

Programmanalyse 2005 von ARD/Das Erste,
ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben

→ Sparten, Sendungsformen und Inhalte im deutschen Fernsehangebot

Von Udo Michael Krüger
und Thomas Zapf-Schramm*

Wenn man von Sporteffekten und einigen außergewöhnlichen Ereignissen absieht, die zeitlich befristet die Fernsehangebote beeinflussten, sind in den deutschen Fernsehhauptprogrammen im Jahr 2005 keine wesentlichen Funktionsveränderungen zu bemerken. (1) So unterscheiden sich die öffentlich-rechtlichen und die privat-kommerziellen Programme als konkurrierende Anbieter auf dem Fernsehmarkt auch weiterhin deutlich in ihren Programmprofilen. Die öffentlich-rechtlichen Sender nehmen wesentlich stärker als die privaten Sender die Aufgabe der Informationsvermittlung, die privaten Sender stärker die Vermittlung von Unterhaltung und Werbung wahr.

Angebote der fünf führenden Sender verglichen

Dies ergibt sich aus der Fortschreibung der Programmanalyse, in der die Angebote von ARD/Das Erste und ZDF mit denen von RTL, SAT.1 und ProSieben nach Sparten, Sendungsformen und Inhalten verglichen werden. Diese fünf Fernsehprogramme repräsentierten auch im Jahr 2005 zusammen fast 60 Prozent des deutschen Fernsehpublikums (2) und können daher auf eine große gesellschaftliche Breitenwirkung verweisen.

Vergleich nach Spar- ten, Sendungsformen und Inhalten

Wie in den vergangenen Jahren werden die Gesamtangebote der Sender – von 3.00 bis 3.00 Uhr – für das Gesamtjahr anhand einer Programmstrukturanalyse nach Sparte, Sendungsform und Inhalt auf Sendungsebene untersucht. (3) Dabei ist jede eigenständige Sendung Analyseeinheit. Mit der Vollerhebung über das Gesamtjahr wird sichergestellt, dass auswahlbedingte Verzerrungen vermieden werden können. Die Programmstrukturanalyse wird wieder durch eine Themenanalyse der Informationsangebote auf der Basis einer vierwöchigen Stichprobe ergänzt. Dazu werden die Sendungen in ihre Einzelbeiträge zerlegt und jeder Beitrag nach Thema und Darbietungsform codiert. Die ausgewählten Wochen sollen möglichst normale Programmabläufe ohne verzerrenden Einfluss durch Feiertage, umfangreichere Sportübertragungen etc. gewährleisten, um die typischen Profile der einzelnen Sendungen auf ihren Sendeplätzen zu ermitteln. So lassen sich zwar die Effekte voraussehbarer Sportereignisse annähernd neutralisieren, wenn man neben natürlichen Kalenderwochen von Montag bis Sonntag auch Wochen in der Wochenmitte beginnen lässt, jedoch lassen sich hierdurch nicht die Effekte der unvorhersehbaren Ereignisse

vermeiden. Ausgewählt wurden im Jahr 2005 die Tage vom 29. März bis 4. April, 8. bis 14. Juni, 22. bis 28. September und 3. bis 9. Dezember. Dieser Teil der Programmanalyse beschränkt sich auf den Zeitabschnitt von 17.00 bis 1.00 Uhr. In die erste Untersuchungswoche fiel der Tod des Papstes. Dieses Ereignis wirkt sich bei allen Sendern auf die Struktur der Informationsangebote aus.

Spartenprofile

Im ersten Schritt der Programmstrukturanalyse wird die Angebotsentwicklung des Gesamtjahres 2005 anhand der acht Hauptkategorien 1. Information (ohne Sport), 2. Sport, 3. nonfiktionale Unterhaltung, 4. Musik, 5. Kinder/Jugendprogramm, 6. Fiction (ohne Kinderprogramm), 7. Sonstiges und 8. kommerzielle Werbung betrachtet (vgl. Abbildung 1).

In den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen dominieren nach wie vor die Informationsangebote (46%), an zweiter Stelle rangiert die Fictionunterhaltung (31%). Das übrige Programmangebot (23%) verteilt sich relativ gleichförmig mit Anteilen bis zu 6 Prozent über die Sparten nonfiktionale Unterhaltung, Sport, Kinderprogramm, Sonstiges, Werbung und Musik. Bei den Privaten ist der Informationsanteil (24%) nur halb so groß, die Hälfte des Programmangebots verteilt sich hier auf Fictionunterhaltung (26%) und nonfiktionale Unterhaltung (24%), die Werbung (19%) erreicht knapp ein Fünftel der Gesamtsendezeit.

In den Spartenprofilen der einzelnen Sender setzt sich auch im Jahr 2005 weitgehend das Grundmuster der vorausgehenden Jahre fort. Dabei zeigt sich allenfalls, dass die Privaten durch allmähliche Strukturveränderungen bei ProSieben untereinander ähnlicher geworden sind (vgl. Tabelle 1).

Das Erste kommt 2005 auf einen Informationsanteil von 43,0 Prozent (620 Min./Tag), an zweiter Stelle folgt das Fictionangebot mit 32,2 Prozent. Die übrige Sendezeit verteilt sich auf Sportangebote (6,8%), nonfiktionale Unterhaltung (6,9%) und Kinderprogramm (5,7%) sowie auf Musikangebote (1,5%), Sonstiges (2,4%) und Werbung (1,4%). Der Informationsanteil im Ersten entspricht wieder dem Umfang von 2003. Dies ist unter anderem auch darauf zurückzuführen, dass es in ungeraden Jahren weniger Verdrängungseffekte durch großflächige Sportangebote (z.B. Olympische Spiele oder Fußball-EM) gibt, die sich auf das Spartenprofil insgesamt auswirken. Über den gesamten Zeitraum gesehen ist bei den nonfiktionalen Unterhaltungs- und Musikangeboten sowie beim Kinderprogramm eine leicht rückläufige Tendenz zu verzeichnen (4), die den Informations- und Fictionangeboten zugute kommt.

Das ZDF hat im Jahr 2005 einen Informationsanteil von 48,8 Prozent (702 Min./Tag), der im Vorjahr 48,4 Prozent (697 Min./Tag) betrug. Das Fictionangebot (30,5%) folgt auch hier an zweiter

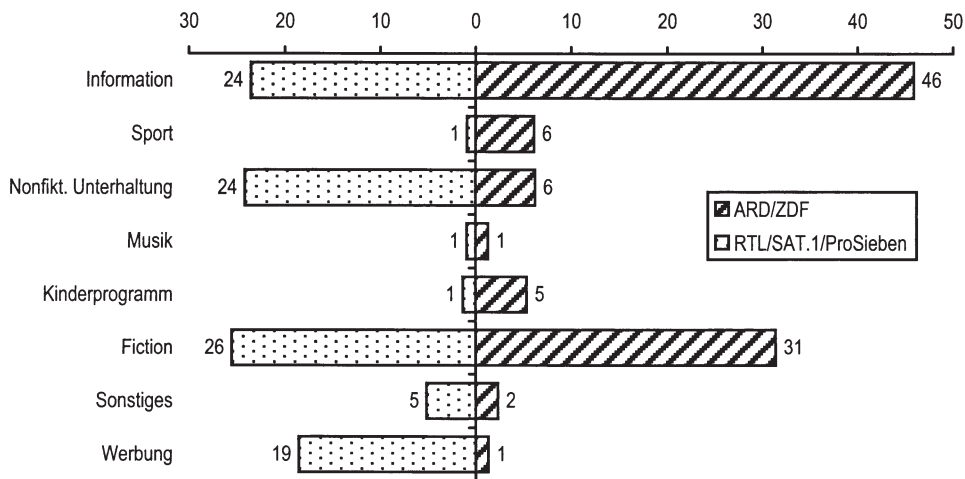
Analyse nach acht Hauptkategorien

Stabile Sparten- profile

Information beim Ersten und beim ZDF weitaus stärkste Sparten

* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 1 Spartenprofil 2005: ARD/ZDF versus RTL/SAT.1/ProSieben
Sendezeitanteil in %



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2005; 3.00-3.00 Uhr.
Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Stelle mit einem Zuwachs um 3,8 Prozentpunkte. Geringere Anteile entfallen auf Sport mit 5,6 Prozent, nonfiktionaler Unterhaltung (5,6%) und Kinderprogramm (5,0%). Gering ist auch das Musikangebot mit 1,1 Prozent. Der Rest entfällt auf Sonstiges (2,3%) und Werbung (1,3%). Der Zuwachs des Fictionangebots erklärt sich beim ZDF hauptsächlich daraus, dass es im Jahr 2005 keine außergewöhnlichen Verdrängungen regulärer Sendeplätze durch Sport gibt. Außerdem kommen dem Fictionangebot geringe Sendezeitanteile aus den Sparten nonfiktionaler Unterhaltung, Musik und Kinderprogramm zugute. Vergleicht man die Entwicklung im Zeitraum von 2001 bis 2005, zeigt sich, dass die nonfiktionaler Unterhaltung rückläufig ist (5), während die Fictionunterhaltung wie im Ersten ihren Höchststand erreicht.

wiederum darauf zurückzuführen, dass Hybridformate wie die Doku-Reihen „K 11 – Kommissare im Einsatz“ oder „Niedrig und Kuhnt – Kommissare ermitteln“ und „Lenßen & Partner“ in dieser Programmanalyse in Übereinstimmung mit der AGF-Codierung der nonfiktionalen Unterhaltung zugeordnet werden. Würde man sie wegen ihres fiktionalisierten Charakters der Sparte Fiction zurechnen, ergäben sich bei SAT.1 etwa gleichstarke Gewichtungen von nonfiktionaler und fiktionaler Unterhaltung. Noch geringer als bei RTL sind hier die Anteile der Sparten Sport, Musik und Kinderprogramm, sie erreichen nicht einmal 0,5 Prozent. Der Werbeanteil (einschließlich Teleshop) liegt bei 20,5 Prozent. Damit ist SAT.1 auch 2005 wieder der einzige Sender, der dafür mehr Sendezeit als für Informationsangebote aufwendet.

RTL, SAT.1 und ProSieben mit deutlich weniger Information

Im Spartenprofil von RTL entfallen im Jahr 2005 auf Informationsangebote 25,2 Prozent der Gesamtsendezeit. Die Fictionunterhaltung kommt auf 23,8 Prozent und erreicht bei rückläufiger Tendenz den niedrigsten Wert seit fünf Jahren. Ein Fünftel der Gesamtsendezeit räumt RTL den nonfiktionalen Unterhaltungsangeboten (19,9%) ein. Die Sparten Sport (2,1%), Musik (1,7%) und Kinderprogramm (1,4%) kommen wie schon im Vorjahr nur auf sehr geringe Anteile. Eine steigende Tendenz zeigt sich im Werbeangebot (einschließlich Teleshop), das mit 20,5 Prozent im Jahr 2005 erstmals den gleichen Anteil wie bei SAT.1 erreicht.

ProSieben mit vergleichsweise stärkster Ausrichtung auf jüngere Zuschauer unter den drei großen Privatsendern hat 2005 in der Sparte Information einen Sendezeitanteil von 27,7 Prozent. Auf Fictionunterhaltung entfallen 28,7 Prozent und auf nonfiktionaler Unterhaltung weitere 20,8 Prozent. Gegenüber dem Vorjahr haben sich die Anteile der Unterhaltungssparten geringfügig erhöht, der Informationsanteil hat sich verringert. Eigenständige Sportsendungen gibt es bei ProSieben auch im Jahr 2005 nicht. Auf das Kinderprogramm (2,4%) und das Musikangebot (0,6%) entfallen ähnlich niedrige Anteile wie bei den anderen Privatsendern. Der Werbeanteil macht unverändert 14,5 Prozent aus und liegt damit deutlich unter den Werten von RTL und SAT.1. Dieser Unterschied resultiert daraus, dass ProSieben keine großflächigen Verkaufssendungen ausstrahlt.

SAT.1 fällt mit seinem Informationsangebot von 17,7 Prozent der Gesamtsendezeit deutlich hinter RTL und ProSieben zurück. Damit bestätigt SAT.1 auch im Jahr 2005 seine Rolle als größter Unterhaltungsanbieter. Dass hier die Sparte nonfiktionaler Unterhaltung mit 31,7 Prozent an erster Stelle rangiert, gefolgt von Fiction mit 24,1 Prozent, ist

Sendungsformen

Vergleicht man die Programmangebote anhand der Sendungsformen, ergeben sich weitere Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privat-

Nonfiktionaler Sendungsformen

① Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001 bis 2005

	Sendedauer Min./Tag					in %				
	2001	2002	2003	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2005
ARD/Das Erste										
Information	595	593	621	601	620	41,3	41,2	43,1	41,7	43,0
Sport	97	136	124	138	97	6,7	9,4	8,6	9,6	6,8
Nonfiktionale Unterhaltung	127	119	120	118	99	8,8	8,3	8,3	8,2	6,9
Musik	53	54	28	23	22	3,6	3,7	2,0	1,6	1,5
Kinder-/Jugendsendungen	114	112	87	89	82	7,9	7,8	6,0	6,2	5,7
Fiction	408	385	410	414	464	28,3	26,7	28,5	28,7	32,2
Sonstiges	27	24	32	36	34	1,9	1,7	2,2	2,5	2,4
Werbung	20	18	19	22	20	1,4	1,2	1,3	1,5	1,4
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ZDF										
Information	668	652	698	697	702	46,4	45,3	48,4	48,4	48,8
Sport	84	107	86	108	79	5,9	7,4	6,0	7,5	5,5
Nonfiktionale Unterhaltung	132	146	118	87	80	9,1	10,1	8,2	6,1	5,6
Musik	22	23	25	24	15	1,5	1,6	1,7	1,6	1,1
Kinder-/Jugendsendungen	90	94	75	85	72	6,3	6,6	5,2	5,9	5,0
Fiction	395	370	384	385	440	27,5	25,7	26,7	26,7	30,5
Sonstiges	26	30	34	36	33	1,8	2,1	2,4	2,5	2,3
Werbung	23	18	19	18	18	1,6	1,2	1,4	1,3	1,3
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
RTL										
Information	285	293	318	344	363	19,8	20,3	22,1	23,9	25,2
Sport	40	42	33	32	30	2,8	2,9	2,3	2,2	2,1
Nonfiktionale Unterhaltung	267	265	275	297	286	18,6	18,4	19,1	20,6	19,9
Musik	13	13	27	24	24	0,9	0,9	1,9	1,7	1,7
Kinder-/Jugendsendungen	69	46	40	24	20	4,8	3,2	2,8	1,6	1,4
Fiction	464	446	389	355	342	32,2	31,0	27,0	24,7	23,8
Sonstiges	58	65	73	76	78	4,0	4,5	5,1	5,3	5,4
Werbung	243	270	285	288	296	16,9	18,8	19,8	20,0	20,5
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
SAT.1										
Information	246	252	250	242	255	17,1	17,5	17,3	16,8	17,7
Sport	29	40	21	9	8	2,0	2,8	1,4	0,6	0,5
Nonfiktionale Unterhaltung	374	370	385	454	457	25,9	25,7	26,7	31,5	31,7
Musik	3	2	4	8	8	0,2	0,1	0,3	0,6	0,5
Kinder-/Jugendsendungen	48	46	50	23	3	3,3	3,2	3,5	1,6	0,2
Fiction	412	361	355	332	347	28,6	25,1	24,6	23,1	24,1
Sonstiges	67	75	77	72	68	4,6	5,2	5,4	5,0	4,7
Werbung	261	294	299	299	295	18,1	20,4	20,8	20,8	20,5
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ProSieben										
Information	215	212	384	431	399	14,9	14,8	26,7	29,9	27,7
Sport	-	0	-	-	-	-	0,0	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	221	273	235	255	300	15,4	19,0	16,3	17,7	20,8
Musik	0	0	3	25	8	0,0	0,0	0,2	1,7	0,6
Kinder-/Jugendsendungen	70	68	73	53	34	4,9	4,7	5,1	3,7	2,4
Fiction	680	626	470	389	413	47,2	43,5	32,6	27,0	28,7
Sonstiges	61	66	73	76	77	4,2	4,6	5,1	5,3	5,4
Werbung	193	195	203	210	209	13,4	13,5	14,1	14,6	14,5
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Untersuchungszeitraum: Gesamtjahr 1. Januar bis 31. Dezember, 5.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

kommerziellen Programmen. Die nonfiktionalen Sendungsformen werden nach folgenden Kategorien unterschieden: 1. Nachrichtensendungen (tagesaktuelle, thematisch heterogene Einzelbeiträge), 2. Magazine als moderierte Sendungen mit eigenständigen Beiträgen, einschließlich solcher mit Ratgeberfunktion, 3. berichtende Formen, die primär der authentischen Realitätsdarstellung dienen (Dokumentation, Bericht, Reportage, Porträt u.ä.), 4. dokumentarische Formen, die authentische und inszenierte Realität vermischen (Doku-Inszenierung, Doku-Soap), 5. Ereignisübertragung (senderexterne Ereignisse und Fremdveranstaltungen als Live- oder zeitlich versetzte Übertragung), 6. Gesprächsformen (Diskussion, Talk, Ansprache), 7. unterhaltende Formen mit Spiel- und Wettbewerbscharakter sowie Publikumsbeteiligung (Quiz, Gameshow u.ä.), 8. unterhaltend-darbietende Formen mit künstlerisch-professionellem Hintergrund (Showauftritt, Konzert, Comedy, Sketch, Nummer u.ä.).

Fiktionale Sendungsformen

Als fiktionale Sendungsformen werden unterschieden: 9. Spielfilm, 10. Fernsehfilm/Reihen/TV-Movie, 11. Fernsehserien und 12. Kurzfilm, ferner kommen dazu 13. sonstige Sendungsformen (Programmpräsentationen, Überleitungen, Zeitfüller sowie Gewinnzahlen und Nonprofit-Spots) und 14. Werbeformen (Werbeblöcke, Teleshop und Sponsorwerbung).

Struktur nach Sendungsformen bei Ö.-r. stabil, bei Privaten stärkere Veränderungen

Wie bei den Spartenprofilen wird auch bei den Sendungsformen die Angebotsentwicklung von 2001 bis 2005 fortgeschrieben. Auch hier zeigt sich, dass die Struktur bei den Öffentlich-rechtlichen relativ stabil bleibt. Soweit sich im Laufe der fünf Jahre ein Wandel der Formate abzeichnet, findet er beim Ersten und beim ZDF eher moderat statt, während sich die Veränderungen bei den Privaten intensiver vollziehen und zu größeren Umschichtungen der Formate geführt haben (vgl. Tabelle 2).

Klassische Formen der Berichterstattung vor allem beim Ersten und ZDF

Die öffentlich-rechtlichen Sender räumen den klassischen Formen der Berichterstattung und Meinungsbildung wesentlich höhere Sendezeitanteile ein als die privaten Sender. So entfallen im Jahr 2005 auf Nachrichten, Magazine und Dokumentationen, Berichte, Reportagen zusammengenommen bei der ARD 42 Prozent und beim ZDF 47 Prozent. RTL kommt in diesen Sendungsformen auf 26 Prozent, ProSieben auf 27 Prozent und SAT.1 nur auf 17 Prozent. Im Rückblick auf die Jahre 2001 bis 2005 zeigt sich bei den Öffentlich-rechtlichen in diesen Formen ein nahezu konstantes Angebot, während sich bei den Privatsendern die Formen verändern. So haben RTL und ProSieben den Anteil der Dokumentationen/Berichte/Reportagen schrittweise erhöht. ProSieben hatte bereits 2003 sein Magazinangebot, aber auch diverse dokumentarische Formen erheblich ausgeweitet. Weitgehend unverändert bleibt bei allen Privatsendern das geringe Nachrichtenangebot.

Nachhaltiger als im Bereich der klassischen Formen wirken sich programmliche Veränderungen in den übrigen Nonfictionangeboten aus. Vor allem die Hybridformate der Doku-Inszenierung und Doku-Soap, die ihren innovativen Charakter durch Auflösung herkömmlicher Formatgrenzen und neue Kombinationen von Formelementen erlangen (6), nehmen zu. Sie ersetzen bei den Privatsendern zum Teil Talkshows, Shows und Fictionserien. Betrachtet man die Angebotsituation im Jahr 2005, zeigt sich, dass bei den Öffentlich-rechtlichen durch den Einsatz von Telenovelas Fictionserien nicht weiter rückläufig sind, sondern wieder ein stärkeres Gewicht bekommen haben.

Wenn man die Sendungsformen nach Programmsparten differenziert, wird deutlicher erkennbar, welchen Funktionsschwerpunkten sie sich zuordnen lassen. Im Sendervergleich zeigen sich dabei die typischen Profilunterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten, aber auch solche zwischen den privaten Sendern (vgl. Tabelle 3).

Sendungsformen nach Programmsparten

ARD und ZDF verwenden ein Zehntel ihres Gesamtprogramms für Nachrichtensendungen (vgl. Tabelle 2). Bei RTL sind es 4,0 Prozent, bei SAT.1 3,2 Prozent (einschließlich Kurznachrichten aus dem Frühstückfernsehen) und bei ProSieben nur 1,1 Prozent des Gesamtprogramms. Am jeweiligen Informationsangebot gemessen, machen die Nachrichten bei ARD und ZDF etwa ein Viertel bzw. ein Fünftel, bei RTL und SAT.1 ein Sechstel, bei ProSieben nur ein 25stel aus. Die aktuelle Berichterstattung erhält bei ARD und ZDF den höchsten Stellenwert, bei ProSieben den niedrigsten.

Nachrichten

Auf Magazine einschließlich solcher mit Ratgeberfunktion entfällt bei allen Sendern der höchste Anteil unter den Sendungsformen der Sparte Information. Beim Ersten ist dies etwa ein Fünftel und beim ZDF über ein Viertel des Gesamtprogramms. Bei RTL beträgt der Anteil der Magazine am Gesamtprogramm 14 Prozent, bei SAT.1 sind es 13 und bei ProSieben 20 Prozent.

Magazine

Welche Rolle die Magazinsendungen im Programmangebot der Sender spielen, wird an der Gewichtung der drei Kategorien Morgenmagazin/Frühstücksfernsehen, Boulevardmagazine und andere Magazine deutlich. Beim Ersten entfallen etwa gleich hohe Anteile auf das mit dem ZDF gemeinsam ausgestrahlte Morgenmagazin (9,0%) und andere Magazine (9,4%), während das Boulevardmagazin nur 2,5 Prozent des Gesamtprogramms ausmacht. Beim ZDF mit gleichem Anteil des Morgenmagazins (9,0%) entfällt ein größerer Teil auf andere Magazine (14,3%), die Boulevardmagazine machen 3,4 Prozent aus. Der höhere Magazinanteil beim ZDF erklärt so auch weitgehend den höheren Informationsanteil des ZDF gegenüber der ARD. Zustande kommt er hauptsächlich durch das werktätig am Vormittag ausgestrahlte Magazin „Volle Kanne – Service täglich“, das allein 3,8 Prozent zum Gesamtprogramm des ZDF im Jahr 2005 beiträgt.

② Sendungsformen von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001 bis 2005

	Min./Tag					%				
	2001	2002	2003	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2005
Das Erste										
Nachrichten	136	136	147	138	139	9,5	9,5	10,2	9,6	9,6
Magazin	310	306	325	315	315	21,5	21,2	22,6	21,8	21,8
Dokumentation/Bericht/Reportage	125	143	153	158	152	8,7	9,9	10,6	11,0	10,6
Dokuinszenierung/Doku-Soap	-	-	4	3	4	-	-	0,3	0,2	0,3
Ereignisübertragung	94	121	92	94	76	6,6	8,4	6,4	6,5	5,3
Talk/Diskussion/Ansprache	95	97	90	93	74	6,6	6,7	6,3	6,4	5,1
Quiz/Gameshow	25	21	21	25	27	1,8	1,4	1,5	1,7	1,8
Show/Darbietung	75	70	49	43	46	5,2	4,9	3,4	3,0	3,2
Konzept. Kindersendung	44	44	34	45	43	3,1	3,0	2,4	3,1	3,0
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe ¹⁾	277	277	256	261	277	19,2	19,2	17,8	18,1	19,2
Fernsehserie ¹⁾	201	176	206	197	226	13,9	12,2	14,3	13,7	15,7
Sonstige redakt. Formen ²⁾	10	9	15	15	10	0,7	0,6	1,1	1,0	0,7
Sonstiges ³⁾	27	23	29	33	33	1,9	1,6	2,0	2,3	2,3
Werbung	20	18	19	22	20	1,4	1,2	1,3	1,5	1,4
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ZDF										
Nachrichten	140	138	145	135	138	9,7	9,6	10,0	9,4	9,6
Magazin	378	365	407	396	400	26,2	25,3	28,3	27,5	27,7
Dokumentation/Bericht/Reportage	129	152	154	166	143	9,0	10,5	10,7	11,5	9,9
Dokuinszenierung/Doku-Soap	55	40	21	13	6	3,9	2,8	1,5	0,9	0,4
Ereignisübertragung	80	80	61	76	66	5,6	5,6	4,3	5,3	4,6
Talk/Diskussion/Ansprache	41	87	81	80	84	2,9	6,0	5,6	5,5	5,8
Quiz/Gameshow	33	22	8	9	11	2,3	1,5	0,6	0,6	0,7
Show/Darbietung	40	38	42	38	28	2,8	2,7	2,9	2,7	1,9
Konzept. Kindersendung	40	47	13	35	25	2,8	3,3	0,9	2,4	1,7
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe ¹⁾	211	218	218	207	225	14,6	15,1	15,2	14,4	15,7
Fernsehserie ¹⁾	235	198	228	228	261	16,3	13,8	15,9	15,8	18,1
Sonstige redakt. Formen ²⁾	9	7	9	5	3	0,6	0,5	0,7	0,3	0,2
Sonstiges ³⁾	26	30	32	34	32	1,8	2,1	2,2	2,3	2,2
Werbung	23	18	19	18	18	1,6	1,2	1,4	1,3	1,3
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
RTL										
Nachrichten	66	68	66	58	58	4,6	4,7	4,6	4,0	4,0
Magazin	197	198	205	211	204	13,7	13,7	14,3	14,6	14,2
Dokumentation/Bericht/Reportage	19	53	33	92	111	1,3	3,7	2,3	6,4	7,7
Dokuinszenierung/Doku-Soap	29	64	171	161	177	2,0	4,5	11,9	11,2	12,3
Ereignisübertragung	40	26	19	23	21	2,8	1,8	1,3	1,6	1,5
Talk/Diskussion/Ansprache	126	103	58	54	53	8,8	7,1	4,0	3,7	3,7
Quiz/Gameshow	70	50	38	37	16	4,9	3,5	2,7	2,6	1,1
Show/Darbietung	51	51	62	63	62	3,5	3,6	4,3	4,4	4,3
Konzept. Kindersendung	0	2	-	-	-	0,0	0,1	-	-	-
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe ¹⁾	94	87	81	76	89	6,5	6,0	5,6	5,3	6,2
Fernsehserie ¹⁾	438	404	348	302	274	30,4	28,0	24,2	21,0	19,0
Sonstige redakt. Formen ²⁾	8	0	0	0	1	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1
Sonstiges ³⁾	58	65	73	76	78	4,0	4,5	5,1	5,3	5,4
Werbung	243	270	285	288	296	16,9	18,8	19,8	20,0	20,5
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(Fortsetzung nächste Seite)

② **Sendungsformen von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2001 bis 2005 (Fortsetzung)**

	Min./Tag					%				
	2001	2002	2003	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2005
SAT.1⁴⁾										
Nachrichten	46	46	46	45	46	3,2	3,2	3,2	3,1	3,2
Magazin	215	232	199	185	186	14,9	16,1	13,8	12,9	12,9
Dokumentation/Bericht/Reportage	13	15	14	15	19	0,9	1,1	1,0	1,0	1,3
Dokuinszenierung/Doku-Soap	43	128	141	188	199	3,0	8,9	9,8	13,0	13,8
Ereignisübertragung	12	4	4	5	6	0,9	0,3	0,3	0,3	0,4
Talk/Diskussion/Ansprache	191	124	149	146	110	13,3	8,6	10,4	10,1	7,6
Quiz/Gameshow	72	59	33	44	95	5,0	4,1	2,3	3,0	6,6
Show/Darbietung	55	53	70	85	63	3,8	3,7	4,8	5,9	4,4
Konzept. Kindersendung	-	-	-	-	0	-	-	-	-	0,0
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe ¹⁾	123	114	129	118	106	8,5	7,9	9,0	8,2	7,3
Fernsehserie ¹⁾	337	292	276	238	243	23,4	20,3	19,1	16,5	16,9
Sonstige redakt. Formen ²⁾	4	2	3	3	3	0,3	0,1	0,2	0,2	0,2
Sonstiges ³⁾	66	75	76	70	68	4,6	5,2	5,3	4,9	4,7
Werbung	261	294	299	299	295	18,1	20,4	20,8	20,8	20,5
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ProSieben										
Nachrichten	19	16	15	15	16	1,3	1,1	1,1	1,0	1,1
Magazin	184	190	295	305	281	12,8	13,2	20,5	21,2	19,5
Dokumentation/Bericht/Reportage	11	20	33	109	90	0,8	1,4	2,3	7,6	6,2
Dokuinszenierung/Doku-Soap	-	8	40	57	85	-	0,6	2,8	4,0	5,9
Ereignisübertragung	1	1	1	2	2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Talk/Diskussion/Ansprache	189	168	156	106	118	13,2	11,7	10,9	7,4	8,2
Quiz/Gameshow	2	5	-	1	24	0,2	0,4	-	0,1	1,7
Show/Darbietung	24	75	78	111	89	1,7	5,2	5,4	7,7	6,2
Konzept. Kindersendung	-	-	1	1	2	-	-	0,1	0,1	0,1
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe ¹⁾	343	374	319	286	297	23,8	26,0	22,2	19,9	20,7
Fernsehserie ¹⁾	407	320	223	155	147	28,3	22,2	15,5	10,8	10,2
Sonstige redakt. Formen ²⁾	5	2	4	6	1	0,3	0,1	0,3	0,4	0,0
Sonstiges ³⁾	61	66	72	75	77	4,2	4,6	5,0	5,2	5,4
Werbung	193	195	203	210	209	13,4	13,5	14,1	14,6	14,5
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Einschließlich Kinderfiction.
 2) Einschließlich Wetterinfo.
 3) Trailer, Überleitungen, Restzeitfüller.
 4) Den SAT.1-Nachrichten sind 2004 und 2005 die Kurznachrichten aus dem Frühstücksfernsehen hinzugefügt. Um den gleichen Betrag verringert sich das Magazinangebot.

Untersuchungszeitraum: Gesamtjahr 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Magazinangebote der Privatsender

Die Privatsender unterscheiden sich in der Struktur ihres Magazinangebots nicht nur von ARD und ZDF, sondern auch untereinander. RTL sendet morgens mit „Punkt Sechs“ ein Magazin, das zwar nicht im Umfang, aber inhaltlich den Morgenmagazinen von ARD und ZDF näher kommt als dem SAT.1-Frühstücksfernsehen. Kaum nennenswert sind dagegen die Unterschiede zwischen RTL/SAT.1 und ARD/ZDF im Angebot an Boulevardmagazinen mit Anteilen um jeweils 3 Prozent. Bei ProSieben fällt der Anteil der boulevardorientierten Magazine deutlich höher aus, wenn man neben „taff“ auch „SAM“ wegen seiner Themenstruktur diesem Magazintyp zurechnet. Der Anteil der anderen Magazine kommt bei RTL und ProSieben dem Anteil der ARD am nächsten, während SAT.1 dahinter zurückbleibt. SAT.1 bestreitet etwa die

Hälfte seines Magazinangebots allein mit dem Frühstücksfernsehen. Das übrige Magazinangebot von SAT.1 verteilt sich auf diverse andere Magazine („17:30 live“, „Akte 2005“, „News & Stories“, „Planetopia“, „Automagazin“) und das Boulevardmagazin („blitz“). Bei ProSieben gibt es wie beim ZDF einen hohen Anteil alltagsnaher Magazine mit Servicefunktion. Allein „Avenzio – schöner leben“ trägt 3,3 Prozent zum Gesamtprogramm bei, das Wissensmagazin „Galileo“ weitere 2,9 Prozent.

Auf die monothematischen Sendungsformen (Reportagen, Dokumentationen, Features und Porträts) entfallen bei der ARD 8,7 Prozent und beim ZDF 8,3 Prozent des Gesamtangebots. Im Informationsangebot haben sie einen ähnlichen Anteil wie Morgenmagazine oder Nachrichten. RTL (6,9%) und ProSieben (6,2%) bieten etwas weniger monothematische Sendungsformen. SAT.1 räumt ihnen

Reportagen, Dokus, Features und Porträts

③ Sparten und Formen 2004 und 2005

	in Min/Tag									
	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Information	601	620	697	702	344	363	242	255	431	399
Nachrichten ¹⁾	137	138	135	138	58	58	45	46	15	16
Magazin	300	301	380	385	209	202	182	186	305	281
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen ²⁾	129	130	129	130	33	33	95	97	-	-
Boulevardmagazin	32	35	43	50	53	52	30	35	122	131
Andere Magazine/Ratgeber	139	135	208	206	123	118	57	54	184	150
Dokumentation/Bericht/Reportage	118	126	132	120	76	100	13	17	109	90
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	2	4	6	6	-	-	-	-	-	10
Ereignisübertragung	10	16	18	24	1	3	0	1	1	2
Talk/Diskussion/Ansprache	24	28	24	27	0	0	1	2	-	0
Wetterinfo	9	7	2	2	-	1	2	2	0	1
Sport	138	97	108	79	32	30	9	8	-	-
Sportberichterstattung	55	38	50	38	15	12	5	3	-	-
Übertragung	83	59	57	41	17	18	5	4	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	118	99	87	80	297	286	454	457	255	300
Journalistische Unterhaltungsformen	71	49	55	56	56	53	147	108	106	118
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	3	3	-	-	2	0	2	-	-	-
Talk/Gespräch	68	45	55	56	54	53	145	108	106	118
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0	0	7	0	161	177	188	199	57	76
Konventionelle Unterhaltungsformen	46	50	25	24	81	56	120	150	92	106
Quiz/Gameshow/Spiele	25	26	9	11	37	16	44	95	1	23
Show/Darbietungen/Übertragung	21	24	16	13	43	39	77	55	91	83
Musik	23	22	24	15	24	24	8	8	25	8
Show/Konzert	23	22	23	15	23	24	8	8	21	7
Sonstiges	-	-	0	-	1	-	-	-	5	2
Kinder-/Jugendprogramm	89	82	85	72	24	20	23	3	53	34
Nonfikt. Kindersendungen	45	43	35	25	-	-	-	0	1	2
Fiktionale Kindersendungen	44	39	50	47	24	20	23	2	52	32
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	8	6	10	6	6	4	7	2	8	5
Fernsehserie	36	34	40	40	18	17	17	-	44	27
Fiction	414	464	385	440	355	342	332	347	389	413
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	253	271	197	219	71	85	111	103	278	293
Fernsehserie	161	192	188	221	285	257	221	243	111	120
Sonstiges	-	1	-	0	-	-	-	0	-	-
Sonstige Sparten	36	34	36	33	76	78	72	68	76	77
Werbung	22	20	18	18	288	296	299	295	210	209
Werbblock/Sponsorspot	22	20	18	18	206	212	213	210	210	209
Teleshopping/Sonst. Werbeformen	-	-	-	-	82	84	86	86	0	0
Gesamt	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440

(Fortsetzung nächste Seite)

③ Sparten und Formen 2004 und 2005 (Fortsetzung)

	in %									
	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Information	41,7	43,0	48,4	48,8	23,9	25,2	16,8	17,7	29,9	27,7
Nachrichten ¹⁾	9,5	9,6	9,4	9,6	4,0	4,0	3,1	3,2	1,0	1,1
Magazin	20,8	20,9	26,4	26,8	14,5	14,0	12,6	12,9	21,2	19,5
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen ²⁾	8,9	9,0	8,9	9,0	2,3	2,3	6,6	6,7	-	-
Boulevardmagazin	2,2	2,5	3,0	3,4	3,7	3,6	2,1	2,4	8,4	9,1
Andere Magazine/Ratgeber	9,6	9,4	14,4	14,3	8,6	8,2	3,9	3,8	12,8	10,4
Dokumentation/Bericht/Reportage	8,2	8,7	9,2	8,3	5,3	6,9	0,9	1,2	7,6	6,2
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,2	0,2	0,4	0,4	-	-	-	-	-	0,7
Ereignisübertragung	0,7	1,1	1,3	1,7	0,1	0,2	0,0	0,1	0,1	0,1
Talk/Diskussion/Ansprache	1,7	2,0	1,7	1,9	0,0	0,0	0,1	0,1	-	0,0
Wetterinfo	0,6	0,5	0,2	0,2	-	0,1	0,1	0,2	0,0	0,0
Sport	9,6	6,8	7,5	5,5	2,2	2,1	0,6	0,5	-	-
Sportberichterstattung	3,8	2,6	3,5	2,6	1,1	0,9	0,3	0,2	-	-
Übertragung	5,8	4,1	4,0	2,9	1,2	1,2	0,3	0,3	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	8,2	6,9	6,1	5,6	20,6	19,9	31,5	31,7	17,7	20,8
Journalistische Unterhaltungsformen	4,9	3,4	3,8	3,9	3,9	3,7	10,2	7,5	7,4	8,2
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	0,2	0,2	-	-	0,1	0,0	0,1	-	-	-
Talk/Gespräch	4,7	3,2	3,8	3,9	3,7	3,7	10,1	7,5	7,4	8,2
Doku-Inszenierung/Doku-Soap	0,0	0,0	0,5	0,0	11,2	12,3	13,0	13,8	4,0	5,3
Konventionelle Unterhaltungsformen	3,2	3,5	1,7	1,7	5,6	3,9	8,3	10,4	6,4	7,3
Quiz/Gameshow/Spiele	1,7	1,8	0,6	0,7	2,6	1,1	3,0	6,6	0,1	1,6
Show/Darbietungen/Übertragung	1,5	1,7	1,1	0,9	3,0	2,7	5,3	3,8	6,3	5,7
Musik	1,6	1,5	1,6	1,1	1,7	1,7	0,6	0,5	1,7	0,6
Show/Konzert	1,6	1,5	1,6	1,1	1,6	1,7	0,6	0,5	1,4	0,5
Sonstiges	-	-	0,0	-	0,1	-	-	-	0,3	0,1
Kinder-/Jugendprogramm	6,2	5,7	5,9	5,0	1,6	1,4	1,6	0,2	3,7	2,4
Nonfikt. Kindersendungen	3,1	3,0	2,4	1,7	-	-	-	0,0	0,1	0,1
Fiktionale Kindersendungen	3,0	2,7	3,5	3,2	1,6	1,4	1,6	0,2	3,6	2,2
Spielfilm/Fernsehfilm/ Reihen/Kurzfilm	0,5	0,4	0,7	0,4	0,4	0,3	0,5	0,2	0,5	0,3
Fernsehserie	2,5	2,3	2,8	2,8	1,2	1,2	1,2	-	3,1	1,9
Fiction	28,7	32,2	26,7	30,5	24,7	23,8	23,1	24,1	27,0	28,7
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	17,6	18,8	13,7	15,2	4,9	5,9	7,7	7,2	19,3	20,3
Fernsehserie	11,2	13,4	13,1	15,3	19,8	17,9	15,4	16,9	7,7	8,3
Sonstiges	-	0,1	-	0,0	-	-	-	0,0	-	-
Sonstige Sparten	2,5	2,4	2,5	2,3	5,3	5,4	5,0	4,7	5,3	5,4
Werbung	1,5	1,4	1,3	1,3	20,0	20,5	20,8	20,5	14,6	14,5
Werbeblock/Sponsorspot	1,5	1,4	1,3	1,3	14,3	14,7	14,8	14,6	14,6	14,5
Teleshopping/Sonst. Werbeformen	-	-	-	-	5,7	5,9	6,0	6,0	0,0	0,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Einschließlich Nachrichten aus dem Frühstücksfernsehen.

2) Ohne Nachrichten.

Untersuchungszeitraum: Gesamtjahr 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-5.00 Uhr.

nur 1,2 Prozent seiner Sendezeit ein. Bei ARD und ZDF finden sich darunter vor allem die Reihen mit festen Sendeplätzen, die meist einen bestimmten Inhaltsbereich mit variierenden Themen abdecken. (7) Andere Sendungsformen wie Doku-Inszenierung/Real Life, Ereignisübertragung und Talk/Gespräch/Ansprache sind in der Sparte Information nur mit geringen Anteilen vertreten. Davon sind allenfalls Ereignisübertragungen (Wahlen, kirchliche Ereignisse) und Talksendungen („Sabine Christiansen“, „Berlin Mitte“) bei ARD und ZDF zu erwähnen, die sich im Wesentlichen mit Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte oder Kultur befassen. Nur einen kleinen, aber stetigen Anteil zur Sparte Information tragen außerdem die kurzen Wetterinfos bei, die es in allen Programmen, am stärksten im Ersten, gibt.

Sport: Übertragungen überwiegen

Das Sportangebot besteht aus Formen der aktuellen Sportberichterstattung, (Sportnachrichten und Magazine) und aus Sportübertragungen. Abgesehen von ProSieben, das keine Sportsendungen hat, wenden alle Sender mehr Sendezeit für Übertragungen als für Berichterstattung auf. Am höchsten ist der Sportanteil beim Ersten, gefolgt vom ZDF, dann RTL und schließlich SAT.1.

Formen der nonfiktionalen Unterhaltung

Dominieren die öffentlich-rechtlichen Sender in der Sparte Information, so findet man in der nonfiktionalen Unterhaltung ein klares Übergewicht der Privaten. Hier wirken sich als Formen der journalistischen Unterhaltung noch immer die werktäglich ausgestrahlten Talkshows bei ProSieben (z.B. „Das Geständnis – Heute sage ich alles“, „Talk Talk Talk“) und SAT.1 (z.B. „Britt – der Talk um Eins“, „Vera am Mittag“) aus, denen im Ersten („Beckmann“, „Fliege“) und beim ZDF („Johannes B. Kerner“, „Blond am Freitag“) sowie bei RTL erheblich geringere Sendezeitanteile gegenüberstehen. Vor allem fallen aber die hohen Anteile von RTL (12,3%) und SAT.1 (13,8%) in der Unterhaltungskategorie Doku-Inszenierungen und Doku-Soaps ins Gewicht, die den Formatwandel der Fernsehunterhaltung in den vergangenen Jahren widerspiegeln. Auch 2005 finden sich hier fast ausschließlich Angebote der Privatsender. Bei SAT.1 sind es die inszenierten Gerichtsshow „Richter Alexander Hold“, „Richterin Barbara Salesch“, die fiktionalisierten Dokureihen „K 11 – Kommissare im Einsatz“, „Lenßen & Partner“, „Niedrig und Kuhnt“, dem entsprechen bei RTL („Das Familiengericht“, „Das Jugendgericht“, „Das Strafgericht“ sowie „Die Bachelorette“, „Peking-Express“, „Teufels Küche“). Bei ProSieben gehören hierzu („Die Abschlussklasse“, „Eure letzte Chance“, „Freunde – Das Leben beginnt“ sowie „Die Burg“ und „Mein neuer Freund“). In diesen und ähnlichen Formaten zeigt sich, dass die Grenzen zwischen Infotainment, Confrontainment, Dokutainment und Late-Night/Personalityshow weicher und durchlässiger geworden sind.

Mehr Comedy, Ratespiele, Quizformate bei Privaten

Nach wie vor dominieren die Privatsender auch die konventionellen Unterhaltungsformen, die hauptsächlich auf Spaß, Humor, Nonsens, Schadenfreude

oder Wettbewerb beruhen. Bei SAT.1 entfällt ein Zehntel des Gesamtprogramms auf Comedy Shows sowie Quiz und Ratespiele (z.B. „Die dreisten Drei“, „Die Wachmänner“, „Ladykracher“, „Mensch Markus“, „Nur die Liebe zählt“, „Was guckst Du?“, „Genial daneben – Die Comedy Arena“, „Quiz Night“). Bei ProSieben sind es 7,3 Prozent (z.B. „Bully Parade“, „Die Sketch Show“, „Quatsch Comedy Club“, „rent a pocher“, „TV Total“, „ProSieben Night-Loft“, „Kalkhofes Mattscheibe“). Weniger Sendezeit räumt RTL (3,9%) diesen nonfiktionalen Unterhaltungsformaten („Wer wird Millionär?“, „7 Tage – 7 Köpfe“, „Die größten Weltrekorde“, „Freitag Nacht News“, „Hape Trifft!“, „Höllische Nachbarn“) ein.

Beim Ersten machen diese Unterhaltungsformen zusammen 3,5 Prozent des Gesamtprogramms aus. Dazu gehören unter anderem „Dittsche“, „Die Harald Schmidt Show“, „Verstehen Sie Spaß?“, „Das Quiz mit Jörg Pilawa“, „NachTisch“ und „Scheibenswischer“, also zum Teil Sendungen, denen es weniger um Spiele und Nonsens geht, sondern auch um gesellschaftspolitische Satire. Von allen Sendern wendet das ZDF für diese konventionellen Unterhaltungsangebote („Wetten, dass..?“; „ZDF-Fernsehgarten“, „1,2 oder 3“, „Lange Nacht der Kleinkunst“) mit nur 1,7 Prozent am wenigsten Sendezeit auf. Allerdings gilt hier unabhängig vom Umfang, dass Einzeltitel (insbesondere „Wetten, dass..?“) besondere ZDF-Markenzeichen sind. Gegenüber den verbal bestimmten nonfiktionalen Unterhaltungsangeboten haben die Musikangebote in den Hauptprogrammen nur einen geringen Stellenwert, sie bestehen größtenteils aus Darbietungsshow und Konzerten.

Das Kinderprogramm wird auch weiterhin von den Öffentlich-rechtlichen dominiert. Auch in ihren Hauptprogrammen bieten ARD und ZDF dieser jüngsten Zuschauergruppe eine ausgewogene Mischung aus fiktionalen Kindersendungen und solchen mit pädagogischer Intention an. Die Privatsender beschränken sich in diesem Programmbebereich weitgehend auf fiktionale Kindersendungen in Form von Zeichentrick oder Puppentrick.

Das Fictionangebot der Sender unterscheidet sich im Umfang nur wenig. Betrachtet man die Struktur seiner Gattungen, zeigt sich aber, dass die Sender ihre fiktionalen Formen anders gewichten. ARD und ZDF bieten Spielfilme/Fernsehfilme und Serien in einem annähernd ausgewogenen Verhältnis an, während bei RTL und SAT.1 der Spielfilmanteil wesentlich niedriger, der Anteil an Fernsehserien aber höher ausfällt. Fernsehfilme, Reihen und TV-Movies liegen bei allen Sendern erst an dritter Stelle. ProSieben bleibt auch im Jahr 2005 führender Spielfilmanbieter, sein Serienangebot ist geringer als bei allen anderen Sendern.

Die Sparte Sonstiges umfasst neben Service und Zeitfüllern hauptsächlich die Programmwerbung der Sender. Bei den drei Privatsendern fällt

Kinderprogramm:
Private bieten fast nur Fiction

Fiction: Bei ähnlichen Gesamtanteilen bieten Private mehr Serien als Ö.-r.

④ **Programmstruktur 2004 und 2005: Sparten und Inhalte**

Sendedauer in Min./Tag

	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Information	601	620	697	702	344	363	242	255	431	399
Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/ Zeitgeschichte	264	275	276	277	105	104	48	50	25	26
Kultur/Wissenschaft/Religion	96	103	125	120	10	20	18	20	69	72
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl.Beziehungen	65	51	96	96	100	103	6	3	97	74
Recht/Kriminalität/Unfall/ Katastrophe	4	5	4	5	2	7	0	1	-	2
Diverse Themen ¹⁾	173	178	197	202	128	129	169	178	240	224
Wetter ²⁾	-	7	-	2	-	1	-	2	-	1
Sport	138	97	108	79	32	30	9	8	-	-
Sportberichterstattung	55	38	50	38	15	12	5	3	-	-
Übertragung	83	59	57	41	17	18	5	4	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	118	99	87	80	297	286	454	457	255	300
Politik/Wirtschaft/Gesell./ Zeitgeschichte	2	2	0	-	1	3	0	-	1	-
Kultur/Wissenschaft/Religion	10	8	4	4	5	2	4	4	5	3
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl.Beziehungen	17	19	20	14	43	39	130	110	147	156
Recht/Kriminalität/Unfall/ Katastrophe	-	-	6	0	155	175	182	197	-	-
Diverse Themen	88	70	56	62	92	68	138	146	103	140
Musik		23	22	24	15	24	24	8	8	25 8
Pop/Rock/Schlager	8	8	16	9	24	24	8	8	25	8
Volksmusik	14	14	5	4	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	1	1	3	3	-	-	-	-	-	-
Kinderprogramm	89	82	85	72	24	20	23	3	53	34
Nonfiktionale Kindersendungen	45	43	35	25	-	-	-	0	1	2
Fiktionale Kindersendungen	44	39	50	47	24	20	23	2	52	32
Kinderfilme und Serien	11	2	16	10	8	7	4	1	6	3
Zeichentrick/Puppentrick	33	37	34	36	16	13	19	2	46	29
Fiction	414	464	385	440	355	342	332	347	389	413
Spannung	110	116	159	173	107	101	157	124	177	184
Unterhaltung	284	324	213	250	239	233	169	216	199	222
Anspruch	19	24	14	17	3	3	4	4	2	2
Animation	1	-	-	-	7	6	2	3	11	4
Sonstiges	36	34	36	33	76	78	72	68	76	77
Werbung	22	20	18	18	288	296	299	295	210	209
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440

(Fortsetzung nächste Seite)

die Sendedauer der Eigenwerbung in Form von Trailern mehr als doppelt so hoch aus wie bei den Öffentlich-rechtlichen. Den Privaten bieten sich bei höherer Anzahl von Unterbrechern und Werbeinseln im Programmablauf mehr Möglichkeiten zur Platzierung von Trailern.

Die kommerzielle Werbung besteht bei ARD und ZDF (am Vorabend), aber auch bei ProSieben

aus Werbespots, während RTL und SAT.1 daneben zusätzlich Dauerwerbesendungen bzw. Verkaufssendungen (Teleshopping) und andere Werbeformen im Programm haben.

Inhaltliche Schwerpunkte in den Programmsparten

Die Inhalte der Programme lassen sich im Rahmen der Vollerhebung auf Sendungsebene auch annähernd nach Themenkategorien des Nonfictionangebots und nach Genres des Fictionangebots vergleichen (8) (vgl. Tabelle 4). Dazu werden die nonfiktionalen Programmangebote der Sender

Nonfiktionale Inhalte nach fünf Kategorien unterschieden

④ **Programmstruktur 2004 und 2005: Sparten und Inhalte** (Fortsetzung)

Sendedauer in %

	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Information	41,7	43,0	48,4	48,8	23,9	25,2	16,8	17,7	29,9	27,7
Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/ Zeitgeschichte	18,3	19,1	19,2	19,3	7,3	7,2	3,3	3,5	1,7	1,8
Kultur/Wissenschaft/Religion	6,7	7,2	8,7	8,3	0,7	1,4	1,2	1,4	4,8	5,0
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl.Beziehungen	4,5	3,5	6,7	6,6	6,9	7,1	0,4	0,2	6,7	5,1
Recht/Kriminalität/Unfall/ Katastrophe	0,3	0,3	0,3	0,4	0,1	0,5	0,0	0,1	-	0,1
Diverse Themen ¹⁾	12,0	12,4	13,7	14,0	8,9	8,9	11,8	12,3	16,6	15,6
Wetter ²⁾	-	0,5	-	0,2	-	0,1	-	0,2	-	0,0
Sport	9,6	6,8	7,5	5,5	2,2	2,1	0,6	0,5	-	-
Sportberichterstattung	3,8	2,6	3,5	2,6	1,1	0,9	0,3	0,2	-	-
Übertragung	5,8	4,1	4,0	2,9	1,2	1,2	0,3	0,3	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	8,2	6,9	6,1	5,6	20,6	19,9	31,5	31,7	17,7	20,8
Politik/Wirtschaft/Gesell/ Zeitgeschichte	0,1	0,1	0,0	-	0,1	0,2	0,0	-	0,0	-
Kultur/Wissenschaft/Religion	0,7	0,6	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2
Alltag/Soziales/Freizeit/ menschl.Beziehungen	1,2	1,4	1,4	1,0	3,0	2,7	9,0	7,7	10,2	10,9
Recht/Kriminalität/Unfall/ Katastrophe	-	-	0,4	0,0	10,8	12,1	12,6	13,7	-	-
Diverse Themen	6,1	4,9	3,9	4,3	6,4	4,7	9,6	10,1	7,2	9,7
Musik	1,6	1,5	1,6	1,1	1,7	1,7	0,6	0,5	1,7	0,6
Pop/Rock/Schlager	0,5	0,5	1,1	0,6	1,7	1,7	0,6	0,5	1,7	0,6
Volksmusik	1,0	1,0	0,4	0,3	-	-	-	-	-	-
Ernste Musik	0,1	0,0	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-
Kinderprogramm	6,2	5,7	5,9	5,0	1,6	1,4	1,6	0,2	3,7	2,4
Nonfiktionale Kindersendungen	3,1	3,0	2,4	1,7	-	-	-	0,0	0,1	0,1
Fiktionale Kindersendungen	3,0	2,7	3,5	3,2	1,6	1,4	1,6	0,2	3,6	2,2
Kinderfilme und Serien	0,8	0,2	1,1	0,7	0,5	0,5	0,3	0,0	0,4	0,2
Zeichentrick/Puppentrick	2,3	2,6	2,4	2,5	1,1	0,9	1,3	0,1	3,2	2,0
Fiction	28,7	32,2	26,7	30,5	24,7	23,8	23,1	24,1	27,0	28,7
Spannung	7,6	8,1	11,0	12,0	7,4	7,0	10,9	8,6	12,3	12,8
Unterhaltung	19,7	22,5	14,8	17,4	16,6	16,2	11,7	15,0	13,8	15,4
Anspruch	1,3	1,6	0,9	1,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1
Animation	0,1	-	-	-	0,5	0,4	0,2	0,2	0,8	0,3
Sonstiges	2,5	2,4	2,5	2,3	5,3	5,4	5,0	4,7	5,3	5,4
Werbung	1,5	1,4	1,3	1,3	20,0	20,5	20,8	20,5	14,6	14,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Stark geprägt von Frühstückfernsehen und Boulevardmagazinen.

2) 2004 nicht als Inhalt codiert.

Untersuchungszeitraum: Gesamtjahr 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

nach fünf Kategorien unterschieden: 1. Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte, 2. Kultur/Wissenschaft/Religion, 3. Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe, 4. Alltag/Soziales/Freizeit/zwischenmenschliche Beziehungen und 5. Mischform diverser Themen. Wenn man ganze Sendungen diesen inhaltlichen Kategorien zuordnet, ist zwar mit Unschärfen zu rechnen, die Schwerpunkte der Themenorientierung dürften davon aber weniger berührt werden.

Beim Ersten machen Sendungen mit dem Schwerpunkt Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte im Jahr 2005 19,1 und beim ZDF 19,3 Prozent des Gesamtprogramms aus. Sowohl bei der ARD als auch beim ZDF prägen diese Sendungen nachhaltig die Sparte Information. Dabei handelt

**Politik/Wirtschaft/
Gesellschaft/
Zeitgeschichte: Beim
Ersten und ZDF
ca. ein Fünftel des
Programms**

es sich einesteils um thematisch homogene Sendungen in Form von Dokumentationen, Berichten und Polit-Talk, zum anderen sind es Nachrichtensendungen, Politik- und Wirtschaftsmagazine sowie das ARD/ZDF-Mittagsmagazin. Beim Ersten gehören auch 2005 hierzu wieder die Politikmagazine („Fakt“, „Kontraste“, „Monitor“, „Panorama“, „Report Mainz“, „Report München“, „Weltspiegel“ sowie „Bericht aus Berlin“), das „Europamagazin“, das Wirtschaftsmagazin „Plusminus“ und „Börse im Ersten“. Hinzu kommt anlässlich der Bundestagswahl 2005 eine Reihe von Wahlsendungen, die es in dieser Form fast nur in den öffentlich-rechtlichen Programmen gab (9), ferner zahlreiche „Brennpunkt“-Ausgaben und Parteitagsberichte sowie zeitgeschichtliche Sendungen im Rahmen des 60. Jahres nach Beendigung des 2. Weltkriegs. Ähnlich umfangreich und vielfältig ist auch das Angebot beim ZDF in diesem Themenfeld. Beim ZDF gehören hierzu unter anderem „Berlin direkt“, „Frontal 21“, „auslandsjournal“, „Länderspiegel“, „blickpunkt“, „Wiso“, „3satbörse“, verschiedene Wahlsondersendungen, zahlreiche Ausgaben von „ZDF spezial“ sowie eine Reihe von Sendungen zur deutschen und europäischen Zeitgeschichte.

Private haben hier nur geringes Angebot

Dem gleichen Themenbereich (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Zeitgeschichte) widmet RTL 7,2 Prozent des Gesamtprogramms, dies entspricht etwa einem Drittel des Anteils bei den Öffentlich-rechtlichen. Hierzu tragen neben den Nachrichtensendungen und dem Magazin am Morgen („Punkt sechs“) hauptsächlich das Politikmagazin („Spiegel TV-Magazin“), zeitgeschichtliche Sendungen („Spiegel TV Doku“), einige Sondersendungen zur Bundestagswahl und das Wirtschafts- und Verbrauchermagazin („Money Trend“) bei. Der Abstand zu den öffentlich-rechtlichen Sendern in diesem Themenschwerpunkt fällt bei SAT.1 noch größer aus. Dort werden den Sendungen zu Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte nur 3,5 Prozent des Gesamtprogramms eingeräumt. Außer den Nachrichtensendungen gibt es bei SAT.1 keine eigenständige Politik- oder Wirtschaftssendung, die einen festen Sendeplatz hat. ProSieben kommt sogar nur auf einen Anteil von 1,8 Prozent an Sendungen zu Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte. Sie bestehen aus Nachrichtensendungen und dem Wirtschafts- und Verbrauchermagazin („BIZZ“). (10) Bei ProSieben bleiben von dem auf den ersten Blick relativ umfangreichen Angebot in der Sparte Information (399 Min./Tag) nur 26 Minuten (6,5%) für Sendungen übrig, in denen auch politisch, wirtschaftlich oder gesellschaftlich relevante Themen vorkommen.

Kultur/Wissenschaft/Religion: Ö.-r. mit größtem Angebot

Auch bei den Themenschwerpunkten Kultur, Wissenschaft, Religion liegen die Öffentlich-rechtlichen vorn. Auf diese Sendungen entfallen beim Ersten 7,2 Prozent und beim ZDF 8,3 Prozent. Dazu gehören die klassischen Kultur- und Wissensmagazi-

ne (im Ersten „Kulturreport“, „Kulturweltspiegel“, und „Titel, Thesen, Temperamente“, das Wissensmagazin „W wie Wissen“, beim ZDF „Aspekte“, „Abenteuer Wissen“, „neues.computer und mehr“), außerdem religiöse Sendungen auf festen Sendeplätzen und umfangreiche Sondersendungen im „Papstjahr 2005“. In diesem Themenbereich rangiert ProSieben mit 5,0 Prozent („Galileo“, „Wunderwelt Wissen“, zahlreiche Kino-/Movie-Tipps) vor RTL (dctp-Produktionen: „Prime time – Spätausgabe“, „Kulturmagazin 10 vor 11“) und SAT.1 („News and Stories“, „Das Making of“, „Planetopia“), die hierfür nur jeweils auf 1,4 Prozent der Sendezeit kommen.

Anders fallen die Gewichtungen bei den Sendungen mit den Themenschwerpunkten Alltag, Soziales, Freizeit, zwischenmenschliche Beziehungen aus. Hier gibt es nur geringe Unterschiede zwischen ARD, ZDF, RTL und ProSieben, deren Sendezeitanteile zwischen 4 und 7 Prozent variieren. Dazu gehören beispielsweise im Ersten die Sendungen „ARD Exklusiv“, „ARD-Buffer“, „ARD-Ratgeber Reise“, beim ZDF diverse Ausgaben zum Beispiel in den Reihen „37 Grad“, „ZDFreportage“, „reiselust“, bei RTL „Die große Reportage“, „Einsatz in vier Wänden“ u.a.m. und bei ProSieben „Die Abschlussklasse“, „Do it yourself“, „S.O.S. Style & Home“. Dagegen finden sich bei SAT.1. keine typischen Sendungen in diesem Bereich.

Ein Großteil der erwähnten wie auch anderer Themen gelangt gar nicht in monothematische Sendungen, sondern wird in den Magazinen mit Themenmix behandelt. Dieser auf Sendungsebene nicht auflösbare Themenmix macht beim Ersten 12,4, beim ZDF 14,0, bei RTL 8,9, bei SAT.1 12,3 und bei ProSieben 15,6 Prozent aus. Dazu tragen hauptsächlich die Morgenmagazine und Boulevardmagazine sowie andere Sendungen mit heterogener Themenstruktur bei.

Dass die Privatsender andere Themenpräferenzen als die Öffentlich-rechtlichen haben, zeigt sich auch in der Sparte nonfiktionale Unterhaltung, in der als Themen der private Alltag, Beziehungskonflikte, Rechtsvergehen, Normabweichungen sowie Kriminalität und Katastrophen häufig im Mittelpunkt der Sendungen stehen. So entfallen bei RTL und SAT.1 auf Sendungen mit inhaltlichem Schwerpunkt Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe 12,1 bzw. 13,7 Prozent, während dieser Themenbereich beim Ersten und beim ZDF so gut wie keine Rolle in nonfiktionalen Unterhaltungssendungen spielt. Auf Alltagsthemen und zwischenmenschliche Beziehungen entfallen bei RTL weitere 2,7 Prozent, bei SAT.1 7,7 Prozent, bei ProSieben sind es 10,9 Prozent. Diese Inhalte finden sich hauptsächlich in den bereits erwähnten Sendungen der Formen Doku-Inszenierung (Gerichtsshow, Real Life Shows) und in den Daily-Talks, mit denen wesentliche Teile des Tagesprogramms bestritten werden.

Musikangebote als eigenständige Sendungen haben in den Hauptprogrammen nur einen geringen Stellenwert, der 2 Prozent nicht überschreitet. Wäh-

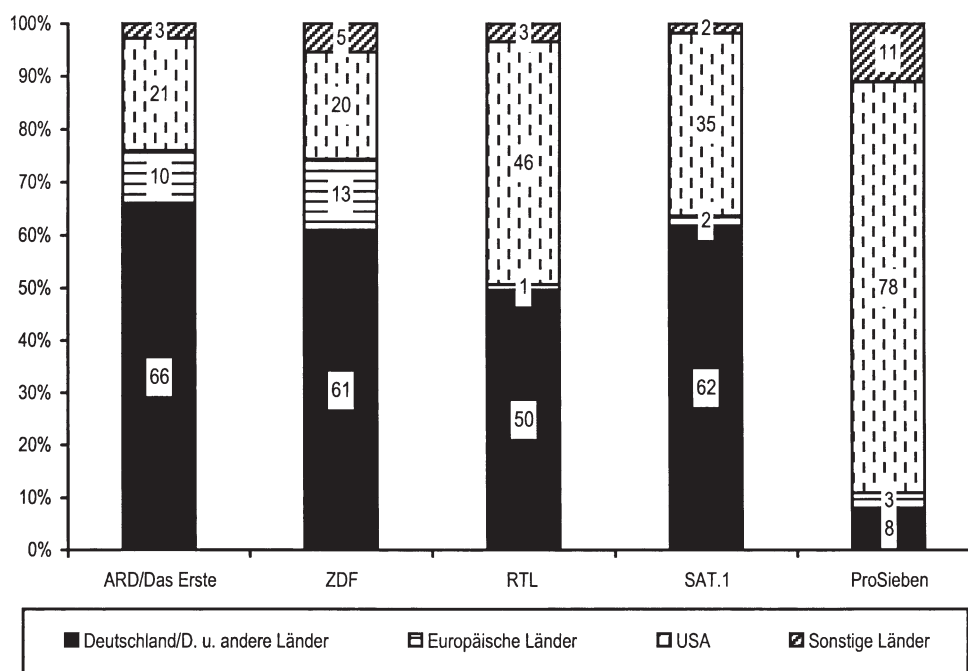
Alltag/Soziales/ Freizeit/Zwischenmenschliches: keine großen Unterschiede zwischen den Sendern

Unterschiedliche Themenpräferenzen ö.-r. und privater Sender bei nonfiktionaler Unterhaltung

Musikangebote

Abb. 2 Produktionsländer der Fictionangebote (ohne Kinderprogramm) 2005

Sendezeit in %



Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember 2005; 3.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

rend sich die Privaten auf Popmusik beschränken, findet man bei ARD und ZDF daneben auch Volksmusik und ernste Musik.

Inhaltliche Akzente des Fictionangebots

Inhaltliche Akzente im Fictionangebot lassen sich auf Sendungsebene aus der Präferenz der Sender für bestimmte Genres sichtbar machen. Alle Sender räumen den Genres der leichten Unterhaltung (Komödie, Liebe, Familie) am meisten Sendezeit ein, an zweiter Stelle folgen die spannungsorientierten Genres (Action, Krimi, Thriller). Anspruchsvollere Genres (Gesellschaftsbericht, Literaturverfilmung) gibt es insgesamt nur wenig, wobei ARD und ZDF mehr solcher Fictionangebote ausstrahlen als die Privaten.

Produktionsländer des Fictionangebots

Die Diskussionen um die Europäische Fernsehrichtlinie zum Thema Mindestquoten für europäische Produktionen geben Anlass, das Fictionangebot auch im Jahr 2005 wieder nach seiner Herkunft bzw. den Produktionsländern zu vergleichen, und zwar nach folgenden vier Kategorien 1. Deutschland (11), 2. Europäische Länder, 3. USA und 4. Sonstige Länder (vgl. Abbildung 2 und Tabelle 5).

Das Erste, ZDF und SAT.1 mit über 60% deutschen Produktionen

Danach machen deutsche Produktionen einschließlich Koproduktionen beim Ersten 66 und beim ZDF 61 Prozent des Fictionangebots aus. Auf europäische Produktionen entfallen beim Ersten 10 und beim ZDF 13 Prozent, auf US-amerikanische Produktionen beim Ersten 21 und beim ZDF 20 Prozent. Gegenüber dem Vorjahr hat sich der heimische Anteil etwas erhöht. Unter den Privatsendern kommt SAT.1 mit einem Anteil von 62 Pro-

zent deutscher Fictionproduktionen den Öffentlich-rechtlichen am nächsten. Allerdings entfallen hier auf europäische Produktionen nur 2 Prozent, 35 Prozent stammen aus den USA. Bei SAT.1 hat sich im Vergleich zum Vorjahr der Anteil deutscher Produktionen um 10 Prozentpunkte erhöht, und zwar hauptsächlich zulasten der US-Produktionen. Bei RTL ist die Struktur der Herkunftsländer nahezu unverändert. Auch 2005 kommt die Hälfte des Fictionangebots aus Deutschland bzw. deutscher Koproduktion. Die Auslandsproduktionen stammen größtenteils aus den USA (46%), während europäische Länder (1%) wie bei SAT.1 unbedeutend sind.

ProSieben weicht mit seiner Fictionherkunft von allen anderen Sendern deutlich ab. Auch im Jahr 2005 stammen über drei Viertel des Fictionangebots von ProSieben aus den USA (78%). Der Anteil deutscher Produktionen einschließlich Koproduktionen macht nur 8 Prozent aus, auf europäische Produktionen entfallen 3 Prozent, 11 Prozent stammen aus sonstigen Ländern. Legt man Artikel 4 der EU-Fernsehrichtlinie (12) zugrunde, wonach die Fernsehveranstalter den Hauptteil ihrer Sendezeit, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextdienstleistungen besteht, der Sendung von europäischen Werken vorbehalten sollen, erfüllen ARD, ZDF, RTL und SAT.1 somit diese Vorgaben, die Öffentlich-rechtlichen allerdings deutlicher als die beiden großen Privaten und SAT.1 mehr als RTL. ProSieben liegt nach wie vor als größter Verwerter von US-

ProSieben bezieht gut drei Viertel seiner Fiction aus USA

⑤ Produktionsländer der Fictionangebote 2004 und 2005 (ohne Kinderprogramm)

	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005
in Min./Tag										
Deutschland/										
Deutschland und andere Länder	250	307	225	268	184	170	174	214	33	33
Europäische Länder	54	46	49	59	8	4	5	7	13	12
USA	94	99	93	89	159	157	139	120	300	322
Sonstige	16	13	18	24	5	12	13	6	43	45
Gesamt	414	464	385	440	355	342	332	347	389	413
in %										
Deutschland/										
Deutschland und andere Länder	60	66	59	61	52	50	52	62	8	8
Europäische Länder	13	10	13	13	2	1	2	2	3	3
USA	23	21	24	20	45	46	42	35	77	78
Sonstige	4	3	5	5	1	3	4	2	11	11
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum: Gesamtjahr 1. Januar bis 31. Dezember, 3.00-3.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Fictionproduktionen mit seinem 11-Prozent-Anteil deutscher und europäischer Produktionen weit unter dem Richtlinien-Schwellenwert von 50 Prozent.

Analyse der Informationsangebote auf Vier-Wochen-Basis

Umfang des untersuchten Informationsangebotes

Die Analyse der Informationsangebote auf Beitragsebene beschränkt sich 2005 wie im Vorjahr auf eine vierwöchige Stichprobe in der Tageszeit von 17.00 bis 1.00 Uhr. Dieser Untersuchungsteil befasst sich differenzierter als die Vollerhebung mit den relevanten Informationssendungen, die in der Primetime größere Nutzungschancen haben. In die Auswertung werden hier nur die Angebote von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 einbezogen. Der Umfang dieser Informationsangebote beträgt in der Stichprobe des Jahres 2005 insgesamt 312 Stunden bzw. 669 Minuten pro Tag. Davon entfallen auf Das Erste 186 Minuten, auf das ZDF 212 Minuten, auf RTL 157 Minuten und auf SAT.1 114 Minuten pro Tag. Der Gesamtumfang verteilt sich zu 60 Prozent auf die öffentlich-rechtlichen und 40 Prozent auf die privaten Hauptsender. Verglichen mit dem Vorjahr ist 2005 bei allen Sendern ein Zuwachs zu verzeichnen.

Sendungsformen

Auch im Jahr 2005 bleiben die wesentlichen strukturellen Unterschiede zwischen den Informationsangeboten der öffentlich-rechtlichen und der privaten Sender trotz besonderer Ereignisse bestehen. Dies zeigt sich sowohl bei der Zusammensetzung der Sendungsformen als auch bei den Inhalten der Informationsangebote.

Ö.-r. bieten Information in allen klassischen Sendungsformen

Nachrichten, Magazine sowie Dokumentationen, Berichte und Reportagen sind bei allen Sendern in unterschiedlicher Gewichtung die dominanten Formen der Informationsangebote in der Zeit zwischen

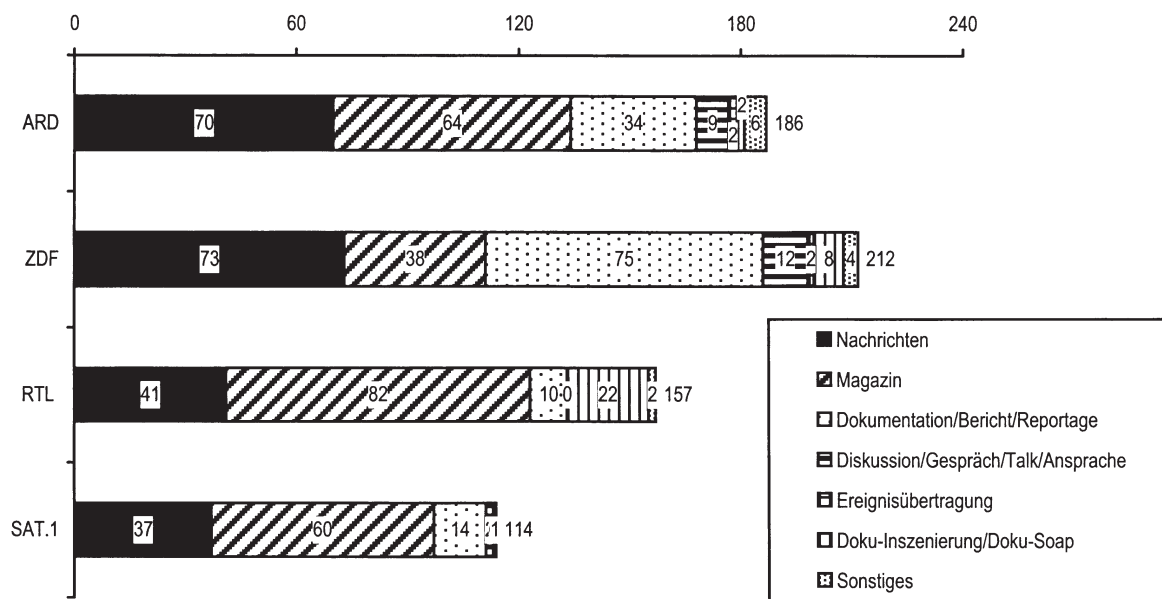
17.00 bis 1.00 Uhr (vgl. Abbildung 3). Von quantitativ geringerer Bedeutung sind Diskussionen, Talk und Ansprache, ebenso Doku-Inszenierungen und Realityformate. Der Umfang der öffentlich-rechtlichen Informationsangebote ist nicht nur größer, er verteilt sich auch gleichförmiger als bei den Privatsendern auf die drei klassischen Sendungsformen Nachrichten, Magazine und monothematische Dokumentationen. Bei den Privaten konzentriert sich das Angebot in weit stärkerem Maße auf die Magazine, während Nachrichten und Dokumentationen deutlich schwächer ausgeprägt sind als bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Talkshows und Gesprächsformate mit informierendem Charakter, die von ARD und ZDF angeboten werden, kommen bei den privaten Sendern praktisch nicht vor. Vergleicht man die dokumentarischen Formen, gibt RTL der Doku-Inszenierung mehr Gewicht als den klassischen Dokumentationen.

Während es bei der ARD wenig Änderungen gegenüber dem Vorjahr gibt, hat sich beim ZDF die Gewichtung von Magazinen und Dokumentationen umgekehrt. Bei RTL bestehen die Veränderungen gegenüber dem Vorjahr darin, dass die Reality-Formate und Doku-Inszenierungen zugenommen haben, und zwar einesteils durch Ausweitung der Sendezeit für Informationsangebote insgesamt sowie andernteils durch Substitution der Magazininform. Bei SAT.1 kommt die Ausweitung des Informationsangebots den Nachrichten und Dokumentationen zugute.

Die Veränderungen gegenüber dem Vorjahr werden hauptsächlich durch zwei Faktoren verursacht. Zum einen sind sie ereignisbedingt, zum anderen formatbedingt. So wirkt sich beim Ersten und dem ZDF, aber auch bei RTL und SAT.1 die umfangreiche Berichterstattung vor und nach dem Tod des Papstes Johannes Paul II. in der ersten Untersuchungswoche auf die Informationsangebote aus. Hinzu kommt die Berichterstattung bei RTL und SAT.1 über den Michael-Jackson-Prozess mit der

Senderspezifische Veränderungen ereignis- und formatbedingt

Abb. 3 Sendungsformen des Informationsangebots 2005: ARD/Das Erste, ZDF, RTL und SAT.1
4 Wochen, 17.00 bis 1.00 Uhr, in Min./Tag



Untersuchungszeitraum: 29. März - 4. April, 8.-14. Juni, 22.-29. September, 3.-9. Dezember 2005.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Urteilsverkündung in der zweiten Untersuchungswoche. Geht man den Ursachen der Informationsausweitung bei SAT.1 nach, zeigt sich, dass sie im Wesentlichen auf die Berichterstattung in Form von Dokumentationen und Reportagen über die Hochzeit von Prinz Charles und Camilla Parker-Bowles zurückzuführen sind.

Formatbedingte Veränderungen lassen sich vor allem bei RTL durch Ausweitung der Realityformate und Doku-Inszenierungen feststellen. Hier schlagen sich die tägliche Ausstrahlung der Heimwerkersendung „Einsatz in vier Wänden“ und die wöchentliche Sendung „Super-Nanny“ nieder. Diese Realityformate haben die Sendeplätze von nonfiktionalen Unterhaltungsangeboten und Fictionformen erhalten. Ähnlich wirkt sich bei SAT.1 die Reality-Soap „Toto und Harry“ im Rahmen der Reihe „24 Stunden“ aus, die früher als dokumentarische Sendeform genutzt wurde.

Inhalte der nichttagesaktuellen Informationsangebote (ohne Nachrichten)

Wie im Vorjahr werden die Inhalte der Informationsangebote nach nichttagesaktuellen und tagesaktuellen Sendungen (Nachrichten) getrennt dargestellt. Im Folgenden werden zunächst die Inhalte der nichttagesaktuellen Informationsangebote – alle Infosendungen außer Nachrichtensendungen – untersucht. Dabei stehen zwei Aspekte im Vordergrund: 1. die Berichterstattung über Politik im weiteren Sinne und 2. die differenziertere Themenstruktur der Sender.

Politik im weiteren Sinne schließt hier alle Beiträge in nichttagesaktuellen Informationsangeboten ein, deren Hauptthema auf die Kategorien Politik, Wirtschaft, Gesellschaft/Justiz oder Zeitgeschichte

entfällt. (15) Nicht-Politik umfasst alle Beiträge, deren Hauptthema auf die Kategorien Kultur, Wissenschaft, Religion, Umwelt, Tier, Natur, Soziales, Gesundheit, Alltag, zwischenmenschliche Beziehungen, Freizeit, Human Interest, Prominenz, Showbiz, Katastrophen, Unglück, Kriminalität, Komik, Sport oder Sonstiges entfällt.

Unterscheidet man zwischen der so definierten Politikberichterstattung im weiteren Sinne und Nicht-Politik, ergibt sich für den Zeitraum von 2001 bis 2005 folgende Entwicklung (vgl. Abbildung 4). Bei ARD und ZDF fallen die Politikangebote in allen Jahren wesentlich höher aus als bei RTL und SAT.1. Im Durchschnitt der fünf Jahre ergibt sich für Politik im weiteren Sinne versus Nicht-Politik beim Ersten ein Verhältnis von 38 zu 62 Prozent, beim ZDF sind es 34 zu 66 Prozent, RTL und SAT.1 kommen nur jeweils auf ein Verhältnis von 8 zu 92 Prozent. Die Behandlung politisch relevanter Themen außerhalb der Nachrichtensendungen findet somit wesentlich stärker bei ARD und ZDF statt, während RTL und SAT.1 den nichtpolitischen Themen deutlich mehr Gewicht geben als ARD und ZDF. Schwankungen in einzelnen Jahren sind auf besondere Ereigniskonstellationen (z.B. Wahlen, Irakkrieg) zurückzuführen, die für alle Sender gleichermaßen gelten, auf die aber die Sender nicht alle in gleicher Weise reagiert haben. (14)

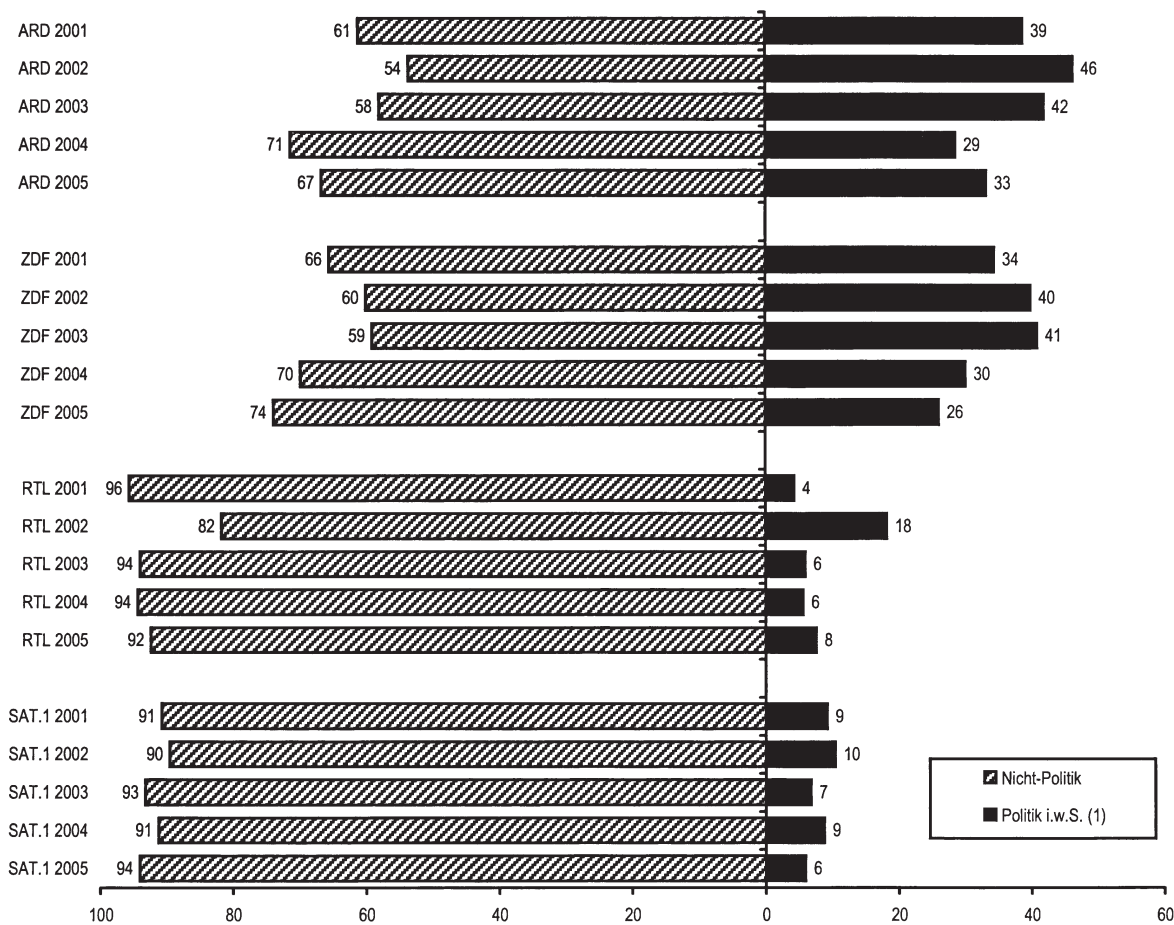
Bei der ARD fällt der Politikanteil im Jahr 2005 höher, beim ZDF dagegen geringer als im Vorjahr aus. Die Steigerung des Anteils der ARD wird vor allem durch die Ausweitung zeitgeschichtlicher Dokumentationen im Untersuchungszeitraum ver-

Politik außerhalb der Nachrichten von Privaten kaum thematisiert

Politik i.w.S.: Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz, Zeitgeschichte

Abb. 4 Themenstruktur der Informationsangebote (ohne Nachrichten) 2001 bis 2005

4 Wochen, 17.00-1.00 Uhr, Sendedauer in %



(1) Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Justiz/Zeitgeschichte.
 Untersuchungszeitraum: 29. März - 4. April, 8.-14. Juni, 22.-29. September, 3.-9. Dezember 2005.
 Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

ursacht (Reihe „Unsere 50er – Wie wir wurden, was wir sind“, Reihe „Damals in der DDR“, „Hitlers Geheimwaffen“, Dokumentation zum 70. Geburtstag von Helmut Kohl). Beim ZDF wird der Rückgang im Jahr 2005 vor allem durch eine geringere Anzahl von Sendungen zur politischen Zeitgeschichte verursacht. Dies betrifft einerseits eigenständige Dokumentationen, andererseits auch die Reihe „History“, bei der im Untersuchungszeitraum zwei Sendungen mit nichtpolitischem Inhalt liefen („Der Mord an John Lennon“, „James Dean“).

Politisch und gesellschaftlich relevante Themen fast nur bei ö.-r. Sendern

Abgesehen von ereignisbedingten Schwankungen und Programmschwerpunkten, von denen einzelne Untersuchungswochen in den vierwöchigen Jahrestichproben betroffen sein können, ist die Funktionsteilung zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern evident. Dieser Befund ist nicht neu und belegt einmal mehr, dass der Zuschauer, der nur private Hauptprogramme nutzt, mit politisch und gesellschaftlich relevanten Themen sowie deren Hintergrund kaum konfrontiert wird.

Betrachtet man die Themenbereiche im Einzelnen, so machen die politischen Themen im weitesten

Sinne bei der ARD 38 Minuten und beim ZDF 36 Minuten pro Tag aus (vgl. Tabelle 6). Ein erheblicher Anteil der Sendezeit entfällt ferner auf Themen zu Kultur, Wissenschaft, Religion, auf die im Tageszeitabschnitt zwischen 17.00 und 1.00 Uhr beim Ersten 18 Minuten und beim ZDF 27 Minuten pro Tag entfallen. Für die politisch und gesellschaftlich relevanten Themenbereiche Politik, Wirtschaft, Zeitgeschichte, Gesellschaft und Justiz wendete im Jahr 2005 in der meistgenutzten Sendezeit zwischen 17.00 und 1.00 Uhr RTL durchschnittlich zehn Minuten und SAT.1 sechs Minuten pro Tag auf. Für Themen zu Kultur, Wissenschaft, Religion waren es bei RTL weitere zehn und bei SAT.1 zwölf Minuten. Zusammengefasst machen diese Themenbereiche bei RTL 18 Prozent und bei SAT.1 24 Prozent des jeweiligen nichttagesaktuellen Informationsangebots aus.

In den übrigen Themenbereichen, die weniger von institutionellen Strukturen des öffentlichen Lebens als von den Formen und Konflikten des privaten Lebens geprägt werden, zeigt sich ein anderes Bild. Hier sind die Privatsender die dominierenden Anbieter. So verwendete RTL im Jahr 2005 innerhalb der untersuchten Zeitphase 41 Minuten und SAT.1

Bei Themen des Alltags und Privatlebens sowie Human Interest und Showbiz überwiegen Angebote der Privaten

⑥ Themenstruktur der Informationssendungen (ohne Nachrichten)

4 Wochen, 17.00–1.00 Uhr

	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		SAT.1	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005
	Min./Tag							
Politik i.w.S. ¹⁾	33	38	41	36	6	10	6	6
Soziales	12	9	14	10	8	10	5	4
Kultur/Wissenschaft/Religion	13	18	20	27	5	10	8	12
Umwelt/Tier/Natur	5	2	1	3	1	3	1	1
Alltagsleben/Beziehungen/Freizeit	14	18	18	20	35	41	16	16
Human Interest/Prominenz/ Showbiz	14	15	24	21	31	16	16	20
Katastrophen/Unglück	2	3	1	4	6	2	3	3
Kriminalität	4	5	6	11	4	12	4	3
Sport	2	0	0	0	1	2	1	2
Wetter	5	4	2	3	1	3	1	1
Sonstiges	7	4	7	4	8	7	7	8
Gesamt	111	116	135	139	106	116	67	77
	in %							
Politik i.w.S. ¹⁾	29,3	33,2	30,2	26,1	5,8	8,8	8,8	7,6
Soziales	10,8	7,4	10,4	7,3	7,7	8,2	7,4	5,2
Kultur/Wissenschaft/Religion	12,0	15,3	14,8	19,5	5,1	8,9	11,7	16,0
Umwelt/Tier/Natur	4,9	1,5	1,0	2,5	0,5	2,5	1,1	0,9
Alltagsleben/Beziehungen/Freizeit	12,6	15,8	13,3	14,2	33,0	35,7	23,5	20,7
Human Interest/Prominenz/ Showbiz	12,4	13,0	17,6	14,9	29,2	14,2	23,1	25,5
Katastrophen/Unglück	1,7	2,5	1,0	3,1	6,1	1,4	4,0	4,3
Kriminalität	3,4	4,2	4,6	7,6	3,5	10,3	6,4	4,2
Sport	1,6	0,4	0,4	0,2	0,7	2,1	1,8	2,9
Wetter	4,9	3,5	1,8	1,8	0,7	2,2	1,6	1,9
Sonstiges	6,5	3,2	4,8	2,8	7,8	5,8	10,5	10,7
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Justiz/Zeitgeschichte.

Untersuchungszeitraum:

29. März bis 4. April, 12.–18. Mai, 9.–15. September, 3.–9. Dezember 2004.

29. März bis 4. April, 8.–14. Juni, 22.–29. September, 3.–9. Dezember 2005.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

16 Minuten für Themen des Alltags, zwischenmenschliche Beziehungen und Freizeitleben. Weitere 16 Minuten bei RTL und 20 Minuten bei SAT.1 entfallen auf Themen der Kategorien Human Interest/Prominenz/Showbiz. Etwa die Hälfte ihres nicht-tagesaktuellen Informationsangebots zur günstigsten Sendezeit bestreiten die Privatprogramme also mit Themen des Alltags und Privatlebens sowie Themen aus der Traumwelt des Glammers und Vergnügens. Bei ARD und ZDF sind dies jeweils 29 Prozent des gesamten Informationsangebots (ohne Nachrichten).

**Unterschiedliche
Schwerpunktsetzung
ö.-r. und privater
Sender wird deutlich**

Die Gegenüberstellung dieser vier großen Themenkomplexe verdeutlicht die unterschiedliche Schwerpunktsetzung im öffentlich-rechtlichen und privaten Informationsangebot. ARD und ZDF verwenden für die politischen, wirtschaftlichen, zeitgeschichtlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Themen einen Großteil ihrer Sendezeit, RTL und SAT.1 für die alltagsnahen und Human-Interest-Themen. Alle übrigen Themenbereiche haben vergleichsweise geringe Zeitanteile, und darin finden sich auch geringere Differenzen zwischen den Sen-

dern. Diese Unterschiede in der Themenstruktur entsprechen weitgehend der unterschiedlichen Gewichtung der Sendungsformen in den Hauptprogrammen. Bei ARD und ZDF haben politische und kulturelle Magazine, politische Berichte und Talkshows sowie zeitgeschichtliche Dokumentationen eine weit größere Bedeutung als bei RTL und SAT.1.

Gegenüber dem Vorjahr zeigen sich auch bei Berücksichtigung der außergewöhnlichen Ereignisse in der Untersuchungszeit keine wesentlichen Veränderungen. Kategorien, die im Jahr 2005 weniger Sendezeit aufweisen, geben Teile ihrer normalerweise zu erwartenden Sendezeit hauptsächlich zugunsten der Berichterstattung anlässlich des Todes von Papst Johannes Paul II. in der ersten Untersuchungswoche ab. So haben alle Sender neben ihren Nachrichtensendungen auch Biografien, Nachrufe und Lebensbilder des Papstes gesendet. Die temporären ereignisbedingten Effekte ändern somit nichts an den Grundmustern der öffentlich-

⑦ Themenstruktur aller Nachrichtensendungen¹⁾

4 Wochen, 17.00–1.00 Uhr

	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		SAT.1	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005
	Min./Tag							
Politik i.w.S. ²⁾	43	39	40	35	16	12	12	8
Soziales	4	2	5	2	2	2	2	2
Kultur/Wissenschaft/Religion	4	12	4	14	2	8	2	6
Umwelt/Tier/Natur	1	0	0	1	0	1	0	1
Alltagsleben/Beziehungen/Freizeit	1	0	1	1	3	1	1	1
Human Interest/Prominenz/Showbiz	2	2	2	2	2	3	2	6
Katastrophen/Unglück	1	4	2	5	2	3	1	3
Kriminalität	2	1	1	1	2	2	2	2
Sport	5	4	6	6	5	5	4	5
Wetter	3	2	2	1	2	0	1	1
Sonstiges	3	3	4	4	3	2	3	1
Gesamt	67	70	67	73	40	41	31	37
	in %							
Politik i.w.S. ²⁾	63,7	55,6	58,8	47,2	41,0	30,2	39,0	21,1
Soziales	5,7	3,3	7,6	3,2	5,2	5,7	6,2	5,5
Kultur/Wissenschaft/Religion	5,8	17,5	5,8	19,6	4,3	19,0	6,7	17,5
Umwelt/Tier/Natur	0,7	0,5	0,7	1,3	0,9	1,2	1,5	1,6
Alltagsleben/Beziehungen/Freizeit	1,7	0,5	1,5	1,7	8,1	3,0	4,3	4,0
Human Interest/Prominenz/Showbiz	3,2	2,7	3,7	3,2	3,9	8,3	4,9	16,7
Katastrophen/Unglück	1,6	5,4	3,4	7,1	4,1	8,5	4,1	8,4
Kriminalität	2,3	0,7	1,6	2,0	5,6	6,1	6,6	5,6
Sport	6,9	6,1	8,3	7,7	12,4	11,4	14,3	12,6
Wetter	4,6	3,5	2,7	1,8	6,2	0,8	3,6	3,1
Sonstiges	3,8	4,2	5,9	5,2	8,3	5,9	8,8	4,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Alle Nachrichten inkl. Hauptnachrichten, ausführliche Nachrichten, Kurznachrichten, Nachrichtenmagazine, Nachtmagazine, Sonderausgaben.

2) Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Justiz/Zeitgeschichte.

Untersuchungszeitraum:

29. März bis 4. April, 12.–18.Mai, 9.–15. September, 3.–9. Dezember 2004.

29. März bis 4. April, 8.–14. Juni, 22.–29. September, 3.–9. Dezember 2005.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

rechtlichen und privaten Themenpräferenzen, die sich schon in den vergangenen Analysen gezeigt haben und auch 2005 die unterschiedlichen Funktionsschwerpunkte beider Sendesysteme bestätigen.

Inhalte der Nachrichtensendungen

Auch im Nachrichtenangebot entfällt bei ARD und ZDF der größte Anteil der Sendezeit auf Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft (vgl. Tabelle 7). Im Zeitschnitt von 17.00 bis 1.00 Uhr bestreiten die Nachrichtensendungen des Ersten und des ZDF im Jahr 2005 39 bzw. 35 Minuten mit Themen der Politik im weiteren Sinne, bei RTL sind es zwölf und bei SAT.1 nur acht Minuten pro Tag. Die öffentlich-rechtlichen Sender räumen damit etwa die Hälfte ihrer Nachrichtensendezeit den politischen und gesellschaftlich relevanten Themen ein. Ereignisbedingt hat bei allen Sendern der Anteil der Katastrophenberichterstattung (Hurrikane in USA) zugenommen. Bei RTL und SAT.1 sind die Nachrichtenangebote weniger politikzentriert, die Themen zu Human Interest/Prominenz/Show-

biz, Kriminalität und Sport erhalten hier mehr Sendezeit als bei ARD und ZDF. Der Anstieg im Themenbereich Human Interest/Showbiz/Prominenz beruht bei den Privaten vor allem auf der umfangreichen Berichterstattung über den Strafprozess gegen den Popsänger Michael Jackson, dem beide Sender am Tag der Urteilsverkündung (13.6.2005) sogar ausführliche Sonderausgaben ihrer Nachrichten widmeten.

Vergleicht man nur die Hauptnachrichten, die Nachrichtenmagazine am Spätabend und die Nachtmagazine, wird am Beispiel der Berichterstattung über den Tod des Papstes, der kategoriiell dem Themenbereich Kultur/Wissenschaft/Religion zuzuordnen ist, die unterschiedliche Behandlung in den verschiedenen Nachrichtenformaten sichtbar. In allen Sendungstypen sind Verschiebungen zwischen den Themenbereichen zu beobachten (vgl. Tabelle 8, 9 und 10).

„Tagesschau“ und „heute“ verwendeten in den Untersuchungswochen des Jahres 2005 durchschnittlich neun Minuten täglich für Themen aus Politik und Wirtschaft, während „RTL aktuell“ auf vier Mi-

Vergleich der Hauptnachrichten, Nachrichtenmagazine und Nachtmagazine

Auch bei ö.-r. Nachrichten überwiegt Politik

⑧ Themenstruktur ausgewählter Nachrichtensendungen

4 Wochen, 17.00–1.00 Uhr

Hauptnachrichten	Min. gesamt		heute		RTL		SAT.1 News	
	Tagesschau		19 Uhr		aktuell		18.30 bzw. 18.31	
	20 Uhr		2004	2005	2004	2005	2004	2005
Politik i.w.S. ¹⁾	286	261	270	256	172	119	199	146
Soziales	21	14	35	13	32	32	27	39
Kultur/Wissenschaft/Religion	20	40	32	77	20	75	31	59
Umwelt/Tier/Natur	2	1	4	3	6	4	7	8
Alltagsleben/Beziehungen/Freizeit	1	2	8	6	54	19	24	14
Human Interest/Prominenz/Showbiz	11	4	20	16	24	32	19	33
Katastrophen/Unglück	6	21	17	39	26	41	23	52
Kriminalität	5	2	11	13	46	45	34	32
Sport	39	42	78	76	107	89	64	62
Wetter	33	31	7	1	45	7	27	31
Sonstiges	16	22	40	43	44	38	41	26
Gesamt	440	440	522	544	576	501	497	502

Hauptnachrichten	in %		heute		RTL		SAT.1 News	
	Tagesschau		19 Uhr		aktuell		18.30 bzw. 18.31	
	20 Uhr		2004	2005	2004	2005	2004	2005
Politik i.w.S. ¹⁾	64,9	59,3	51,7	47,1	29,8	23,8	39,9	29,0
Soziales	4,9	3,2	6,7	2,4	5,6	6,3	5,4	7,8
Kultur/Wissenschaft/Religion	4,4	9,1	6,1	14,3	3,4	14,9	6,3	11,7
Umwelt/Tier/Natur	0,6	0,1	0,8	0,6	1,0	0,8	1,5	1,7
Alltagsleben/Beziehungen/Freizeit	0,2	0,4	1,5	1,1	9,4	3,9	4,8	2,8
Human Interest/Prominenz/Showbiz	2,5	1,0	3,8	3,0	4,1	6,4	3,8	6,5
Katastrophen/Unglück	1,4	4,8	3,3	7,1	4,5	8,3	4,6	10,4
Kriminalität	1,2	0,5	2,1	2,3	8,1	9,0	6,8	6,4
Sport	8,8	9,4	15,0	14,0	18,5	17,8	12,9	12,4
Wetter	7,5	7,1	1,4	0,2	7,8	1,4	5,5	6,1
Sonstiges	3,6	5,1	7,6	8,0	7,7	7,5	8,3	5,2
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Justiz/Zeitgeschichte.

Untersuchungszeitraum:

29. März bis 4. April, 12.–18. Mai, 9.–15. September, 3.–9. Dezember 2004;

29. März bis 4. April, 8.–14. Juni, 22.–29. September, 3.–9. Dezember 2005.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

nuten und SAT.1 News auf fünf Minuten kommen. In den „Tagesthemen“ und im „heute-journal“ entfallen auf Politik und Wirtschaft 15 bzw. 16 Minuten pro Tag. Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Umfang der Politikberichterstattung in den öffentlich-rechtlichen Hauptnachrichten und Nachrichtenmagazinen kaum, bei RTL und SAT.1 durch den „Papst-Effekt“ etwas stärker verändert. Strukturell weist die „Tagesschau“ weiterhin den höchsten Grad an Politikzentrierung auf, die um drei Minuten längere „heute“-Sendung verwendet bei gleichem Umfang an Politikberichterstattung etwas mehr Sendezeit für andere Themenbereiche, insbesondere für Sport. Dagegen entfällt bei „RTL aktuell“ und „SAT.1 News“ generell weniger Zeit auf Politikberichterstattung, dafür mehr Zeit auf Sport, Kriminalitätsberichterstattung, Alltagsthemen und Human Interest.

Die höheren Anteile in der Kategorie Kultur/Wissenschaft/Religion anlässlich der Ereignisse im Vatikan sind in den Nachrichtenmagazinen von ARD und ZDF zum Teil durch Überziehungen der

normalen Sendedauer erzielt worden und „beeinträchtigen“ die Politikberichterstattung nicht in gleichem Maße.

Unter den Nachtmagazinen weist das der ARD den bei weitem höchsten Politikanteil aus. Der Tod des Papstes schlägt sich in „heute nacht“ und beim „RTL-Nachtjournal“ und etwas weniger im „Nachtmagazin“ von SAT.1 in einem Anstieg der Kategorie Kultur/Wissenschaft/Religion und einem geringeren Politikanteil nieder. Das SAT.1-Nachtmagazin „Die Nacht“ fällt dadurch auf, dass es aufgrund der Berichterstattung über den Michael-Jackson-Prozess ein Fünftel seiner Sendezeit Human-Interest-Themen widmet und – wie allerdings auch schon im Vorjahr – fast ebenso viel dem Sport.

⑨ Themenstruktur der Nachrichtenmagazine

4 Wochen, 17.00–1.00 Uhr

Nachrichtenmagazine	Min. gesamt		heute		in %		heute	
	Tages- themen	2005	journal	2005	Tages- themen	2005	journal	2005
Politik i.w.S. ¹⁾	438	407	486	438	62,9	51,7	70,0	54,9
Soziales	27	23	55	12	3,9	2,9	7,9	1,5
Kultur/Wissenschaft/Religion	38	203	40	200	5,5	25,8	5,7	25,0
Umwelt/Tier/Natur	6	3	5	8	0,9	0,4	0,7	1,0
Alltagsleben/Beziehungen/Freizeit	16	-	6	4	2,3	-	0,9	0,5
Human Interest/Prominenz/Showbiz	26	14	21	10	3,7	1,8	3,0	1,2
Katastrophen/Unglück	7	39	9	49	1,0	5,0	1,2	6,1
Kriminalität	25	6	8	7	3,6	0,8	1,1	0,9
Sport	52	46	28	30	7,5	5,9	4,0	3,7
Wetter	20	3	5	1	2,9	0,4	0,8	0,1
Sonstiges	40	42	32	40	5,8	5,4	4,6	5,0
Gesamt	697	787	694	799	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Justiz/Zeitgeschichte.

Untersuchungszeitraum:

29. März bis 4. April, 12.–18.Mai, 9.–15. September, 3.–9. Dezember 2004;

29. März bis 4. April, 8.–14. Juni, 22.–29. September, 3.–9. Dezember 2005.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

⑩ Themenstruktur der Nachtmagazine

4 Wochen, 17.00–1.00 Uhr

Nachtmagazine	Nacht- magazin		heute		RTL		SAT.1	
	2004	2005	2004	2005	Nachtjournal	2005	Die Nacht	2005
	Min. gesamt							
Politik i.w.S. ¹⁾	176	158	155	108	283	184	140	74
Soziales	32	16	28	25	25	29	27	18
Kultur/Wissenschaft/Religion	32	23	19	54	29	70	27	41
Umwelt/Tier/Natur	3	5	3	4	4	7	5	8
Alltagsleben/Beziehungen/Freizeit	10	6	8	14	35	11	13	27
Human Interest/Prominenz/Showbiz	16	27	13	27	19	39	23	78
Katastrophen/Unglück	6	15	20	24	19	50	13	33
Kriminalität	8	3	5	8	16	23	23	26
Sport	23	20	31	34	31	36	60	68
Wetter	16	15	7	9	24	-	4	2
Sonstiges	7	9	18	5	48	25	35	13
Gesamt	328	298	308	311	533	474	371	389
	in %							
Politik i.w.S. ¹⁾	53,6	53,0	50,3	34,9	53,1	38,8	37,7	18,9
Soziales	9,6	5,4	9,2	8,2	4,6	6,0	7,4	4,7
Kultur/Wissenschaft/Religion	9,7	7,7	6,3	17,3	5,4	14,7	7,2	10,6
Umwelt/Tier/Natur	0,8	1,8	0,9	1,2	0,7	1,6	1,4	2,1
Alltagsleben/Beziehungen/Freizeit	3,1	2,0	2,6	4,4	6,6	2,4	3,6	7,1
Human Interest/Prominenz/Showbiz	4,7	9,2	4,3	8,6	3,6	8,3	6,3	20,2
Katastrophen/Unglück	1,9	4,9	6,6	7,6	3,6	10,6	3,5	8,5
Kriminalität	2,5	1,0	1,5	2,7	3,0	4,8	6,2	6,7
Sport	7,0	6,8	10,2	10,9	5,7	7,5	16,1	17,5
Wetter	4,8	5,2	2,4	2,8	4,6	-	1,1	0,5
Sonstiges	2,2	3,2	5,9	1,5	9,0	5,2	9,5	3,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Justiz/Zeitgeschichte.

Untersuchungszeitraum:

29. März bis 4. April, 12.–18.Mai, 9.–15. September, 3.–9. Dezember 2004;

29. März bis 4. April, 8.–14. Juni, 22.–29. September, 3.–9. Dezember 2005.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Fazit

Die Programmanalyse auf Basis aller Fernsehangebote des Gesamtjahres sowie auf der Basis der Informationsangebote einer vierwöchigen Untersuchungsphase führt im Wesentlichen zu folgenden Befunden:

**Ö.-r. und private
Fernsehangebote
unterscheiden sich
nach wie vor deutlich**

Das Fernsehangebot der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme unterscheidet sich auch 2005 deutlich. ARD und ZDF bestreiten ihr Angebot fast zur Hälfte mit Informationssendungen. Im Unterhaltungsbereich liegt bei ihnen das Schwergewicht auf Fiction. Bei RTL, SAT.1 und ProSieben gibt es keinen eindeutigen Schwerpunkt, hier sind die Sparten Fiction, nonfiktionale Unterhaltung, Information und Werbung annähernd gleich gewichtet.

Mit dem umfangreicheren Informationsangebot der Öffentlich-rechtlichen geht zugleich eine größere Vielfalt der Sendungsformen einher. Dabei halten ARD und ZDF stärker an den klassischen redaktionellen Formen fest, während die Privatsender das Angebot stärker auf neue „weichere“ Formate verlagern. Hierdurch kommt es teilweise zur Entgrenzung konventioneller Formen und zu Hybridformen.

Die Privaten dominieren auch weiterhin das nonfiktionale Unterhaltungsangebot. Dazu tragen neben den konventionellen Unterhaltungsformen wie Talkshows, Darbietungsshow und Quiz auch wesentlich die Gerichtsshow, Doku-Inszenierungen und Real-Life-Shows bei. Die Öffentlich-rechtlichen beschränken sich hier vorwiegend auf konventionelle Unterhaltungsformate.

Wenn es um die nichttagesaktuellen Informationsangebote geht, unterscheiden sich die beiden Fernsehsysteme auch inhaltlich deutlich. Die Öffentlich-rechtlichen geben den politisch und gesellschaftlich relevanten sowie kulturellen Inhalten mehr Gewicht und bilden diesen Teil des öffentlichen Lebens umfassend ab. Die Privatsender konzentrieren sich mehr auf nichtpolitische Inhalte des Alltagslebens und typische Boulevardthemen (Human Interest, Prominenz, Kriminalität, Katastrophen) und verschaffen damit der nichtinstitutionellen, privaten Lebenssphäre mehr Präsenz.

Für die Nachrichtenangebote gilt: ARD und ZDF räumen der Politikberichterstattung den größeren Stellenwert ein, wohingegen die Privaten ihre Nachrichtensendungen zu Lasten der Politikthemen auch für andere, weiche Themenbereiche öffnen.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. hierzu die Top-Themen der aktuellen Berichterstattung im Jahresverlauf 2005. Krüger, Udo Michael: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und SAT.1: Strukturen, Themen und Akteure. Jahresbilanz des InfoMonitors 2005. In: Media Perspektiven 2/2006, S. 50–74.
- 2) Die Sender erreichten im Jahr 2005 folgende Zuschauermarktanteile: ZDF 13,5 Prozent, Das Erste 13,5 Prozent, RTL 13,2 Prozent, SAT.1 10,9 Prozent und ProSieben 6,7 Prozent. Quelle: AGF/GfK, ZDF-Medienforschung.
- 3) Datenbasis sind die von der ZDF-Medienforschung zur Auswertung bereitgestellten Sendungslisten der AGF/GfK-Sendungs-codierung. Die Zuordnung der Sendungen zu Sparten erfolgt nach den Kategorien und Kriterien der ARD/ZDF-Programmanalyse und weicht von der AGF/GfK-Codierung ab.
- 4) Hier wirken sich Änderungen im Tagesprogramm aus, unter anderem die Substitution der werktäglich ausgestrahlten Musiksendung „Wunschbox“ durch Fiction im November 2002, zum anderen der Verzicht auf ein Kinderferienprogramm im Sommer.
- 5) Auch hier wirken sich vor allem Sendeplatzveränderungen im Nachmittagsprogramm aus, z. B. die Einstellung der werktäglich ausgestrahlten Quizsendung „Risiko“ Ende 2002 und der Gerichtsshow „Streit um 3“ im Juni 2003, die mit Informations- und Fictionsendungen neu belegt wurden.
- 6) Vgl. Wolf, Fritz: Alles Doku – oder was? Über die Ausdifferenzierung des Dokumentarischen im Fernsehen. Düsseldorf 2005. LiM-Dokumentation, Bd. 25.
- 7) Dazu gehören langfristige Sendereihen wie zum Beispiel im Ersten „Abenteuer Wildnis“, „ARD-exklusiv“, „Bilderbuch Deutschland“ oder Sendungen zur Zeitgeschichte und im ZDF „37 Grad“, „ZDFreportage“, „Vor 30 Jahren“ oder „Wunderbare Welt“.
- 8) Bei dieser Unterscheidung der Inhalte auf Sendungsebene wird in Kauf genommen, dass sich nicht der gleiche Differenzierungsgrad wie auf Beitragsebene erzielen lässt. Dieser Nachteil wird allerdings durch den Vorteil der Vollerhebung aufgewogen. Zudem dürften sich Einbußen an Trennschärfe zum Teil wechselseitig neutralisieren.
- 9) Vgl. hierzu Krüger, Udo Michael/Karl H. Müller-Sachse/Thomas Zapf-Schramm: Thematisierung der Bundestagswahl 2005 im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen. Ergebnisse des ARD/ZDF-Wahlmonitors 2005. In: Media Perspektiven 12/2005, S. 598–612.
- 10) Die Sendung „BIZZ“ soll laut Pressemeldung nach Ankündigung von ProSieben in dieser Form nicht mehr weitergeführt werden. Vgl. Kölner Stadt-Anzeiger v. 22. 5. 2006, S. 22.
- 11) Darin enthalten sind auch deutsche Koproduktionen mit anderen Ländern.
- 12) Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Juni 1997 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität. In: Amtsblatt Nr. L 2002 vom 30. 7. 1997, S. 0060–0070.
- 13) Politik i.w.S. bezieht somit auch den vorpolitischen Handlungsraum des öffentlichen Lebens mit ein, soweit es sich um staatliche Institutionen und Behörden, organisierte gesellschaftspolitische und wirtschaftliche Interessengruppen und Wirtschaftsunternehmen handelt.
- 14) Zur Wahlberichterstattung 2005 vgl. Krüger/Müller-Sachse/Zapf-Schramm (Anm. 9).

