größenordnung wie beim Sport nur als „Pendeleffekte“ zwischen zwei Jahren erweisen und keine stetige Trendrichtung anzeigen, kann man von einer nachhaltigen Profilveränderung eines Senders kaum sprechen. Die Spartenprofile belegen somit ein weiteres mal – hier auf Ganzjahresbasis: Die Rollenverteilung der nationalen Hauptprogramme bleibt auch 2001 stabil. Darin bestätigen sich erneut die fest etablierten Angebotsunterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern im dualen System.

Profile der Sendungsformen

Unterscheidet man die Sendungen nach ihrer redaktionellen Form, zeigt sich, dass die Programme der fünf größten Sender hauptsächlich von Fernsehserien (23%), Magazinen (17%) und Fernseh- und Spielfilmen (15%) geprägt werden. Zusammengekommen entfielen auf sie 55 Prozent des Gesamtangebots. Erst wenn man die Sender im einzelnen betrachtet, zeigen sich typische Präferenzen in der Verwendung der Formen (vgl. Tabellen 3 und 4).

So erhielten die Magazine beim Ersten (21%) und beim ZDF (26%) die meiste Sendezeit, bei RTL (30%), SAT.1 (23%) und ProSieben (28%) dagegen die Fernsehserien. Spielfilme (inkl. TV-Movies, Mehrteiler und Reihen) waren wichtige Formen bei ProSieben (24%), ARD/Das Erste (20%) und ZDF (15%), die Sendungsform Talkshow hatte bei SAT.1 (13%) und ProSieben (13%) die höchsten Anteile.

Vergleicht man die Formen nach Programmsparten aufgeschlüsselt, ergibt sich ein differenzierteres Bild von der Angebotsstruktur der Sender (vgl. Tabellen 5 und 6). In den öffentlich-rechtlichen Programmen gibt es eine größere Vielfalt an Sendungsformen. Einige Formen erscheinen in mehreren Sparten, so zum Beispiel Talkshows als Polit-Talk in der Sparte Information, alle übrigen in der Sparte nonfiktionale Unterhaltung, Ereignisübertragung hauptsächlich in der Sparte Sport, aber in geringen Anteilen auch in den Sparten Information, nonfiktionale Unterhaltung und Musik.

Formen des Informationsangebots

Vergleicht man die Sendungsformen im Informationsbereich, zeigen sich weitere strukturelle Unterschiede der Sender (vgl. Abbildungen 7 bis 9). An einem Durchschnittstag senden ARD/Das Erste und ZDF weit über zwei Stunden Nachrichten;

Insgesamt stabile Rollenverteilung zwischen ö.-r. und privaten Programmen

Größere Vielfalt an Sendungsformen in ö.-r. Programmen

③ **Sendungsformen bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001**

Sendedauer in Min. pro Tag

	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben
Nachrichten	136	140	66	46	19
Magazin	296	363	197	215	184
Dokumentation/Bericht/Reportage	103	108	19	13	11
Ratgeber	14	14	-	-	-
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	95	41	126	191	189
Ereignisübertragung	94	80	40	12	1
Reality/Dokuinszenierung	-	55	29	43	-
Quiz/Gameshow	25	33	70	72	2
Darbietungsshow/Comedy/Nummern	75	40	51	55	25
Konzept. Kindersendung	44	40	0	-	-
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	277	211	94	123	343
Fernsehserie	201	235	438	337	407
Bühnenstück	0	1	-	-	-
Nichtredaktionelle Form	27	26	58	66	61
Werbeformen	20	23	243	261	193
Sonstiges/n.e.	10	8	8	4	5
Gesamtergebnis	1418	1418	1440	1440	1440

Basis: Sendevolumen.

④ **Sendungsformen bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001**

Sendedauer in %

	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben
Nachrichten	9,6	9,9	4,6	3,2	1,3
Magazin	20,8	25,6	13,7	14,9	12,8
Dokumentation/Bericht/Reportage	7,3	7,6	1,3	0,9	0,8
Ratgeber	1,0	1,0	-	-	-
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	6,7	2,9	8,8	13,3	13,2
Ereignisübertragung	6,7	5,7	2,8	0,9	0,1
Reality/Dokuinszenierung	-	3,9	2,0	3,0	-
Quiz/Gameshow	1,8	2,3	4,9	5,0	0,2
Darbietungsshow/Comedy/Nummern	5,3	2,8	3,5	3,8	1,7
Konzept. Kindersendung	3,1	2,8	0,0	-	-
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	19,5	14,9	6,5	8,5	23,8
Fernsehserie	14,2	16,6	30,4	23,4	28,3
Bühnenstück	0,0	0,1	-	-	-
Nichtred. Form	1,9	1,8	4,0	4,6	4,2
Werbeformen	1,4	1,6	16,9	18,1	13,4
Sonstiges/n.e.	0,7	0,6	0,6	0,3	0,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Basis: Sendevolumen.

damit übertreffen sie die beiden großen Privatsender RTL und SAT.1 um mehr als das Doppelte, ProSieben spielt nur eine Randrolle. Weniger stark ausgeprägt ist dagegen das Übergewicht der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme bei den Magazinen. Zwar bringt die quantitative Überlegenheit des Ersten und des ZDF im Informationsbereich mit sich, dass auch die meistverwendete Form, das Magazin, bei ihnen dominiert, hierbei zeigt sich aber auch, dass die privaten Sender dieser Form vor allen anderen den Vorzug geben.

Das starke Gewicht der Magazine kommt vor allem durch die großflächigen Morgenmagazine sowie andere Magazine mit werktäglicher Ausstrahlung zustande. Für eine Bevorzugung der Magazin-

form sprechen verschiedene Gründe. Da sich Magazine aus mehreren thematisch und produktionstechnisch eigenständigen Beiträgen zusammensetzen, die relativ kurzfristig produziert werden und je nach Bedarf gemischt und wieder entmischt werden können, um sie mehrfach zu verwerten, sind sie meist auch ein kostenfreundliches Format.

Vergleicht man die Sender hinsichtlich monothematischer Informationssendungen wie Dokumentationen, Berichten, Features, Porträts, so sind diese fast ausnahmslos im Ersten und im ZDF zu sehen. Im Umfang dieser Formen übertreffen ARD/Das

Anteil monothematischer Sendungen wie Dokus, Berichte, Features bei ARD/ZDF zehnfach höher

⑤ **Sendungsformen nach Programmsparten bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001**

Sendedauer in Min. pro Tag

	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben
Information	573	646	285	246	215
Nachrichten	136	140	66	46	19
Magazin	288	346	197	185	184
Dokumentation/Bericht/Reportage	103	108	9	10	11
Ratgeber	11	14	-	-	-
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	21	20	0	2	-
Ereignisübertragung	5	8	1	-	0
Reality/Dokuinszenierung	-	2	12	-	-
Wetterinfo/Sonstiges	10	8	-	4	0
Sport	97	84	40	29	-
Magazin	8	18	0	18	-
Dokumentation/Bericht/Reportage	1	-	2	-	-
Ereignisübertragung	89	67	38	11	-
Nonfiktionale Unterhaltung	127	132	267	374	221
Magazin	-	-	-	12	-
Dokumentation/Bericht/Reportage	-	-	8	4	-
Ratgeber	3	-	-	-	-
Ereignisübertragung	0	2	1	0	1
Reality/Dokuinszenierung	-	53	17	43	-
Talkshow	75	21	126	189	189
Quiz/Gameshow	25	33	70	72	2
Darbietungsshow/Comedy/Nummern	23	22	37	53	24
Sonstige nonfikt. Form	-	-	8	0	5
Musik	53	22	13	3	0
Ereignisübertragung	1	4	0	1	-
Darbietungsshow	52	17	13	2	0
Bühnenstück	-	1	-	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	114	90	69	48	70
Konzept. Kindersendung	44	40	0	-	-
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	8	7	1	1	3
Fernsehserie	62	44	67	48	67
Fiction	408	395	464	412	680
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	269	204	93	122	340
Fernsehserie	139	191	371	290	340
Bühnenstück	0	-	-	-	-
Sonstige Sparten	27	26	58	67	61
Nichtred. Form	27	26	58	66	61
Sonstiges/n.e.	0	-	-	0	0
Werbung	20	23	243	261	193
Gesamt	1418	1418	1440	1440	1440

Basis: Sendevolumen.

Erste und ZDF die Privatsender etwa um das Zehnfache.

Die Vielfalt der redaktionellen und journalistischen Formen umfasst darüber hinaus eigenständige Ratgebersendungen, Diskussions-/Gesprächssendungen und Polit-Talk. Seitdem die privaten Sender in ihren Hauptprogrammen auf informative Polit-Talks verzichten und diese den Spartensen-

dern n-tv und N24 überlassen haben, wird dieses Programmsegment inzwischen zunehmend vom Ersten und vom ZDF dominiert.

Vielfalt der Sendereihen und „Marken“ im Informationsangebot

Die Vielfalt im Informationsangebot lässt sich nicht nur anhand der Sendeformen, sondern auch anhand der konkreten Sendetitel bzw. -reihen vergleichen. Da die Vollerhebung alle Sendungen des Jahres berücksichtigt, lässt sich anhand der Sendetitel ein umfassender Überblick über die redaktionelle Gestaltung der Programmangebote gewinnen. Da-

Sender unterscheiden sich deutlich nach Zahl und Inhalten der Info-Sendereihen

⑥ **Sendungsformen nach Programmsparten bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001**

Sendedauer in %

	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben
Information	40,4	45,5	19,8	17,1	14,9
Nachrichten	9,6	9,9	4,6	3,2	1,3
Magazin	20,3	24,4	13,7	12,8	12,8
Dokumentation/Bericht/Reportage	7,2	7,6	0,6	0,7	0,8
Ratgeber	0,8	1,0	-	-	-
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	1,5	1,4	0,0	0,1	-
Ereignisübertragung	0,3	0,5	0,1	-	0,0
Reality/Dokuinszenierung	-	0,2	0,8	-	-
Wetterinfo/Sonstiges	0,7	0,6	-	0,2	0,0
Sport	6,8	6,0	2,8	2,0	-
Magazin	0,6	1,2	0,0	1,2	-
Dokumentation/Bericht/Reportage	0,0	-	0,1	-	-
Ereignisübertragung	6,2	4,7	2,7	0,8	-
Nonfiktionale Unterhaltung	9,0	9,3	18,6	25,9	15,4
Magazin	-	-	-	0,9	-
Dokumentation/Bericht	-	-	0,6	0,2	-
Ratgeber	0,2	-	-	-	-
Ereignisübertragung	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0
Reality/Dokuinszenierung	-	3,8	1,2	3,0	-
Talkshow	5,3	1,5	8,8	13,1	13,2
Quiz/Gameshow	1,8	2,3	4,9	5,0	0,2
Darbietungsshow/Comedy/Nummern	1,6	1,6	2,6	3,7	1,7
Sonstige nonfikt. Form	-	-	0,6	0,0	0,3
Musik	3,7	1,5	0,9	0,2	0,0
Ereignisübertragung	0,1	0,3	0,0	0,0	-
Darbietungsshow	3,6	1,2	0,9	0,2	0,0
Bühnenstück	-	0,1	-	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	8,0	6,4	4,8	3,3	4,9
Konzept. Kindersendung	3,1	2,8	0,0	-	-
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	0,6	0,5	0,1	0,0	0,2
Fernsehserie	4,4	3,1	4,6	3,3	4,7
Fiction	28,8	27,9	32,2	28,6	47,2
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	19,0	14,4	6,4	8,5	23,6
Fernsehserie	9,8	13,5	25,8	20,1	23,6
Bühnenstück	0,0	-	-	-	-
Sonstige Sparten	1,9	1,8	4,0	4,6	4,2
Nichtred. Form	1,9	1,8	4,0	4,6	4,2
Sonstiges/n.e.	0,0	-	-	0,0	0,0
Werbung	1,4	1,6	16,9	18,1	13,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

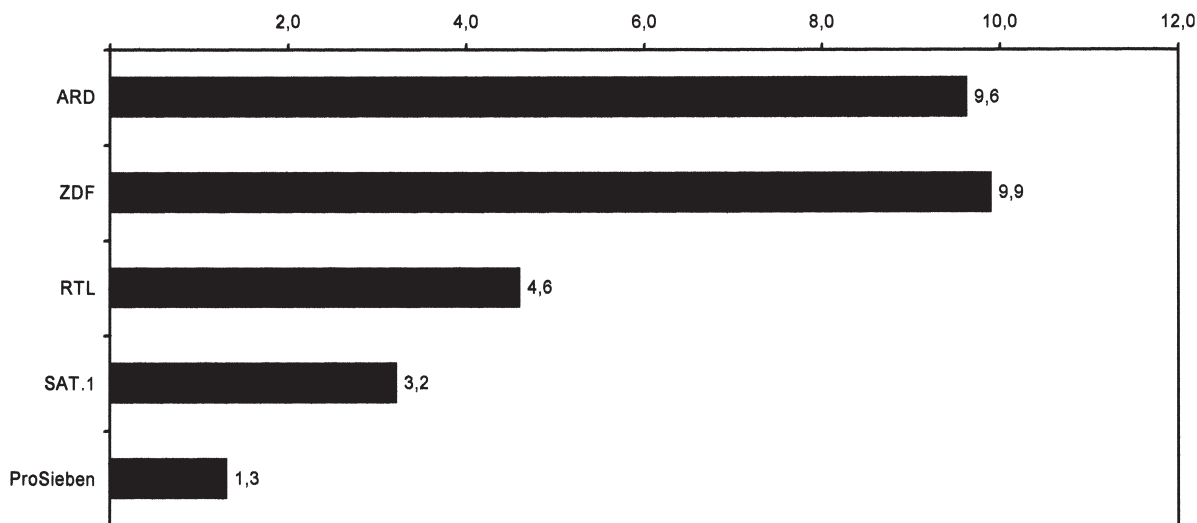
Basis: Sendevolumen.

bei ergeben sich deutliche Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern: Das Erste kommt auf mehr als 330, das ZDF auf mehr als 450 verschiedene Sendetitel. RTL kommt auf ca. 70, SAT.1 auf 25 Sendetitel und ProSieben auf ca. 20 Titel. (5)

Besonders profilprägend erscheinen bei jedem Sender die täglich ausgestrahlten Sendungen. Es liegt auf der Hand, dass in einer Rangordnung der Sendereihen nach Sendedauer (Gesamtsendeminuten 2001) die Nachrichtensendungen und die Morgenmagazine Spitzenplätze einnehmen. Dies trifft

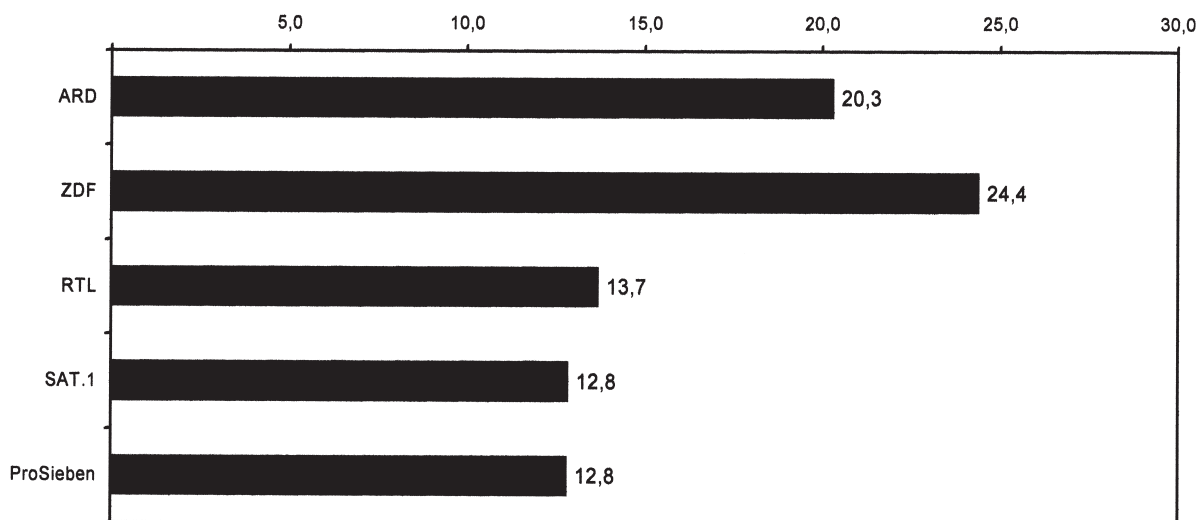
für die vier großen Sender zu, nicht jedoch für ProSieben. Abgesehen von der zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern stark differierenden Gesamtzahl der Sendereihen zeigen sich dabei auch deutliche Unterschiede in den inhaltlichen Prioritäten, auf welche die bekannten Titel verweisen.

Abb. 7 Nachrichten 2001
Sendezeitanteile in %



Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

Abb. 8 Magazine in der Sparte Information 2001
Sendezeitanteile in %



Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

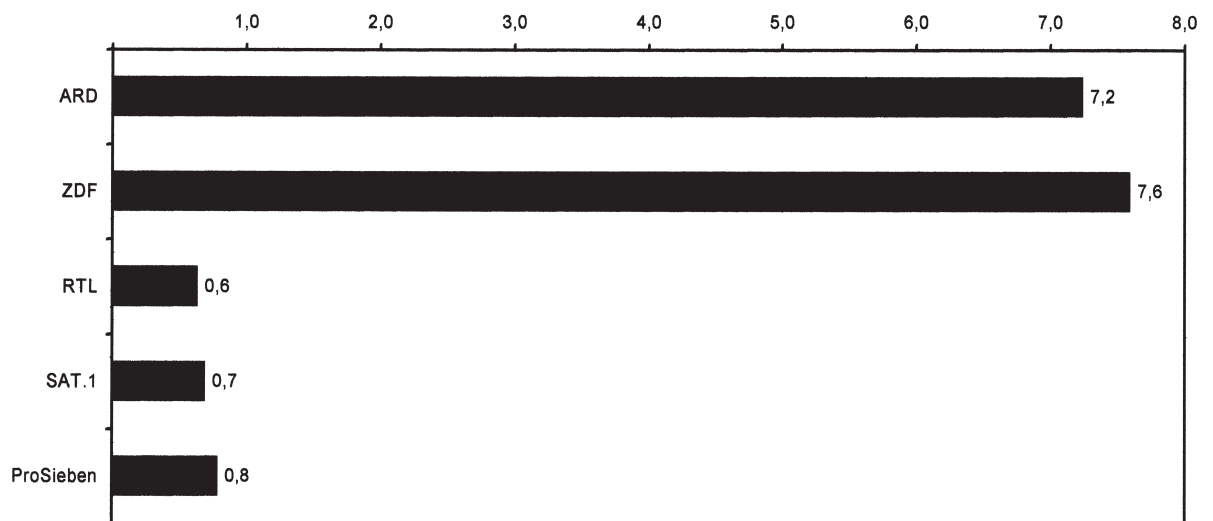
**Das Erste/ZDF:
Sendetitel im Bereich
Info zeigen politisch
und kulturell orientierte Ausrichtung**

Von den Sendetiteln der Informationssparte im Ersten rangieren hauptsächlich aktuelle sowie im weiteren Sinne politisch orientierte Sendereihen als fest etablierte „Marken“ auf den Top-Rangplätzen der nach Gesamtsendeminuten 30 wichtigsten Sendungen. Zu nennen sind hier beim Ersten die Nachrichten und Nachrichtenmagazine (Tagesschau, Tagesthemen/Bericht aus Berlin, Nachtmagazin) sowie die Informationsmagazine am Morgen- und Mittag. Unter den politisch orientierten Sendungen stehen bekannte Marken wie „Sabine Christiansen“, „Presseclub“, „Plusminus“, „Europamagazin“, „Weltspiegel“ und die Politikmagazine (Monitor, Panorama, Fakt, Kontraste, Report aus Mainz/Report aus

München) auf der Liste. Dazu kommen kulturell informierende Sendungen wie der „Kulturreport“ sowie Alltagsinformationssendungen (ARD-Buffer, ARD-Ratgeber). Unter diesen 30 wichtigsten Titeln finden sich ferner wissensorientierte Dokumentationen und Reportagen (z. B. Abenteuer Wildnis, Bilderbuch Deutschland, ARD-Exclusiv), aber auch das Boulevardmagazin „Brisant“. Diese 30 wichtigsten Sendetitel machen zusammen mehr als vier Fünftel des Informationsangebots von ARD/Das Erste aus.

Beim ZDF findet sich eine ähnliche Priorität der aktuellen und politisch-gesellschaftlich relevanten Information. An der Spitze nach Gesamtsendeminuten 2001 stehen die Nachrichten und Nachrichtenmagazine, die Magazine am Morgen und Mittag sowie die politischen und gesellschaftskriti-

Abb. 9 Dokumentationen, Berichte, Reportagen in der Sparte Information 2001
Sendezeitanteile in %



Basis: Sendevolumen Gesamtjahr.

schen Sendungen (heute, heute-journal, heute nacht, Berlin Mitte, Morgen- und Mittagsmagazin, Wiso, Länderspiegel, Frontal 21, Berlin direkt, auslandsjournal). Hinzu kommen zeitgeschichtliche Sendereihen (Vor 30 Jahren, Zeugen des Jahrhunderts), solche mit anspruchsvoller Kulturberichterstattung (Aspekte) und mit gesellschaftlich orientierter Thematisierung (Blickpunkt, ML Mona Lisa, ZDFreporter, 37 Grad, Die ZDF-reportage). Wie bei der ARD finden sich unter den Top 30 auch Sendereihen zur Wissensvermittlung (Discovery - Die Welt entdecken, ZDF Expedition, Terra X, reiselust) und Alltagsinformationen (Volle Kanne Susanne, Praxis täglich), aber auch die boulevardorientierten Sendungen „hallo Deutschland“ und „Leute heute“. Und wie bei der ARD machen diese 30 Titel zusammen mehr als vier Fünftel des ZDF-Informationsangebots aus.

len Unterhaltung mit Real-Life-Shows (z.B. Big Brother) erscheint hier fließend.

Deutlich weniger vielfältig ist die Liste bei SAT.1 und Pro Sieben, die beide - wie oben erwähnt - gar nicht erst auf 30 Titel kommen. Bei SAT.1 werden über 45 Prozent des gesamten Informationsangebots allein mit dem „SAT.1 Frühstücksfernsehen“ und weitere 18 Prozent mit dem Boulevardmagazin „blitz“ bestritten. Mit weitem Abstand dahinter folgen die tagesaktuellen Sendungen (18:30 SAT.1 Nachrichten, Die Nacht und 17:30 Live aus ...). Zum gesamten Informationsangebot tragen diese Sendereihen zusammen soviel Sendezeit bei wie das Boulevardmagazin „blitz“. Daran gemessen liefern gesellschaftlich und kulturell berichtende sowie wissensorientierte Sendereihen (Spiegel TV-Reportage, News & Stories, Planetopia) einen sehr geringen Beitrag. Zu den fest etablierten Reihen mit teilweise gesellschaftskritischem und teilweise boulevardorientiertem Charakter gehören außerdem „Akte 01“ und „24 Stunden“. (6)

SAT.1: Frühstücksfernsehen und „blitz“ bestreiten fast zwei Drittel des Info-Angebots

Sendetitel von RTL im Info-Bereich

Im deutlich geringeren und weniger vielfältigen RTL-Informationsangebot erscheinen ebenfalls die Hauptnachrichtensendung (RTL aktuell), die aktuellen Morgensendungen (Punkt 6, 7 und 9, Guten Morgen Deutschland) sowie die weiteren tagesaktuellen Sendereihen (Punkt 12 - Das RTL-Mittagsjournal, RTL-Nachtjournal, Guten Abend RTL) als „Marken“ auf den vorderen Rangplätzen. Dazu kommen gesellschaftspolitisch informierende Sendereihen wie „Spiegel TV Magazin“ und „Stern TV“ sowie die kulturellen dtcp-Sendereihen (Prime Time - Spätausgabe und 10 vor 11). Alltagswissen vermittelnde Reihen (natur trend, future trend, money trend) und Reality-Formate (Notruf, Notruf täglich) sind ebenfalls unter den 30 wichtigsten Titeln zu finden. Hinzu kommen einige Alltagsreportagen (z.B. Helden des Alltags). Den übrigen Sendetiteln der Top 30 ist vorwiegend unterhaltssamer Informationscharakter (Extra - Das RTL-Magazin, Life! - Die Lust zu leben) oder Boulevardcharakter (Explosiv - Das Magazin, Exklusiv - Das Star-Magazin) zuzuschreiben. Der Übergang zur nonfiktionalen

Bei ProSieben mit insgesamt nur ca. 20 Sendetiteln in der Sparte Information nehmen die Boulevardmagazine „s.a.m.“ und „taff“ die Spitzenpositionen nach Sendeminuten ein. Sie allein repräsentieren über die Hälfte des Informationsangebots von ProSieben. An dritter Stelle rangiert „Galileo“ als populärwissenschaftliches Magazin, gefolgt von den „ProSieben Nachrichten“. Mit „Focus TV“ werden hier gesellschaftliche Themen, mit „BIZZ“ Verbraucherthemen und mit der dokumentarischen Sendereihe „Welt der Wunder“ Sachthemen angeboten. Andere Titel orientieren sich in der Regel am Freizeitleben in unterhaltsamer Aufbereitung (CinemaxX TV, Max TV - Das ganze Leben).

ProSieben: Boulevard- und populärwissenschaftliche Magazine rangieren vor Nachrichten

Bilanzieren lässt sich: Die Betrachtung der Sendetitel und -reihen im Informationsbereich belegt klare Profilunterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen und den Privatsendern. Deutlich wird bei ARD/Das Erste und ZDF ein Vorrang der aktuellen politisch-gesellschaftlich relevanten Information, während die Sendetitel der Privaten ein stärkeres Gewicht der nichtpolitischen Information zeigen.

Fazit

Um die Programmangebote der führenden öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehprogramme noch exakter als bisher vergleichen zu können und Verzerrungen durch besondere Ereignisse (zumeist in Sport und Politik) in Stichprobenwochen zu vermeiden, wurde der Programmanalyse 2001 eine Vollerhebung zugrunde gelegt. So erhalten die normale Programmierung der Sender beeinflussende Effekte wie beispielsweise die Berichterstattung zu den Terroranschlägen am 11. September weniger Gewicht.

Ermittelt man den Umfang außerordentlicher Berichterstattung über die New Yorker Terroranschläge, konzentrieren sich die Sondersendungen im Wesentlichen auf die Woche vom 11. bis 17. September, insbesondere auf die ersten vier Tage. In dieser einen Woche macht die Sonderberichterstattung etwa 340 Minuten pro Tag im Senderdurchschnitt aus. Wäre diese Woche in die Stichprobe einer Programmanalyse gekommen, ergäbe sich in dieser Woche zum normalen Informationsangebot ein Zuwachs von etwa 16 Prozentpunkten. Auf das gesamte Jahr verteilt, schlägt sich das Septemberereignis nur mit weniger als einem halben Prozentpunkt nieder, um den das Informationsangebot im Gesamtdurchschnitt höher ausfällt. So kann man einerseits feststellen, dass eine davon betroffene Wochenstichprobe zu erheblichen Verzerrungen führt, andererseits sich die Sonderberichterstattung im Jahresdurchschnitt kaum bemerkbar macht.

Die wesentlichen Befunde aus diesem ersten Teil der Programmanalyse 2001, auf Basis der Vollerhebung, lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Das Erste und das ZDF bleiben mit stabilen Profilen unangefochten die führenden Informationsanbieter und unterscheiden sich darin wesentlich von RTL, SAT.1 und ProSieben.
2. Die privaten Sender bleiben die führenden Unterhaltungsanbieter mit deutlichem Vorsprung in den Sparten Fiction und nonfiktionaler Unterhaltung.
3. Im Sendervergleich sind die Profile von Das Erste und ZDF sehr ähnlich, während sich die der privaten Sender stärker voneinander unterscheiden.
4. Die Programminnovationen im Jahr 2001 deuten darauf hin, dass SAT.1 seine Position im Nachrichtenangebot gestärkt hat. Ferner ist eine Renaissance der Teleshop-Sendungen im Werbeangebot

bei RTL und SAT.1 zu beobachten. Außerdem hat RTL den Abbau der Daily Talkshows fortgesetzt. Bei fast allen Sendern ist ein Anstieg der Quizsendungen und Gerichtsshow zu verzeichnen.

5. Die Angebotsstärke von ARD und ZDF auf dem Informationssektor zeigt sich zum einen in größerer Formenvielfalt, zum anderen in der ausgewogeneren Verwendung der redaktionellen Formen. Während bei ARD und ZDF Magazine, Nachrichten, monothematische Sendungen aller Art sowie Gesprächs- und Diskussionsformate vielfältig angeboten werden, konzentrieren sich die Informationsangebote der privaten Sender hauptsächlich auf Magazine und Nachrichten.

6. In allen redaktionellen Formen findet man bei ARD und ZDF ein deutlich stärkeres Angebot. Bei den Nachrichten und Magazinen erreicht es ungefähr den doppelten Umfang. Bedenkt man, dass zur quantitativen Überlegenheit der öffentlich-rechtlichen Nachrichten noch eine qualitativ anders gewichtete Inhaltsstruktur der Hauptnachrichten hinzukommt – bei ARD und ZDF beträgt der Anteil politisch und gesellschaftlich relevanter Themen etwa zwei Drittel, bei RTL und SAT.1 weniger als ein Drittel (7) –, ist offensichtlich, dass hier grundsätzlich andere redaktionelle Leitlinien vorherrschen. Bei monothematischen Dokumentationen, Berichten, Reportagen, Porträts u.ä. hat das Informationsangebot des Ersten und des ZDF etwa den zehnfachen Umfang vom Angebot der Privatsender. Gerade letztere Sendeformen können Einzelthemen ausführlich behandeln, mehr Hintergrund liefern und journalistisch tiefer greifen.

7. Rangordnung und Anteil der Sendereihen im Informationsangebot unterstreichen bei den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen den Vorrang der aktuellen sowie politisch und gesellschaftlich relevanten Information, bei den privaten Sendern sprechen die Sendetitel dagegen für ein stärkeres Gewicht der nichtpolitischen Information.

8. Durch die aktuelle Berichterstattung über die Terroranschläge vom 11. September 2001 hat sich der Informationsanteil des Fernsehens in den Tagen danach zwar massiv erhöht. Bezogen auf das Programmangebot des gesamten Jahres macht sich diese Erhöhung jedoch kaum bemerkbar.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Krüger, Udo Michael: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1991-2000. In: Schriftenreihe Media Perspektiven, Bd. 15. Baden-Baden 2001.
- 2) Die zur Vollerhebung erforderlichen Programmdaten wurden aus Programmankündigungen, aus der IFEM-Datenbank und teilweise aus aktuellen Sendeprotokollen (Quelle: ZDF-Medienforschung) gewonnen. Durch die Vollerhebung aller Sendungen lassen sich mögliche Verzerrungen, die bei einer begrenzten Auswahl der sonst üblichen vier Wochen auftreten können, ausschließen, da alle angekündigten Sendungen eines Senders lückenlos in die Analyse einbezogen werden. Programmankündigungen haben normalerweise einen Vorlauf von sechs Wochen, so dass kurzfristige Programmänderungen nicht direkt berücksichtigt werden können. Auch Trailer und Werbespots innerhalb wie ebenso zwischen den Sendungen können nicht direkt ermittelt werden. Ähnlich gilt dies für Kurznachrichten aller Art, die ohne eigenständigen Titel in größere Sendungen eingebunden sind. Diesen Defiziten kann man jedoch mit einem Modell begegnen, in dem Schätzwerte berechnet werden, die auf empirisch gewonnenen Größen beruhen und sehr gute Annäherungen ermög-

Vollerhebung gleicht Auswirkungen besonderer Ereignisse auf Programmstruktur aus

Wichtigste Befunde der Programmanalyse 2001

lichen. Programmänderungen können annähernd kontrolliert werden, indem das Profil der Ankündigung am tagesaktuellen Programmablauf abgeglichen wird. In Sendungen eingebundene Nachrichtenblöcke sind in ihrer Häufigkeit, Dauer und Platzierung ebenfalls kontrollierbar und können in empirisch gewonnenen Korrekturfaktoren angemessen mitberücksichtigt werden. Auch nichtredaktionelle Programmbestandteile in Form von Werbeblöcken und Trailern werden durch empirische Gewichtungsfaktoren in diese Makroanalyse miteinbezogen. Über ihre Häufigkeit, Dauer und Platzierung liegen umfassende Daten aus der vierwöchigen Videotapcodierung vor, aus denen solche Gewichtungsfaktoren bestimmt werden. Zur externen Validierung lassen sich Vergleiche mit den exakten Werbeanteilen der AGF-Sendungsodierung heranziehen. Außerdem stehen weiterhin Programmaufzeichnungen zur Verfügung, um Einzelfragen der Codierung an den ausgestrahlten Sendungen überprüfen zu können.

- 3) Dem Vergleich mit dem Jahr 2000 liegen Daten aus einer Vollerhebung von Programmankündigungen zugrunde, die aus der vorausgegangenen Pilotphase stammen. Abweichend von der publizierten vierwöchigen Programmanalyse 2000 ist hierin rückwirkend folgende Änderung der Codierkonvention berücksichtigt: Gerichtsshows beim ZDF und bei SAT.1 werden nicht der Sparte Information, sondern der Sparte nonfiktionale Unterhaltung zugeordnet.

- 4) Vgl. Krüger (Anm. 1), S. 116f. und 128f.
- 5) Hierbei wurden kleinere Abweichungen in der Schreibweise der Titel weitestmöglich vereinheitlicht. Bei Reihen wie zum Beispiel „ARD-exklusiv“ oder „37 Grad: ...“ wurden die im Rahmen dieses Obertitels gesendeten Einzeltitel gezählt.
- 6) Andere Sendereihen (z.B. echt wahr!, Weck up), die ein mehr unterhaltungs- als informationsbetontes Konzept haben, wurden der Sparte nonfiktionale Unterhaltung zugeordnet.
- 7) Vgl. Krüger (Anm. 1), S. 203ff.; Krüger, Udo Michael: Politikvermittlung im deutschen Fernsehen: ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Vergleich. In: Media Perspektiven 2/2002, S. 80.

