

Talkshows bei ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und PRO SIEBEN im Vergleich

→ Thementrends in Talkshows der 90er Jahre

Udo Michael Krüger*

Tendenz zur Thematisierung der Privatsphäre in Talkshows

Als Paul F. Lazarsfeld und Robert K. Merton (1) in den 60er Jahren eine der zentralen Funktionen der Massenmedien mit Status verleihende Funktion umschrieben, hatten sie vermutlich nicht im Sinn, daß das Fernsehen unter dem ökonomischen Wettbewerbsdruck einmal zu Strategien der Publikumsbeteiligung greifen würde, durch die dem anonymen Bürger und den von ihm vorgetragenen privaten Alltagsproblemen öffentlicher Status und Bedeutsamkeit verliehen wird. Dies findet zunehmend seit Mitte der 90er Jahre in den USA, und von dort adaptiert auch in Deutschland, im Bereich der Fernsehtalkshows statt und hat in Teilen der Öffentlichkeit eine kritische Diskussion über Wertverletzungen, Tabubrüche und falsche Vorbilder für die Jugend ausgelöst. (2) Die Sender haben nach Mahnungen seitens der Landesmedienanstalten inzwischen einen Verhaltenskodex akzeptiert. (3) Talkshowanalysen im Auftrag der Landesmedienanstalten und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) haben empirische Belege dazu erbracht, daß die Themen eher harmlos und die anstößigen Sexthemen rückläufig seien. (4)

In welche Richtung sich die Talkshows im deutschen Fernsehen weiterentwickeln werden, bleibt dennoch fraglich. Wie Bradley S. Greenberg und seine Mitarbeiter (5) mit einer Inhaltsanalyse belegen, finden sich in den amerikanischen Daily-Talks neben Familien-, Gesundheits- und Sexthemen auch Interaktionen der Gäste in dramatischen Formen verbaler bis hin zu körperlicher Gewalt. Schaut man auf den Quotenerfolg der in dieser Hinsicht spektakulären „Jerry Springer Show“ (6), könnten entsprechende Formatadaptionen eventuell auch für deutsche Fernsehsender attraktiv sein.

Talkshows als kulturelle Indikatoren

Versucht man die Entwicklung der Talkshows in einen allgemeineren theoretischen Bezugsrahmen zu stellen, bietet sich George Gerbners Ansatz zur Kulturelle-Indikatoren-Forschung an. (7) Diese Forschungsrichtung hatte ihre Höhepunkte bereits in den 70er und 80er Jahren, als die Problematisierung von Gewalt in Fictionsendungen des Fernsehens die amerikanische Öffentlichkeit erregte und eine langfristige Reihe von Untersuchungen hervorrief, die unter der Bezeichnung Violence Profiles in der internationalen Fernsehforschung Beachtung fanden. (8) Der Gerbnersche Ansatz, Fernsehinhalte zum Indikator kultureller Strömungen zu wählen, um aus der Struktur der Medienrealität einer Gesellschaft Folgerungen über die Entste-

hung der Vorstellungsbilder von der gesellschaftlichen Wirklichkeit und damit auch über die Wirkungsweisen von Fernseheinflüssen abzuleiten, wurde in unterschiedlichen Varianten auch in einigen europäischen Ländern und in Deutschland aufgegriffen. (9) Gerbners Perspektive umfaßt: 1. die Analyse der Institutionen, die das Mediensystem repräsentieren und die für die Produktion der Medien Verantwortung tragen (institutional analysis), 2. die Analyse des Medienangebots bzw. seiner Inhalte (message system analysis) und 3. die Analyse der Folgen des Medienangebots im Sinne einer gesellschaftlichen Kultivierung der Inhalte (cultivation analysis). Für die vorliegende Untersuchung der Thementrends in deutschen Talkshows der 90er Jahre erscheint Gerbners Ansatz deshalb fruchtbar, weil sich die Message system analysis mit der Frage nach der gesamtgesellschaftlichen Rolle verknüpfen läßt, in der die kulturell und ökonomisch agierenden Fernsehanbieter im dualen System auftreten.

Talkshows im kommerzialisierten Fernsehmarkt

Bedenkt man die Rahmenbedingungen und insbesondere die kommerzielle Marktlogik des Fernsehsystems, kann man für die 90er Jahre folgende Entwicklungen der Angebotsstrategien der Sender bei Talkshows erwarten:

- Je mehr sich die Talkshow als eigenständiges Format etabliert, das sich deutlich von anderen Showformaten unterscheidet, desto weiter differenziert sie sich in spezifische Formen aus, um an unterschiedlichen Sendeplätzen unterschiedliche Publika bzw. Zielgruppen zu gewinnen.
- Je mehr sich die Talkshow als Format etabliert und standardmäßig produziert wird, desto eher verliert sie zugleich ihren anfänglichen Exklusivcharakter, desto wahrscheinlicher wird eine partielle Verlagerung des Talkshowangebots aus der Prime time in andere Tageszeitphasen. Damit werden sich auch ihre Themen ändern, sie werden stärker auf das erwartbare, vor allem aber das erwünschte Publikum zugeschnitten sein.
- Je größer der Konkurrenzdruck durch Vermehrung zeitgleich für ein ähnliches Publikum angebotener Talkshows ist, desto wahrscheinlicher werden sich auch die Aufmerksamkeit erregenden Stimuli verschärfen. Es wird einen Zuwachs der Devianz und Permissivität in Themenwahl und Akteurwahl geben. Ebenso wird es einen Zuwachs an Inszenierung und Dramatisierung im Ablauf und in der Gestaltung der Sendungen geben.

Unter dem Konkurrenzdruck werden sich die davon besonders betroffenen Sender wahrscheinlich nicht wertorientiert, sondern zweckrational verhalten. Dabei werden sich die öffentlich-rechtlichen von den privaten Sendern tendenziell unterscheiden, denn für sie spielt der Konkurrenzdruck eine geringere, dafür aber der normative Druck, die gesellschaftlichen Werte zu erhalten, eine größere Rolle als für die privaten Sender. Das Fernsehen braucht Tabus, damit es sie verletzen

Konkurrenz verändert Talkshowformate und -themen

Werteverletzung als Aufmerksamkeitsstimulus

* Institut für empirische Medienforschung (IEM), Köln.

kann, um Aufmerksamkeit für sein Programmangebot zu schaffen. Also wird es beide Seiten in funktionierender Balance halten.

Definition der Talkshow als Untersuchungsgegenstand

Will man Talkshows in ihrer langfristigen Angebots- und Themenentwicklung untersuchen, entstehen Abgrenzungsprobleme gegenüber verwandten Formaten. Im Unterschied zu der Talkshow-Studie von Matthias Fley (10), in der sämtliche Gesprächs-sendungen einbezogen wurden, und auch zum Beitrag von Birgit van Eimeren und Heinz Gerhard in diesem Heft werden die Definitionsmerkmale hier restriktiver gefaßt. Allgemein sollen folgende Kriterien zur Abgrenzung der Talkshows gelten:

Zehn Abgrenzungskriterien des Untersuchungsgegenstands Talkshow

1. Es handelt sich um eine Sendung, in der eine vom Sender beauftragte Person in der Rolle des Talkmasters ein Gespräch mit verschiedenen Gästen führt. Die Rolle des Talkmasters bleibt personell gleichartig besetzt, die Rolle der Gäste variiert personell von Sendung zu Sendung.
2. Das Gespräch findet in Anwesenheit von Publikum statt, das sich überwiegend passiv verhält.
3. Es handelt sich um eine Studioproduktion mit der Folge von Einheit des Ortes, der Zeit und der Handlung.
4. Substantieller Gegenstand oder Rahmen des Gesprächs ist ein vorgegebenes Thema. Inhalte des Gesprächs sind subjektive Meinungsäußerungen, die auf Wissen, Einstellungen und Selbstdarstellungsmotiven der Personen basieren.
5. Es dominieren die Gestaltungselemente verbaler Kommunikation ohne Visualisierung und Musik.
6. Durch die Art und die Begrenzung der Gestaltungselemente sind auch die Möglichkeiten der Dramaturgie begrenzt.
7. Die Sendungen werden periodisch auf gleichbleibenden Sendeplätzen ausgestrahlt.
8. Produktion und Ausstrahlung liegen zeitnah beieinander. Dies verleiht der Talkshow Aktualität und Gegenwartsnähe.
9. Die Produktion findet ortsnahe zum Sender, in der eigenen Region bzw. im Land des Senders statt. Es handelt sich somit um nationale bzw. heimische Eigen- oder Auftragsproduktionen.
10. Über sämtliche Entstehungsfaktoren hat der Sender die Definitions- und Entscheidungsgewalt. Dies verleiht ihm ein Höchstmaß an Steuerungspotential und Eigenverantwortlichkeit.

Breites Spektrum an Talkshows

Zum einen sind Talkshows von Fernsehdiskussionen (z.B. „Pro und Contra“, „2 gegen 2“, „Presseclub“) abzugrenzen, zum anderen von zweckgerichteten Shows (z.B. „Rehmsen“). Dies wird um so schwieriger, je langfristiger der Untersuchungszeitraum ist, da sich die Gestaltungselemente der Talkshow im Laufe der Zeit gewandelt haben oder durch Mischformen in den Grenzbereichen zu anderen Formaten an Trennschärfe verlieren. Nicht nur das Gestaltungsrepertoire hat sich erweitert, sondern auch das Spektrum der Inhalte und der ihnen zuweisbaren Kommunikatorintentionen ist breiter geworden, so daß man von Schnittmengen zwischen Entertainment, Infotainment und Confrontainment sprechen kann, da in den Sendungen ebenso Wissensinhalte wie affektive Expressivität und Betroffenheit vermittelt werden. Dementspre-

chend verteilen sich auch die Themen über ein breites Spektrum, das von gesellschaftlich relevanter Politik bis hin zu individuellen Problemen des Intimlebens reicht.

Um dieser Vielfalt gerecht zu werden, wurden alle Sendungen als untersuchungsrelevant einbezogen, die nach den oben genannten Definitionsmerkmalen unabhängig von ihrem Inhalt der Präsentationsform der Talkshow entsprechen. Damit werden auch solche Talkshows einbezogen, die wegen ihres Inhalts in den Programmstrukturvergleichen den Informationssendungen zugeordnet werden („Talk im Turm“, „Explosiv – Der heiße Stuhl“, „Sabine Christiansen“).

Fragestellungen und Analyseinstrument

Im Mittelpunkt der Analyse stehen folgende Untersuchungsfragen:

1. Wie hat sich der Angebotsumfang der Talkshows in den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen in den 90er Jahren entwickelt?
2. Wie haben sich Ausstrahlungsrhythmus und tageszeitliche Platzierung der Talkshow langfristig verändert?
3. Welche Themenorientierungen prägen das Talkshowangebot? Wie haben sich hier die Gewichtungen verändert?
4. Wie unterscheiden sich die Sender und die Sendetitel in der Entwicklung ihrer Themenstruktur?
5. Welche Typen von Talkshows lassen sich anhand der Untersuchungsmerkmale in der langfristigen Angebotsentwicklung unterscheiden? Welchen quantitativen Stellenwert nehmen sie im Gesamtangebot ein, und welche Themenorientierungen verfolgen sie?
6. Welche Themen prägen insbesondere den Typ der Daily-Talkshow? Was charakterisiert die neuere Entwicklung dieser Variante?

Diese Fragestellungen werden mit einem Analyseinstrument zu beantworten versucht, das auf der allgemeinen Programmanalyse des Instituts für empirische Medienforschung (IFEM) zur vergleichenden Darstellung der Programmangebote der fünf Hauptsender aufbaut. (11) Es geht von der vorliegenden Material- und Datenbasis aus und verwendet teils vorhandene, teils neue Variablen. Aus der Programmanalyse lassen sich alle formalen Variablen der Sendungen nutzen. Durch Recodierung der Ausstrahlungszeiten werden neue Variablen zur Beschreibung von Austrahlungsfrequenz und Platzierung der Talkshows gebildet.

Aus über 50 detaillierten Themenitems (12) werden Themenkategorien auf mittlerer Abstraktionsebene zur Erfassung der Talkshows gewonnen. Dabei handelt es sich um folgende Kategorien: 1. Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte, 2. Gesellschaft/Justiz, 3. Kultur/Wissenschaft/Technik, Religion, 4. Soziales/Gesundheit, Arbeit/Beruf, 5. Natur/

Untersuchungsfragen

Analyseinstrument basiert auf jährlicher Programmanalyse

Zweistufiges Kategorienschema

Tier/Umwelt, 6. Freizeit/Sport, 7. Familie, 8. Alltags-/Beziehungskonflikte, 9. Prominenz/Lifestyle/Medien/Human/Interest, 10. Sex/Erotik, 11. Liebe/Partnerschaft, 12. Katastrophen/Unglücke, 13. Kriminalität, 14. Themenmix, 15. Sonstiges/nicht entscheidbar.

Diese 15 Kategorien werden in einem zweiten Schritt zu fünf Kategorien der Themenorientierung weiter zusammengefaßt: 1. Politisch und gesellschaftlich relevantes öffentliches Leben (Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte, Gesellschaft/Justiz), 2. Nichtpolitische Sachthemen (Kultur/Wissenschaft/Technik, Soziales/Gesundheit, Arbeit/Beruf, Natur/Tier/Umwelt), 3. Prominenz und Medien (Human Interest/Prominenz/Lifestyle/Showbusiness, Medien, Sport), 4. Zwischenmenschliche Beziehungen der Privatsphäre im Alltag (Familie/Erziehung, Liebe/Partnerschaft, Sex/Erotik, Alltags- und Beziehungskonflikte) und 5. Sonstiges (Katastrophen, Kriminalität, Mischcode, Sonstiges).

Untersuchungszeitraum und Stichprobe

Einbezogen werden alle Talkshows ohne Wiederholungen im Nachtprogramm, die in den vier natürlichen Untersuchungswochen der Jahre 1991 bis 1997 und in den beiden Wochen des ersten Halbjahres 1998 im Ersten Programm der ARD, im ZDF, bei RTL, SAT.1 und PRO SIEBEN ausgestrahlt wurden. Bei einer solchen Stichprobe läßt sich nicht ausschließen, daß es in der einen oder anderen Woche zu auswahlbedingten Abweichungen der normalen Programmierung der Sendeplätze kommt. Zum Beispiel kann durch Tennisübertragungen auf nachmittäglichen Sendeplätzen hin und wieder eine Talkshowsendung von ihrem normalen Sendeplatz verdrängt werden. Derartige Effekte werden als auswahlbedingte Stichprobenverzerrungen akzeptiert. Die Stichprobe umfaßt insgesamt 30 Untersuchungswochen.

Von den fünf untersuchten Sendern gehen nach einer Ausgrenzung der Sendetitel, die nicht den Definitionskriterien genügen, innerhalb der acht Jahre als Stichprobe insgesamt 44 Sendetitel in die Studie ein. Damit werden insgesamt 860 Ausstrahlungstermine einbezogen. Der Gesamtumfang der untersuchten Sendedauer beträgt 42 481 Minuten bzw. 708 Programmstunden. Die Sender unterscheiden sich nicht wesentlich in der Anzahl der Sendetitel. Die beiden großen Privatsender SAT.1 und RTL liegen mit 13 bzw. zehn verschiedenen Titeln nur knapp vor ARD und ZDF mit neun bzw. acht Titeln. PRO SIEBEN kommt wegen seines späteren Einstiegs in dieses Format nur auf vier Titel.

Art und Umfang des Talkshowangebots

Die Unterschiede zwischen den Sendern im Angebotsumfang ergeben sich weniger aus der Anzahl der Sendetitel, sondern eher daraus, wann, in welcher Sendelänge, mit welcher Kontinuität und mit

welcher Ausstrahlungsfrequenz die einzelnen Titel eingeführt wurden. Tabelle 1 gibt einen Überblick über Einführung und Verweildauer der Sendetitel innerhalb des achtjährigen Untersuchungszeitraums.

Bei der ARD wurden 1991 vier Titel verzeichnet: „Talkshow im WWF-Studio“, „Heut' Abend“, „Veranda“, „Talk täglich“ und „Boulevard Bio“. Davon blieb „Talk täglich“ bis 1993 im Programm, und „Boulevard Bio“ erreichte bis 1998 die bislang höchste Verweildauer im ARD-Angebot. Für „Talk täglich“ wurde ab 1994 werktäglich die Nachmittags-Talkshow „Fliege“ ausgestrahlt, die seitdem den höchsten Sendezeitanteil bei der ARD hat. 1996 kamen die Sendungen „Juliane & Andrea“ sowie „Wat is?“ hinzu. Während „Juliane & Andrea“ nur 1996 im Programm war, hielt sich „Wat is?“ bis heute. 1998 führte die ARD als Konkurrenz zu „Talk im Turm“ die Polit-Talkshow „Sabine Christiansen“ ein. Gegenwärtig besteht das Talkshowangebot der ARD danach aus einer Daily-Talkshow und drei wöchentlich ausgestrahlten Sendungen.

Das ZDF-Angebot bestand ab 1992 aus der Sendung „Live“, die bis 1995 im Programm blieb. 1993 gab es zusätzlich die Sendung „Menschen“, 1994 wurde „Willemsens Woche“ eingeführt, diese Sendung ist im Juni 1998 eingestellt worden. 1995 kamen die Titel „Hera Lind & Leute“ sowie „Kaffeeklatsch“, 1997 „Conrad und Co.“ und 1998 „Mensch, Ohrner“ und „Die Johannes B. Kerner Show“ dazu. Die längste Verweildauer von allen Talkshows im ZDF hatte bisher „Willemsens Woche“.

Bei RTL bestand das Talkshowangebot 1991 aus den drei Titeln „Dall-As“, „Die Woche – Menschen im Gespräch“ und „Explosiv – Der heiße Stuhl“. 1992 verschwand „Dall-As“, hinzu kamen „Gottschalk's Late Night Show“ sowie „Hans Meiser“ als erste Daily-Talkshow im deutschen Fernsehen. „Gottschalk“ endete 1995, „Hans Meiser“ ist bis heute auf Sendung. 1995 wurde die Daily-Talkshow-Leiste durch die Sendung „Ilona Christen“ verstärkt, die bis heute im Programm ist. Ebenfalls als Daily-Talk wurde zusätzlich die Sendung „Bärbel Schäfer“ eingeführt. Zu erwähnen, in der vorliegenden Untersuchung allerdings nicht mehr berücksichtigt, ist die im September 1998 neu eingeführte Daily-Talk-Sendung „Birte Karalus“, die Gegenstand heftiger öffentlicher Auseinandersetzung war (vgl. den Beitrag von Birgit van Eimeren und Heinz Gerhard in diesem Heft). Drei weitere Titel, „RTL-Nachtshow“ (1994-95), „Schlingensiefel – Talk 2000“ (1997) und „Schreinemakers TV“ (1997), hatten bei RTL nur eine vorübergehende Karriere.

Bei SAT.1 gab es 1991 nur die Sendung „Talk im Turm“. Sie ist bis heute im Programm und hat sich im Laufe der Jahre zunehmend als Polit-Talk profiliert. Von 1992 bis 1996 dauerte die Karriere von „Schreinemakers live“ bei SAT.1. Hinzu kam für

Je vier Untersuchungswochen 1991-1997, zwei Wochen im 1. Halbjahr 1998

44 Sendetitel, 860 Ausstrahlungstermine erfaßt

Talkshows der ARD

ZDF-Talkshows

RTL führte 1992 erste Daily-Talkshow ein

SAT.1-Talkshows

① **Talkshow-Analyse 1991 bis 1998: Erfasste Sendetitel in den jeweiligen Untersuchungszeiträumen**
nach Sendeminuten ¹⁾

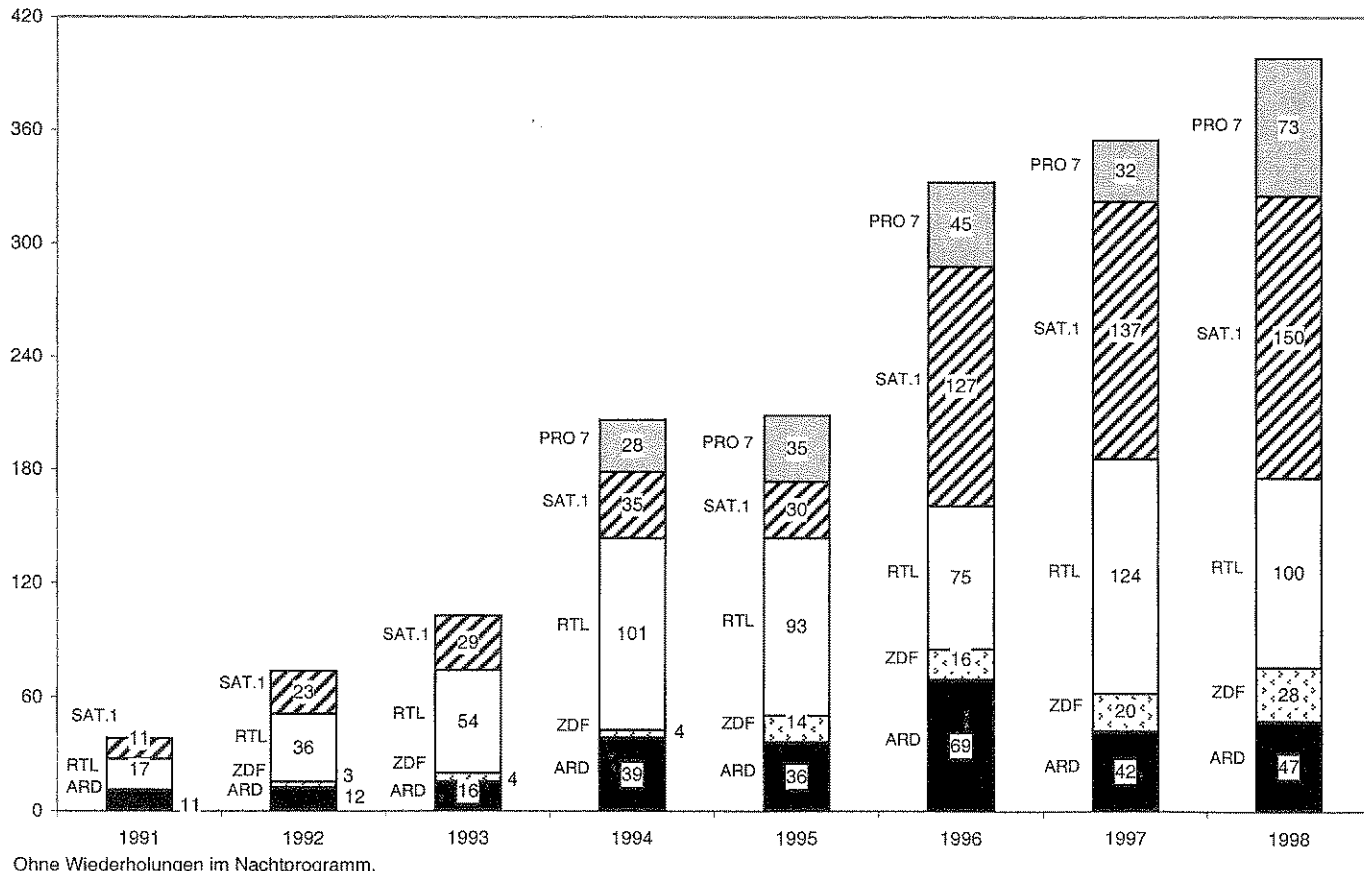
Sender/Titel	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Gesamt
Erfasste Sendeminuten gesamt	1 077	2 075	2 883	5 779	5 846	9 315	9 933	5 573	42 481
ARD	312	350	441	1 082	1 021	1 945	1 187	664	7 003
Talkshow im WWF-Studio	12								12
Heut'Abend	42								42
Veranda	58								58
Talk täglich	81	164	250						495
Boulevard Bio	119	186	191	243	241	235	239	58	1513
Fliege				839	780	889	850	400	3758
Juliane & Andrea						792			792
Wat is?						28	99	87	214
Sabine Christiansen								119	119
ZDF		84	122	117	397	446	553	395	2 113
Live		84	78	60	127				349
Menschen			44						44
Willemsens Woche				57	185	190	237	61 ²⁾	729
Hera Lind & Leute					56	169	100		325
Kaffeeklatsch					29	87	116	29	261
Conrad und Co							100	92	192
Mensch, Ohrner!								166	166
Die Johannes B. Kerner-Show								48	48
RTL	464	1 005	1 512	2 818	2 609	2 112	3 460	1 398	15 378
Dall-As	102								102
Die Woche – Menschen im Gespräch	261	44							306
Explosiv – Der heiße Stuhl	101	201	199						500
Gottschalk		251	304	365	184				1104
Hans Meiser		508	757	965	713	696	986	468	5094
Ilona Christen			253	967	706	682	930	463	4000
RTL – Nachtshow				522	505				1027
Bärbel Schäfer					502	734	960	467	2663
Schreinemakers TV							555		555
Schlingensief – Talk 2000							29		29
SAT.1	301	637	808	982	834	3 557	3 824	2 096	13 037
Talk im Turm	301	304	302	296	277	215	199	46	1939
Schreinemakers live		236	281	367	556	596			2037
Jux & Dallerei		96	47	97					240
Herrmann			121						121
Ulrich Meyer: Einspruch			57	153					210
No Sports				68					68
Kerner						917	922	233	2072
Die Harald Schmidt Show						888	724	398	2011
Vera am Mittag						942	924	463	2328
Sonja							930	464	1395
Jetzt reicht's							96		96
Schlingensief – Talk 2000							29		29
Jörg Pilawa								491	491
PRO SIEBEN				781	985	1 254	909	1 021	4 950
Arabella Kiesbauer				781	985	942	909	436	4052
Arabella Night						313			313
Andreas Türck								457	457
Die Ulla Kock am Brink Show								127 ²⁾	127

1) Ohne Wiederholungen im Nachtprogramm.

2) In der Untersuchung noch erfasst, danach eingestellt.

Untersuchungswochen waren: 1991: 18.-24.3.; 10.-16.6.; 7.-13.10.; 2.-8.12. 1992: 16.-22.3.; 6.-12.7.; 21.-27.9.; 30.11.-6.12. 1993: 1.-7.3.; 21.-27.6.; 6.-12.9.; 6.-12.12. 1994: 14.-20.3.; 25.-31.7.; 12.-18.9.; 28.11.-4.12. 1995: 3.-9.4.; 26.6.-2.7.; 11.-17.9.; 21.-27.11. 1996: 11.-17.3.; 24.-30.6.; 9.-15.9.; 11.-17.11. 1997: 7.-13.4.; 23.-29.6.; 6.-12.10.; 8.-14.12. 1998: 2.-8.5.; 29.6.-5.7.

Abb. 1 Entwicklung des Talkshowangebots der Sender
Minuten pro Tag



Ohne Wiederholungen im Nachtprogramm.

die Jahre 1992 bis 1994 „Jux & Dallerei“, im Jahr 1993 lief ferner die Sendung „Herrmann“. Ebenfalls 1993 eingeführt wurde „Ulrich Meyer - Einspruch“, nach Meyers Wechsel von RTL zu SAT.1 die Fortsetzung von „Der heiße Stuhl“. Bereits 1994 wurde diese Sendung wieder eingestellt. Zu einer massiven Angebotsausweitung kam es bei SAT.1 ab 1996 durch die Sendungen „Kerner“, „Die Harald Schmidt Show“ und „Vera am Mittag“, die beiden letztgenannten bis heute im Programm. Hinzu kamen 1997 „Sonja“ und 1998 „Jörg Pilawa“ (als Ersatz für „Kerner“). Neben diesen Sendungen mit hoher Ausstrahlungsfrequenz und dementsprechend hohem Sendezeitanteil fielen die beiden nur 1997 gesendeten Titel „Jetzt reicht’s“ und „Schlingensiefel - Talk 2000“ (letzterer als DCTP-Produktion sowohl bei RTL als auch bei SAT.1 im Programm) kaum ins Gewicht. Ein Blick auf die Entwicklung der Talkshows bei SAT.1 zeigt mehrere Brüche und Inkonsistenzen in der Programmierung. Sieht man vom Dauerbrenner „Talk im Turm“ ab, dominierten in der ersten Hälfte der 90er Jahre „Schreinemakers live“, in der zweiten Hälfte einerseits Harald Schmidts Late Night Show und andererseits die Daily-Talks. Alle übrigen Titel erscheinen eher als disparate Versuche ohne langfristige Konzeption.

gehende Erweiterung „Arabella Night“ hinzu, die 1997 wieder eingestellt wurde. 1998 wurde auch bei PRO SIEBEN das Talkshowangebot durch zwei neue Titel, „Andreas Türck“ und „Die Ulla Kock am Brink Show“ ausgebaut, wobei letztere bereits nach kurzer Zeit wieder eingestellt wurde.

Blickt man auf das Gesamtangebot in den Jahren 1991 bis 1998 zurück, haben bei den wöchentlichen Talkformaten die ARD-Sendung „Boulevard Bio“ und die SAT.1-Sendung „Talk im Turm“ die längste und beständigste Laufzeit, während beim Daily-Talk die RTL-Sendung „Hans Meiser“ in puncto Laufzeit und Sendedauer an der Spitze steht.

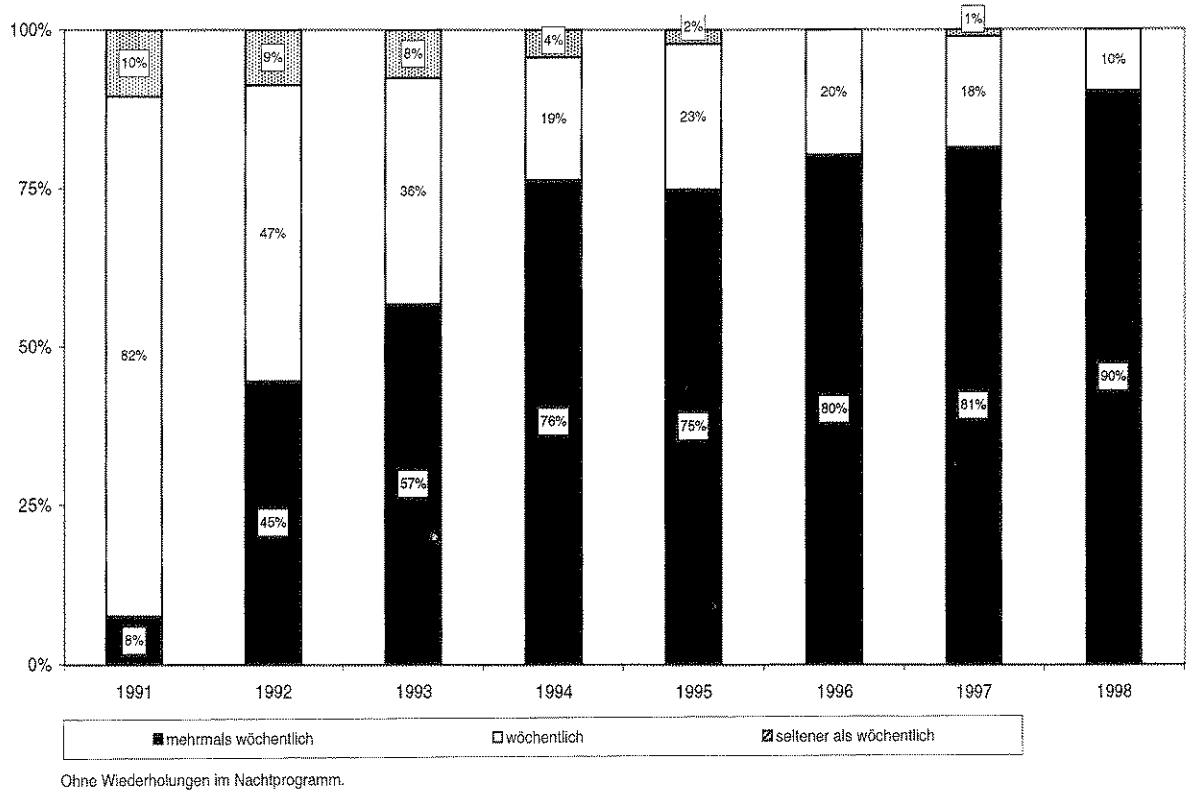
Seit 1991 stieg der Gesamtumfang des Talkshowangebots von 38 Minuten pro Tag bis auf 398 Minuten im Jahr 1998 - in acht Jahren hat sich das Angebot also mehr als verzehnfacht. Sprunghafte Zuwächse gab es von 1993 auf 1994 und dann nochmals von 1995 auf 1996 (vgl. Abbildung 1). RTL hatte von Anfang an eine führende Rolle im Talkshowangebot, die von 1991 bis 1995 gehalten wurde. Daneben waren in den Jahren 1991 bis 1995 als konkurrierende Anbieter nur ARD und SAT.1 von nennenswerter Bedeutung. Ab 1996 übernahm SAT.1 die Rolle als größter Talkshowanbieter, gemessen an Sendeminuten pro Tag. Das ZDF sendete ab 1992 Talkshows, allerdings nur in sehr geringem Umfang. Zwar stieg auch beim ZDF das Talkshowangebot in den 90er Jahren leicht an, es blieb jedoch in allen Jahren weit hinter dem der

Talkshowangebot in acht Jahren verzehnfacht

Talkshows bei PRO SIEBEN

PRO SIEBEN ist der kleinste und jüngste Talkshow-Anbieter. Seit 1994 gibt es die Daily-Talkshow „Arabella Kiesbauer“, 1996 kam als vorüber-

Abb. 2 Ausstrahlungsfrequenz der Talkshows



anderen Sender zurück. PRO SIEBEN begann erst 1994 mit der Ausstrahlung von Talkshows und rückte inzwischen jedoch vor die ARD an die dritte Stelle der Anbieter, so daß jetzt alle drei Privatsender vor den öffentlich-rechtlichen Sendern liegen.

Ausstrahlungsrhythmus und Platzierung

Trend zu mehrmals wöchentlicher Ausstrahlung

Ein generelles Merkmal der Fernsehentwicklung in den 90er Jahren ist die zunehmende Formatisierung des gesamten Programmablaufs. Die Talkshows sind nicht nur davon mitbetroffen, sondern sie haben selbst wesentlich zu dieser Entwicklung beigetragen. Erkennbar ist auch ein klarer Trend zu häufigerer Ausstrahlung. Bereits die grobe Unterscheidung nach drei Ausstrahlungsrhythmen – seltener als wöchentlich, wöchentlich und mehrmals pro Woche – macht deutlich, wie sich das Angebot zunehmend verdichtet hat (vgl. Abbildung 2).

So wurden 1991 nur 8 Prozent des Talkshowangebots mehrmals pro Woche ausgestrahlt, 82 Prozent wöchentlich und 10 Prozent seltener als wöchentlich. Bis 1994 erhöhte sich der Anteil mehrmaliger Ausstrahlungen pro Woche auf 76 Prozent, während die wöchentlichen Sendetermine auf 19 Prozent zurückgingen. Dieser Trend setzt sich weiter fort, so daß 1998 90 Prozent des Talkshowangebots auf Sendungen entfielen, die mehrmals pro Woche ausgestrahlt werden, und 10 Prozent auf wöchentliche Sendungen.

Verlagerung vom Abend auf Ausstrahlung tagsüber

Das Schwergewicht des Talkshowangebots hat sich in den 90er Jahren zunehmend von der Hauptsendezeit (19.00-23.00 Uhr) in die Tageszeit von 6.00 bis 19.00 Uhr, die Daytime, verlagert (vgl. Abbildung 3). Entfiel noch 1991 knapp die Hälfte der

Gesamtsendedauer von Talkshows auf die Hauptsendezeit und nur ein Drittel auf die Daytime, waren es 1994 nur noch 16 Prozent in der Hauptsendezeit, dafür nun fast zwei Drittel während des Tages. Bis 1998 ging der Anteil in der Hauptsendezeit weiter bis auf 7 Prozent zurück, während der Daytime-Anteil bis auf 84 Prozent stieg. Auch der Anteil der Talkshows am Spätabend und nachts (23.00-2.00 Uhr) ging von 20 Prozent im Jahr 1991 bis auf 9 Prozent im Jahr 1998 zurück. Mit dem Trend zur Platzierung der Talkshows in die Daytime fallen wesentliche Veränderungen zusammen, die das Konzept der Talkshows, die erreichbaren Zielgruppen und anderes betreffen.

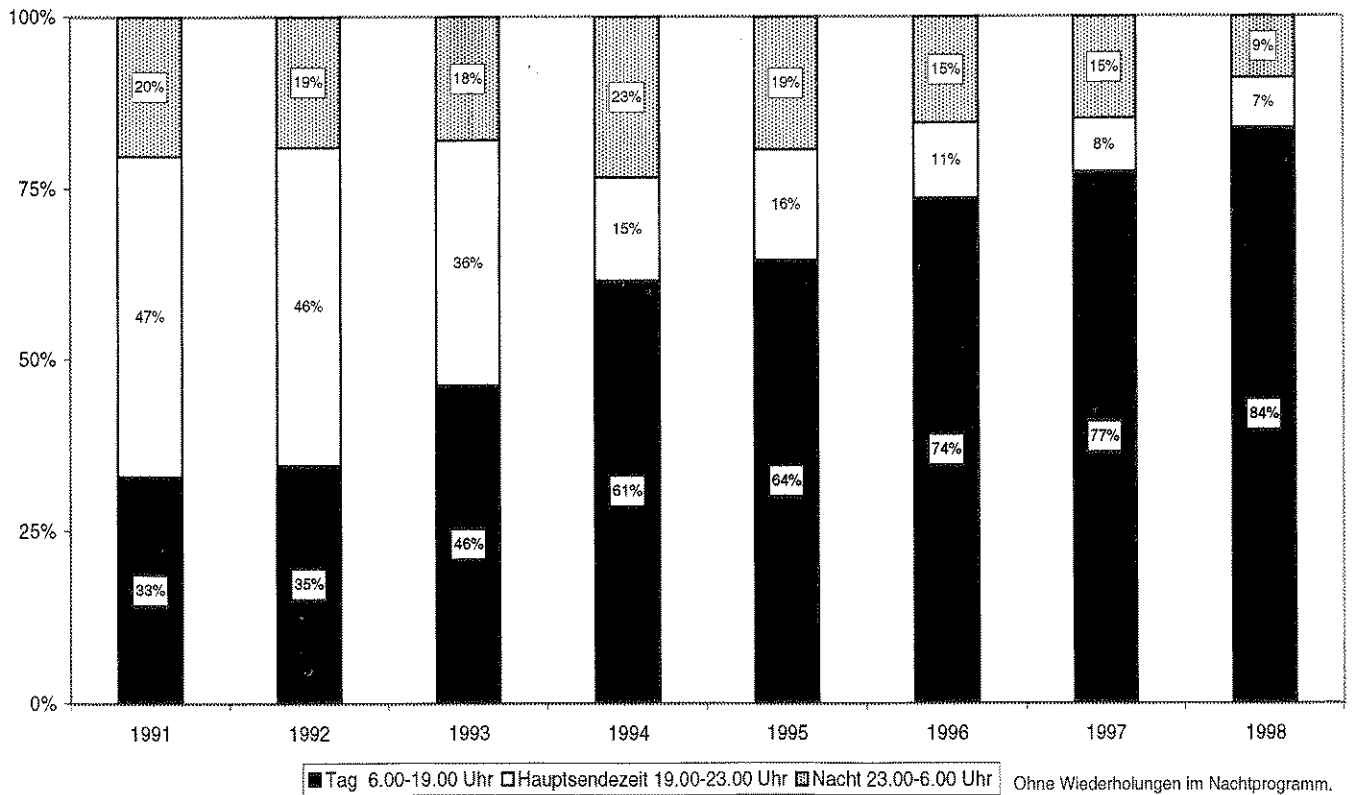
Die Verlagerung in die Zeit während des Tages und die steigende Ausstrahlungsfrequenz haben Talkshows zum dominanten Format im Tagesprogramm der Sender werden lassen. Damit verbunden erfordern Produktionsumfang und die schnelle Verwertung ähnlich wie bei der Daily soap Massenproduktionsformen mit allen Konsequenzen hinsichtlich Logistik und Qualität.

Themenentwicklung 1991 bis 1998

Betrachtet man die Themenentwicklung nach den eingangs beschriebenen fünf Hauptkategorien der Themenorientierung, zeigt sich im Verlauf der Jahre ein klarer Trend zur Thematisierung des Privaten. Befaßte sich im Jahr 1991 noch mehr als ein Drittel des Talkshowangebots (35,6%) mit Aspekten des politischen und öffentlichen Lebens, so

1998 mehr als 50% der Themen aus Sektor Privates/ Zwischenmenschliches

Abb. 3 Plazierung der Talkshows im Programmablauf
alle Sender



waren es 1998 nur noch 2,6 Prozent. Dagegen thematisierten im Jahr 1991 nur 5,3 Prozent des Gesamtangebots zwischenmenschliche Beziehungen und die Privatsphäre, 1998 war das bei mehr als der Hälfte des gesamten Talkshowangebots (51,7%) der Fall (vgl. Abbildung 4).

Der Austausch des im weitesten Sinne Öffentlichen gegen das Private, das ja auf diese Weise ebenfalls öffentlich wird, signalisiert eine Verschiebung im Verständnis von Zuschauerbedürfnissen, wie sie auch in anderen Angebotsbereichen, vor allem im Boulevardjournalismus, festzustellen ist. (13) Hier wie dort kann man von einer Kommerzialisierung der öffentlichen Kommunikation sprechen mit nicht nur marginalen Folgen für den öffentlichen Diskurs. (14) Randthemen der Gesellschaft werden tendenziell aufgebauscht mit der Folge, daß relevante Information für die Bürger ausgeklammert werden. (15)

Weitere thematische Aufschlüsselung bestätigt Rückgang des Politischen/ Gesellschaftlichen

Betrachtet man die Themenentwicklung auf einer mittleren Abstraktionsebene anhand der 15 Einzelkategorien, ergibt sich für das untersuchte Gesamtangebot der Talkshows im Zeitraum von 1991 bis 1998 folgende Rangfolge: 1. Prominenz/Lifestyle/Human Interest (19,7%), 2. Alltags- und Beziehungskonflikte (15,3%), 3. Soziales/Gesundheit/Arbeit (15,0%), 4. Familie (10,5%), 5. Liebe/Partnerschaft (10,0%), 6. Sex/Erotik (6,0%), 7. Politik/

Wirtschaft/Zeitgeschichte (3,4%), 8. Gesellschaft/Justiz (3,3%), 9. Kultur/Wissenschaft/Kirchliches (3,1%), 10. Kriminalität (2,4%), 11. Sport (2,1%), 12. Natur/Tiere/Umwelt (1,4%), 13. Katastrophen/Unglücke (0,5%). Hinzu kommen 2,9 Prozent Mischthemen und 4,4 Prozent Sonstiges.

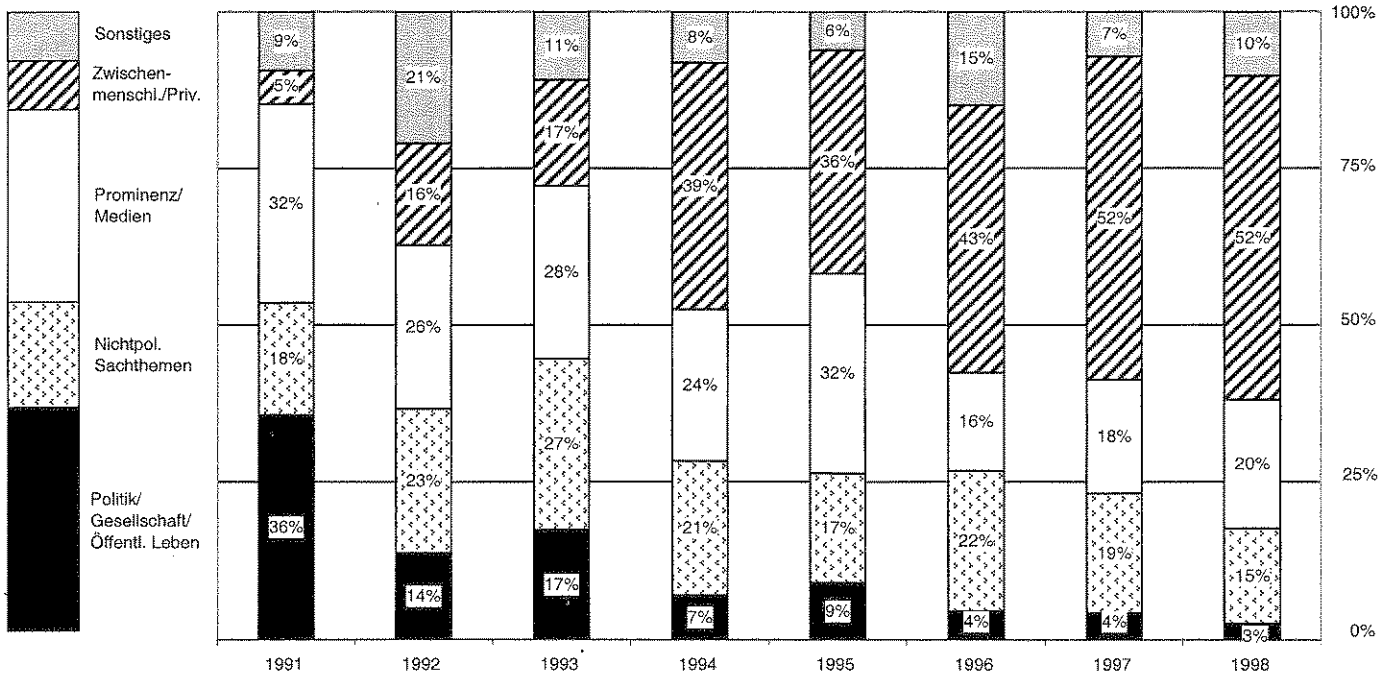
Es zeichnen sich somit vier dominante Bereiche ab: 1. Prominenz und Unterhaltung, 2. Familie, Liebe und Partnerschaft, 3. Soziales, Gesundheit, Arbeitsleben und 4. Individuelle Konflikte in privaten Beziehungen und Alltagsprobleme. Themen des öffentlichen Lebens mit Bezug zu Politik, Wirtschaft und Justiz sind nur nachrangig vertreten, noch geringer ist die Bedeutung solcher Themen, die einen Bezug zur Kultur, Wissenschaft, Forschung und Technik haben. Auf der anderen Seite sind aber auch typische Kategorien der Boulevardisierung nur nachrangig vertreten. Sex- und Erotikthemen erhalten etwas weniger Sendezeit als Themen zu Politik und Gesellschaft im weiteren Sinne. Eine sehr geringe Rolle spielen Kriminalität und Katastrophen. Insgesamt scheint sich das Themenspektrum an den alltäglichen Lebensbereichen der Bevölkerungsmehrheit zu orientieren, während die institutionellen Handlungsbereiche wie Politik, Kultur nahezu bedeutungslos sind.

Typische Boulevardthemen eher nachrangig vertreten

Über den Untersuchungszeitraum hinweg zeigen sich im einzelnen folgende Veränderungen: 1991 dominierte noch klar der öffentliche Handlungsbereich in Form von Themen aus Gesellschaft, Justiz,

Veränderungen 1991 bis 1998 im einzelnen

Abb. 4 Entwicklung der thematischen Ausrichtung der Talkshows 1991 bis 1998
alle Sender



Ohne Wiederholungen im Nachtprogramm.

Soziales, Gesundheit, Arbeitsleben und Politik. Auf diese Themen entfiel zusammengenommen mehr als die Hälfte der Sendedauer der erfassten Talkshows. Sex/Erotik war 1991 in Talkshows noch kein eigenständiges Thema. Ab 1992 verlagerte sich der Schwerpunkt weg von den öffentlichen und eher institutionell geprägten Bereichen hin zu den Bereichen Prominenz und Unterhaltung. Einen spürbaren Zuwachs verzeichnen seitdem auch die Themen, die sich mit Familie und anderen Formen des Zusammenlebens befassen. Dabei geht es weniger um gesellschaftliche/institutionelle Wertvorstellungen, vielmehr werden mehr Themen des Sozialen, der Gesundheit und der Arbeit aus dem privaten Leben betont. Verstärkt wird der Trend zur „Privatisierung“ der Themen – ab 1994 durch vermehrte Behandlung von Themen zu Liebe und Partnerschaft. Politisch und gesellschaftlich relevante Themen machen dagegen 1998 weniger als 3 Prozent des gesamten Talkshowangebots aus.

Der Anteil von Sex/Erotik-Themen steigt zwar bis 1994 auf 8,5 Prozent an, sinkt dann aber wieder bis auf 6 Prozent. Auffälliger ist dagegen die Veränderungstendenz bei den Themen zu privaten Problemen und Beziehungskonflikten. Deren Anteil steigt zwischen 1991 und 1998 von 0 auf 26 Prozent. Nach zunächst langsamer Zunahme erhöht sich dieser Anteil ab 1995 drastisch auf Kosten von Themen zu Prominenz (vgl. Tabelle 2).

Themenprofile der Sender

Zwischenmenschliches/Privates dominiert bei kommerziellen Sendern

In der Gesamtbetrachtung über alle Jahre fällt die thematische Ausrichtung an Zwischenmenschlichem und Privatem bei den drei Privatsendern am deutlichsten aus. PRO SIEBEN steht mit mehr als 50 Prozent Sendeanteil dafür an der Spitze. Politische, öffentliche und nichtpolitische Sachthemen zusammengenommen sind am stärksten im Talk-

showangebot der ARD vertreten, allerdings folgen danach die privaten Themen. Auffallend anders ist das Themenprofil des ZDF, das in seinem ohnehin geringeren Talkshowangebot weit überproportional die Belange der Prominenz und der Medien thematisiert, während sowohl auf die politische als auch auf die private Themenorientierung ähnlich geringe Anteile entfallen (vgl. Abbildung 5).

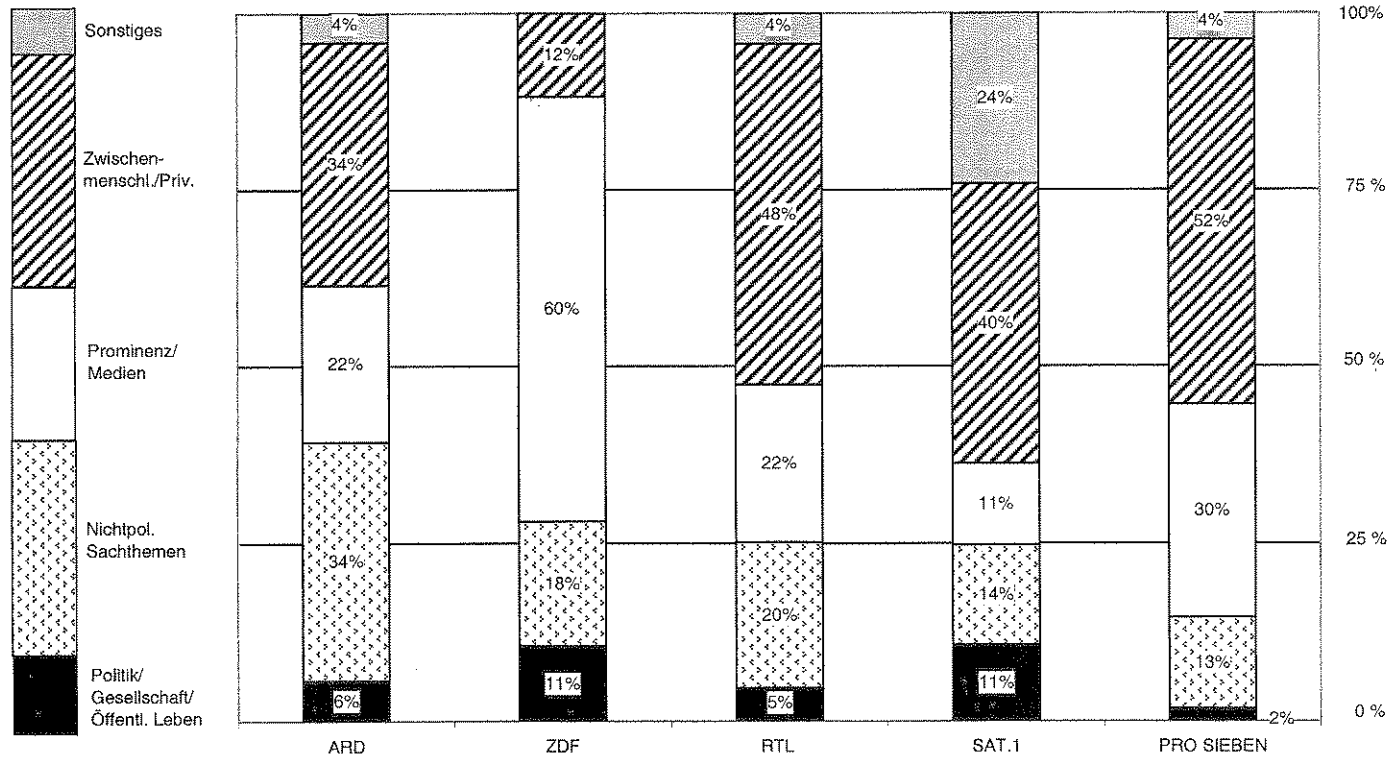
Die Themenschwerpunkte der ARD-Talkshows (gemessen anhand der 15 Themenkategorien) liegen in den Kategorien Soziales/Gesundheit/Arbeitsleben, gefolgt von Human interest/Prominenz/Unterhaltung sowie Familie, Alltags-/Beziehungskonflikte und Liebe/Partnerschaft, die zusammengenommen 76 Prozent der Sendedauer ausmachen. Die Themen des öffentlichen Lebens wie Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Justiz liegen bei knapp 5 Prozent und entsprechen damit knapp dem Durchschnitt aller Sender. Die Themen zu Sex/Erotik liegen bei der ARD mit 2 Prozent unter dem Durchschnitt.

Sieht man bei der langfristigen Entwicklung der Themen von einigen Unstetigkeiten ab, erweisen sich bei der ARD die dominanten Themen Soziales/Gesundheit/Arbeit und Human interest/Prominenz/Unterhaltung als relativ stabil. Dagegen verlieren die Themen im Bereich Gesellschaft/Justiz nach 1995 merklich an Bedeutung. Statt dessen gewinnen die Themen zu Familie und Liebe/Partnerschaft 1994 (mit der Einführung von „Fliege“) sprunghaft an Bedeutung. Sie bleiben fortan The-

Themenprofil der ARD-Talkshows

Soziales/Gesundheit/Arbeit sowie Human interest/Prominenz/Unterhaltung dominieren

**Abb. 5 Thematische Ausrichtung der Talkshows nach Sendern
1991 bis 1998**



Ohne Wiederholungen im Nachtprogramm.

② Entwicklung der Themenprofile von Talkshows 1991 bis 1998

alle Sender, Anteile in %

Themenkategorie	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Gesamt
Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte	9,3	5,8	11,6	5,1	5,7	2,1	2,4	0,1	3,4
Gesellschaft/Justiz	26,2	7,9	5,8	1,8	3,2	2,3	1,7	2,5	3,3
Kultur/Wissenschaft/Kirchliches/Bildung	-	3,6	11,2	2,9	3,6	2,7	4,2	0,2	3,1
Soziales/Gesundheit/Arbeit	10,8	19,4	12,6	18,4	13,0	17,0	13,7	14,0	15,0
Natur/Tier/Umwelt	7,1	-	3,5	-	0,8	2,5	1,1	0,8	1,4
Sport	-	2,9	2,6	1,2	2,2	1,6	1,4	3,6	2,1
Familie	-	10,1	3,7	12,9	12,0	11,7	11,2	9,8	10,5
Alltags-/Beziehungskonflikte	-	2,5	1,7	8,9	6,2	16,6	19,8	25,8	15,3
Human interest/Prominenz/Musik	31,8	23,3	25,0	23,0	29,7	14,1	16,7	16,8	19,7
Sex/Erotik	-	1,4	5,1	8,5	6,4	5,9	6,4	5,7	6,0
Liebe/Partnerschaft	5,3	2,3	6,5	9,1	11,1	8,5	14,2	10,4	10,0
Katastrophen/Unglücke	-	-	-	0,7	1,0	1,4	-	0,1	0,5
Kriminalität	-	7,6	4,2	3,4	1,0	1,4	1,1	3,3	2,4
Mischcode	-	7,5	5,1	2,3	3,3	6,8	0,4	1,0	2,9
Sonstiges	9,4	6,0	1,6	1,7	0,9	5,4	5,6	5,9	4,4
Erfasste Sendeminuten gesamt 1)	1 077	2 075	2 885	5 779	5 846	9 315	9 933	5 573	42 481

1) Ohne Wiederholungen im Nachtprogramm.

men der ARD-Talkshows, verlieren jedoch wieder etwas an Gewichtung. Themen zu Sex/Erotik gibt es erstmals in geringem Umfang 1996, sie steigen 1997 an, verschwinden aber 1998 wieder.

**ZDF-Talkshows:
Human interest/Prominenz dominiert**

Das Talkshowangebot des ZDF weicht nicht nur im Umfang, sondern wie schon erwähnt auch in seiner Themenstruktur wesentlich von dem der ARD

ab. Es besteht zu 56 Prozent aus Themen der Kategorie Human interest/Prominenz/Unterhaltung. Soziale Themen folgen erst in weitem Abstand, politische und gesellschaftliche Themen nehmen den dritten Platz ein.

Die langfristige Entwicklung der Themen zeigt, daß dem geringen Angebot auch nur eine geringe Themenvielfalt entspricht. Bis zur Mitte der 90er Jahre beschränken sich die Themen auf jeweils nur zwei Kategorien. Sieht man auch hier von einigen Schwankungen ab, bilden die Themen der Katego-

rie Human interest/Prominenz/Unterhaltung die weitaus stärkste Komponente. Daneben zeigen sich allerdings auch einige Veränderungen in der Themenstruktur der ZDF-Talkshows. Die politischen und gesellschaftlichen Themen gehen tendenziell zurück, dafür nehmen die sozialen Themen und solche zu Familienfragen zu. Ausgespart bleiben beim ZDF konfliktthaltige Themen des privaten Lebens, auch gibt es im gesamten Untersuchungszeitraum keine eigenständigen Sex-/Erotikthemen.

Themen der RTL-Talkshows

Bei RTL stehen fünf Kategorien im Vordergrund: 1. Human interest/Prominenz/Unterhaltung, 2. Soziales/Gesundheit/Arbeit, 3. Alltags-/Beziehungskonflikte, 4. Familie und 5. Liebe/Partnerschaft. Die Themen zu diesen Kategorien machen zusammen 78 Prozent der Gesamtsendedauer aus. Der Anteil politischer und gesellschaftlicher Themen liegt wie bei der ARD nur knapp unter dem Gesamtdurchschnitt, der Anteil der Sex-/Erotikthemen entspricht dem Durchschnitt.

Human interest/Prominenz dominiert vor sozialen und Familienthemen

Betrachtet man die langfristige Themenentwicklung, zeigt sich, daß zu Beginn der 90er Jahre auch bei RTL politische und gesellschaftliche Themen noch einen relativ hohen Stellenwert hatten, ab 1994 erscheinen diese Themen nur noch sporadisch und in geringem Umfang. Rückläufig, obwohl insgesamt am stärksten ausgeprägt, ist seit 1992 auch der Bereich Human interest/Prominenz/Unterhaltung. Einen anhaltend hohen Stellenwert haben dagegen trotz einiger Schwankungen die Themen zu sozialen Fragen, Gesundheit und Arbeitsleben sowie die Themen zu Familie. Ab 1995 spielen bei RTL auch die Themen zu Liebe/Partnerschaft eine größere Rolle. Sie ersetzen den Rückgang in der Themenkategorie Human interest/Prominenz. Themen zu Sex und Erotik werden schon ab 1993 behandelt, ihr Anteil nimmt aber nur leicht zu. Der Spitzenwert liegt bei 8 Prozent im Jahr 1997 und beträgt 7 Prozent im Jahr 1998.

SAT.1: Alltags/Beziehungskonflikte führende Themen

In der Themenstruktur der Talkshows von SAT.1 dominieren die Kategorien Alltags-/Beziehungskonflikte und Soziales/Gesundheit/Arbeit. Es folgen die Themen zu Familie und zu Human interest/Prominenz/Unterhaltung, ferner zu Politik und zu Liebe/Partnerschaft. Deutlich höher als bei den anderen Sendern fallen bei SAT.1 die Anteile im Themenmix und in der Restkategorie aus.

Private Konflikte bei SAT.1 am häufigsten behandelt

Auch bei SAT.1 wird an der langfristigen Entwicklung der Talkshowthemen deutlich, wie sich im Zuge der Angebotsausweitung einerseits die Breite des Themenspektrums erhöht und sich andererseits die Akzente in der Themenstruktur verschoben haben. Die Themen zu Politik und Gesellschaft dominieren in der ersten Hälfte der 90er Jahre, ab 1996 sinkt ihr Anteil abrupt. Ähnlich ist dies auch bei den Themen in den Bereichen Soziales/Gesundheit/Arbeitsleben sowie Tier/Natur zu beobachten. Themen der Kategorie Human interest/Prominenz/Unterhaltung spielen zwischen 1995 und 1997 eine größere Rolle. Relativ bestän-

dig und leicht steigend behaupten sich die Themen zu Familie. Alle Themenbereiche werden jedoch in den letzten Jahren in ihrem relativen Gewicht von den drastisch ansteigenden Themen zu Alltags- und Beziehungskonflikten übertroffen. Diese hauptsächlich privaten Konfliktthemen erhöhen sich von 9 Prozent im Jahr 1996 auf 35 Prozent im Jahr 1998. Damit rückt SAT.1 bei der Thematisierung der privaten Konflikte an die Spitze aller Sender. Themen zu Sex/Erotik gibt es hier schon seit 1992, allerdings ist ihr Anteil seit 1993 eher sinkend, 1998 liegen die Sexthemen in SAT.1-Talkshows bei 4 Prozent, also etwas unter dem Durchschnittswert aller Sender.

Die Schwerpunkte des PRO-SIEBEN-Gesamtsendebots liegen in den Kategorien 1. Human interest/Prominenz/Unterhaltung, 2. Alltags-/Beziehungskonflikte, 3. Sex/Erotik und 4. Liebe/Partnerschaft. Zusammengenommen entfällt auf diese Themen ein Anteil von 77 Prozent der Gesamtsendedauer. In den Talkshows von PRO SIEBEN liegen die politischen und gesellschaftlichen Themen (1%) weit unter dem Senderdurchschnitt und die Sex-/Erotikthemen (16%) weit über dem Senderdurchschnitt.

In der verglichen mit den anderen Sendern deutlich kürzeren Entwicklung der Themen zeichnen sich zwei Phasen ab. 1994 und 1995 liegt der Schwerpunkt noch in den Kategorien Liebe/Partnerschaft, Human interest/Prominenz und Sex/Erotik. 1996 ist ein sprunghafter Zuwachs in der Kategorie Alltags- und Beziehungskonflikte und Soziales/Gesundheit/Arbeit zu verzeichnen. Die Themen zu Liebe und Partnerschaft, von denen man eher Harmonie und Konsens erwarten würde, werden zunehmend durch konfliktthaltige Themen, Frustration, Enttäuschung und Streit in privaten Beziehungen, ersetzt. Der hohe Anteil von Sex- und Erotikthemen in der Anfangsphase der Talkshows bei PRO SIEBEN (1994 26%) sinkt bis 1998 auf 13 Prozent. Neben dem Zuwachs privater Konfliktthemen haben auch die vor 1996 relativ schwach vertretenen Themen der Kategorie Soziales/Gesundheit/Arbeitsleben mit 1998 10 Prozent einen wesentlichen Anteil.

Themenprofile der Sendetitel

In den insgesamt 44 untersuchten Sendetiteln finden sich Sendungen mit weitgehend homogener Themenkonzeption und solche, deren Themenkonzeption eher heterogen angelegt ist. Ein erstes Indiz für die Themenvielfalt der Talkshows ist darin zu sehen, wie viele von 15 Themenkategorien bei einem Sendetitel besetzt sind.

Unterscheidet man die Sendetitel nach der Anzahl besetzter Themenkategorien in vier Kategorien, ist bei zehn Sendetiteln nur eine Themenkategorie, bei 17 Sendetiteln sind zwei bis fünf Kategorien, bei zehn Sendetiteln sechs bis zehn

PRO SIEBEN:
Politik/Gesellschaft unter-, Sex/Erotik überdurchschnittlich thematisiert

Themenvielfalt der einzelnen Talkshows untersucht

Kategorien und bei sechs weiteren Sendetiteln elf bis 15 Kategorien besetzt. Die Sendetitel mit geringer Themenvielfalt stammen überwiegend aus der ersten Hälfte der 90er Jahre, haben eine geringere Ausstrahlungsfrequenz und sind zum Teil nicht mehr im Programm. Hierzu gehören vor allem solche Sendungen, die den Faktor Prominenz in Verbindung mit einem Themenmix zum Konzept haben (z.B. „Dall-As“, „Die Johannes B. Kerner Show“), ebenso solche, die bei wöchentlicher Ausstrahlung an einer weitgehend homogenen Themenkonzeption im Bereich von Politik und Gesellschaft orientiert sind (z.B. „Talk im Turm“, „Sabine Christiansen“). Die Sendetitel mit höherer Themenvielfalt stammen überwiegend aus der zweiten Hälfte der 90er Jahre und haben bei überdurchschnittlicher Sendedauer ein heterogenes Themenangebot pro Sendung (z.B. „Schreinemakers live“ (SAT.1), „Schreinemakers TV“ (RTL) oder mehrere Sendetermine pro Woche (z.B. „Arabella“, „Fliege“, „Hans Meiser“, „Ilona Christen“, „Vera am Mittag“ etc.).

Einordnung nach thematischer Ausrichtung

Ordnet man die Sendetitel den vier allgemeinen Themenorientierungen (ohne Sonstiges) danach zu, ob mindestens ein Drittel der Sendedauer darauf entfällt, zeigt sich folgende thematische Ausrichtung:

1. Politisch und gesellschaftlich relevantes öffentliches Leben:
 - „Live“, „Talk im Turm“, „Veranda“, „Explosiv – der heiße Stuhl“;
2. Nichtpolitische Sachthemen:
 - „Conrad und Co“, „Hera Lind & Leute“, „Jetzt reicht’s“, „Juliane & Andrea“, „Mensch, Ohrner“, „Schreinemakers TV“, „Talk täglich“;
3. Prominenz und Medien:
 - „Boulevard Bio“, „Conrad und Co“, „Die Johannes B. Kerner Show“, „Die Ulla Kock am Brink Show“, „Die Woche – Menschen im Gespräch“, „Gottschalk“, „Heut’ Abend“, „Kaffeeklatsch“, „Menschen“, „No Sports“, „RTL-Nachshow“, „Schlingensiefel – Talk 2000“, „Talkshow im WWF-Studio“, „Willemsens Woche“;
4. Zwischenmenschliche Beziehungen der Privatsphäre im Alltag:
 - „Andreas Türck“, „Arabella“, „Bärbel Schäfer“, „Fliege“, „Hans Meiser“, „Hera Lind & Leute“, „Ilona Christen“, „Jetzt reicht’s“, „Jörg Pilawa“, „Juliane & Andrea“, „Kerner“, „Sonja“, „Ulrich Meyer: Einspruch“, „Vera am Mittag“.

Deutlich wird Hinwendung zur individuell-privaten Lebenssphäre

Diese Strukturierung macht erneut deutlich, daß sich mit der Ausweitung der Daily-Talks in der zweiten Hälfte der 90er Jahre die Entwicklung der Themenorientierung vom öffentlichen Leben zur individuell-privaten Lebenssphäre verschoben hat. Mit der Kultivierung des Privaten verliert auch der Glamour der Prominenz und die institutionelle Öffentlichkeit relativ an Gewicht, statt dessen werden die Bereiche des privaten Alltags mit seinen Problemen und Konflikten, die einerseits in den

Beziehungen des Einzelnen zur Außenwelt, andererseits im persönlichen Intimbereich liegen, häufiger dargestellt.

Talkshowtypen

Nach den beiden Variablen Plazierung und Themenorientierung lassen sich drei Talkshowtypen unterscheiden: 1. Politikorientierte Talkshows mit wöchentlicher Ausstrahlung im Abendprogramm, 2. Unterhaltungsorientierte Talkshows mit wöchentlicher Ausstrahlung im Abendprogramm und 3. An privaten Alltagsthemen orientierte Talkshows mit werktäglicher Ausstrahlung im Tagesprogramm.

Analysiert man diese drei Talkshowtypen weiter nach der Laufzeit der jeweiligen Sendetitel, zeigt sich, daß eine Reihe von Sendetiteln der beiden Talkshowtypen im Abendprogramm ihre Programmkarriere inzwischen beendet hat. Dagegen findet man beim Daily-Talk die meisten Sendetitel, deren Programmkarriere erst in den letzten Jahren begonnen hat. Dieser Talkshowtyp weist nicht nur insgesamt den höchsten Konkurrenzdruck auf, sondern hat die meisten neuen Sendetitel zu verzeichnen, die sich gegen die Konkurrenz der etablierten Formate behaupten müssen. Unterscheidet man das Talkshowangebot weiter nach Sendesystemen, wird vor allem deutlich, daß die öffentlich-rechtlichen Sender nur im Bereich der Talkshowtypen im Abendprogramm eine nennenswerte Rolle spielen, während der Bereich der weiter expandierenden Daily-Talk-Formate von den privaten Sendern beherrscht wird.

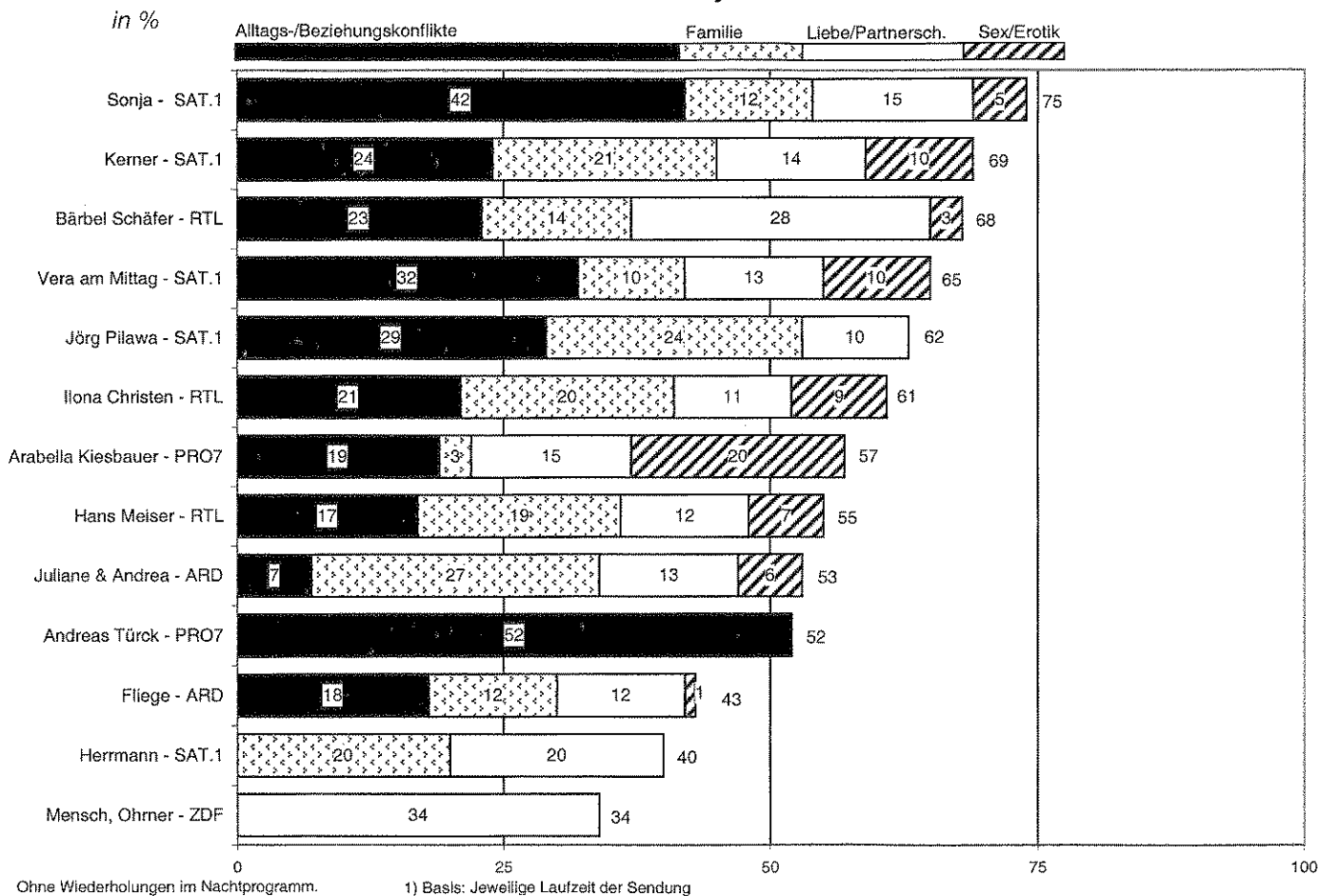
Den Daily-Talkshows wird in den letzten Jahren wegen ihrer umstrittenen Thematisierungstendenzen besonders viel Interesse entgegengebracht. Nach der am stärksten ausgeprägten Themenorientierung geordnet, stehen bei 13 Sendetiteln zwischenmenschliche Beziehungen und Privates an erster Stelle, bei zehn Sendetiteln entfallen darauf sogar über 50 Prozent der Sendedauer. Den höchsten Anteil privater Themen enthält „Sonja“ (75%), gefolgt von „Kerner“ (69%) und „Bärbel Schäfer“ (68%). Die ersten acht Rangplätze sind von Privatsendern besetzt, an neunter Stelle folgt „Juliane & Andrea“ (53%, nicht mehr im Programm). Zwei weitere öffentlich-rechtliche Sendetitel, „Fliege“ (43%) und „Mensch, Ohrner“ (34%), liegen am Ende der Rangfolge (vgl. Abbildung 6).

Nach den 15 Einzelkategorien betrachtet, unterscheiden sich die Sendetitel zum Teil erheblich durch die Anteile, die auf Alltags-/Beziehungskonflikte, Familie, Liebe/Partnerschaft und Sex/Erotik entfallen. Alltags-/Beziehungskonflikte werden danach besonders stark in den Daily-Talks „Andreas Türck“ (52%) und „Sonja“ (42%) thematisiert, bei „Vera am Mittag“ (32%) und „Jörg Pilawa“ (29%) machen diese Themen mehr als ein Viertel der Gesamtsendedauer aus. Die übrigen Themenkategorien haben in den meisten Sendungen geringere Anteile. Am schwächsten ist das Thema „Sex/Erotik“ ausgeprägt. Lediglich bei „Arabella Kiesbauer“ (20%) erreicht es einen Anteil von mehr als ein Zehntel der Sendedauer.

Abend-Talks bei öffentlich-rechtlichen, Daily-Talks bei privaten Sendern dominant

Daily-Talks: Zwischenmenschliches/Privates überdurchschnittlich bei kommerziellen Sendern

Abb. 6 Anteile der Themen aus dem Bereich Privates in Daily-Talkshows¹⁾



Auskunft über „Wie“ der Themenbehandlung

Diese Art der Betrachtung der Inhalte von Talkshows kann zwar dazu beitragen, einige Profildifferenzen aufzudecken, aber auch hierbei unterscheidet die Themencodierung nur zwischen dem „Was“ und nicht dem „Wie“ der behandelten Themen. Einen ersten Eindruck vom „Wie“ gewinnt man anhand der konkreten Formulierungen der Themen, die hier exemplarisch für die Kategorien Familie und Sex/Erotik aufgeführt werden (vgl. Tabellen 3 und 4).

Die Formulierung der Themen zielt einesteils auf individuell erlebte Konflikte und private Wünsche und suggeriert eine durch öffentliche Artikulation erreichbare soziale Erleichterung. Ebenso gibt es eine Reihe von Formulierungen, die in provokanter Weise mit gemeinhin geltenden Verhaltensnormen in familiären Beziehungen brechen und Akteure als Protagonisten individuell-hedonistischer und egoistischer Wertorientierungen ankündigen.

Wortprotokolle machen „Wie“ der Talkshows exemplarisch deutlich

Geht man bei dem Versuch, die Art der Themenbehandlung und der Interaktionen konkreter zu beleuchten, einen Schritt weiter, läßt sich anhand von Wortprotokollen der Akteure ein deutlicheres Bild gewinnen. Dies illustrieren zwei Dialogausschnitte aus der Daily-Talkshow „Sonja“, die im Jahr 1997 von Sat.1 ausgestrahlt wurden:

SAT.1 9.4.1997 „Sonja“: „Sonja, hilf mir! Keiner kann mich leiden!“ (Ausschnitt 13:25:01 - 13:26:16)

Beispiele aus „Sonja“

Sonja: „Was ist denn bei dir vorgefallen, daß du heute sagst, es kann mich keiner leiden?“

Nicole (24), Hausfrau aus Eckernförde: „Na ja, keiner leiden, das ist vielleicht ein bißchen übertrieben, aber im Moment ist das halt so, daß der aktuelle Stand ist, daß ich unwahrscheinlich viel Streß habe mit einer Nachbarin, mit Telefonterror, mit Beleidigungen und, ähh, halt auch Dinge, Versuche, meinen Exmann gegen mich aufzuspielen, daß sie, ähh, ja, Jugendamt einschalten, daß meine Tochter wekommt; ich würde meine Tochter mißhandeln.“

Zwischenruf aus dem Zuschauerraum: „Tust du's nicht?“

Nicole (24), Hausfrau aus Eckernförde: „Tü ich nicht.“

Zwischenruf aus dem Zuschauerraum: „Nee?“

Nicole (24), Hausfrau aus Eckernförde: „Nein.“

Sonja: „Moment, Moment, Moment, Moment, ich, man kann dich nicht hören.“

Zuschauerin: „Wer gibt, wer gibt seinem Kind denn abends Beruhigungstropfen, damit man schön ins Casino gehen kann? - Wa?“

③ Themenkreis Familie in den Daily-Talkshows 1992 bis 1998

Jahr	Sender	Titel	Datum	Thema	Minuten ¹⁾
1992	RTL	Hans Meiser	23.09.1992	Schwierigkeiten mit Wunderkindern	51
	RTL	Hans Meiser	25.09.1992	Mädchen, die ungewollt schwanger werden	50
	RTL	Hans Meiser	30.11.1992	Ledige Väter – Rechtlose Väter	53
	RTL	Hans Meiser	04.12.1992	Vermißte Menschen	54
1993	RTL	Ilona Christen	10.12.1993	Eltern und Kinder finden zusammen	49
	SAT.1	Herrmann	01.03.1993	Haushaltsführung	24
1994	ARD	Fliege	25.07.1994	Mein Kind ist eine Intelligenzbestie	56
	ARD	Fliege	27.07.1994	Mein Mann ist homosexuell	56
	ARD	Fliege	14.09.1994	Ich führe eine Ehe zwischen Tür und Angel	55
	ARD	Fliege	15.09.1994	Mein Urlaub wurde zum Alptraum	56
	ARD	Fliege	28.11.1994	Meine Eltern lassen sich scheiden	55
	RTL	Hans Meiser	18.03.1994	Kinder auf Zeit – Pflegefamilien	47
	RTL	Hans Meiser	27.07.1994	Vater unerwünscht – Mein Kind gehört mir	46
	RTL	Hans Meiser	30.11.1994	Der neue Mann an Mutters Seite	47
	RTL	Ilona Christen	17.03.1994	Die erste Liebe – Traum oder Alptraum	51
	RTL	Ilona Christen	18.03.1994	Die miesen Tricks auf dem Wohnungsmarkt	48
	RTL	Ilona Christen	28.11.1994	Schwanger und keiner hat es gemerkt	47
	1995	RTL	Bärbel Schäfer	11.09.1995	Männer sind wehleidig
RTL		Bärbel Schäfer	21.11.1995	Neue Liebe – Ich verlasse meine Familie	52
RTL		Bärbel Schäfer	24.11.1995	Kind: Ja! – Mann: Nein!	52
RTL		Hans Meiser	06.04.1995	Manchmal hasse ich mein Kind – genervte Eltern	47
RTL		Hans Meiser	07.04.1995	Die Tricks der Frauen – Männer machen, was ich will	47
RTL		Hans Meiser	15.09.1995	Spätes Elternglück	47
RTL		Hans Meiser	23.11.1995	Wenn die Seele überläuft ...: Kinder und Jugendliche in der Psychiatrie	50
RTL		Ilona Christen	03.04.1995	Vom Strand in den Knast: Deutsche im Ausland im Gefängnis	46
RTL		Ilona Christen	07.04.1995	Wenn Männer die Geburt des Kindes erleben – Traum oder Alptraum	46
RTL		Ilona Christen	15.09.1995	Ich habe mein Kind weggegeben	48
RTL		Ilona Christen	20.11.1995	Gewalt in der Partnerschaft	48
1996		ARD	Fliege	25.06.1996	Ich habe Mann und Kind verlassen!
	ARD	Fliege	26.06.1996	Ich platze vor Neugierde!	56
	ARD	Fliege	11.11.1996	Mein alter Herr und ich! Väter und Töchter	55
	ARD	Juliane & Andrea	13.03.1996	Scheidung – Der Kampf ums Kind	51
	ARD	Juliane & Andrea	24.06.1996	Hotel Mama	51
	ARD	Juliane & Andrea	09.09.1996	Wie bin ich als Schwiegertochter?	55
	ARD	Juliane & Andrea	11.09.1996	Papa und seine süße (Tochter) – die alles bestimmende Beziehung der dritten Art	56
	RTL	Bärbel Schäfer	11.03.1996	Frauen könnten von mir etwas lernen	46
	RTL	Bärbel Schäfer	11.09.1996	Ich habe meinem Kind doch nichts getan !	50
	RTL	Bärbel Schäfer	12.11.1996	Das ist Dein Ex, was willst Du von ihm	50
	RTL	Hans Meiser	11.09.1996	Schwierige Dreisamkeit – Paare nach dem ersten Kind	46
	RTL	Ilona Christen	15.03.1996	Wir wollen nur dein Bestes	47
	RTL	Ilona Christen	11.09.1996	Behinderte im Urlaub	47
	SAT.1	Kerner	12.03.1996	Kind ja – Mann nein	49
	SAT.1	Kerner	26.06.1996	Wir wollen keine Kinder	50
	SAT.1	Kerner	10.09.1996	Ich bin eine Rabenmutter	48
	SAT.1	Vera am Mittag	13.03.1996	Ich verstehe mein Kind nicht mehr	47
	SAT.1	Vera am Mittag	26.06.1996	Urlaub in Deutschland – Nein Danke	46
	SAT.1	Vera am Mittag	28.06.1996	Ich hasse meine Mutter	46
	SAT.1	Vera am Mittag	09.09.1996	Adoption – Ich habe mein Kind weggegeben	46
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	12.03.1996	Mutter mit 13	48
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	25.06.1996	Kinder ?- Nein Danke !	46
1997	ARD	Fliege	11.12.1997	Sie machen mir mein Paradies kaputt! – Krisenherd Mallorca	56
	RTL	Bärbel Schäfer	12.12.1997	Ein Fall für Bärbel: Unsere Familie ist verkracht	47
	RTL	Hans Meiser	07.04.1997	Ungeplante Kinder – Schwanger trotz Verhütung	47
	RTL	Hans Meiser	08.04.1997	Du stehst nicht zu mir	48
	RTL	Hans Meiser	24.06.1997	Papa liebt einen Mann	46
	RTL	Hans Meiser	10.10.1997	Leben in der Großfamilie	46
	RTL	Hans Meiser	11.12.1997	Zwischen Liebe und Haß – Mütter und Töchter	47
	RTL	Hans Meiser	12.12.1997	Mein Kind ist behindert – Warum gafft ihr nur?	54

③ Themenkreis Familie in den Daily-Talkshows 1992 bis 1998 (Fortsetzung)

Jahr	Sender	Titel	Datum	Thema	Minuten ¹⁾
1997	RTL	Ilona Christen	07.04.1997	Im Schatten des Vaters	47
	RTL	Ilona Christen	08.04.1997	Ich suche meinen Zwilling	48
	SAT.1	Kerner	10.04.1997	Für meine Scheidung habe ich teuer bezahlt	47
	SAT.1	Kerner	25.06.1997	Scheidungsopfer Kind	47
	SAT.1	Kerner	10.12.1997	Ich will das Kind und nicht den Vater	48
	SAT.1	Sonja	08.04.1997	18 heißt noch lange nicht erwachsen	46
	SAT.1	Sonja	24.06.1997	Auch das noch! Meine Mutter hat einen Freund	47
	SAT.1	Sonja	26.06.1997	Keine Chance! Ich bin ein Heimkind	46
	SAT.1	Sonja	10.12.1997	Mami, ich war im Puff	46
	SAT.1	Sonja	12.12.1997	Heute dreh' ich dir den Hahn zu	46
	SAT.1	Vera am Mittag	07.04.1997	„Der Hausfrauenalltag in Deutschland ist düster; Betroffene erzählen“	46
	SAT.1	Vera am Mittag	07.10.1997	Männerwirtschaft: Wir brauchen keine Frauen	46
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	09.12.1997	Meine Kinder fressen mir die Haare vom Kopf	32
	1998	RTL	Bärbel Schäfer	02.03.1998	Selber schuld, wenn Dein Mann Dich schlägt
RTL		Hans Meiser	29.06.1998	Ich werde mit meinem Kind nicht mehr fertig	46
RTL		Hans Meiser	30.06.1998	Männer haben Angst vor Sex	46
RTL		Ilona Christen	06.03.1998	Ehe ohne Liebe – geht das?	40
RTL		Ilona Christen	29.06.1998	Wohin können wir noch reisen?	46
RTL		Ilona Christen	02.07.1998	Meine Eltern sind mir egal	47
RTL		Ilona Christen	03.07.1998	Meine Liebe ist unerreichbar	47
SAT.1		Jörg Pilawa	05.03.1998	Ich heirate eine Familie – Ob das wohl gut geht?	47
SAT.1		Jörg Pilawa	03.07.1998	Sucht euch eine neue Mutter – ich hab' keinen Bock mehr!	47
SAT.1		Kerner	01.07.1998	Stiefmutter, du wirst nie meine Mama sein	46
SAT.1		Kerner	03.07.1998	Unser Kind stört unsere Liebe	47

1) Ohne Wiederholungen im Nachtprogramm.

Sonja: „Kennst du diese Dame?“

Zuschauerin: „Ja ich kenn sie und ich hasse sie wie die Pest!“

Nicole (24), Hausfrau aus Eckernförde: „Es ist auch toll, daß du hier bist. Echt...“

Zuschauerin: „Ja!“

Nicole (24), Hausfrau aus Eckernförde: „...Find ich richtig gut, aber...“

Zuschauerin: „Ist gut, ne? Die Blöße geb ich mir nicht, daß du Gott und der Welt erzählst, daß du das Unschuldslamm bist.“

Nicole (24), Hausfrau aus Eckernförde: „Das hab' ich auch nicht behauptet.“

Zuschauerin: „Wer spannt denn den ganzen Weibern die, die, die Kerle aus? Wer vögelt denn mit denen? Das bist du doch!“

Nicole (24), Hausfrau aus Eckernförde: „Wie bitte?“ ...

(Ausschnitt nach der Werbepause 13:41:41-13:42:20)

... *Vera (26), Hausfrau aus Eckernförde*: „Du bist die letzte Schlampe, die überhaupt im Kreis Rendsburg/Eckernförde rumläuft.“

Nicole (24), Hausfrau aus Eckernförde: „Weißt du was? Dann will ich dir mal eins sagen: Ist deine Tochter noch bei dir zu Hause?“

Vera (26), Hausfrau aus Eckernförde: „Das ist völlig egal...“

Nicole (24), Hausfrau aus Eckernförde: „Nein, du, das ist nicht völlig egal. Du gibst deine Tochter für zwei Jahre in 'ne Pflege...“

Vera (26), Hausfrau aus Eckernförde (Schlägt Nicole kräftig in das Gesicht): „Hee, du alte Schlampe! Wenn du die Hintergründe nicht be-

greifst, warum man 'en Kind weggibt, weil man auf die Füße kommen will, aber du sie schlägst, deine Tochter, mit 'nem Kochlöffel und sonstige Sachen!“

Nicole (24), Hausfrau aus Eckernförde: „Hast du Beweise?“

Vera (26), Hausfrau aus Eckernförde: „Ja, ich hab's mit eigenen Augen gesehen, und ich brauch nicht lügen. Weil ich steh dazu, daß ich meine Tochter in Pflege gegeben hab, um 'ne Ausbildung zu machen. Ich brauch nicht lügen!“

SAT.1 9.12.1997 „Sonja“: „Ich hock' in jeder Talkshow“ (Ausschnitt 13:19:30-13:20:30)

Sonja: „Das ist sehr nett von dir, aber es gibt ja einen ganz bestimmten Grund, warum du die beiden beschmeißen wolltest (mit faulen Eiern und Tomaten); nicht nur weil sie in jeder Talkshow sind, sondern?“

Jürgen (50), Rentner aus München: „Äh, man könnte es ja mal probieren, wenn du (zu *Marlies*) aus der Torte 'raussteigst, ja, und du verkaufst die faulen Eier und die faulen Tomaten, daß die Gäste bei der Fete, wo du aus der Torte 'raussteigst, ja, dich einmal mit faulen Eiern und faulen Tomaten beschmeißt“

Marlies (42), Stripperin aus Rödern: „Ja warum denn, das wird mit Sicherheit nicht passieren, da wärst du der erste. Weißt du was, für mich hast du einen Dachschaten. Du gehörst zum Psychiater,

④ Themenkreis Sex/Erotik in den Daily-Talkshows 1993 bis 1998

Jahr	Sender	Titel	Datum	Thema	Minuten ¹⁾	
1993	RTL	Ilona Christen	06.12.1993	Spanner	54	
1994	RTL	Hans Meiser	16.03.1994	Kamera läuft und stöhnen: Hinter den Kulissen der Pornoindustrie	52	
	RTL	Hans Meiser	01.12.1994	Das Liebesleben der Dicken	48	
	RTL	Ilona Christen	14.05.1994	Fetischismus, die Lust an Gegenständen	52	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	29.07.1994	Sex an ungewöhnlichen Orten	54	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	12.09.1994	Erotische Verführungstricks	53	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	30.11.1994	Meine Photo-Love-Story	50	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	02.12.1994	Die (erotische) Wirkung der Düfte	50	
1995	RTL	Bärbel Schäfer	22.11.1995	Kondome sind Liebestöter	51	
	RTL	Hans Meiser	22.11.1995	Männer und weibliche Sexualität	47	
	RTL	Ilona Christen	06.04.1995	Erste Nacht mit neuem Lover - Lust oder Frust	47	
	RTL	Ilona Christen	11.09.1995	Selbstbefriedigung	47	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	03.04.1995	Erogene Zonen	48	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	27.06.1995	Lieber Bi als nie - Ich liebe Männer und Frauen	51	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	22.11.1995	Haarige Erotik	52	
1996	ARD	Juliane & Andrea	14.03.1996	Prostitution als Haupt- oder Nebenberuf	50	
	RTL	Hans Meiser	13.03.1996	Graue Schläfen und mehr - was Frauen scharf macht	46	
	SAT.1	Kerner	13.09.1996	Als Jungfrau in die Ehe	47	
	SAT.1	Kerner	14.11.1996	Ohne Telefonsex geh ich nicht ins Bett	45	
	SAT.1	Vera am Mittag	14.03.1996	Sex - das Spiel ohne Grenzen	47	
	SAT.1	Vera am Mittag	11.09.1996	Sündiger Urlaub: Einmal Bangkok und zurück	46	
	SAT.1	Vera am Mittag	13.09.1996	Sex ohne Liebe! - geht das?	46	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	26.06.1996	Ich bin bisexuell	49	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	09.09.1996	Wieviele Partner braucht die Frau	48	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	13.09.1996	Ich kriege jede rum - Moderne Casanovas	48	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	15.11.1996	Mein erster Sex	47	
1997	ARD	Fliege	09.12.1997	Ich bin nur noch ein halber Mann! - Potenzprobleme	56	
	RTL	Bärbel Schäfer	11.12.1997	Ich will Deinen Körper und nicht Deine Liebe	47	
	RTL	Hans Meiser	09.12.1997	Ich kenne keine Tabus - Provokation, Prostitution & Pornografie	47	
	RTL	Ilona Christen	26.06.1997	Nimm 2 - Partner für alle Gelegenheiten	46	
	RTL	Ilona Christen	27.06.1997	Macht uns doch den Sex nicht mies	45	
	SAT.1	Kerner	26.06.1997	Ich bin der größte Baggerkönig der Stadt	48	
	SAT.1	Vera am Mittag	24.06.1997	Männerphantasien - Wenn ihr wüßtet	46	
	SAT.1	Vera am Mittag	26.06.1997	Ich brauche keinen Sex	46	
	SAT.1	Vera am Mittag	09.12.1997	Du bist prüde	46	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	10.04.1997	Alle wollen mit mir ins Bett	46	
	PRO SIEBEN	Arabella Kiesbauer	25.06.1997	Im Urlaub will ich nur das eine	45	
	1998	RTL	Hans Meiser	03.07.1998	Mein erstes Mal war eine Katastrophe	47
		RTL	Ilona Christen	30.06.1998	Ich nehm nur Jungfrauen!	47
SAT.1		Kerner	29.06.1998	Ich bin eine Sextouristin	47	
SAT.1		Sonja	04.03.1998	Kein Problem! Ich hab' Sex ohne Partner	47	
PRO SIEBEN		Arabella Kiesbauer	02.03.1998	Alle Frauen sind käuflich	30	
PRO SIEBEN		Arabella Kiesbauer	06.03.1998	Sex ist mein Hobby	46	
PRO SIEBEN		Arabella Kiesbauer	30.06.1998	Sommer, Sonne, Urlaubsflirts	23	

1) Ohne Wiederholungen im Nachtprogramm.

weißt du das? Paß mal auf, wenn dir die Sendungen nicht gefallen, warum schaltest du nicht ab? Oder dir Gesichter nicht gefallen; mir gefällt dein Gesicht auch nicht, davon abgesehen - Du hast ein Gesicht wie ein Romika: reintreten, wohlfühlen - Verstehste?"

Jürgen (50), Rentner aus München: „Weißt du, weißt du was? Wenn ich mein' Arsch zum Fenster raushäng und du dein Gesicht, ja, dann meinen die Leut, mir wären Geschwister“.

Diese Beispiele sind wie alle Beispiele Einzelfälle. Sie repräsentieren nicht das gesamte Genre der Daily-Talkshow, sie zeigen aber einen konzeptionellen Wandel, der in einigen neu eingeführten Talkshows symptomatisch für den Zwang zu sein scheint, sich in der Konkurrenzsituation erfolgreich zu behaupten.

Die Daily-Talkshow hat sich auch in Deutschland unter dem richtungsweisenden Einfluß ihrer US-Vorbilder den Gestaltungsformen des sogenannten Trash-TV geöffnet und damit eine neue Dimension einbezogen: Nicht mehr wird ein bestimmtes

„Sonja“-Beispiel zeigt: Nicht Thema, sondern Darstellungsform ist Gegenstand der Show

Thema als dominanter Inhalt vermittelt, sondern, so zeigt das Beispiel, Aura und Artikulationsstil der Akteure aus nichtprominenten und nichtbürgerlichen Milieus stehen im Mittelpunkt. Diese Tendenz zur Enthematistierung der Talkshow geht einher mit einem anderen Verständnis von der Rolle der Akteure. Es bedarf keiner Kompetenz mehr in einem bestimmten Sachgebiet, um eine auf Kenntnissen beruhende Position mit Argumenten zu vertreten, sondern es kommt vielmehr darauf an, in ungewöhnlichen Formen der Selbstdarstellung neue Aufmerksamkeitsimpulse zu erschließen.

Formats durch flächendeckende Aneinanderreihung ähnlicher Sendungen im Tagesprogramm weiter steigern.

Themenanalyse zur Erfassung des Umgangs in Talkshows nicht geeignet

Nachdem das Genre in seinem Entwicklungsverlauf zunächst die Prominentenaura und die Stars des Showbusiness kultivierte, sich dann mit sozialen Themen und individuellen Problemen des Durchschnittsbürgers beschäftigte, wendet es sich heute vermehrt den Randmilieus zu und integriert deren Akteure in den kommerziellen Verwertungsprozess. Diese inhaltliche Dimension der Talkshows ist mit abstrakten Themenkategorien wie Beziehungen, Familie oder Sex nicht mehr faßbar. Daher stellt sich für Untersuchungen, die die Talkshow von Kritik entlasten wollen, indem sie nachweisen, daß das Sexthema abgenommen und Beziehungsthemen zugenommen haben, die Frage nach der Ernsthaftigkeit des Ansatzes und der Validität des Instrumentariums. Je mehr sich die Daily-Talkshow von der Dimension Thema entfernt und ihre Attraktivität auf andere Elemente verlagert, die sie in die Nähe der Comedy verweist, desto notwendiger wird auch eine andere Form der inhaltsanalytischen Behandlung des Talkshowformats. Dazu gehören neben einer Themenerfassung vor allem Variablen zur Erfassung der Interaktionsstrukturen und der sprachlichen Artikulation.

Fazit

Die wichtigsten Ergebnisse der Angebots- und Themenanalyse von Talkshows der 90er Jahre lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. In den 90er Jahren kommt es zu einer starken Angebotsausweitung der Talkshows im deutschen Fernsehen. Nachdem die öffentlich-rechtlichen Sender schon seit den 70er Jahren eine Reihe von Talkshows im Abendprogramm ausstrahlten, übernehmen die privaten Sender in den 90er Jahren die Führung und setzen dabei neue Akzente.
2. Die Angebotsausweitung resultiert in erster Linie daraus, daß zunächst RTL, dann ARD und SAT1 und schließlich auch PRO SIEBEN neue Talkshows mit mehrmaliger Ausstrahlung pro Woche ins Programm nehmen.
3. Im Zuge dieser Angebotsausweitung verlagert sich das Schwergewicht der Talkshows aus dem Abendprogramm zunehmend in das Tagesprogramm und trifft dort auf andere Zuschauerstrukturen.
4. Der Quotenerfolg und die rentablen Produktionskosten bewirken, daß die privaten Sender in der zweiten Hälfte der 90er Jahre das Angebot des inzwischen als Daily-Talk etablierten

5. Mit der Angebotsausweitung und Verlagerung der Talkshows in das Tagesprogramm verändert sich auch die Gewichtung der Themen. Themen, bei denen das öffentliche Leben in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur im Mittelpunkt steht, ebenso wie die Selbstdarstellung von Prominenz, rücken in den Hintergrund; Themen, bei denen das individuell-private Leben im Mittelpunkt steht, rücken dagegen zunehmend in den Vordergrund.
6. Mit der Etablierung der Daily-Talks und der steigenden Konkurrenz dieser Sendungen untereinander werden die Themen zunehmend provokativer formuliert, und sie orientieren sich inhaltlich stärker an privat artikulierten Wünschen, Problemen und Konflikten, die zum Teil den Bereich der gesellschaftlich akzeptierten Normen überschreiten.
7. Die Thematisierung von Sex/Erotik findet bei allen Sendern außer dem ZDF statt; sie ist am stärksten im Talkshowangebot von PRO SIEBEN und am schwächsten im Talkshowangebot der ARD ausgeprägt.

Themenverlagerung zum Zwischenmenschlichen/Privaten

8. Sex- und Erotikthemen haben zwar einen hohen öffentlichen Aufmerksamkeitswert, ihr tatsächlicher Anteil spielt jedoch nur eine relativ geringe Rolle. Wichtiger als dieser Bereich erscheint die Tendenz zur konzeptionellen Veränderung der Daily-Talkshow, wobei das Thema an Bedeutsamkeit verliert, dafür das Affektpotential und die Artikulationsformen der Akteure aus Randmilieus neuen Aufmerksamkeits- und Unterhaltungswert erhalten.
9. Besonders die in ein starkes Konkurrenzfeld neu eingeführten Talkshows verwenden ein hohes Reizpotential. Mit Mitteln der Inszenierung in Anlehnung an die US-Vorläufer des Trash-TV versuchen sie offenbar, aus dem verfügbaren Zuschauerpotential der etablierten Talkshows neue Zielgruppen für sich abzuspalten.
10. Die neuen Sendetitel des Typs der Daily-Talkshow und die darin verwendeten inhaltlichen und dramaturgischen Konzepte deuten darauf hin, daß der Konkurrenzkampf stärker um die jüngeren als um die älteren Zuschauer geführt wird.

Sex/Erotik hat nur geringen Anteil, aber konzeptionelle Änderungen bei Daily-Talks

Beim Stand dieser Befunde kann man darüber mutmaßen, wie sich das Format Talkshow in Zukunft weiterentwickeln wird. Eine Stagnation, wenn nicht gar eine rückläufige Entwicklung wie beim Reality TV ließe sich wohl erwarten, wenn das Zuschauerinteresse durch natürliche Sättigungseffekte von selbst nachläßt, wenn die Akteure für ihre Auftritte in Talkshows höhere Gagen

Angebotsausweitung vor allem durch häufigere Sendetermine im Tagesprogramm

verlangen, wenn es sich in der Bilanz der Sender nicht mehr rechnet, wenn sich ein neues Format anbietet, mit dem sich die Daily-Talkshow ersetzen läßt. Bis zu diesem Punkt wird wohl eher noch mit einer Ausschöpfung der dramaturgischen Möglichkeiten des Talkshow-Formats zu rechnen sein, wie es Jerry Springer in den USA mit Erfolg vormacht.

**Prägen Talkshows
Vorstellung von
Wirklichkeit?**

Talkshows reflektieren mit ihren Inhalten einesteils ein Stück öffentlich zugelassener Gesprächskultur und zeigen damit eine Seite des kollektiven Alltagslebens in der bundesrepublikanischen Gesellschaft der 90er Jahre. Indem sie darin den Anschein von Authentizität erwecken, besteht zumindest die Möglichkeit, daß sie einen nachhaltigen Einfluß auf die Vorstellungsbilder von der gesellschaftlichen Wirklichkeit haben. Wie schon aus anderen Bereichen der Kulturelle-Indikatoren-Forschung bekannt ist, weicht die Fernsehrealität – dies zeigt sich insbesondere bei Alters-, Geschlechts- und Schichtmerkmalen wie auch Thematisierungsschwerpunkten im Fictionangebot – allerdings systematisch von der sozialen Wirklichkeit ab. So werden vermutlich auch die durch Talkshows entstehenden Vorstellungsbilder von der sozialen Wirklichkeit abweichen. Ob überhaupt ein Einfluß auf die Vorstellungsbilder von der sozialen Wirklichkeit zustande kommt, wird auch davon abhängen, inwieweit die Inszenierungen in den Talkshows als reine Unterhaltung wahrgenommen werden.

**Konkurrenzdruck
erweitert offenbar
Toleranzbereich der
Institutionen**

Ein anderer Aspekt liegt im Verhältnis von Konkurrenz und Devianz und der Rolle, die die Institutionen des Fernsehens dabei haben. Das kommerzielle Fernsehen erschließt, erprobt und nutzt neue dramaturgische Formen der Inszenierung von Talkshows, in denen sich noch Reiz- bzw. Aufmerksamkeitspotential ausschöpfen läßt, um im Konkurrenzkampf Zuschauer zu halten bzw. zu gewinnen. Hierbei zeigt sich, daß nicht nur die Fernsehsender als primär handelnde Institutionen, sondern auch die Institutionen der Fernsehkontrolle diesen Prozeß der Ausweitung der Grenzen von akzeptierten Verhaltensnormen und Sprache weitgehend toleriert und damit gesellschaftlich legitimiert haben.

Unter dem Druck der Konkurrenz verändert sich offenbar der Toleranzbereich des öffentlich Zugelassenen. Dabei geht es nicht um die Frage, ob die in den Talkshows zugelassenen Verhaltensformen im Bereich zwischenmenschlicher Beziehungen möglicherweise als eine kulturelle Befreiung oder kollektive Sozialtherapie zu sehen sind, sondern um die Zusammenhänge zwischen Konkurrenz und Selektionsverhalten der Fernsehanbieter und der Permissivität der Institutionen.

Hier deutet die jüngste Entwicklung darauf hin, daß die marktliberale Ausgestaltung der Rahmenbedingungen für die Produktion von den kommerziellen Fernsehanbietern im Sinne unbeschränkter Permissivität unter verschärfter Konkurrenz auch konsequent ausgeschöpft wird. Nicht die internen Fernsehkontrollinstanzen, sondern erst der Widerstand politischer und gesellschaftlicher Institutionen außerhalb des Fernsehsektors haben bewirkt, daß die in Anspruch genommene Permissivität einer normativen Selbstkontrolle unterworfen wird.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Lazarsfeld, Paul E/Robert K. Merton: Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action. In: Bryson, Lyman (Hrsg.): The Communication of Ideas. New York 1964, S. 101.
- 2) Vgl. hierzu auch: Einschaltquoten, ohne Moral und Würde. In: Baromedien 1/1998, S. 8-10; Scheidt, Wolfgang: Rechtsstreit um die Sendezeit der Talkshows am Tage. In: Kabel & Satellit, v. 2.6.1998, S. 12f.; Das Affektfernsehen: Quotenerfolg durch Emotionalisierung. In: Tendenz II/98, S. 30-33. Alle motzen, außer Mama. In: Süddeutsche Zeitung v. 14.9.1998.
- 3) Vgl. NLM-Rüge für jugendfeindliche „Birte Karalus“. In: Kabel & Satellit v. 28.9.1998, S. 9; Weniger Sexthemen in Talkshows. In: Kabel & Satellit v. 12.10.1998, S. 4.
- 4) Vgl. Bente, Gary/Bettina Fromm: Affektfernsehen. IJR Schriftenreihe. Opladen 1997. Mikos, Lothar/Maike Petersen: Daily Talks. Eine Untersuchung von Themenstruktur und Nutzung der täglichen Talkshows unter Berücksichtigung des Jugendschutzes. Studie im Auftrag der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen, 1996; Mikos, Lothar: Talkshows mit exotischen Einlagen. In: tv diskurs v. 1.4.1997, S. 14-19; Laubsch, Annette: Nur Sex + Crime in Daily Talks? In: tv diskurs v. 5.7. 1998, S. 40-43.
- 5) Greenberg, Bradley S./John L. Sherry/Rick W. Busselle/Lynn Rampoldi/Hnilo/Sandi W. Smith: Daytime Television Talk Shows: Guests, Content and Interactions. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media 41, 1997, S. 412-426.
- 6) Der Kotzbrocken. In: Kölner Stadtanzeiger v. 3./4.10.1998.
- 7) Vgl. Gerbner, George: Mass Communications and Popular Conceptions of Education. Urbana/Il. 1964; ders.: Cultural Indicators: The Third Voice. In: Ders./Larry Gross/William H. Melody (Hrsg.): Communications, Technology and Social Policy. New York 1973, S. 555-573.
- 8) Vgl. Gerbner George/Larry Gross: Living with Television: The Violence Profile. In: Journal of Communication 26, 1976, S. 173-199.
- 9) Vgl. Melischek, Gabriele/Karl Erik Rosengren/James Stappers (Hrsg.): Cultural Indicators: An International Symposium. Wien 1984. Krüger, Udo Michael: Kulturelle Indikatoren in der Fernsehrealität von Fictionsendungen. In: Media Perspektiven 9/1988, S. 555-568.
- 10) Vgl. Fley, Matthias: Talkshows im deutschen Fernsehen. Konzeptionen und Funktionen einer Sendeform. Bochum 1997.
- 11) Die Programmanalyse des Instituts für empirische Medienforschung (IFEM) untersucht seit 1985 im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission die Programme der Fernsehsender. Die 50 Themenitems wurden seit 1997 als Deskriptoren zur inhaltlichen Erfassung aller nonfiktionalen Sendungen auf Beitragsebene verwendet. Vgl. Krüger, Udo Michael: Modernisierung bei stabilen Programmstrukturen. Programmanalyse 1997: ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und PRO SIEBEN im Vergleich. In: Media Perspektiven 7/1998, S. 314-330.
- 12) Politik, Krieg, Wirtschaft, Justiz, Arbeit, Beruf, Technik, Wissenschaft, Kunst, Ausbildung, Religion, Freizeit, Verkehr, Reisen, Natur, Tiere, Familie, Erziehung, Partnerschaft, Gesundheit, Showbusiness, Sex, Kriminalität, Esoterik etc.
- 13) Vgl. Krüger, Udo Michael: Boulevardisierung der Information im Privatfernsehen. Nichttagesaktuelle Informations- und Infotainmentsendungen bei ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und PRO SIEBEN 1995. In: Media Perspektiven 7/1996, S. 362-374. Vgl. auch Mikos, Lothar: Themen und Präsentationsformen in Boulevard-Magazinen. In: tv diskurs Juli 1998, S. 64-71.
- 14) Vgl. Stolte, Dieter: Bleibt Fernsehen Fernsehen? In: epd medien Nr. 86 v. 5.11.1997.
- 15) Vgl. Bourdieu, Pierre: Über das Fernsehen. Frankfurt am Main 1998, S. 22ff.

