

Programmanalyse 2013 – Teil 2

▶ Sendungsformen, Themen und Akteure im Nonfictionangebot von ARD, ZDF, RTL und Sat.1

Von Udo Michael Krüger*

Fortschreibung der Programmanalyse

Welcher Fernsehsender berichtet worüber, thematisiert, inszeniert was in welchen Sendungsformen und welchen Sendetiteln seines nonfiktionalen Programmangebots? Diese inhaltsanalytische Fragestellung steht im Mittelpunkt des zweiten Teils der Programmanalyse 2013, in der die formalen und inhaltlichen Strukturen der Nonfictionangebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1 fortgeschrieben wurden. Dieser Untersuchungsteil basiert auf einer Stichprobe der Sendungen, die in der Vollerhebung (1) als Informationssendungen, Formen der journalistischen Unterhaltung und Realityformate ausgewiesen wurden, ausgeschlossen bleiben konventionelle Unterhaltungsformen (Quiz, Spiele, Shows, Nummernsendungen). Bei einem Informationsverständnis, das für die Darstellung von Realität ein breites und wandlungsfähiges Spektrum zulässt, stellt sich die Frage, welche Formen und welche Perspektiven die Sender wählen, wenn sie Realität vermitteln. Neben der Realitätsvermittlung im engeren Sinne eines klassisch-journalistischen Informationsbegriffs werden damit auch inszenierte Modelle der Realität untersuchungsrelevant.

Inhaltsanalyse der Nonfictionangebote auf Basis von Programm- aufzeichnungen

Die Inhaltsanalyse der Nonfictionangebote basiert auf Programmaufzeichnungen. Die Sendungsformen und -inhalte bzw. die Inhalte ihrer Beiträge werden anhand von Themenkategorien und Akteurmerkmalen codiert. Die Stichprobe im Programmjahr 2013 umfasst die Wochen vom 18. bis 24. März, 10. bis 16. Juni, 16. bis 22. September und 18. bis 24. November. Sie verteilt sich auf die vier Quartale des Jahres und schließt Feiertage und Tage mit außergewöhnlichen Sportübertragungen aus, um einen möglichst normalen Programmablauf abzubilden. Nicht ausgeschlossen werden außergewöhnliche Ereignisse; sie schaffen Anlässe, auf die die Sender mit gleichen Zugangschancen in ihren Programmen reagieren können, so dass sich auch in der Art ihrer Reaktion sendertypische Unterschiede erkennen lassen.

Tageszeitschnitt von 17.00 bis 1.00 Uhr

Abweichend von der Vollerhebung in der Gesamtjahresanalyse wurde für die Stichprobe wieder das im NRW-Kabelnetz (2) ausgestrahlte Programm im Tageszeitschnitt von 17.00 bis 1.00 Uhr untersucht. Die Inhaltsanalyse konzentriert sich damit auf die Angebote in der nutzungsintensiven Tageszeit, in der die Konkurrenz zwischen den Sendern am stärksten

und die Wahrscheinlichkeit des Auftretens neuer Formate am größten ist. Der Untersuchungszeitraum gliedert sich in drei unterschiedliche Zeitabschnitte: Im Vorabendprogramm zwischen 17.00 und 20.00 Uhr konkurrieren öffentlich-rechtliche und private Sender unter gleichen Werbebedingungen. Im Hauptabendprogramm zwischen 20.00 und 22.00 Uhr ist die Nutzung am höchsten. Dabei strahlen die öffentlich-rechtlichen keine Werbung aus, während dies für die privaten Sender die Primetime für Werbung in einem werbekompatiblen Programmumfeld ist. Im Spätabendprogramm und zu Beginn des Nachtprogramms zwischen 22.00 und 1.00 Uhr, sinkt die Nutzung.

Das untersuchungsrelevante Nonfictionangebot bestand wie in den Vorjahren hauptsächlich aus Informationssendungen. In ihnen wirken sich nach bisherigen Befunden bedeutsame Ereignisse – vor allem Katastrophen, Bürgerkriege, Todesfälle prominenter Personen und Wahlen – stärker als in allen anderen Sendungen auf Umfang und Themenstruktur aus. Im Jahr 2013 wurde der Ereignishintergrund im Juni von der Hochwasserkatastrophe in Deutschland und im September von der Bundestagswahl mitgeprägt. Während Katastrophen hauptsächlich das tagesaktuelle Informationsangebot beeinflussen, findet die Bundestagswahl auch in anderen Sendungsformen Eingang. Dabei nimmt nicht unbedingt der Umfang an Sendungen wesentlich zu, sondern überwiegend werden adäquate Sendeplätze thematisch für Wahlsendungen genutzt. (3) Im Unterschied zu den ereignisabhängigen Informationssendungen sind die Realityformate des Factual Entertainments, die als Staffeln nach weitgehend vorbestimmten Konzepten produziert werden, dagegen eher ereignisresistent.

Der Gesamtumfang der untersuchten Nonfiction-sendungen in den Hauptprogrammen während der meistgenutzten Tageszeit erweist sich als relativ robust. Vergleicht man die letzten drei Jahre, zeigen sich nur geringe Schwankungen. Im Jahr 2013 umfasste das Nonfictionangebot der vier Hauptprogramme zusammen 20 856 Minuten, im Jahr 2012 waren es 20 598 Minuten und im Jahr 2011 20 686 Minuten. (4) Das umfangreichere Angebot hatten weiterhin die öffentlich-rechtlichen Sender. Gegenüber dem Vorjahr glichen sich ARD/Das Erste und ZDF 2013 in ihrem Gesamtumfang an. Auf das ZDF entfielen 228 Minuten (im Vorjahr 243 Minuten), auf das Erste der ARD 225 Minuten (im Vorjahr 209 Minuten) pro Tag. Bei RTL blieb der Angebotsumfang mit 169 Minuten gegenüber 170 Minuten im Vorjahr nahezu unverändert, während bei Sat.1 mit 123 Minuten gegenüber dem Vorjahr mit 113 Minuten pro Tag ein Zuwachs zu verzeichnen war (vgl. Tabelle 1 und Abbildung 1).

Ereignishintergrund 2013

Angebotsumfang

* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

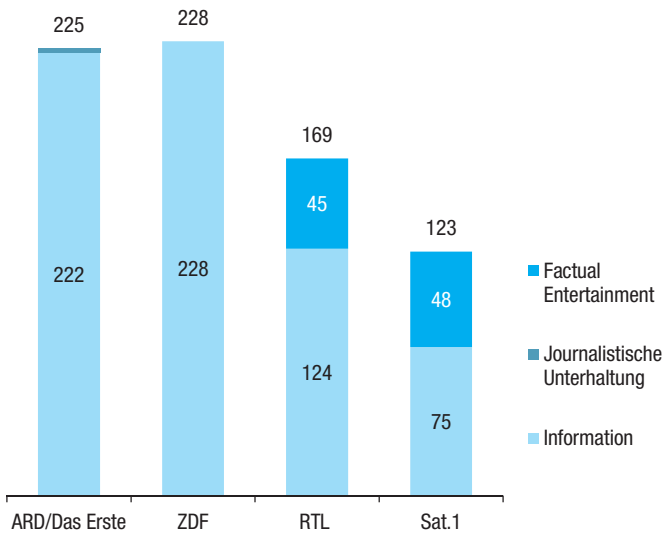
Tab. 1 Umfang der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2012 und 2013 – nach Funktion
vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00-1.00 Uhr

	Sendedauer in Min./Tag								in %							
	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1		ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Information	209	222	231	228	122	124	71	75	100	99	95	100	72	73	62	61
Journalistische Unterhaltung	-	2	11	-	-	-	-	-	-	1	5	-	-	-	-	-
Factual Entertainment	-	-	-	-	49	45	43	48	-	-	-	-	28	27	38	39
Gesamt	209	225	243	228	170	169	113	123	100	100	100	100	100	100	100	100

1) Untersuchungszeitraum 2012: 12.-18. März, 1.-7. Juni, 24.-30. September, 26. November - 2. Dezember;
 Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 1 Funktionseinstufung des Nonfictionangebots 2013
vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00 - 1.00 Uhr, in Min./Tag



1) Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November.
 Abweichungen durch Rundungen möglich.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Nonfictionangebot bei ARD/ZDF: fast ausschließlich Infosendungen

ARD/Das Erste und ZDF hatten nicht nur das größte Nonfictionangebot in der meistgenutzten Tageszeit, sondern dieses unterschied sich vom Angebot der Privaten vor allem dadurch, dass es 2013 fast ausschließlich aus Informationssendungen bestand. Verteilt man den Gesamtumfang auf die drei Kategorien Information, journalistische Unterhaltung und Factual Entertainment bzw. Realityformate, umfassten die Informationssendungen im ZDF 228 Minuten (100 %), bei der ARD 222 Minuten (99 %). Verglichen mit dem Vorjahr legten die Informationsangebote der ARD um 13 Minuten pro Tag zu, beim ZDF gingen sie um 3 Minuten pro Tag zurück.

2013 entfiel im Nonfictionangebot der ARD ein minimaler Anteil von 2 Minuten pro Tag auf journalistische Unterhaltung, beim ZDF fehlten Sendungen dieser Kategorie, die im Vorjahr noch 11 Minuten pro Tag (5 %) ausmachten und zum größeren Umfang beitrugen. Realityformate gab es in der untersuchten Tageszeitphase weder bei der ARD noch beim ZDF.

Das Nonfictionangebot der Privatsender unterschied sich von den öffentlich-rechtlichen Angeboten durch einen erheblichen Anteil an Realityformaten, wobei die beiden Privatsender deutlich variierten. RTL hatte mit 124 Minuten pro Tag ein umfangreicheres Informationsangebot (73 %) als Sat.1 mit nur 75 Minuten pro Tag (61 %). Bei RTL entfielen durchschnittlich pro Tag weitere 45 Minuten (27 %) und bei Sat.1 48 Minuten (39 %) auf Realityformate. Bei RTL zeigte sich ein leichter Rückgang, bei Sat.1 ein leichter Zuwachs dieser Formen.

Nonfictionangebote der Privatsender: hoher Anteil an Realityformaten

Sendungsformen

Unterscheidet man die Nonfictionangebote nach Sendungsformen, und zwar Nachrichten, Magazin, Dokumentation/Bericht/Reportage, Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache, Ereignisübertragung, Doku-Soap/Doku-Inszenierung und Sonstiges, zeigen sich weiterhin die typischen Präferenzen der Sender (vgl. Tabelle 2 und Abbildung 2). Bei den Öffentlich-rechtlichen verteilte sich die Sendezeit relativ gleichmäßig auf klassisch-journalistische Formen. Die ARD/Das Erste bestritt ihr Nonfictionangebot mit Nachrichten (29 %), Magazinen (25 %), Dokumentation/Bericht/Reportage (21 %) und Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache (25 %). Ähnlich war die Verteilung beim ZDF mit Nachrichten (29 %), Magazinen (27 %), Reportagen (22 %) und Gesprächsformen (22 %). Weder ARD noch ZDF strahlten in der meistgenutzten Tageszeitphase Doku-Soaps oder Doku-Inszenierungen aus.

Entwicklung der Sendungsformen 2013

Die Privatsender räumten den klassischen Formen der Informationsvermittlung deutlich weniger Sendezeit ein, stattdessen nutzten sie die Sendezeit zu einem erheblichen Teil für Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen. RTL bestritt sein journalistisches Nonfictionangebot hauptsächlich mit Magazinen (36 %) und Nachrichten (24 %), während Re-

Tab. 2 Umfang der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2012 und 2013 – nach Sendungsform
vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00-1.00 Uhr

	Sendedauer in Min./Tag								in %							
	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1		ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Nachrichten	62	64	65	66	41	41	14	15	30	29	27	29	24	24	12	12
Magazin	55	57	77	62	68	62	36	29	26	25	32	27	40	36	31	24
Doku/Bericht/Reportage	36	48	46	50	9	13	17	24	17	21	19	22	5	8	15	19
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	53	56	53	50	3	3	5	7	25	25	22	22	2	2	4	6
Ereignisübertragung	3	–	2	–	–	5	–	–	2	–	1	–	–	3	–	–
Doku-Soap/Doku-Inszenierung	–	–	–	–	49	45	43	48	–	–	–	–	28	27	38	39
Sonstige nonfikt. Form	–	–	0	0	–	–	–	–	–	–	0	0	–	–	–	–
Gesamt	209	225	243	228	170	169	113	123	100	100	100	100	100	100	100	100

1) Untersuchungszeitraum 2012: 12.-18. März, 1.-7. Juni, 24.-30. September, 26. November - 2. Dezember;

Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

portagen (8%) und Gesprächsformen (2%) nur geringe Anteile erhielten. Neben den Magazinen und Nachrichten bildeten die Realityformate (27%) eine dritte Säule des Nonfictionangebots. Sat.1 bestritt sein geringeres Nonfictionangebot hauptsächlich mit Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen (39%), erst nachrangig folgten hier die klassischen journalistischen Formen Magazin (24%), Reportage (19%) und Nachrichten (12%). Damit erwies sich Sat.1 auch 2013 als schwächster Informationsanbieter unter den Hauptprogrammen.

Moderate Änderungen gegenüber 2012

Betrachtet man die Entwicklung der Profile der Sendungsformen über mehrere Jahre, zeigen sich für das Jahr 2013 keine auffällig neuen Befunde. Nachdem einige programmstrukturelle Änderungen bereits 2011 stattfanden und sich in der Fortschreibung der Vollerhebung wie auch des Nonfictionangebots schon 2012 ausgewirkt hatten (5), so etwa die Ausweitung der ARD-Politik-Talkshows in der Hauptsendezeit, fielen die Profilunterschiede bei den Sendungsformen im Vergleich der Jahre 2012 und 2013 eher moderat aus. Soweit es bei den Sendern Veränderungen gegenüber dem Vorjahr gab, bestanden sie darin, dass die Magazine Sendezeit verloren und dafür die Dokumentationen, Berichte und Reportagen Sendezeit hinzugewannen. Dies dürfte weniger auf nachhaltige strukturelle Veränderungen hindeuten, sondern eher auf besondere Ereignisse wie zum Beispiel die Hochwasserkatastrophe und die Bundestagswahl zurückzuführen sein.

Inhalte

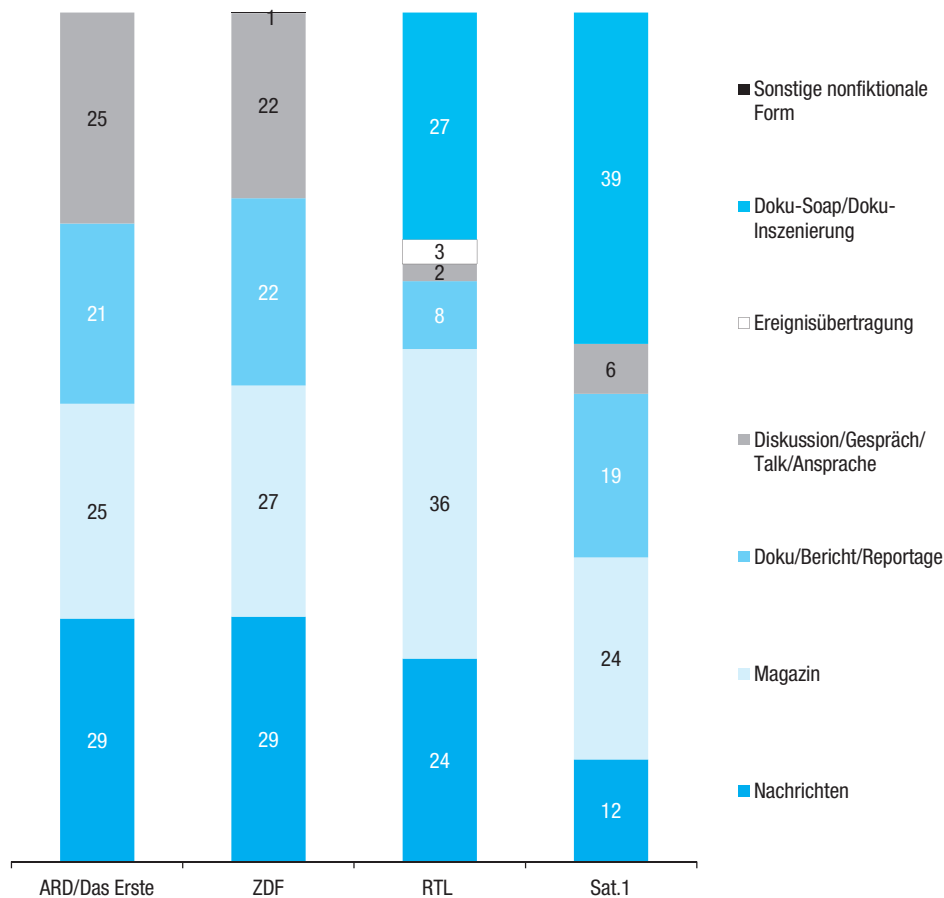
Die zentrale Frage hinsichtlich der inhaltlichen Strukturen – worüber berichtet wird, was thematisiert bzw. inszeniert wird – stellt die Unterschiede der Informationsleistungen öffentlich-rechtlicher und privater Sender in den Mittelpunkt. Um das Nonfictionangebot in seiner Inhaltsstruktur vergleichen zu können, wurden die Themen der Sendungen auf Beitragsebene mehrfach nach Inhaltskategorien,

Sachgebieten und Themenitems erfasst. Beim Vergleich der Themenprofile werden in dieser Darstellung das Hauptthema des Beitrags und die aus den Einzelkategorien zusammengefassten Hauptinhaltskategorien berücksichtigt: 1. Politik im weiteren Sinn (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft/Justiz und Zeitgeschichte), 2. Soziales, 3. Kultur/Wissenschaft/Religion/Natur, 4. Alltag/zwischenmenschliche Beziehungen/Freizeit, 5. Human Interest/Prominenz/Showbiz, 6. Katastrophe/Unglück, 7. Kriminalität, 8. Sport, 9. Wetter und 10. Sonstiges.

Der charakteristische Unterschied zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen entsteht durch die Präferenzen der Sender für einerseits politiknahe und andererseits alltagsnahe Themen in den untersuchten Sendungen. Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme verliehen der Thematisierung von Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz und Zeitgeschichte („Politik im weiteren Sinn“) die meiste Sendezeit, die privaten Hauptprogramme der Thematisierung des Alltagslebens und der zwischenmenschlichen Beziehungen der Menschen. Damit rücken die öffentlich-rechtlichen Sender das öffentliche Leben, die Institutionen und Organisationen in Staat, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft stärker in den Vordergrund als dies die privaten Sender tun. Umgekehrt befassen sich die privaten Sender stärker mit dem individuell-privaten Leben der Menschen und verschaffen deren Lebensformen und Emotionen Darstellungs- und Ausdrucksmöglichkeiten. Idealtypisch vereinfacht lässt sich den Öffentlich-rechtlichen eher eine instrumentell-kognitive und den Privaten eine expressiv-emotionale Orientierung zuordnen. Die Inhaltsprofile der untersuchten Nonfictionangebote

Unterschiedliches Selbstverständnis bei ö.-r. und privaten Sendern

Abb. 2 Sendungsformen der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2013
vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00 - 1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %



1) Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November. Abweichungen durch Rundungen möglich.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

bestätigen damit auch für 2013 eine schon in den früheren Jahren beobachtete Profilierung. Die Tatsache, dass die Themenprofile in diesen Kategorien stabil bleiben, deutet darauf hin, dass sich in ihnen ein grundlegend verschiedenes Rollenverständnis der Sender manifestiert. Konkret wird dies an der Sendezeitverteilung sichtbar (vgl. Tabelle 3 und Abbildung 3).

Themenschwerpunkte:
Politik bei ARD und ZDF, Alltagsthemen bei RTL und Sat.1

Im Nonfictionangebot der ARD/Das Erste entfiel in den Jahren 2012 (108 Min./Tag) und 2013 (114 Min./Tag) gut die Hälfte der Sendezeit auf Politikthematization i.w.S. (jeweils 51 %), während die Alltagsthematisierung nur 6 bzw. 5 Prozent der Sendezeit ausmachte. Im ZDF stieg der Politikanteil von 86 Min./Tag (36 %) im Jahr 2012 auf 93 Min./Tag (41 %) im Jahr 2013. Die Sendezeit für Alltagsthemen betrug 11 bzw. 9 Prozent. Damit erweist sich die ARD/Das Erste als konstant politikint-

sivster Sender vor dem ZDF. Beim ZDF ist der prozentuale Zuwachs an Politikthemen nur partiell auf den Effekt der Bundestagswahl zurückzuführen. Es wirkt sich auch aus, dass durch den Entfall von Sendungen der journalistischen Unterhaltung („Lanz kocht“ und „Pelzig hält sich“) der Umfang des Nonfictionangebots und damit die Bezugsgröße im Jahr 2013 geringer war. Beide öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme rangierten mit ihren Politikangeboten weit vor den Privatsendern. Wie sich aus dem Jahresvergleich entnehmen lässt, erhöhte allerdings RTL, dessen Nonfictionangebot im Umfang gleich blieb, 2013 sein Politikangebot von 26 auf 35 Min./Tag deutlich. Sat.1 kam dagegen im Jahr 2012 nur auf einen Politikanteil von 17 Min./Tag und 2013 auf 18 Min./Tag (jeweils 15 %), forcierte aber die Alltagsthematisierung, deren Anteil von 49 Min./Tag (43 %) im Jahr 2012 auf 57 Min./Tag (47 %) im Jahr 2013 anstieg und damit RTL übertraf.

Auch in anderen Inhaltskategorien findet man unterschiedliche Präferenzen der Sender, dort jedoch weniger stark ausgeprägt. So verwendeten ARD/Das Erste und ZDF mehr Sendezeit als RTL und

Rückgang bei Human Interest/Prominenz/Showbiz-Themen

Tab. 3 Inhaltsprofile des nonfiktionalen Angebots 2012 und 2013
vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00-1.00 Uhr

	Sendedauer in Min./Tag								in %							
	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1		ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Politik i.w.S.	108	114	86	93	26	35	17	18	51	51	36	41	15	21	15	15
Soziales	6	18	7	11	10	14	10	7	3	8	3	5	6	8	9	6
Kultur/Wissenschaft/Natur	28	17	21	27	6	8	9	7	13	7	8	12	4	5	8	6
Alltag/Beziehungen/Freizeit	12	11	26	21	52	50	49	57	6	5	11	9	31	30	43	47
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	20	16	47	33	31	17	7	9	9	7	19	14	18	10	7	7
Katastrophen/Unglück	8	19	11	17	6	8	3	7	4	8	5	8	4	5	3	6
Kriminalität	9	11	21	9	24	22	12	12	4	5	9	4	14	13	11	10
Sport	7	5	12	6	5	5	2	1	3	2	5	3	3	3	1	1
Wetter	6	6	3	3	3	3	1	1	3	3	1	1	2	2	1	1
Sonstiges/Moderation	7	7	9	8	7	7	2	3	3	3	4	4	4	4	2	3
Gesamt	209	225	243	228	170	169	113	123	100	100	100	100	100	100	100	100

1) Untersuchungszeitraum 2012: 12.-18. März, 1.-7. Juni, 24.-30. September, 26. November - 2. Dezember;
Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Sat.1 für Themen zu Kultur, Wissenschaft, Natur. Dagegen betonten RTL und Sat.1 stärker als ARD und ZDF die Thematisierung von Kriminalität. Eine andere Konstellation zeigt sich bei der Sendezeitverteilung auf Themen zu Human Interest/Prominenz/Showbiz. Hier lagen 2012 die höchsten Sendezeitanteile beim ZDF (19 %) und bei RTL (18 %), im Jahr 2013 gingen sie in beiden Programmen auf 14 bzw. 10 Prozent zurück. Mit den Schwankungen der Sendezeitanteile in den funktionstypischen Angeboten (Politik, Alltag, Kriminalität) zwischen den Jahren veränderten sich aber nicht die charakteristischen Positionierungen der Sender.

Charakteristische Unterschiede im Themenangebot

Die unterschiedlichen Positionierungen der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme beruhen wesentlich auf der unterschiedlich starken Thematisierung der vier Kategorien Politik i.w.S., Alltag/zwischenmenschliche Beziehung, Human Interest/Prominenz/Buntes und Kriminalität. Die Inhaltskategorie Politik im weiteren Sinne umfasst im Einzelnen Themen zur deutschen und internationalen Politik, ferner zu Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz und Zeitgeschichte. Dieser Themenkomplex, der im Jahr 2013 bei der ARD zusammengekommen 51 Prozent und beim ZDF 41 Prozent der Sendezeit des Nonfictiongebots ausmachte, behandelte hauptsächlich deutsche Politik, gefolgt von internationaler Politik, und zwar bei der ARD etwas stärker ausgeprägt als beim ZDF. Für Wirtschaftsthemen außerhalb der Politikressorts Wirtschaft und Finanzen wurde von ARD und ZDF weniger Sendezeit aufgewendet, ebenso für Themen zu Gesellschaft, Justiz und Zeitgeschichte. Bei RTL und Sat.1, deren Angebotsumfang an Politikthemen insgesamt weit unter denen von ARD und ZDF lag, rangierte ebenfalls die deutsche Politik an erster Stelle vor der internationalen Politik, gefolgt von Themen zu Wirtschaft, Gesellschaft, Justiz und

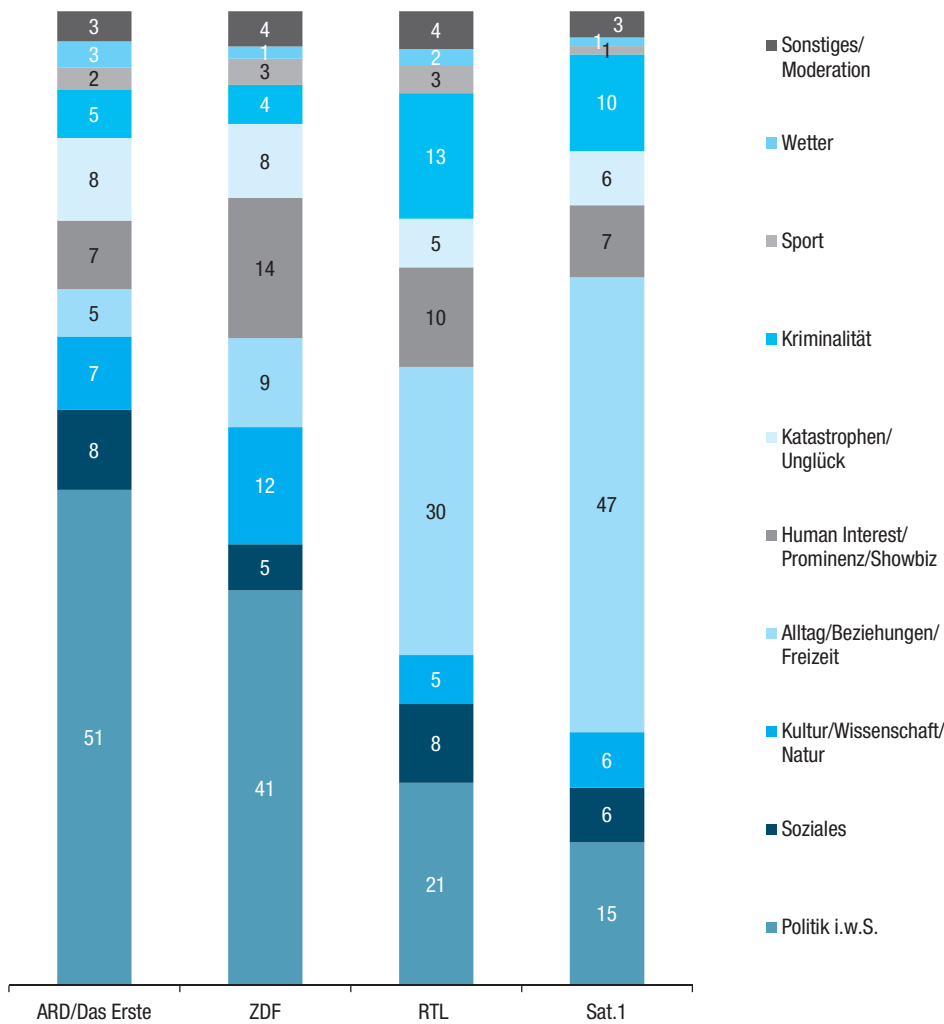
Zeitgeschichte. In allen Teilbereichen der Politikangebote dominierten ARD und ZDF.

Betrachtet man den stärksten Gegenpol zur Politikthematisierung, nämlich die Alltagsthematisierung der privaten Sender differenzierter, lag hier der Schwerpunkt auf Themen des privaten Alltagslebens und der darin dargestellten zwischenmenschlichen Beziehungen und Konflikte. Allein diesen Themen widmete RTL im Jahr 2013 knapp ein Fünftel und Sat.1 sogar ein Drittel der Sendezeit seines Nonfictionangebots. Auf Arbeits- und Berufsleben sowie Verbraucherthemen mit Alltagsbezug entfiel wesentlich weniger Sendezeit. In allen Teilbereichen dieses Themenkomplexes dominierten klar die Privatsender. Ein weiterer Gegenpol zu den öffentlich-rechtlichen Angeboten ist in der Thematisierung von Kriminalität zu sehen. Auch hierin war die unterschiedliche Gewichtung der Sendezeit stark genug ausgeprägt, um darin eine typische Präferenz der Privatsender zu erkennen. Dass das ZDF 2012 bei der Kriminalitätsthematisierung dem Umfang der privaten Sender nahekam, ist auf den Effekt einer zusätzlichen Ausgabe von „Aktenzeichen XY... ungelöst“ zurückzuführen.

Anders als die Kriminalitätsthematisierung lässt sich die Thematisierung von Katastrophen und Unglücken schon seit einigen Jahren nicht mehr als ein typisches Angebot privater Programme betrachten. Mit den großen Naturkatastrophen hat dieser Bereich wesentlich an Relevanz gewonnen und wird entsprechend von den öffentlich-rechtlichen Sendern ebenfalls ausführlich thematisiert.

Gegenpole zu Politik: Alltags- und Kriminalitätsthemen

Abb. 3 Themenstruktur der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2013
vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00 - 1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %



1) Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November. Abweichungen durch Rundungen möglich.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Der vierte größere Themenkomplex, Human Interest/Prominenz/Buntes, umfasst Themen zu Medien, Prominenz/Showbiz. Dieser Themenkomplex gilt als typischer Indikator für die sogenannte Entertainingisierung von Sendungen. Im untersuchten Nonfictionangebot gab es dafür keine sendertypische Zuordnung, sondern vergleichsweise stärkere Ausprägungen beim ZDF und bei RTL als bei ARD und Sat.1.

Weist man diesen vier Inhaltsbereichen eine funktionale Bedeutung zu, gewinnen sie als kulturelle Indikatoren auch eine qualitative Aussagekraft. Die Politikthematization verschafft dem gesellschaftlichen System Aufmerksamkeit und gewährleistet Kontrolle der Institutionen. Die Thema-

tisierung des privaten Alltags und zwischenmenschlicher Beziehungen fokussiert die Wahrnehmung auf den individuellen Lebensbereich des Privaten. Die Kriminalitätsthematisierung vermittelt eine Realität mit Bedrohung und Angst. Zugleich nutzt sie den Zusammenhang von Normabweichung und Sanktion und kultiviert damit die geltenden Normen, die das gesellschaftliche System stabilisieren. Abbildung 4 illustriert anschaulich die Positionierung der vier untersuchten Sender im Gesamtspektrum der Themenkategorien. Grundlage der Darstellung ist eine Korrespondenzanalyse für die Jahre 2012 und 2013.

Themenprofile nach Sendungsformen

Wie in den Vorjahren zeigten sich auch 2013 typische Zusammenhänge zwischen den Sendungsformen und den Themenprofilen der Sender. Zum einen wirkt sich dabei die informative Funktion berichtender Formen aus, in denen reale Ereignisse behandelt werden, zum anderen wirkt sich die

Abb. 4 Positionierung öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme - Themenprofile im Nonfictionangebot 2012 und 2013
Korrespondenzanalyse, vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00 - 1.00 Uhr



1) Untersuchungszeitraum 2012: 12.-18. März, 1.-7. Juni, 24.-30. September, 26. November - 2. Dezember; 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Funktion inszenierter Realität aus, in der Ereignisse und Lebenssituationen vom Sender geschaffen und als Realitätsmodelle angeboten werden. Tabelle 4 gibt einen Überblick, wie sich die Sender inhaltlich in den Nachrichten, Magazinen, Dokumentationen/Berichten/Reportagen, Gesprächssendungen, Ereignisübertragungen und Doku-Soaps/Doku-Inszenierungen unterscheiden und entwickelt haben.

ARD und ZDF auch 2013 bei Nachrichten führend

Vergleicht man die Themenprofile der Nachrichtenangebote, findet man ähnliche Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern wie im InfoMonitor auf der Basis des Gesamtjahres. (6) Das Nachrichtenangebot in der untersuchten Tageszeitphase von 17.00 bis 1.00 Uhr fiel bei ARD/Das Erste (64 Min./Tag) und ZDF (66 Min./Tag) umfangreicher und in den Themenprofilen übereinstimmender aus als bei RTL (41 Min./Tag) und Sat.1 (15 Min./Tag). Die öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen waren wesentlich stärker politikzentriert als die privaten Nachrichtensendungen. Die ARD verwendete für Politikthemen etwa zwei Drittel (65%) der Sendezeit, das ZDF mit 58 Prozent weit über die Hälfte. Bei RTL, dessen Angebot umfangreicher war als bei Sat.1, entfielen 37 Prozent auf Politikthemen. Bei Sat.1, dessen Nachrichtenangebot fast ausschließlich aus den Hauptnachrichten bestand, waren es 42 Prozent. Die Stärke der aktuellen Politikthematisierung

in den öffentlich-rechtlichen Nachrichtenangeboten wird deutlicher erkennbar, wenn man die Anzahl der durchschnittlichen Sendeminuten pro Tag vergleicht. Die ARD berichtete täglich 42 Minuten, das ZDF 38 Minuten, RTL 15 Minuten und Sat.1 nur 6 Minuten über politiknahe Themen. Damit erreichte die Politikthematisierung in der ARD den siebenfachen Umfang von Sat.1. Vergleicht man die übrigen Themenkategorien, entfiel bei allen Sendern die meiste Sendezeit auf Katastrophenberichterstattung. In den Themenprofilen spiegelt sich dies am stärksten bei RTL wider, hier entfielen auf Katastrophen/Unglück 16 Prozent der Sendezeit, bei Sat.1 waren es 12 Prozent, beim ZDF 11 und bei der ARD 9 Prozent. Unterschiedliche Akzente setzten die Privatsender abweichend von ARD und ZDF, indem RTL mehr Sendezeitanteile seiner Nachrichten für Sport (11%) und Sat.1 mehr Sendezeitanteile für Human-Interest-Themen (10%) aufwendete. Während der Sport bei ARD und ZDF auf 4 bzw. 6 Prozent kam, erhielten Human-Interest-

Tab. 4 Inhaltsprofile der Sendungsformen 2012 und 2013vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00-1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %

		ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat. 1	
		2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Nachrichten	in Min.	1 730	1 801	1 826	1 844	1 160	1 135	384	413
Politik i.w.S.		67	65	59	58	36	37	43	42
Soziales		2	1	2	2	3	1	2	2
Kultur/Wissenschaft/Natur		4	7	6	7	4	6	5	4
Alltag/Beziehungen/Freizeit		1	1	2	1	8	6	9	8
Human Interest/Prominenz/Showbiz		4	1	5	2	7	4	7	10
Katastrophen/Unglück		5	9	7	11	9	16	10	12
Kriminalität		1	1	1	2	8	7	8	8
Sport		6	4	8	6	12	11	6	2
Wetter		6	6	5	4	6	6	4	5
Sonstiges		4	4	6	5	7	7	5	7
Magazin	in Min.	1 538	1 593	2 149	1 741	1 915	1 728	997	816
Politik i.w.S.		30	23	21	20	13	22	25	26
Soziales		5	6	4	4	4	6	5	7
Kultur/Wissenschaft/Natur		18	11	9	8	2	3	3	10
Alltag/Beziehungen/Freizeit		5	9	19	23	20	21	33	11
Human Interest/Prominenz/Showbiz		19	22	15	23	40	25	12	9
Katastrophen/Unglück		9	14	5	9	4	3	6	13
Kriminalität		12	12	23	10	11	13	8	16
Sport		1	0	0	0	1	1	2	2
Wetter		–	–	–	–	0	0	2	1
Sonstiges		3	3	3	2	6	6	4	5
Doku/Bericht/Reportage	in Min.	1 007	1 333	1 281	1 408	240	378	466	662
Politik i.w.S.		41	47	33	38	–	40	5	3
Soziales		0	13	6	10	6	20	5	6
Kultur/Wissenschaft/Natur		38	12	16	26	10	7	22	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit		10	10	19	10	77	31	47	58
Human Interest/Prominenz/Showbiz		–	3	5	4	6	–	13	21
Katastrophen/Unglück		1	4	6	8	–	–	–	5
Kriminalität		4	5	7	2	–	–	8	7
Sport		–	0	8	1	–	–	–	–
Wetter		6	4	–	0	–	–	–	–
Sonstiges		0	1	1	1	–	1	0	0
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	in Min.	1 485	1 565	1 483	1 393	96	96	135	201
Politik i.w.S.		67	66	31	46	25	–	28	50
Soziales		4	15	1	3	–	–	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur		3	1	1	10	75	100	72	46
Alltag/Beziehungen/Freizeit		10	1	3	1	–	–	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz		7	1	55	30	–	–	–	–
Katastrophen/Unglück		0	7	–	–	–	–	–	3
Kriminalität		–	1	0	–	–	–	–	–
Sport		5	4	5	3	–	–	–	–
Sonstiges		4	4	5	6	–	–	1	2
Ereignisübertragung	in Min.	97	–	46	–	–	137	–	–
Soziales		–	–	–	–	–	100	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur		–	–	100	–	–	–	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz		100	–	–	–	–	–	–	–

(Fortsetzung nächste Seite)

Tab. 4 Inhaltsprofile der Sendungsformen 2012 und 2013 (Fortsetzung)

	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Doku-Soap/Doku-Inszenierung								
in Min.	–	–	–	–	1 360	1 268	1 194	1 339
Politik i.w.S.	–	–	–	–	3	3	–	–
Soziales	–	–	–	–	11	4	18	7
Kultur/Wissenschaft/Natur	–	–	–	–	0	–	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	–	–	–	–	60	68	66	82
Kriminalität	–	–	–	–	25	25	16	10
Sonstiges	–	–	–	–	1	0	0	1
Sonstige nonfiktionale Form								
in Min.	–	–	8	6	–	–	–	–
Soziales	–	–	31	35	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	69	65	–	–	–	–

1) Untersuchungszeitraum 2012: 12.-18. März, 1.-7. Juni, 24.-30. September, 26. November - 2. Dezember;
 Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Themen in den öffentlich-rechtlichen Nachrichten nur 1 bzw. 2 Prozent der Sendezeit.

In den Nachrichtenangeboten von 2013 gab es im Vergleich zum Vorjahr bei allen Sendern den größten Zuwachs an Sendezeit in der Kategorie Katastrophen/Unglück. Stärker als die Wahlwoche zur Bundestagswahl 2013 im September wirkte sich die Hochwasserkatastrophe im Juni auf die Themengewichtung der Nachrichten aus. Für die Ausweitung der Katastrophenberichterstattung wurde bei ARD und ZDF die meiste Sendezeit den Kategorien Human Interest/Prominenz/Showbiz und Sport und bei RTL Human Interest/Prominenz/Showbiz und Alltag entzogen. Von dieser Verlagerung der Themenpräferenz wich Sat.1 ab, der Sender Sat.1 erhöhte die Sendezeit für Human-Interest-Themen und reduzierte den Sportanteil.

Themenprofile der Nachrichtentypen

Angesichts der zentralen Stellung, die den Nachrichtensendungen als Teil der Informationsangebote zukommt, bleibt auch weiterhin von Interesse, wie sich diese Sendungen mit Anspruch auf Aktualität, Vielfalt und Relevanz in den verschiedenen Formaten weiterentwickeln. Betrachtet werden dazu wieder die vier Sendungstypen Hauptnachrichten, Nachrichtenmagazine, Nachtmagazine und andere Nachrichten (vgl. Tabelle 5).

ARD und ZDF bieten alle vier Nachrichtentypen an

Die öffentlich-rechtlichen Sender bieten alle vier Nachrichtentypen an und platzieren diese verteilt über alle Tageszeitphasen. Die Hauptnachrichten von ARD/Das Erste („Tagesschau“ 20.00 Uhr) und ZDF („heute“ 19.00 Uhr) liegen am Beginn der Primetime, die Nachrichtenmagazine („Tagesthemen“ 22.15 Uhr und „heute journal“ 21.45 Uhr) im Spätabendprogramm, die Nachtmagazine („Nachtmagazin“ und „heute nacht“) markieren den Beginn des Nachtprogramms und die anderen Nachrichtenausgaben fallen hauptsächlich in den Vorabend. Der Gesamtumfang der öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen verteilte sich relativ ausgewo-

gen auf diese vier Formate und war in den Untersuchungswochen der beiden Vergleichsjahre ein relativ stabiles und robustes Angebot.

RTL rangierte hinsichtlich Umfang und Formenvielfalt mit seinem Angebot der Hauptnachrichten („RTL aktuell“ 18.45 Uhr) und seinem Nachtmagazin („RTL Nachtjournal“) sowie anderen Nachrichtenausgaben deutlich vor Sat.1. Bei RTL entsprach die Platzierung der Hauptnachrichten zu Beginn der Primetime und des Nachtjournals zu Beginn des Nachtprogramms in etwa dem Platzierungsmuster der Öffentlich-rechtlichen, so dass mit diesen Formaten bei zeitlicher Nähe Konkurrenz zu ARD und ZDF entstand. Ausgespart wurde dagegen ein Nachrichtenmagazin am Spätabend, damit hielt RTL das gesamte Abendprogramm für andere Sendungen frei. Auf die vierte Variante der Nachrichtentypen, auf andere Nachrichten, entfiel bei RTL nur ein äußerst geringer Anteil. Der Gesamtumfang verteilte sich in beiden Jahren mit etwa gleicher Sendezeit auf die Hauptnachrichten und das Nachtjournal.

Sat.1 beschränkte sich nach Einstellung seiner Nachtausgabe auf die Hauptnachrichten („Sat.1 Nachrichten“) zu Beginn der Primetime. Diese überschneiden sich zeitlich mit der „Tagesschau“ und haben nach der Verlegung des Beginns von 20.00 Uhr auf 19.55 Uhr zu längerer Sendedauer geführt. Während die Hauptnachrichten der anderen Sender 2013 etwas an Sendezeit verloren, konnte Sat.1 hier einen Zuwachs verzeichnen. Auf andere Nachrichtenausgaben entfielen bei Sat.1 nur im Jahr 2013 innerhalb von vier Wochen drei Minuten, die als ereignisbedingte Extraausgabe gesendet wurden und keiner dauerhaften Platzierung entsprachen.

RTL: Hauptnachrichten und Nachtjournal

Sat.1 bietet nur Hauptnachrichten

Tab. 5 Inhaltsprofile der Nachrichtentypen 2012 und 2013
vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00-1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %

	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Hauptnachrichten in Min.	442	438	545	530	605	587	384	410
Politik i.w.S.	70	69	50	51	32	32	43	42
Soziales	1	1	2	2	3	0	2	2
Kultur/Wissenschaft/Natur	3	4	7	5	3	5	5	4
Alltag/Beziehungen/Freizeit	1	0	2	2	9	5	9	8
Human Interest/Prominenz/Showbiz	3	0	4	2	6	4	7	10
Katastrophen/Unglück	5	8	6	11	8	14	10	12
Kriminalität	1	1	1	2	7	7	8	8
Sport	5	4	15	13	18	17	6	2
Wetter	7	7	6	6	7	7	4	5
Sonstiges	5	4	7	7	8	8	5	7
Nachrichtenmagazine in Min.	683	755	711	762	–	–	–	–
Politik i.w.S.	63	63	67	65	–	–	–	–
Soziales	1	1	2	2	–	–	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	3	7	5	8	–	–	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	2	1	1	1	–	–	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	4	2	6	1	–	–	–	–
Katastrophen/Unglück	4	7	6	9	–	–	–	–
Kriminalität	2	1	1	2	–	–	–	–
Sport	9	6	3	2	–	–	–	–
Wetter	9	8	5	4	–	–	–	–
Sonstiges	5	5	5	5	–	–	–	–
Nachtmagazine in Min.	279	266	242	217	543	536	–	–
Politik i.w.S.	64	59	50	38	40	43	–	–
Soziales	5	1	1	4	2	2	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	7	12	11	12	5	8	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	3	4	7	3	8	6	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	6	1	4	8	7	4	–	–
Katastrophen/Unglück	4	11	9	17	11	17	–	–
Kriminalität	0	3	1	5	10	7	–	–
Sport	5	3	12	8	5	3	–	–
Wetter	3	3	1	2	6	5	–	–
Sonstiges	3	4	4	4	6	5	–	–
Andere Nachrichten in Min.	327	342	328	334	11	13	–	3
Politik i.w.S.	75	71	62	63	29	35	–	–
Soziales	1	0	2	3	3	–	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	6	6	4	5	3	5	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	0	1	1	1	–	–	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	2	1	4	2	3	–	–	–
Katastrophen/Unglück	7	11	11	12	11	6	–	81
Kriminalität	0	2	1	2	3	–	–	–
Sport	2	1	5	3	10	13	–	–
Wetter	3	3	4	4	17	15	–	–
Sonstiges	4	4	6	5	21	26	–	19

1) Untersuchungszeitraum 2012: 12.-18. März, 1.-7. Juni, 24.-30. September, 26. November - 2. Dezember;
Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Hauptnachrichten:
Höchste Politikanteile
bei Öffentlich-
rechtlichen**

Ein Vergleich der Themenprofile dieser Nachrichtentypen in den Jahren 2012 und 2013 zeigt, worin sich die Sendungen inhaltlich voneinander und zwischen den Jahren unterschieden. Die Hauptnachrichten der ARD hatten mit 70 bzw. 69 Prozent der Sendezeit in beiden Jahren den Spitzenwert der Politikthematization. Die übrige Sendezeit verteilte sich auf andere Themenkategorien, von denen Katastrophen und Wetter die höchsten Anteile erhielten. Die Hauptnachrichten des ZDF bestanden zu 50 bzw. 51 Prozent aus Politikthematization (Politik im weiteren Sinn). Wesentlich mehr Sendezeit als bei der ARD erhielt beim ZDF die Sportberichterstattung. Im Ganzen gesehen blieben die Themenprofile der öffentlich-rechtlichen Hauptnachrichten in beiden Jahren relativ stabil, ein Anstieg ließ sich lediglich bei der Katastrophenberichterstattung verzeichnen, der zulasten leichterer Human-Interest-Themen ging.

**RTL-Nachrichten mit
geringstem Politik-
anteil und mehr Sport**

Die Hauptnachrichten von RTL, die in Länge und Platzierung den ZDF-Hauptnachrichten am nächsten kommen, unterschieden sich durch ihren wesentlich geringeren Anteil an Politikthemen (32%). Sie übertrafen in beiden Jahren das ZDF mit einem höheren Sportanteil und verwendeten mehr Sendezeit als ARD und ZDF für Alltagsthemen, Human-Interest-Themen, Katastrophen- und Unglücksberichte sowie Kriminalitätsberichte. Auch bei RTL stieg die Katastrophenberichterstattung, dafür sank der Anteil der Alltagsthemen.

**Sat.1-Nachrichten:
Mehr Politik als RTL,
mehr Alltag/Human
Interest/Katastrophe
als ARD/ZDF**

Die Hauptnachrichten von Sat.1, in Länge und Platzierung der „Tagesschau“ am nächsten, hatten einen Politikanteil von 43 bzw. 42 Prozent der Sendezeit. Abgesehen vom geringeren Politikangebot unterschieden auch sie sich von ARD und ZDF durch mehr Sendezeit für Alltagsthemen, Human-Interest-Themen, Katastrophen- und Kriminalitätsberichte. Betrachtet man die Veränderungen, zeigt sich, dass die Katastrophenberichte bei Sat.1 nur geringfügig zunahm, gegenläufig zu den übrigen Hauptnachrichten stieg hier im Jahr 2013 die Sendezeit für Human-Interest-Themen an, reduziert wurde die Sendezeit für Sport.

**Nachrichtenmagazine
nur bei ARD und ZDF
– hohe Politikanteile**

Die nur von ARD/Das Erste und ZDF angebotenen Nachrichtenmagazine am Spätabend hatten im Ganzen ein ähnliches Themenprofil, in dem Politik i.w.S. bei der ARD 63 Prozent und beim ZDF 67 bzw. 65 Prozent der Sendezeit einnahm. Verglichen mit den Sendungen in den anderen Kategorien, unterschieden sie sich am ehesten im Umfang der Sportberichterstattung, die im „heute-journal“ des ZDF anders als in den Hauptnachrichten deutlich eingeschränkt wurde und geringer ausfiel als in den „Tagesthemen“. Auch für den Wetterbericht wendete das ZDF im Nachrichtenmagazin weniger Sendezeit auf als die ARD. Beide öffentlich-rechtlichen Nachrichtenmagazine stimmten darin überein, dass sie 2013 mehr Sendezeit für Kulturthemen und Katastrophenberichte aufwendeten. Die ARD reduzierte dafür die Sendezeit für Sport und

Human-Interest-Themen, das ZDF hauptsächlich für Human-Interest-Themen.

Vergleicht man die Nachtmagazine von ARD, ZDF und RTL, finden sich dort auffälligere Veränderungen als in den Hauptnachrichten und Nachrichtenmagazinen am Spätabend. Während das ARD-„Nachtmagazin“ der Politikthematization in beiden Jahren mit 64 bzw. 59 Prozent der Sendezeit eindeutig den Vorrang einräumte, dabei aber um 5 Prozentpunkte verringerte, reduzierte das ZDF den Politikanteil in „heute-nacht“ von 50 auf 38 Prozent der Sendezeit. Damit wurde RTL mit einem von 40 auf 43 Prozent angestiegenen Sendezeitanteil zum zweitstärksten Politikanbieter. Mit den Veränderungen im Politikangebot korrespondierten Umschichtungen der Sendezeit in den anderen Kategorien. Im ARD-„Nachtmagazin“ stieg der Sendezeitanteil für Katastrophenberichte sowie für Themen aus Kultur, Wissenschaft und Natur, während die Kategorien Soziales und Human Interest Sendezeit verloren. Beim ZDF wurde mehr Sendezeit für Katastrophen, Human Interest, Soziales und Kriminalität aufgewendet, im Gegenzug Sendezeit für Alltagsthemen und Sport verringert. Im „RTL Nachtjournal“ stieg ähnlich wie bei der ARD die Sendezeit für Katastrophen und Kultur, reduziert wurden Human-Interest-Themen und Kriminalitätsthemen. Abgesehen von der ereignisbedingten Ausweitung der Katastrophenberichterstattung, die bei allen Sendern zu verzeichnen war, näherten sich besonders in der Politikthematization, aber auch in anderen Kategorien die Nachtmagazine von ZDF und RTL tendenziell an.

In der Kategorie der anderen Nachrichten behaupteten sich die öffentlich-rechtlichen Sender in beiden Jahren als dominante Politikanbieter. Die ARD verwendete für Politikthemen 75 bzw. 71 Prozent, das ZDF 62 bzw. 63 Prozent der Sendezeit dieser Nachrichten. Auch hier erhielten unter den übrigen Kategorien die Katastrophenberichte die meiste Sendezeit, während für Alltags- und Kriminalitätsthemen am wenigsten Sendezeit vergeben wurde. Wegen des geringen Umfangs dieses Nachrichtentyps bei RTL ist er strukturell kaum vergleichbar. Von 11 bzw. 13 Minuten insgesamt entfielen 29 bzw. 35 Prozent auf Politikthemen, die übrige Sendezeit verteilte sich hauptsächlich auf Katastrophenberichte, Sport, Wetter und Sonstiges. Die bei Sat.1 diesem Typ zugerechnete Nachrichtensendung kam allein durch eine aktuelle Kurzausgabe zur Hochwasserkatastrophe im Juni 2013 zustande.

Themenprofile der Magazine

Vergleicht man die Themenprofile im Magazinangebot ohne Unterscheidung nach Magazintypen, zeigt sich, dass die Thematisierung von Politik i.w.S.

**Bei Nachtmagazinen
stärkste Veränderun-
gen im Jahres-
vergleich**

**Sonstige Nachrichten
bei Ö.-r. mit viel
Politik, bei Privaten
nur geringes Angebot**

mit Sendezeitanteilen zwischen 20 und 26 Prozent bei allen Sendern strukturell an erster Stelle rangierte. Ähnliche Sendezeitanteile entfielen bei ARD/Das Erste, ZDF und RTL für Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Buntes, die bei Sat.1 deutlich geringer waren. Profilprägend waren ferner bei ZDF und RTL Alltagsthemen, dagegen bei Sat.1 Kriminalitätsthemen. Im Jahresvergleich der Themenprofile des Magazinangebots zeigen sich diverse Veränderungen. Bei der ARD verringerte sich der Sendezeitanteil für politiknahe Themen und für Themen der Kategorie Kultur/Wissenschaft/Natur, beim ZDF der Sendezeitanteil für Kriminalitätsthemen (ohne „Aktenscheiben XY... ungelöst“). In beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen stieg dafür in den Magazinen die Sendezeit für Katastrophen, Alltagsthemen und Human-Interest-Themen. Zum Teil gegenläufig dazu waren die Veränderungen in den privaten Magazinen. RTL steigerte sein Politikangebot und senkte dafür die Sendezeit für Human Interest/Prominenz. Sat.1 steigerte die Sendezeit für Themen der Kategorien Kultur, Katastrophen und Kriminalität und verringerte Alltagsthemen und Human-Interest-Themen.

Themenprofile der Magazintypen

Differenziert man das Magazinangebot nach Magazintyp und unterscheidet zwischen Politikmagazinen, Boulevardmagazinen, Kultur-/Wissensmagazinen, Regionalmagazinen, Wirtschaftsmagazinen und anderen Magazinen, zeigen sich die inhaltlich begründeten Funktionsunterschiede dieser Magazinformaten (vgl. Tabelle 6).

Magazinangebot von ARD/Das Erste und ZDF

Im öffentlich-rechtlichen Magazinangebot hatten 2013 die werktäglich im Vorabendprogramm von ARD und ZDF ausgestrahlten Boulevardmagazine (bei der ARD „Brisant“, beim ZDF „Hallo Deutschland“ und „Leute heute“) den vergleichsweise größten Umfang. An zweiter Stelle rangierten die Politikmagazine (bei der ARD 2013 mit wechselndem Ausstrahlungstermin „Fakt“, „Kontraste“, „Monitor“ und „Report Mainz“ sowie „Bericht aus Berlin“ und „Weltspiegel“, beim ZDF „Frontal 21“, „Berlin direkt“ und „Auslandsjournal“) im Hauptabendprogramm. Für Kultur- und Wissensmagazine wendete die ARD („ttt – Titel, Thesen, Temperamente“, „Druckfrisch“, „W wie Wissen“) mehr Sendezeit auf als das ZDF („Aspekte“). Bei der ARD gab es im Unterschied zum ZDF („Länderspiegel“) kein Regionalmagazin, auch andere Magazine waren beim ZDF (u. a. „ML Mona Lisa“) stärker vertreten.

RTL und Sat.1 u.a. mit regionalem Fensterprogrammen

Das Magazinangebot der privaten Sender unterschied sich strukturell vom öffentlich-rechtlichen zum einen durch die regionalen Fensterprogramme (im NRW-Kabel) auf dem Sendeplatz eines

Boulevardmagazins (bei bundesweiter Verbreitung über Satellit) (7), zum anderen durch Aussparung monothematischer Wirtschaftsmagazine sowie bei Sat.1 auch durch Verzicht auf monothematische Politikmagazine. RTL kam insofern den Magazinangeboten von ARD und ZDF strukturell am nächsten. Trotz Substitution eines der werktäglichen Boulevardmagazine („Explosiv – Das Magazin“) durch ein Regionalmagazin („RTL West“) entfiel bei RTL auf Boulevardmagazine der höchste Sendezeitanteil, dazu trugen das zweite Boulevardmagazin („Exklusiv“) und die Wochenendausgaben dieser Boulevardmagazine bei. Auf das Regionalmagazin im Vorabendprogramm entfiel ein weiteres Viertel der Sendezeit, während das politische Magazin im Spätabendprogramm („Spiegel TV Magazin“) nur etwa ein Zehntel und andere Magazine („Extra“, „Stern TV“) gut ein Fünftel des RTL-Magazinangebots ausmachten. Das Magazinangebot von Sat.1, dessen Umfang nur etwa halb so groß war wie bei den anderen Sendern, hatte seinen Schwerpunkt im Regionalmagazin („17:30 Sat.1 NRW“), die übrige Sendezeit verteilte sich auf Kultur-/Wissensmagazine („Planetopia“) und andere Magazine („Akte 20.13“). Betrachtet man die strukturellen Veränderungen der Magazine im Jahresvergleich, ist festzuhalten: Bei der ARD verloren die Politikmagazine Sendezeit, während die Boulevardmagazine zulegten. Auch beim ZDF und bei RTL stieg der Sendezeitanteil für Boulevardmagazine, hier verloren hauptsächlich andere Magazine Sendezeit. Bei Sat.1 entfielen die Boulevardmagazine vollständig, mehr Sendezeit erhielten Regionalmagazine und andere Magazine.

Die Politikmagazine spielen im öffentlich-rechtlichen Angebot eine funktional wichtige Rolle bei der Aufdeckung von gesellschaftlichen Missständen und der Vermittlung von Kontroversen und Konflikten. Betrachtet man die inhaltliche Struktur dieses Magazintyps, zeigt sich, dass die Politikthematizierung bei ARD/Das Erste (62%) und ZDF (75%) im Jahr 2013 weit vor allen anderen Themen den Schwerpunkt bildete und sich die übrige Sendezeit relativ gleichmäßig auf andere Themenbereiche verteilte. Bei der ARD entfiel davon am meisten Sendezeit auf Soziales. Abgesehen von kleineren Schwankungen änderte sich an der Priorität der Politikthematizierung nichts. In den privaten Programmen gab es hierzu kein adäquates Konkurrenzangebot. Das „Spiegel TV Magazin“ bei RTL wies für Politikthemen (38%) deutlich weniger Sendezeit auf, dafür entfiel mehr Sendezeit auf Kriminalitätsthemen (24%), Alltagsthemen (16%) und Katastrophenberichte (13%). Gegenüber dem Vorjahr stiegen die Anteile für Politik und Katastrophen, während Soziales und Kriminalität Sendezeit abgaben.

Charakteristisch für die Boulevardmagazine war die Konzentration auf typische Boulevardthemen. Hier wendeten ARD (39%), ZDF (38%) und RTL (48%) am meisten Sendezeit für Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz auf. In

Politikmagazine hauptsächlich von ö.-r. Sendern angeboten

Tab. 6 Inhaltsprofile der Magazintypen 2012 und 2013vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00-1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %

	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Politikmagazine in Min.	448	344	319	274	149	148	–	–
Politik i.w.S.	68	62	70	75	31	38	–	–
Soziales	11	11	7	3	11	6	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	5	3	7	6	0	–	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	4	6	7	2	16	16	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	0	4	3	0	8	–	–	–
Katastrophen/Unglück	1	2	2	6	–	13	–	–
Kriminalität	7	8	3	6	31	24	–	–
Sonstiges	4	4	2	2	3	3	–	–
Boulevardmagazine in Min.	662	846	875	985	603	757	223	–
Politik i.w.S.	5	6	4	3	–	7	1	–
Soziales	2	2	1	1	2	8	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	8	5	3	3	1	0	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	2	6	24	25	11	23	64	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	42	39	35	38	76	48	26	–
Katastrophen/Unglück	18	25	12	14	0	1	3	–
Kriminalität	19	15	19	14	6	6	3	–
Sport	2	1	–	0	–	1	–	–
Sonstiges	2	2	2	2	4	4	3	–
Kultur-/Wissensmagazine in Min.	234	206	148	87	–	–	149	111
Politik i.w.S.	6	10	13	–	–	–	29	24
Soziales	2	16	–	7	–	–	21	7
Kultur/Wissenschaft/Natur	84	62	74	84	–	–	5	39
Alltag/Beziehungen/Freizeit	–	2	–	–	–	–	28	18
Human Interest/Prominenz/Showbiz	6	4	4	–	–	–	11	–
Katastrophen/Unglück	–	–	–	–	–	–	–	8
Kriminalität	–	3	–	6	–	–	–	–
Sport	–	–	5	–	–	–	–	–
Sonstiges	3	3	4	3	–	–	6	4
Regionalmagazine in Min.	–	–	164	125	482	439	452	480
Politik i.w.S.	–	–	41	53	30	40	41	36
Soziales	–	–	3	4	3	4	3	7
Kultur/Wissenschaft/Natur	–	–	5	5	2	3	6	9
Alltag/Beziehungen/Freizeit	–	–	33	36	16	14	12	10
Human Interest/Prominenz/Showbiz	–	–	–	0	15	11	10	6
Katastrophen/Unglück	–	–	2	–	8	5	8	11
Kriminalität	–	–	14	–	13	7	8	9
Sport	–	–	0	–	0	2	4	4
Wetter	–	–	–	–	2	1	4	2
Sonstiges	–	–	2	2	12	12	4	6

(Fortsetzung nächste Seite)

anderen für Boulevardmagazine eher typischen Themenbereichen gab es zum Teil unterschiedliche Akzente. So betonte die ARD stärker Katastrophenberichte als das ZDF, das ZDF und RTL stärker Alltagsthemen. Mit Katastrophen und Kriminalität befassten sich infolge der partiellen Substitution privater Boulevardmagazine durch Regionalmagazine nur die öffentlich-rechtlichen Boulevardmagazine. Dabei verlagerte sich das Gewicht im Jahr 2013 anlässlich der Hochwasserkatastrophe von der Krimi-

nalitäts- teilweise zugunsten der Katastrophenthematisierung. Auffälliger änderte sich das Themenprofil der leichteren Boulevardmagazine bei RTL, das im Jahr 2012 seinen Schwerpunkt im Themenbereich Human Interest/Prominenz/Showbiz

Tab. 6 Inhaltsprofile der Magazintypen 2012 und 2013 (Fortsetzung)
vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00-1.00 Uhr, Sendezeitanteile in %

	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Wirtschaftsmagazine in Min.	120	145	167	115	–	–	–	–
Politik i.w.S.	66	42	28	20	–	–	–	–
Soziales	4	5	3	4	–	–	–	–
Kultur/Wissenschaft/Natur	–	–	4	–	–	–	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	4	26	56	57	–	–	–	–
Human Interest/Prominenz/Showbiz	–	5	0	–	–	–	–	–
Katastrophen/Unglück	11	–	–	4	–	–	–	–
Kriminalität	11	18	5	12	–	–	–	–
Sonstiges	5	4	3	2	–	–	–	–
Andere Magazine in Min.	76	51	476	154	682	384	174	226
Politik i.w.S.	31	30	14	16	7	21	11	4
Soziales	9	–	8	23	6	6	–	6
Kultur/Wissenschaft/Natur	–	–	3	8	3	8	–	–
Alltag/Beziehungen/Freizeit	48	48	9	25	31	25	55	9
Human Interest/Prominenz/Showbiz	–	–	3	16	32	5	–	18
Katastrophen/Unglück	–	7	1	4	5	3	6	20
Kriminalität	8	10	59	4	12	27	24	38
Sport	–	–	–	–	2	–	–	–
Sonstiges	4	5	4	4	3	5	4	4

1) Untersuchungszeitraum 2012: 12.-18. März, 1.-7. Juni, 24.-30. September, 26. November - 2. Dezember;
 Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

(76%) hatte und im Jahr 2013 einen Teil der Sendezeit für Themen der Kategorien Alltag, Soziales und Politik abgab. Negativthemen wie Katastrophen und Kriminalität wurden in der leichteren Variante der Boulevardmagazine bei RTL weitgehend vermieden. Sat.1 sendete im Jahr 2013 kein Boulevardmagazin mehr. Im Jahr 2012 hatten im Boulevardmagazin von Sat.1 die Alltags- und Beziehungsthemen (64%) den Vorrang vor Human-Interest-Themen (26%).

Kultur- und Wissensmagazine

In den Kultur- und Wissensmagazinen lag der inhaltliche Schwerpunkt bei ARD/Das Erste (62%) und ZDF (84%) auf Themen aus Kultur, Wissenschaft und Natur. Soweit bei der ARD andere Themen behandelt wurden, entfiel davon die meiste Sendezeit auf Politik i.w.S. und Soziales in Verknüpfung mit kulturellen Anlässen. Sat.1 unterschied sich durch ein weniger homogenes Themenspektrum, neben der Thematisierung von Kultur, Wissenschaft, Natur (39%) spielten darin Politik und Alltag eine größere Rolle als bei ARD und ZDF.

Regionalmagazine

In den Regionalmagazinen von ZDF, RTL und Sat.1 entfiel übereinstimmend am meisten Sendezeit auf Themen aus Politik i.w.S.. Das ZDF gewichtete diesen Themenkomplex stärker als die Fensterprogramme von RTL und Sat.1. Während die übrige

Sendezeit beim ZDF größtenteils den Alltagsthemen zugute kam, verteilte sie sich bei RTL und Sat.1 vielfältiger über alle anderen Themenbereiche, darunter bei RTL vorzugsweise auf Alltag und Human Interest, bei Sat.1 auf Alltag und Katastrophen. Gegenüber dem Vorjahr fiel in den Regionalmagazinen die Politikthematisierung beim ZDF und bei RTL umfangreicher aus, umgekehrt verringerten sich die Kriminalitätsthemen.

Wirtschaftsmagazine gab es nur bei ARD/Das Erste („Plusminus“) und ZDF („WISO“). Die ARD verwendete den größten Teil der Sendezeit für Wirtschaftsthemen, während Alltagsthemen (hier meist Verbraucherfragen) den zweiten Platz einnahmen. Im Vergleich zum Vorjahr verschob sich die Sendezeitverteilung zugunsten alltagsnaher Verbraucherthemen und Kriminalitätsthemen. Im ZDF dominierten in beiden Jahren alltagsnahe Verbraucherthemen. Die klassischen Wirtschaftsthemen rangierten an zweiter Stelle und verloren zudem Sendezeit, während die Kriminalitätsthemen zulegten.

Wirtschaftsmagazine nur bei ARD und ZDF

Andere Magazine, die sich keinem bestimmten Themenbereich zuordnen ließen, hatten bei der ARD/Das Erste den geringsten Angebotsumfang und befassten sich etwa zur Hälfte mit Alltags- und Beziehungsthemen. Der größere Teil der übrigen Sendezeit entfiel auf politiknahe Themen, der kleinere auf Kriminalitätsthemen. An diesem Muster änderte sich in den beiden Jahren kaum etwas. Beim ZDF ent-

Andere Magazine

fiel etwa je ein Viertel dieser Magazine auf Alltagsthemen und Soziales. Hier wurde das Spektrum breiter ausgefüllt. Von den anderen Themenbereichen erhielten Politik- und Human-Interest-Themen die meiste Sendezeit. Die auffälligste Veränderung bei diesem Magazintyp bestand im Rückgang der Kriminalitätsthemen von 59 auf 4 Prozent, bedingt durch die Sendung „AktENZEICHEN XY... ungelöst“, die es nur in der Stichprobe des Vorjahres gab.

Themenprofile der Dokumentationen, Berichte, Reportagen

Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme sendeten wesentlich umfangreicher als die privaten Sender Dokumentationen, Berichte und Reportagen. Exemplarische Titel neben Sendungen zur Bundestagswahl waren unter anderem bei der ARD/Das Erste „Die Story im Ersten“, „Brennpunkt“, „Macht Besitz glücklich? Unterwegs in einem reichen Land“ und beim ZDF „37 Grad“, „Terra X“, „ZDF.reportage“, „ZDFzoom“. In diesen klassischen Formen kamen vor allem politiknahe und soziale Themen zur Geltung. Fast die Hälfte der Sendezeit in diesen Formen entfiel bei der ARD/Das Erste auf Politikthemen (47 %). Auch das ZDF (38 %) hatte darin einen hohen Politikanteil. Mehr Sendezeit als die ARD verwendete das ZDF hier für Themen aus Kultur, Wissenschaft und Natur. Die Privatsender lagen mit ihren Sendungen (z.B. bei RTL „30 Minuten Deutschland“, „Faszination Leben“, „Das Jenke-Experiment“ und bei Sat.1 „24 Stunden“, „Focus TV Reportage“, „Spiegel TV Reportage“) sowie ebenfalls einigen Sendungen zur Bundestagswahl nicht nur im Umfang weit hinter den Öffentlich-rechtlichen, sie unterschieden sich auch untereinander in der Themenpräferenz. Bei RTL entfielen 5 Minuten pro Tag auf Politikthemen, dies entspricht 40 Prozent der Sendezeit von Dokumentationen, Berichten und Reportagen. Weitere 31 Prozent verwendete RTL für Alltagsthemen und zwischenmenschliche Beziehungen sowie 20 Prozent für Soziales. Strukturell kam RTL damit dem Themenprofil von ARD und ZDF nahe. Ein anderes Bild ergibt sich hier bei Sat.1. Weit über die Hälfte der Sendezeit widmete Sat.1 in seinen Dokus/Reportagen den Alltagsthemen (58 %) und weitere 21 Prozent Human-Interest-Themen, während die Politikthemen in diesen Formen durchschnittlich 1 Minute pro Tag bzw. 3 Prozent der Sendezeit erhielt.

Effekte der Bundestagswahl 2013

Wie sich die Bundestagswahl in dieser Sendungsform auf die Politikthemen auswirkte, zeigt der Vergleich mit dem Vorjahr. Sowohl bei der ARD als auch beim ZDF stieg der Politikanteil etwa im gleichen Umfang (um 6 bzw. 5 %-Punkte) an. Da die öffentlich-rechtlichen Sender Politikthemen in Dokumentationen, Berichten und Reportagen in allen Jahren umfangreich präsentieren, erscheint dieser Zuwachs weniger auffällig. Stärker kommt der Effekt der Bundestagswahl bei RTL zur Geltung. Das geringe Angebot an konventionellen Dokus, Berichten und Reportagen enthielt im Jahr 2012

keine Politikthemen, sondern bestand zu über drei Viertel der Sendezeit aus Alltagsthemen. 2013 wurde hauptsächlich dieser Alltagsthematisierung Sendezeit entzogen, die den Themen der Kategorien Politik und Soziales zugute kam. Eine vergleichbare Verlagerung von Sendezeit zugunsten der Politikthemen fand bei Sat.1 nicht statt. Hier bestanden die Veränderungen im Zuwachs an Alltagsthemen und Human-Interest-Themen zulasten der Sendezeit für Kultur, Wissenschaft, Natur.

Themenprofile der Gesprächssendungen

Die ARD/Das Erste hatte mit ihren Talkshows (u.a. „Günther Jauch“, „Hart aber fair“, „Menschen bei Maischberger“, „Anne Will“ und „Beckmann“) im Haupt- und Spätabendprogramm das umfangreichste Angebot, das sie hauptsächlich für die Politikthemen (66 %) nutzte. Weitere 15 Prozent widmete sie sozialen Themen. Beim ZDF verteilte sich die Sendezeit der Gesprächssendungen („Maybrit Illner“, „Markus Lanz“, „Das blaue Sofa“) gleichmäßiger auf das Themenspektrum. Auf Politikthemen entfielen 46 Prozent, auf Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz weitere 30 Prozent und auf Soziales 10 Prozent. Bei den Privatsendern spielten Gesprächssendungen nur eine untergeordnete Rolle. Die insgesamt 96 Minuten dieser Sendungsform bei RTL („10 vor 11“) entfielen auf Themen aus Kultur, Wissenschaft und Natur. Bei Sat.1 („Eins gegen Eins“, „News & Stories“) verteilte sich die Sendezeit zu gleichen Teilen auf Politik- und Kulturthemen.

Im Vergleich zum Vorjahr änderte sich bei der ARD nichts an der Priorität der Politikthemen in Gesprächssendungen. Allenfalls kann man eine Verlagerung von Sendezeit für Alltagsthemen zugunsten der Kategorie Soziales verzeichnen. Stärkere Verlagerungen von Sendezeit gab es dagegen beim ZDF. Das ZDF erhöhte die Politikthemen um 15 Prozentpunkte von 31 auf 46 Prozent. Außerdem stieg der Anteil der Kulturthemen. Verringert wurde die Sendezeit für Human-Interest-Themen von 55 auf 30 Prozent.

Themenprofile der Realityformate

Die nur von den Privatsendern angebotenen Realityformate hatten ihren Schwerpunkt in der Thematisierung des Alltagslebens und zwischenmenschlicher Beziehungen. Bei RTL (u.a. „7 Tage Sex“, „Betrugsfälle“, „Die Schulumittler“, „Was verdienst du?“) machten die Alltags- und zwischenmenschlichen Beziehungsthemen (68 %) gut zwei Drittel der Sendezeit dieser Formate aus. Ein weiteres Viertel entfiel auf Kriminalitätsthemen (25 %). Bei Sat.1 (u.a. „Schicksale – und plötzlich ist alles anders“,

Gesprächssendungen spielen bei RTL und Sat.1 nur geringe Rolle

Ö.-r. Talksendungen mit Priorität für Politik

Realityformate nur von Privatsendern angeboten

„Die strengsten Eltern der Welt“. „Julia Leischik sucht: Bitte melde dich“, „Stellungswechsel: Job bekannt – fremdes Land“) konzentrierte sich das Angebot noch stärker auf die Thematisierung von Alltag und zwischenmenschlichen Beziehungen (82%), auf Kriminalitätsthemen entfielen hier weitere 10 Prozent der Sendezeit. Sowohl bei RTL als auch bei Sat.1 wurden mit geringem Anteil auch soziale Themen in den Realityformaten behandelt. Beide Privatsender, Sat.1 stärker als RTL, erhöhten die Sendezeit für Alltagsthemen und Beziehungsthemen.

Akteure im Nonfiction-Angebot

Die Analyse der Akteurauftritte im Nonfictionangebot beschränkt sich wie im Vorjahr auf die nichttagessaktuellen Sendungen, ausgeschlossen bleiben hier die Nachrichten. Als Akteure wurden alle Personen codiert, die in einer Sendung bzw. den Beiträgen der Sendung in einer Akteurrolle auftraten. Quantifiziert wurde die beitragsbezogene Auftrittshäufigkeit der Akteure unabhängig von der Sendedauer des Auftritts. In Sendungen mit mehreren Beiträgen wie Magazine kann dies zu mehr Akteurauftritten führen als in monothematischen Sendungen. Die Gesamthäufigkeit der Akteurauftritte wie auch die Verteilung der Auftrittschancen wird daher auch von der Gewichtung der Sendungsformen mit beeinflusst.

Das Hauptinteresse der Akteuranalyse gilt der funktionalen Rolle, in der Akteure in den Sendungen vorkommen. Wie in den Vorjahren wurden die Akteure nach folgenden Kategorien unterschieden: 1. Politiker, 2. Repräsentanten einer Institution, Interessengruppe, eines Unternehmens, eines Vereins u. a., 3. Sachexperten, 4. Journalisten (senderextern), 5. Polizei/Militär, 6. Prominente (Medien, Showbiz, Sport) und 7. diverse Alltagsbürger/Privatpersonen. Die Kategorie Alltagsbürger/Privatpersonen umfasst sogenannte Normalbürger mit Namen oder anonymisiert, Personen in ausgewählten Berufsrollen oder Familienrollen, vom Durchschnitt abweichende Personen mit positiven oder negativen Besonderheiten.

Insgesamt wurden im Jahr 2013 im untersuchten Nonfictionangebot (ohne Nachrichtensendungen) 9 546 Akteurauftritte erfasst. Im Jahr 2012 belief sich die Gesamtzahl auf 9 408 Akteurauftritte. In beiden Jahren hatten Alltagsbürger die häufigsten Akteurauftritte. Im Jahr 2013 nahmen sie mit einem Anteil von rund der Hälfte aller Akteurauftritte in der Rangfolge der Akteurrollen den ersten Platz ein vor Prominenten und Politikern, gefolgt von gesellschaftlichen Repräsentanten, Sachexperten, Polizei/Militär und senderexternen Journalisten (vgl. Tabelle 7 und Abbildung 5).

Die Auftrittschancen der Akteure unterscheiden sich allerdings im Sendervergleich. In den öffentlich-rechtlichen Sendungen fiel die Präsenz der Alltagsbürger geringer aus, dafür entfielen mehr Auftritte auf Politiker und gesellschaftliche Repräsentanten. In den privaten Sendungen stieg dagegen die Präsenz der Alltagsbürger, geringer wurde tendenziell die Präsenz der Politiker und gesellschaftlichen Repräsentanten. Uneinheitlich war die Rolle der Prominenten. Sie waren am stärksten bei RTL anzutreffen, gefolgt vom ZDF, dagegen am seltensten bei Sat.1. Im Jahresvergleich der Akteurstrukturen zeigt sich: Bei ARD/Das Erste und ZDF war 2013 ein Zuwachs der Politikerauftritte zu verzeichnen, damit verbunden ein Rückgang der Repräsentanten bei der ARD und der Alltagsbürger beim ZDF. In den Akteurprofilen der Privatsender änderte sich kaum etwas, allenfalls war bei Sat.1 ein Rückgang der Alltagsbürger zugunsten von Prominenten zu beobachten.

Akteurprofile nach Sendungsformen

Die unterschiedlichen Auftrittschancen der Akteurrollen erklären sich hauptsächlich aus den von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern bevorzugten Sendungsformen, deren Inhalte sich auf die Akteurauftritte auswirken (vgl. Tabelle 8).

In den Magazinen dominierten bei allen Sendern die Alltagsbürger. Mit Abstand folgten Prominente, deren Auftrittschancen durch die Boulevardmagazine begünstigt werden. Sat.1 hatte hier ohne Boulevardmagazin weniger Prominentenauftritte zu verzeichnen als die anderen Sender. Politiker waren in den Magazinen insgesamt schwächer vertreten.

In den Dokumentationen, Berichten und Reportagen unterschieden sich öffentlich-rechtliche und private Sendungen deutlich in den Akteurauftritten. Bei den Öffentlich-rechtlichen entfiel in diesen Formen auf Alltagsbürger weniger als die Hälfte der Auftritte, stark präsent waren bei der ARD/Das Erste vor allem Politiker und beim ZDF Politiker, gesellschaftliche Repräsentanten und Sachexperten. Bei RTL und Sat.1 dominierten dagegen die Alltagsbürger. Politikerauftritte kamen in diesen konventionellen Formen, die von den Privatsendern nur in geringem Umfang angeboten wurden, allenfalls bei RTL nennenswert vor.

In den Gesprächssendungen überwogen 2013, bedingt durch die Bundestagswahl, bei ARD/Das Erste und ZDF deutlich die Politiker. Aufgrund des geringen Angebots von Gesprächssendungen bei den Privatsendern gab es dort auch nur eine geringe Anzahl von Akteurauftritten. Strukturell ähnlich wie bei den Öffentlich-rechtlichen fiel die Verteilung der Auftrittschancen bei Sat.1 aus, während bei RTL 2013 anteilig Sachexperten und im Vorjahr Alltagsbürger dominierten. In den nur von RTL und Sat.1 angebotenen Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen konzentrierten sich die Auftrittschancen wie im Vorjahr auf Alltagsbürger, die übrigen Auftritte entfielen auf Repräsentanten, Sachexperten und Polizei.

Akteurauftritte im Sendervergleich

Magazine: Alltagsbürger dominieren bei allen Sendern

Gesprächssendungen: Politiker und Bürger etwa gleich vertreten

Akteurauftritte in nichttagessaktuellen Sendungen analysiert

Welche funktionale Rolle haben die Akteure?

Zahl und Rangfolge der Akteurauftritte im untersuchten Gesamtangebot

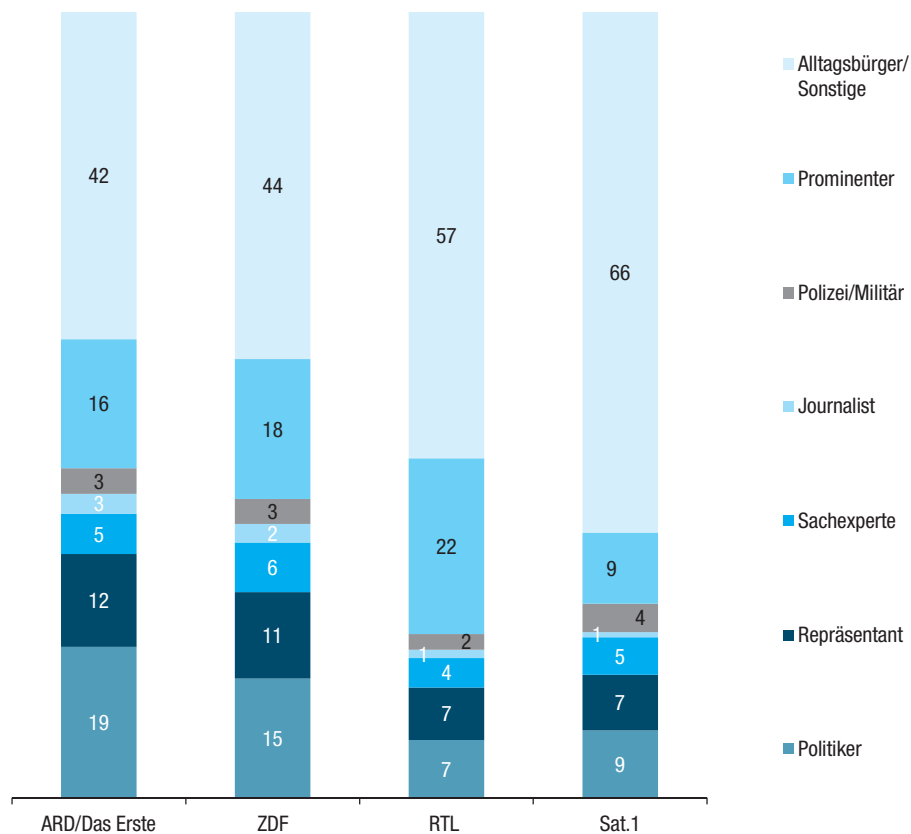
Tab. 7 Akteure in den untersuchten Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) 2012 und 2013
vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00-1.00 Uhr

	Sendedauer in Min./Tag								in %							
	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1		ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Politiker	327	511	324	444	144	178	144	130	15	19	10	15	6	7	9	9
Repräsentant	379	314	402	321	207	163	147	108	18	12	13	11	9	7	9	7
Sachexperte	149	136	225	185	96	91	73	73	7	5	7	6	4	4	4	5
Journalist	32	68	18	70	13	26	5	10	1	3	1	2	1	1	0	1
Polizei/Militär	60	87	107	93	59	49	28	55	3	3	3	3	2	2	2	4
Prominenter	285	436	513	521	535	545	78	138	13	16	16	18	22	22	5	9
Alltagsbürger/Sonstige	933	1 109	1 588	1 293	1 370	1 383	1 167	1 009	43	42	50	44	57	57	71	66
Gesamt	2 165	2 661	3 177	2 927	2 424	2 435	1 642	1 523	100	100	100	100	100	100	100	100

1) Untersuchungszeitraum 2012: 12.-18. März, 1.-7. Juni, 24.-30. September, 26. November - 2. Dezember;
 Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 5 Akteure in nonfiktionalen Angeboten 2013
vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00 - 1.00 Uhr, Auftritte in %



1) Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November.
 Abweichungen durch Rundungen möglich.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Tab. 8 Akteure in Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) 2012 und 2013 – nach Sendungsform
 vierwöchige Stichprobe¹⁾, 17.00-1.00 Uhr

	Sendedauer in Min./Tag								in %							
	ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1		ARD/Das Erste		ZDF		RTL		Sat.1	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Magazin	1 573	1 692	2 256	1 988	1 883	1 761	1 005	847	1 573	1 692	2 256	1 988	1 883	1 761	1 005	847
Politiker	142	159	178	150	144	150	132	111	9	9	8	8	8	9	13	13
Repräsentant	283	245	299	215	181	135	128	101	18	14	13	11	10	8	13	12
Sachexperte	115	91	121	75	80	64	62	56	7	5	5	4	4	4	6	7
Journalist	5	26	9	24	12	20	5	8	0	2	0	1	1	1	0	1
Polizei/Militär	54	73	90	85	39	33	16	28	3	4	4	4	2	2	2	3
Prominenter	248	380	394	457	528	491	48	101	16	22	17	23	28	28	5	12
Alltagsbürger/Sonstige	726	718	1165	982	899	868	614	442	46	42	52	49	48	49	61	52
Doku/Bericht/Reportage	298	604	739	651	104	153	223	255	298	604	739	651	104	153	223	255
Politiker	113	187	106	173	–	26	3	3	38	31	14	27	–	17	1	1
Repräsentant	57	44	92	96	2	2	11	4	19	7	12	15	2	1	5	2
Sachexperte	15	32	78	104	4	1	3	7	5	5	11	16	4	1	1	3
Journalist	11	21	6	14	–	4	–	–	4	3	1	2	–	3	–	–
Polizei/Militär	5	6	17	8	9	2	–	21	2	1	2	1	9	1	–	8
Prominenter	2	25	63	10	1	–	27	31	1	4	9	2	1	–	12	12
Alltagsbürger/Sonstige	95	289	377	246	88	118	179	189	32	48	51	38	85	77	80	74
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	294	365	161	285	13	8	32	37	294	365	161	285	13	8	32	37
Politiker	72	165	39	121	–	–	9	16	24	45	24	42	–	–	28	43
Repräsentant	39	25	5	8	–	1	5	3	13	7	3	3	–	13	16	8
Sachexperte	19	13	14	6	2	6	2	3	6	4	9	2	15	75	6	8
Journalist	16	21	3	32	1	–	–	2	5	6	2	11	8	–	–	5
Polizei/Militär	1	8	–	–	–	–	–	1	0	2	–	–	–	–	–	3
Prominenter	35	31	56	54	1	1	–	4	12	8	35	19	8	13	–	11
Alltagsbürger/Sonstige	112	102	44	64	9	–	16	8	38	28	27	22	69	–	50	22
Ereignisübertragung	–	–	17	–	–	110	–	–	–	–	17	–	–	110	–	–
Politiker	–	–	1	–	–	1	–	–	–	–	6	–	–	1	–	–
Repräsentant	–	–	4	–	–	14	–	–	–	–	24	–	–	13	–	–
Sachexperte	–	–	12	–	–	–	–	–	–	–	71	–	–	–	–	–
Journalist	–	–	–	–	–	2	–	–	–	–	–	–	–	2	–	–
Prominenter	–	–	–	–	–	52	–	–	–	–	–	–	–	47	–	–
Alltagsbürger/Sonstige	–	–	–	–	–	41	–	–	–	–	–	–	–	37	–	–
Doku-Soap/Doku-Inszenierung	–	–	–	–	424	403	382	384	–	–	–	–	424	403	382	384
Politiker	–	–	–	–	–	1	–	–	–	–	–	–	–	0	–	–
Repräsentant	–	–	–	–	24	11	3	–	–	–	–	–	6	3	1	–
Sachexperte	–	–	–	–	10	20	6	7	–	–	–	–	2	5	2	2
Polizei/Militär	–	–	–	–	11	14	12	5	–	–	–	–	3	3	3	1
Prominenter	–	–	–	–	5	1	3	2	–	–	–	–	1	0	1	1
Alltagsbürger/Sonstige	–	–	–	–	374	356	358	370	–	–	–	–	88	88	94	96
Sonstige nonfikt. Form	–	–	4	3	–	–	–	–	–	–	4	3	–	–	–	–
Repräsentant	–	–	2	2	–	–	–	–	–	–	50	67	–	–	–	–
Alltagsbürger/Sonstige	–	–	2	1	–	–	–	–	–	–	50	33	–	–	–	–

1) Untersuchungszeitraum 2012: 12.-18. März, 1.-7. Juni, 24.-30. September, 26. November - 2. Dezember;
 Untersuchungszeitraum 2013: 18.-24. März, 10.-16. Juni, 16.-22. September, 18.-24. November.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Fazit

Die Analyse der Nonfictionangebote in den Hauptprogrammen von ARD, ZDF, RTL und Sat.1 folgt den konzeptionellen Vorgaben der Vorjahre und schreibt die Entwicklung formaler und inhaltlicher Tendenzen im Informationsangebot und Factual Entertainment der größten deutschen Fernsehanbieter auf der Basis einer vierwöchigen Stichprobe, begrenzt auf die zuschauerstarke Tageszeitphase von 17.00 bis 1.00 Uhr, für das Jahr 2013 fort.

Unterschiedliche Orientierung ö.-r. und privater Sender bei Vermittlung von Realität

Die wichtigsten Befunde belegen erneut, dass sich die öffentlich-rechtlichen und privaten Sender in Umfang und Art der Realitätsvermittlung deutlich unterscheiden, sie lassen sich in folgenden Punkten zusammenfassen:

1) Das Nonfictionangebot von ARD/Das Erste und ZDF ist umfangreicher, informationsorientierter und vielfältiger als das von RTL und besonders Sat.1. Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme berichten und dokumentieren in klassisch journalistischen Formen reales Geschehen, die privaten Hauptprogramme verwenden neben diesen Formen einen erheblichen Anteil ihres geringeren Angebotsumfangs für Realityformate des Factual Entertainments zur Vermittlung inszenierter Realität.

ARD und ZDF dominieren Informations-sendungen

2) ARD/Das Erste und ZDF dominieren in fast allen informationsorientierten Sendungsformen. Sie bieten ein breiteres Spektrum an Nachrichten- und Magazinformaten, klassischen Dokumentationen, Berichten und Reportagen. Zudem schaffen sie mit ihren Gesprächssendungen Foren der Meinungsbildung, die es bei RTL und Sat.1 so nicht gibt. Die Privatsender dominieren das Angebot an Doku-Soaps und Doku-Inszenierungen. Die größte gemeinsame Schnittmenge haben die privaten mit den öffentlich-rechtlichen Sendern in den Magazinangeboten.

Politikthematisierung und Alltagsthemen

3) Wie in den Sendungsformen unterscheiden sich die öffentlich-rechtlichen von den privaten Hauptprogrammen auch in den Inhaltsstrukturen. Bei ARD/Das Erste und ZDF hat die Politikthematisierung vor allen anderen Inhalten den Vorrang. Bei RTL und noch deutlicher bei Sat.1 haben Alltagsthemen und zwischenmenschliche Beziehungen des Privatlebens den Vorrang. Zudem bieten die öffentlich-rechtlichen Sender in ihren Nonfictionsendungen mehr Kultur und die privaten mehr Kriminalität.

Hochwasser und Bundestagswahl als besondere Ereignisse in 2013

4) Besondere Ereignisse im Jahr 2013, das Hochwasser in Deutschland und die Bundestagswahl, haben bei allen Sendern zu höheren Sendezeitanteilen der Berichterstattung über Katastrophen geführt und auch die Politikthematisierung hat bei allen Sendern mit Ausnahme von Sat.1 einen Zuwachs zu verzeichnen. Unter dem Einfluss dieser Ereignisse ist die Distanz zwischen ARD/Das Erste und ZDF sowie tendenziell auch zu RTL geringer und zu Sat.1 größer geworden.

5) Die unterschiedlichen Inhaltsprofile der öffentlich-rechtlichen und privaten Sender wirken sich auch auf die Auftrittschancen von Akteuren aus. Abgesehen von der allgemein starken Präsenz der Alltagsbürger bei allen Sendern, haben Politiker und gesellschaftliche Repräsentanten wesentlich mehr Auftrittschancen bei ARD und ZDF als bei RTL und Sat.1.

Die Informationsstärke und Realitätsnähe der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme bleibt somit stabil. Dagegen nutzen die privaten Sender bei geringeren Anforderungen an ihre Informationsangebote einen größeren Spielraum für Alternativen.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Krüger, Udo Michael: Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung. Programmanalyse 2013 – Teil 1: Sparten und Formen. In: Media Perspektiven: 4/2014, S. 219-241.
- 2) So wurde in den im NRW-Kabelnetz empfangbaren regionalen Fensterprogrammen bei RTL statt des Boulevardmagazins "Explosiv" das Regionalmagazin "RTL West" und bei Sat.1 statt der Fernsehserie "Niedrig und Kuhnt" sowie der Scripted-Doku-Soaps „Pures Leben – Mitten in Deutschland“ und „Schicksale – und plötzlich ist alles anders“ das Regionalmagazin "17.30 Sat.1 NRW" ausgestrahlt.
- 3) Vgl. Krüger, Udo Michael/Thomas Zapf-Schramm/Christiane Müller: Wahlinformationen im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen. Ergebnisse des ARD/ZDF-Wahlmonitors 2013. In: Media Perspektiven 12/2013, S. 589-612.
- 4) Vgl. Krüger, Udo Michael: Sendungsformen, Themen und Akteure im Nonfictionangebot von ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Programmanalyse 2012 – Teil 2. In: Media Perspektiven 5/2013, S. 281-299.
- 5) Vgl. Krüger, Udo Michael: Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung. Programmanalyse 2012 – Teil 1: Sparten und Formen. In: Media Perspektiven 4/2013, S. 221-245.
- 6) Vgl. Krüger, Udo Michael: InfoMonitor 2013: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Themen, Ereignisse und Akteure. In: Media Perspektiven 2/2014, S. 62-93.
- 7) Vgl. hierzu Anm. 2.

Unterschiedlich starke Präsenz von Alltagsbürgern und Politikern

