

**Programmanalyse 2003 von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben**

## → **Spartenstruktur und Informationsprofile im deutschen Fernsehangebot**

Von *Udo Michael Krüger\**

- Programmstrukturvergleich und Inhaltsanalyse verknüpft** Die Programmanalyse 2003 vergleicht die Gesamtangebotsstruktur und die Inhaltsprofile der Informationsangebote der beiden öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme ARD/Das Erste, ZDF und der drei privaten Programme RTL, SAT.1 und ProSieben. Im Unterschied zu den beiden Vorjahren, in denen der Strukturvergleich der Gesamtangebote auf Ganzjahresbasis und die Inhaltsanalyse der Informationsangebote auf Basis einer 4-Wochenstichprobe getrennt dargestellt wurden (1), werden hier erstmals beide Teile verknüpft. Dabei beschränkt sich die Analyse der Informationsangebote nicht mehr allein auf nichttagesaktuelle Sendungen, sondern sie bezieht auch die Hauptnachrichten aus zwei Untersuchungswochen in den Programmvergleich mit ein.
- Untersuchungsbasis** Die Strukturanalyse der Gesamtangebote basiert auf einer Vollerhebung. (2) Die Inhaltsanalyse der nichttagesaktuellen Informationsangebote basiert wieder auf Programmaufzeichnungen als Stichprobe aus vier Wochen (10. bis 16. März, 14. bis 20. Juli, 20. bis 26. Oktober und 24. bis 30. November 2003), und die Analyse der Hauptnachrichten umfasst die beiden genannten Wochen aus März und November 2003.
- Untersuchungsfragen** Die Untersuchungsfragen lauteten:
- Wie unterscheidet sich das Gesamtjahresangebot der Fernsehhauptprogramme nach Sparten und Sendungsformen? Welche Veränderungen zum Vorjahr zeigen sich?
  - Wieviel Sendezeit und welche Sendungsformen verwenden die untersuchten Programme für ihr Informationsangebot, und welche Veränderungen gibt es gegenüber dem Vorjahr?
  - Wie unterscheiden sich die nichttagesaktuellen Informationsangebote der Sender in ihrer Themenstruktur?
  - Wie unterscheiden sich die Sender in der Themenstruktur der Hauptnachrichten?
- Stabile Grundstruktur, Wandel der Unterhaltungsformate** Nach den Befunden dieser Programmanalyse haben die fünf großen Fernsehprogramme weiterhin eine relativ stabile Grundstruktur. Soweit sich auf Spartenebene Strukturänderungen zeigen, betreffen sie am deutlichsten das Tagesprogramm von ProSieben. Bei den übrigen Sendern finden Programmveränderungen überwiegend unterhalb der Spartenebene statt, wo sie in Ansätzen schon im

Vorjahr als Wandel der Unterhaltungsformate mit Auswirkungen auf das Infotainment- und nonfiktionale Unterhaltungsangebot sichtbar wurden. Zwei Trends zeichnen sich dabei ab: 1. Fiction wird bei den Privatsendern weiterhin reduziert und durch Infotainment und nonfiktionale Unterhaltung ersetzt. 2. Die Entertainingisierung der Information schreitet insbesondere bei den Privatsendern voran. Was früher als unterschiedliches Informationsverständnis bezeichnet worden war, um die publizistischen Grundorientierungen der konkurrierenden Fernsehsysteme zu charakterisieren, wird durch die neuere Entwicklung bestätigt.

Die öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme unterscheiden sich sowohl in den Spartenprofilen des Gesamtangebots als auch in den Inhaltsprofilen der Informationsangebote nach wie vor erheblich. Das Erste und das ZDF bieten wie in allen Jahren zuvor wesentlich mehr Information an als die Privatsender. Dazu kommt, dass bei den Privaten der geringe Anteil an Informationsangeboten größtenteils aus Boulevardmagazinen und „weichen“, unterhaltsam gestalteten Infosendungen besteht.

### **Spartenprofile der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme**

Beim Vergleich der Spartenprofile des Gesamtangebots der fünf untersuchten Programme wird wie gehabt nach acht Kategorien unterschieden: 1. Information, 2. Sport, 3. nonfiktionale Unterhaltung, 4. Musik, 5. Kinder-/Jugendprogramm, 6. Fiction (ohne Kinderprogramm), 7. Sonstiges und 8. kommerzielle Werbung (vgl. Tabelle 1).

Dabei machen Informationssendungen unterschiedlichster Art im Jahr 2003 mit knapp 46 Prozent fast die Hälfte des Gesamtangebots der beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme aus. Deutlich weniger als ein Drittel entfällt auf Fictionunterhaltung, alle übrigen Programmkategorien von nonfiktionaler Unterhaltung über Sport, Kinderprogramm und Musik liegen unter 10 Prozent. Unter Sonstiges zusammengefasst sind Nonprofit-Spots, Sendereigenwerbung, Restzeitfüller im Tagesablauf, auf kommerzielle Werbung entfällt ein geringfügiger Anteil des Gesamtangebots.

Die drei privaten Hauptprogramme bieten ihren Zuschauern 2003 Informationssendungen in durchschnittlich nur etwas über einem Fünftel ihrer Gesamtsendezeit an. Dagegen machen Fiction und nonfiktionale Unterhaltung knapp die Hälfte ihres Gesamtangebots aus. Auf kommerzielle Werbung und Sonstiges, das sind hier Programmtrailer, Gewinnzahlen, Überleitungen und Restzeitfüller, entfällt zusammengenommen schon fast der gleiche Sendezeitanteil wie auf das gesamte Informationsangebot der Privaten (vgl. Abbildung 1).

### **Senderprofile Vergleich**

Der Vergleich der einzelnen Senderprofile zeigt, dass es bei den öffentlich-rechtlichen Programmen weniger auffällige Veränderungen gibt als bei den

**Öffentlich-rechtliche mit Abstand führende Informationsanbieter**

**Das Erste/ZDF: Knapp die Hälfte des Gesamtangebots ist Information**

**Private: Knapp die Hälfte des Gesamtangebots fiktionale und nonfiktionale Unterhaltung**

**Das Erste: Informationsanteil noch etwas gestiegen**

\* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

## ① Programmsparten von öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen 2002 und 2003

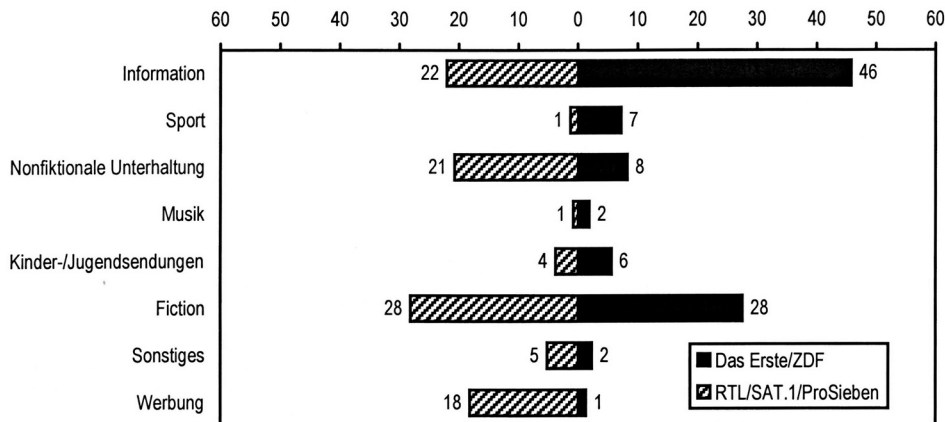
	Sendedauer Min./Tag				Sendedauer in %			
	öff.-rechtl.		privat		öff.-rechtl.		privat	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Information	622	659	252	317	43,2	45,8	17,5	22,0
Sport	121	105	27	18	8,4	7,3	1,9	1,2
Nonfiktionale Unterhaltung	133	119	303	298	9,2	8,3	21,0	20,7
Musik	38	27	5	11	2,7	1,9	0,3	0,8
Kinder-/Jugendsendungen	103	81	53	54	7,2	5,6	3,7	3,8
Fiction	377	397	478	404	26,2	27,6	33,2	28,1
Sonstiges	27	33	69	75	1,9	2,3	4,8	5,2
Werbung	18	19	253	262	1,2	1,3	17,6	18,2
Gesamt <sup>1)</sup>	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Die Neuberechnungen auf der einheitlichen Bezugsbasis von 24 Std./Tag führen beim Ersten und beim ZDF zu kleineren Abweichungen der für 2002 in MP 3/2003 ausgewiesenen Werte. Zeitlücken werden neben Programmpräsentation, Nonprofit-Spots, Gewinnzahlen und anderen Füllern unter Sonstiges, Landschafts- und Städteimpressionen unter Information ausgewiesen.

Untersuchungszeitraum: Gesamtjahr 2002 und 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 1** Spartenprofile von Das Erste/ZDF und RTL/SAT.1/ProSieben 2003  
Sendedauer in %



Basis: Gesamtjahr 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

privaten (vgl. Tabellen 2 und 3). Das Erste kommt im Jahr 2003 auf einen Informationsanteil von 43,1 Prozent, an zweiter Stelle folgt das Fictionangebot mit 28,5 Prozent, danach folgen etwa gleichrangig Sportangebote (8,6%) und nonfiktionale Unterhaltung (8,3%), ferner das Kinderprogramm (6,0%) und die Musikangebote mit 2,0 Prozent. Die übrige Zeit verteilt sich auf Sonstiges (2,2%) und kommerzielle Werbung (1,3%). Die geringen Unterschiede gegenüber dem Vorjahr resultieren zum Teil aus der zusätzlichen Berichterstattung über den Irak-Krieg (3) sowie aus einer geringeren Anzahl von Sportübertragungen, ferner aus einer kleinen methodischen Veränderung: der Einführung des 24-Stundentages als Prozentuierungsbasis für alle untersuchten Sender.

Das ZDF erreicht auf dieses Basis einen Informationsanteil von 48,4 Prozent, an zweiter Stelle rangiert auch hier das Fictionangebot (26,7%), danach folgt das nonfiktionale Unterhaltungsangebot mit

8,2 Prozent, dann das Sportangebot mit 6,0 Prozent, ferner das Kinderprogramm mit 5,2 Prozent und Musikangebote (1,7%). Auf Sonstiges entfallen beim ZDF 2,4 Prozent, und Werbung macht 1,4 Prozent aus. Auch beim ZDF wirken sich verringerte Sportangebote und eine umfangreiche Irak-Sonderberichterstattung sowie ein Rückgang bei nonfiktionaler Unterhaltung zugunsten des Informationsanteils aus.

Anders stellt sich die Situation bei den Privatsendern dar, deren Einzelprofile zum Teil deutlichere Programmveränderungen erkennen lassen. RTL verringerte seinen Fictionanteil auf 27,0 Prozent (minus 4%-Punkte). An zweiter Stelle folgt das Informationsangebot (22,1%), das um 1,8 Prozent-

**RTL: Fictionanteil deutlich verringert, Info und nonfiktionale Unterhaltung nehmen zu**

**ZDF: Höchster Informationsanteil**

② Programmsparten von Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2002 und 2003

Sendedauer in Min. pro Tag

	Das Erste		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Information	593	621	652	698	293	318	252	250	212	384
Sport	136	124	107	86	42	33	40	21	0	-
Nonfiktionale Unterhaltung	119	120	146	118	265	275	370	385	273	235
Musik	54	28	23	25	13	27	2	4	0	3
Kinder-/Jugendsendungen	112	87	94	75	46	40	46	50	68	73
Fiction	385	410	370	384	446	389	361	355	626	470
Sonstiges	24	32	30	34	65	73	75	77	66	73
Werbung	18	19	18	19	270	285	294	299	195	203
Gesamt <sup>1)</sup>	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440

1) Die Neuberechnungen auf der einheitlichen Bezugsbasis von 24 Std./Tag führen beim Ersten und beim ZDF zu kleineren Abweichungen der für 2002 in MP 3/2003 ausgewiesenen Werte. Zeitlücken werden neben Programmpräsentation, Nonprofit-Spots, Gewinnzahlen und anderen Füllern unter Sonstiges, Landschafts- und Städteimpressionen unter Information ausgewiesen.

Untersuchungszeitraum: Gesamtjahr 2002 und 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

③ Programmsparten von Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2002 und 2003

Sendedauer in %

	Das Erste		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Information	41,2	43,1	45,3	48,4	20,3	22,1	17,5	17,3	14,8	26,7
Sport	9,4	8,6	7,4	6,0	2,9	2,3	2,8	1,4	0,0	0,0
Nonfiktionale Unterhaltung	8,3	8,3	10,1	8,2	18,4	19,1	25,7	26,7	19,0	16,3
Musik	3,7	2,0	1,6	1,7	0,9	1,9	0,1	0,3	0,0	0,2
Kinder-/Jugendsendungen	7,8	6,0	6,6	5,2	3,2	2,8	3,2	3,5	4,7	5,1
Fiction	26,7	28,5	25,7	26,7	31,0	27,0	25,1	24,6	43,5	32,6
Sonstiges	1,7	2,2	2,1	2,4	4,5	5,1	5,2	5,4	4,6	5,1
Werbung	1,2	1,3	1,2	1,4	18,8	19,8	20,4	20,8	13,5	14,1
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gesamt <sup>1)</sup>	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440

1) Die Neuberechnungen auf der einheitlichen Bezugsbasis von 24 Std./Tag führen beim Ersten und beim ZDF zu kleineren Abweichungen der für 2002 in MP 3/2003 ausgewiesenen Werte. Zeitlücken werden neben Programmpräsentation, Nonprofit-Spots, Gewinnzahlen und anderen Füllern unter Sonstiges, Landschafts- und Städteimpressionen unter Information ausgewiesen.

Untersuchungszeitraum: Gesamtjahr 2002 und 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

punkte zunahm. Werbung rangiert mit 19,8 Prozent bei RTL an dritter Position knapp vor der nonfiktionalen Unterhaltung (19,1%), die beide leicht zunahm. Geringe Anteile entfallen auf Kinderprogramm (2,8%), Sport (2,3%) und Musik (1,9%), etwas mehr auf Sonstiges (5,1%), worin ein großer Anteil von Programmtrailern und diversen Füllern enthalten ist.

**SAT.1: Geringstes Infoangebot**

SAT.1 räumt der nonfiktionalen Unterhaltung (26,7%) etwas mehr Sendedauer ein als der Fictionunterhaltung (24,6%). Auch bei SAT.1 folgt an dritter Position bereits die Werbung (20,8%), auf die mehr Sendedauer entfällt als auf Informationsangebote (17,3%). Mit geringen Anteilen erscheinen ferner Kinderprogramm (3,5%), Sport (1,4%) und Musik (0,3%). Auf Sonstiges entfallen 5,4 Prozent

der täglichen Sendedauer, auch hier hauptsächlich Trailer. Gegenüber dem Vorjahr unterscheidet sich das SAT.1-Spartenprofil kaum. Ein leichter Rückgang im Sport kommt der nonfiktionalen Unterhaltung zugute.

Die größten Strukturveränderungen unter den drei privaten Hauptprogrammen finden sich bei ProSieben. Früher mit Abstand stärkster Fictionsender unter den Hauptprogrammen, behält ProSieben mit 32,6 Prozent zwar auch im Jahr 2003 immer noch diese Position, der Rückgang von fast 11 Prozentpunkten ist jedoch erheblich. Offenbar werden bei ProSieben zunehmend andere programmstrukturelle Akzente gesetzt. An zweiter Stelle rangiert nun die Sparte Information mit 26,7 Prozent (+11,9%-Punkte), die von diesem Wandel am meisten profitierte. Mit Abstand folgen nonfiktionale Unterhaltung (16,3%) und Werbung (14,1%), wobei sich der im Vergleich zu RTL und SAT.1 geringere Werbeanteil daraus erklärt, dass ProSieben auch im Jahr

**ProSieben: Fiction nimmt stark ab, Info nimmt deutlich zu**

2003 deutlich weniger Teleshopsendungen als RTL und SAT.1 ausstrahlte. Das Kinderprogramm macht 5,1 Prozent des Tageszeitbudgets aus. Musikangebote (0,2%) sind kaum erwähnenswert, und eigenständige Sportsendungen fehlen nach wie vor. Auf Sonstiges (5,1%) entfällt bei ProSieben ähnlich viel Sendezeit wie bei den anderen Privatsendern.

**ProSieben verdrängt  
RTL als größten  
Info-Anbieter unter  
den Privaten**

Diese Strukturveränderungen bei ProSieben haben zur Folge, dass der Sender im Jahr 2003 die Position des größten Informationsanbieters unter den Privatsendern einnimmt, wobei wie später noch gezeigt wird, die Informationsausweitung vor allem durch Infotainment-Magazine erfolgte. Diese Position hatte in den vergangenen Jahren stets RTL inne; SAT.1 bildet jetzt das Schlusslicht.

#### **Profile der Sendungsformen nach Programmen und Sparten**

**Wahl der Sendungs-  
formen verdeutlicht  
Profilunterschiede  
der Sender**

In der Wahl der Sendungsformen zeigen sich unterschiedliche und typische Schwerpunktsetzungen der untersuchten Programme, die schon in den Spartenprofilen sichtbar waren. Die Analyse der Sendungsformen gibt aber auch Hinweise darauf, was hinter den ermittelten Veränderungen der Spartenstrukturen steckt. Untersucht werden alle non-fiktionalen, fiktionalen und sonstigen Sendungsformen. Die non-fiktionalen Sendungsformen werden nach folgenden Kategorien unterschieden: 1. Nachrichtensendungen (tagesaktuelle, thematisch heterogene Einzelbeiträge), 2. Magazine als moderierte Sendungen mit eigenständigen Beiträgen, einschließlich solcher mit Ratgeberfunktion, 3. berichtende Formen, die primär authentische Realität vermitteln (Dokumentation, Bericht, Reportage, Porträt u.ä.), 4. dokumentarische Formen, die authentische und inszenierte Realität vermischen (Dokuinszenierung, Docu-Soap), 5. Ereignisübertragung (senderexterne Ereignisse und Fremdveranstaltungen als live- oder zeitversetzte Übertragung), 6. Gesprächsformen (Diskussion, Talk, Ansprache mit Schwerpunkt Wort statt Visualisierung), 7. unterhaltende Formen mit Spiel- und Wettbewerbscharakter sowie Publikumsbeteiligung (Quiz, Gameshow u. ä.), 8. unterhaltend-darbietende Formen mit professionellem Hintergrund (Showauftritt, Konzert, Comedy, Sketch, Nummer u. ä.), 9. konzeptionelle Kindersendung (Sendungen mit pädagogisch intendierten Beiträgen). Hinzu kommen als fiktionale Formen: 10. Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen und 11. Fernsehserien. Unter die sonstigen Sendungsformen fallen hier 12. sonstige redaktionelle Formen (Diverses), 13. Sonstiges als nichtredaktionelle Formen (Trailer, Überleitungen etc.) und 14. Werbeformen (Spots, Teleshop, Sponsorwerbung).

**Öffentlich-rechtliche  
wählen eher  
klassische Sendungs-  
formen, Private  
vermehrt mit neuen  
Formen wie Doku-  
Soap**

Das Erste und das ZDF setzen im Vergleich zu RTL, SAT.1 und ProSieben deutlich stärker auf Nachrichten, Magazine, Dokumentationen/Berichte/Reportagen und Ereignisübertragungen. Bei RTL und SAT.1 haben Dokuinszenierungen/Doku-Soaps, Quiz/Gameshows einen deutlich höheren Anteil als bei den Öffentlich-rechtlichen, wobei sich bei RTL allein die auf Dokuinszenierungen/Doku-Soaps entfallende Sendezeit mehr als verdoppelt hat. Bei

Talkshows sind SAT.1 und ProSieben die Programm mit dem umfangreichsten Angebot.

Die schon im Spartenvergleich auffällige Programmstrukturveränderung bei ProSieben wird bei den Sendungsformen wieder sichtbar (vgl. Tabellen 4 und 5). So avanciert ProSieben 2003 zum größten Magazinanbieter unter den Privatsendern und schließt damit rein quantitativ fast zum Ersten auf. Den Hauptanteil an diesem Zuwachs haben das neue Lebensstilmagazin „Avenzio – schöner leben!“ mit werktäglicher Ausstrahlung am Mittag und einer Wiederholung im Frühprogramm sowie die als Ratgeber ausgewiesene Kochshow „Zacherl: Einfach kochen!“. Diese beiden Sendungen tragen zum Gesamtprogramm von ProSieben gemeinsam 5,1 Prozent bei und erklären bereits weitgehend Umfang und Art der Informationsausweitung im Jahr 2003. Ein erster Blick auf die Verteilung der Sendungsformen nach Sparten zeigt hier nämlich, dass bei ProSieben Magazine nur in der Sparte Information vorkommen (vgl. Tabelle 6).

Trotz des Rückgangs um knapp 4 Prozentpunkte bleibt ProSieben auch 2003 stärkster Filmanbieter vor dem Ersten und dem ZDF. Bei den Fernsehserien rutscht ProSieben vom zweiten auf den vierten Rang, an der Spitze bleibt RTL trotz der Verringerung seiner Fernsehserien um 4 Prozentpunkte.

Betrachtet man noch einmal die Sendungsformen innerhalb der Sparten insgesamt, so dominieren im Bereich Information wie in den Vorjahren Magazine, Nachrichten und Dokumentationen, Berichte, Reportagen, während Gesprächssendungen und andere Formen wie Ereignisübertragung, Dokuinszenierung und sonstige redaktionelle Formen nur eine Neben- oder Randbedeutung haben. Nach einzelnen Programmen aufgeschlüsselt, ergibt sich folgendes Bild: Beim Ersten und beim ZDF entfallen doppelt so viele Sendezeitanteile wie bei RTL auf Nachrichtensendungen. Bei SAT.1 ist der Nachrichtenanteil noch einmal um die Hälfte kleiner als bei RTL und bei ProSieben beträgt er nur gut 1 Prozent des Gesamtprogramms (vgl. Abbildung 2).

Magazine sind bei allen fünf Programmen ein wesentlicher Bestandteil des Informationsangebots (vgl. Abbildung 3). Hier liegt der Unterschied weniger in der Quantität als in der inhaltlichen Vielfalt der Magazine, die bei den Öffentlich-rechtlichen ein breiteres Spektrum abdecken und vom aktuellen gemeinsamen Morgenmagazin, dem gemeinsamen Mittagmagazin mit politischer Information und anderen Magazinen mit Themenschwerpunkten aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissen, Technik, Gesundheit, Reisen und Lifestyle bis hin zum Boulevard und Prominenz reichen. Das Beispiel ProSieben, wo im vergangenen Jahr die Informationsausweitung vorwiegend durch Infotainment-Magazine erfolgte, wurde oben schon erwähnt. Wie später noch gezeigt wird, gibt es unter den Privat-

**ProSieben: Zunahme  
der Info geht auf  
zusätzliche Lifestyle-  
Magazine und  
Ratgeber zurück**

**Öffentlich-rechtliche  
haben mehr als  
doppelt so viel  
Nachrichten wie  
Private**

④ **Sendungsformen bei Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2002 und 2003**

*Sendedauer in Min. pro Tag*

	Das Erste		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Nachrichten	136	147	138	145	68	66	46	32	16	15
Magazin	306	325	365	407	198	205	232	213	190	295
Dokumentation/Bericht/Reportage	143	153	154	154	53	33	15	14	20	33
Dokuinszenierung/Doku-Soap <sup>1)</sup>	-	4	40	21	64	171	128	141	8	40
Ereignisübertragung	121	92	80	61	26	19	4	4	1	1
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	97	90	87	81	105	58	124	149	168	156
Quiz/Gameshow	21	19	22	8	50	38	59	33	5	2
Darbietungsshow/Comedy/Nummern	70	51	39	43	51	62	53	70	75	78
Konzept. Kindersendung	44	34	47	13	2	-	-	-	-	1
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	277	256	218	218	87	81	114	129	374	319
Fernsehserie	176	206	198	228	404	348	292	276	320	223
Sonst. redakt. Form	9	15	4	9	0	0	2	2	2	2
Sonstiges	23	29	30	32	65	73	75	76	66	72
Werbeformen	18	19	18	19	270	285	294	299	195	203
Gesamt <sup>2)</sup>	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440

1) Einschließlich Real-Life-Shows/Reality TV.

2) Die Neuberechnungen auf der einheitlichen Bezugsbasis von 24 Std./Tag führen beim Ersten und beim ZDF zu kleineren Abweichungen der für 2002 in MP 3/2003 ausgewiesenen Werte. Zeitlücken werden neben Programmpräsentation, Nonprofit-Spots, Gewinnzahlen und anderen Füllern unter Sonstiges, Landschafts- und Städteimpressionen unter Dokumentation und Ratgeber unter Magazin ausgewiesen.

Untersuchungszeitraum: Gesamtjahr 2002 und 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

⑤ **Sendungsformen bei Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2002 und 2003**

*Sendedauer in %*

	Das Erste		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Nachrichten	9,5	10,2	9,6	10,0	4,7	4,6	3,2	2,2	1,1	1,1
Magazin	21,2	22,6	25,3	28,3	13,7	14,3	16,1	14,8	13,2	20,5
Dokumentation/Bericht/Reportage	9,9	10,6	10,7	10,7	3,7	2,3	1,1	1,0	1,4	2,3
Dokuinszenierung/Doku-Soap <sup>1)</sup>	-	0,3	2,8	1,5	4,5	11,9	8,9	9,8	0,6	2,8
Ereignisübertragung	8,4	6,4	5,6	4,3	1,8	1,3	0,3	0,3	0,1	0,1
Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache	6,7	6,3	6,0	5,6	7,1	4,0	8,6	10,4	11,7	10,9
Quiz/Gameshow	1,4	1,3	1,5	0,6	3,5	2,7	4,1	2,3	0,4	0,1
Darbietungsshow/Comedy/Nummern	4,9	3,5	2,7	3,0	3,6	4,3	3,7	4,9	5,2	5,4
Konzept. Kindersendung	3,0	2,4	3,3	0,9	0,1	-	-	-	-	0,1
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen	19,2	17,8	15,1	15,2	6,0	5,6	7,9	9,0	26,0	22,2
Fernsehserie	12,2	14,3	13,8	15,9	28,0	24,2	20,3	19,1	22,2	15,5
Sonst. redakt. Form	0,6	1,1	0,3	0,6	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	0,2
Sonstiges	1,6	2,0	2,1	2,2	4,5	5,1	5,2	5,3	4,6	5,0
Werbeformen	1,2	1,3	1,2	1,4	18,8	19,8	20,4	20,8	13,5	14,1
Gesamt <sup>2)</sup>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Einschließlich Real-Life-Shows/Reality TV.

2) Die Neuberechnungen auf der einheitlichen Bezugsbasis führen beim Ersten und beim ZDF zu kleineren Abweichungen der für 2002 in MP 3/2003 ausgewiesenen Werte. Zeitlücken werden neben Programmpräsentation, Nonprofit-Spots, Gewinnzahlen und anderen Füllern unter Sonstiges, Landschafts- und Städteimpressionen unter Dokumentation und Ratgeber unter Magazin ausgewiesen.

Untersuchungszeitraum: Gesamtjahr 2002 und 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

sendern nur bei RTL ein Magazin mit nennenswertem Anteil an politischer Information, dagegen beschränken sich die Informationsmagazine der beiden anderen Sender in hohem Maße auf weichere Information. (4)

Bei den größeren monothematischen Formen Dokumentation/Bericht/Reportage ist der Vorsprung der Öffentlich-rechtlichen nahezu konkurrenzlos (vgl. Abbildung 4). Auf solche Sendungsformen entfallen im Informationsangebot von RTL und SAT.1 noch deutlich geringere Sendezeitanteile als auf Nachrichten. Gleichzeitig erhalten die weicheren Formen der Dokuinszenierung und Doku-Soap in

**Ö.-r. Infoangebot bei Dokumentationen, Berichten und Reportagen nahezu konkurrenzlos**

## ⑥ Sendungsformen nach Programmsparten von Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 2003

	Sendedauer in Min./Tag					Sendedauer in %				
	Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro Sieben	Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro Sieben
Information	621	698	318	250	384	43,1	48,4	22,1	17,3	26,7
Nachrichten	146	145	66	32	15	10,2	10,0	4,6	2,2	1,1
Magazin	304	374	203	198	295	21,1	26,0	14,1	13,7	20,5
Dokumentation/Bericht/Reportage	122	130	20	13	31	8,5	9,0	1,4	0,9	2,2
Ereignisübertragung	8	13	1	0	1	0,5	0,9	0,1	0,0	0,1
Dokuinszenierung/Doku-Soap <sup>1)</sup>	4	7	27	4	40	0,3	0,5	1,9	0,3	2,8
Ansprache/Diskussion/Talk	26	23	1	1	-	1,8	1,6	0,0	0,1	-
Wetterinfo	12	7	-	1	1	0,8	0,5	-	0,1	0,0
Sport	124	86	33	21	-	8,6	6,0	2,3	1,4	-
Nachrichten	1	-	-	0	-	0,1	-	-	0,0	-
Magazin	9	15	2	15	-	0,6	1,0	0,1	1,1	-
Dokumentation/Bericht/Reportage	31	24	13	1	-	2,1	1,6	0,9	0,1	-
Ereignisübertragung	83	47	18	4	-	5,8	3,2	1,2	0,3	-
Ratespiel/Quiz/Gameshow	0	0	-	-	-	0,0	0,0	-	-	-
Show/Darbietung	-	0	-	0	-	-	0,0	-	0,0	-
Sonstiges	0	0	-	-	-	0,0	0,0	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	120	118	275	385	235	8,3	8,2	19,1	26,7	16,3
Magazin	13	18	-	-	-	0,9	1,3	-	-	-
Dokumentation/Bericht/Reportage	-	0	0	0	1	-	0,0	0,0	0,0	0,1
Ereignisübertragung	1	1	-	-	-	0,1	0,1	-	-	-
Dokuinszenierung/Doku-Soap <sup>1)</sup>	-	14	144	137	-	-	1,0	10,0	9,5	-
Ansprache/Diskussion/Talk	64	58	57	149	156	4,4	-	4,0	10,3	10,9
Ratespiel/Quiz/Gameshow	21	8	38	33	-	1,5	0,6	2,7	2,3	-
Show/Darbietung	20	18	35	66	78	1,4	1,2	2,4	4,6	5,4
Musik	28	25	27	4	3	2,0	1,7	1,9	0,3	0,2
Ereignisübertragung	0	0	-	-	-	0,0	0,0	-	-	-
Ratespiel/Quiz/Gameshow	-	-	-	-	2	-	-	-	-	0,1
Show/Darbietung	28	25	27	4	1	2,0	1,7	1,9	0,3	0,0
Kinder-/Jugendprogramm	87	75	40	50	73	6,0	5,2	2,8	3,5	5,1
Magazin	32	7	-	-	-	2,2	0,5	-	-	-
Dokumentation/Bericht/Reportage	-	0	-	-	1	-	0,0	-	-	0,1
Ratespiel/Quiz/Gameshow	-	4	-	-	-	-	0,3	-	-	-
Show/Darbietung	2	1	-	-	0	0,2	0,1	-	-	0,0
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	8	8	6	4	11	0,6	0,5	0,4	0,3	0,8
Fernsehserie	44	55	34	46	61	3,1	3,8	2,4	3,2	4,2
Fiction	410	384	389	355	470	28,5	26,7	27,0	24,6	32,6
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihe	248	211	75	125	308	17,2	14,6	5,2	8,7	21,4
Spielfilm	173	143	57	72	263	12,0	9,9	4,0	5,0	18,3
Fernsehspiel/TV-Movie	75	68	18	54	45	5,2	4,7	1,2	3,7	3,2
Kurzfilm	0	-	-	-	-	0,0	-	-	-	-
Fernsehserie	161	173	314	229	161	11,2	12,0	21,8	15,9	11,2
Bühne/Aufführung	1	0	-	0	-	0,1	0,0	-	0,0	-
Sonstiges	32	34	73	77	73	2,2	2,4	5,1	5,4	5,1
Programmpräsentation	18	27	60	68	65	1,3	1,9	4,2	4,7	4,5
Sonstiges	3	2	0	1	2	0,2	0,1	0,0	0,1	0,1
Restzeitfüller	11	5	13	8	6	0,8	0,3	0,9	0,6	0,4
Werbung	19	19	285	299	203	1,3	1,4	19,8	20,8	14,1
Gesamt <sup>2)</sup>	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Einschließlich Real-Life-Shows/Reality TV.

2) Die Neuberechnungen auf der einheitlichen Bezugsbasis führen bei ARD und ZDF zu kleineren Abweichungen der für 2002 in MP 3/2003 ausgewiesenen Werte. Zeitlücken werden neben Programmpräsentation, Nonprofit-Spots, Gewinnzahlen und anderen Füllern unter Sonstiges, Landschafts- und Städteimpressionen unter Dokumentation und Ratgeber unter Magazin ausgewiesen.

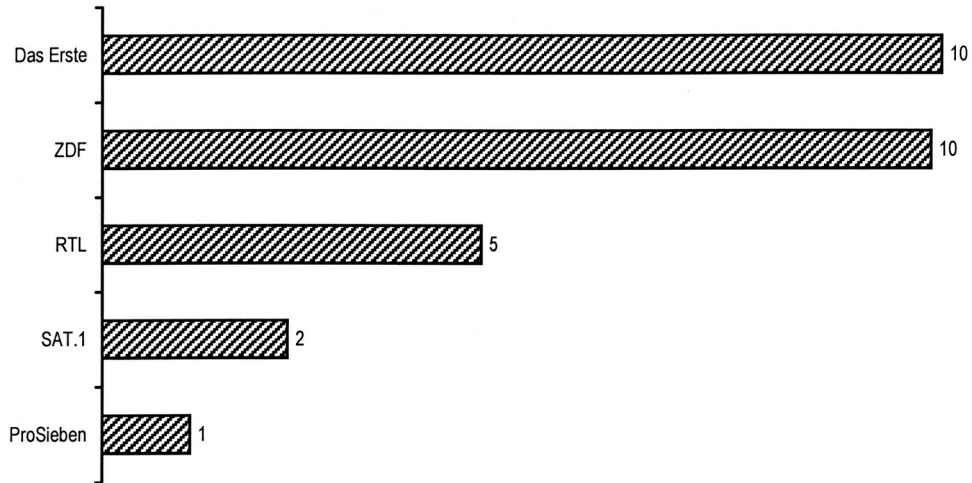
Untersuchungszeitraum: Gesamtjahr 2002 und 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

der Sparte Information bei RTL, aber auch bei ProSieben, inzwischen etwas höhere Sendezeitanteile als die klassische Form der Dokumentation. Gesprächsformate im Infobereich gibt es praktisch

nur bei den Öffentlich-rechtlichen. Fazit: Das ohnehin breitere Informationsangebot der Öffent-

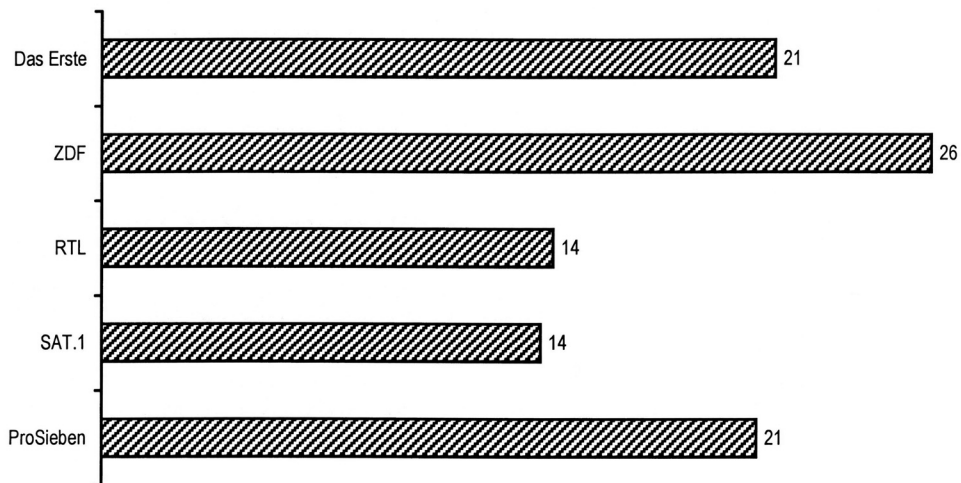
**Abb. 2 Nachrichtensendungen 2003**  
Sendedauer in %



Basis: Gesamtjahr 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 3 Magazine in der Sparte Information 2003**  
Sendedauer in %



Basis: Gesamtjahr 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

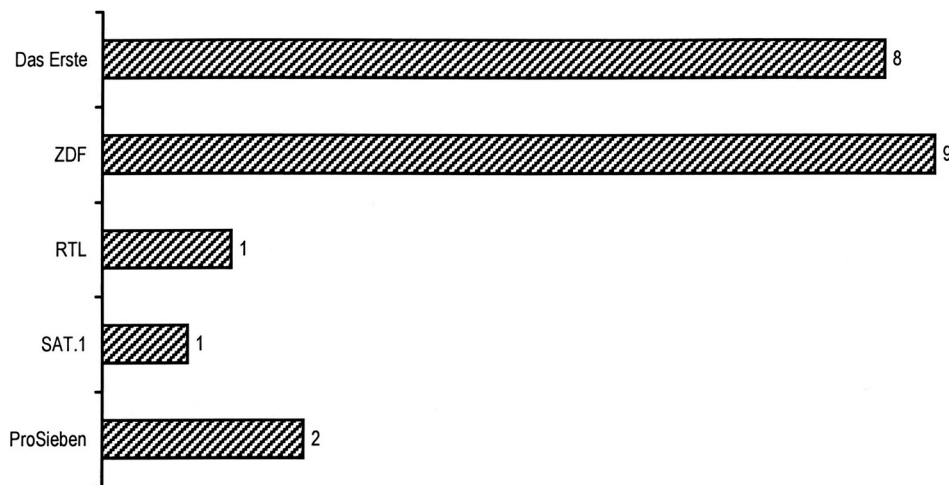
lich-rechtlichen ist nach Sendungsformen vielfältiger und bleibt gleichzeitig den klassischen Sendungsformen stärker verhaftet als das der Privaten.

Die Analyse der Sendungsformen zeigt darüber hinaus: Wenn es um generelle Veränderungen in den Programmangeboten geht, so liegen sie vor allem im Grenzbereich zwischen Information und nonfiktionaler Unterhaltung. In diesem Grenzbereich haben die Privatsender mit einem mehrstufigen Formatwechsel Trends gesetzt. Nach dem Talkshowboom der 90er Jahre substituierten sie dieses

Format zunächst größtenteils durch Gerichtsshow. Auf diese erste Stufe der Veränderung der Unterhaltungsformate im Tagesprogramm mit Wiederholungen in der Nacht folgte als zweite Stufe die Einführung der Doku-Soaps, die bei RTL bereits in den Vorjahren Sendeplätze am Vormittag und Spätabend erhielten und inzwischen auch bei SAT.1 häufiger verwendet werden.

ProSieben hat den Wechsel zur Gerichtsshow nicht mit vollzogen, sondern von vornherein den Doku-Soaps den Vorrang gegeben, die der Sender selbst zur Sparte Information zählt, während sie bei RTL und SAT.1 nach deren Verständnis überwiegend der nonfiktionalen Unterhaltung zugeordnet werden und ein Drittel bis die Hälfte der Sen-

**Abb. 4 Dokumentationen/Berichte/Reportagen in der Sparte Information 2003**  
Sendedauer in %



Basis: Gesamtjahr 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

dezeit dafür ausmachen. Die Dominanz der Privatsender gegenüber den Öffentlich-rechtlichen in der Sparte nonfiktionaler Unterhaltung beruht im Jahr 2003 bei RTL und SAT.1 vor allem auf diesem starken Einsatz von Dokuinszenierung/Doku-Soap sowie bei ProSieben, aber auch bei SAT.1., auf dem Einsatz von Talkshows.

#### Informationsangebote in der Zeit von 17.00 bis 1.00 Uhr

Auf der Basis der vierwöchigen Programmaufzeichnungen lassen sich die Informationsangebote der Hauptprogramme inhaltlich genauer in Augenschein nehmen, als es auf der Basis der Vollerhebung auf Sendungsebene möglich ist. Aus forschungsökonomischen Gründen beschränkt sich die Analyse der Beitragsebene auf die Zeit von 17.00 bis 1.00 Uhr, in der die stärkste Fernsehnutzung stattfindet. Verglichen werden Umfang, Sendungsformen und Themenstrukturen der Informationsangebote der fünf Hauptprogramme.

**Das Erste/ZDF:  
Größtes Infoangebot  
mit größter  
Sendungsformen-  
vielfalt**

Von den insgesamt zugrunde liegenden 728 Minuten an Informationssendungen, die von den fünf untersuchten Programmen pro Tag ausgestrahlt werden, stammen vom Ersten 187 Minuten, vom ZDF 185 Minuten. RTL liegt mit 140 Minuten im Mittelfeld, auf SAT.1 und ProSieben entfallen jeweils 108 Minuten. Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender unterscheiden sich von den drei privaten auch in der hier betrachteten Zeitphase durch ein breiteres Spektrum der Sendungsformen (vgl. Abbildung 5). So werden bei ARD und ZDF Nachrichtensendungen, Magazine/Ratgeber und monothematische Formen (Dokumentation/Bericht/Reportage) in ähnlich großem Umfang angeboten, dazu kommt ein deutlich breiteres Angebot an Gesprächsformen (Diskussion/Gespräch/Talk/Ansprache) als bei den Privaten. Die Nachrichtensendungen verteilen sich mit drei großen Ausga-

ben in Form von Hauptnachrichten, Nachrichtenmagazinen und Nachtmagazinen über den gesamten Abend.

Die Nachrichtenangebote der Privatsender haben insgesamt einen geringeren Umfang, weil es bei RTL und SAT.1 neben den Hauptnachrichten und den Nachtmagazinen keine mit den beiden öffentlich-rechtlichen Angeboten vergleichbare Sendung am Spätabend gibt. ProSieben strahlt nur die Hauptnachrichtensendung aus und liegt daher auf dem letzten Platz. Das Informationsangebot außerhalb der Nachrichten besteht bei den privaten Programmen größtenteils aus Magazinen, während großflächige monothematische Sendungen (Dokumentation/Bericht/Reportage) im Vergleich zum Ersten und dem ZDF nur einen geringen Anteil ausmachen. Noch seltener werden Gesprächssendungsformen im privaten Informationsangebot in diesem Zeitabschnitt angeboten. Dagegen finden sich auch hier zunehmend weichere Sendungsformen wie Dokuinszenierung/Doku-Soap, die, wie schon beim Vergleich der Gesamtangebote erwähnt, eher im Grenzbereich des Infotainments angesiedelt sind.

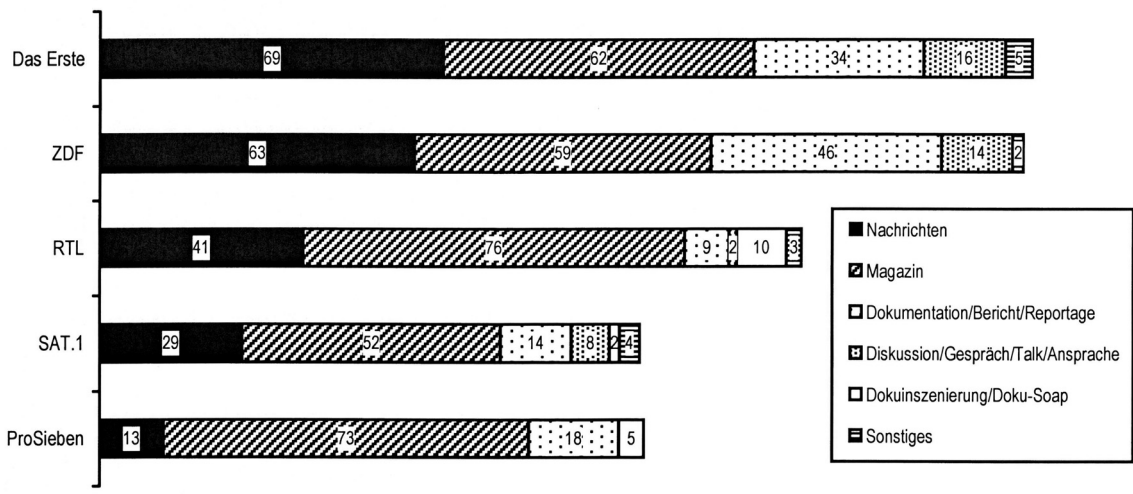
#### Themenprofile der nichttagesaktuellen Informationsangebote

Durch kein anderes Merkmal wird die publizistische Grundorientierung der Sender so deutlich sichtbar wie durch die Auswahl der Themen der Informationsangebote. Unterstellt man einmal, dass die Themenwahl einer Sendung oder eines Beitrags nicht nur durch die Ereignisse, sondern auch durch die Intentionen der Sender im Konkurrenzkampf um Marktanteile beeinflusst wird, und dass diese Annahme eher für die nichttagesaktuellen In-

**Themenwahl zeigt  
publizistische  
Grundorientierung  
der Sender**



**Abb. 5 Sendungsformen der Informationsangebote 2003**  
17.00-1.00 Uhr, Min. pro Tag



Untersuchungszeitraum 10.-16. März; 14.-20. Juli; 20.-26. Oktober; 24.-30. November 2003 - 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**⑦ Themenstruktur nichttagesaktueller Informationsangebote 2003**  
17.00-1.00 Uhr, Sendedauer in Min. pro Tag

	Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro Sieben	Gesamt
Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte <sup>1)</sup>	46	46	6	4	5	107
Gesellschaft/Justiz	3	3	0	1	1	10
Kultur/Wissenschaft	13	9	6	10	11	51
Soziales/Gesundheit	9	11	6	9	4	39
Umwelt/Natur	10	6	2	2	4	24
Alltagsleben/Beziehungen/Freizeit	8	13	23	18	31	93
Human Interest/Prominenz/Showbiz	14	15	35	21	24	109
Katastrophen/Unglück	2	5	6	2	1	15
Kriminalität	6	6	5	4	7	27
Komik/Quiz/Musik	3	2	4	5	0	15
Sport	1	1	1	1	1	4
Sonstiges	3	3	5	3	5	19
<b>Gesamt</b>	<b>118</b>	<b>122</b>	<b>99</b>	<b>80</b>	<b>95</b>	<b>514</b>

1) Zur Kategorisierung thematischer Deskriptoren siehe Krüger, Udo Michael: Programmanalyse 2001/II von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. Inhaltsprofile öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme im Vergleich. In: Media Perspektiven 10/2002, S. 514.

Untersuchungszeitraum: 10.-16. März; 14.-20. Juli; 20.-26. Oktober; 24.-30. November 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Informationsangebote als für die Nachrichten gilt, erscheint eine gesonderte Betrachtung dieser beiden Informationsformen sinnvoll.

Insgesamt umfassen die nichttagesaktuellen Informationsangebote aus der 4-Wochenstichprobe 514 Minuten pro Tag. Das ZDF trägt dazu mit 122 Minuten am meisten bei, dicht gefolgt vom Ersten mit 118 „Informationsminuten“ vor RTL mit 99,

ProSieben mit 95 und SAT.1 mit 80 Minuten. Vergleicht man die Themenstruktur der öffentlich-rechtlichen und privaten Informationsangebote in dieser meistgenutzten Tageszeitphase, zeigt sich folgendes Bild (vgl. Tabellen 7 und 8) (5):

Wie auch schon in den Vorjahren wird 2003 die Thematisierung von Politik, Wirtschaft und Zeitgeschichte fast ausschließlich vom Ersten und vom ZDF geleistet, während sich die privaten Programme aus diesem gesellschaftlich relevanten und problemorientierten Themenbereich weitgehend ausblenden und stattdessen in hohem Maße Themen

**Thematisierung von Politik, Wirtschaft, Zeitgeschichte wird fast ausschließlich von Öffentlich-rechtlichen geleistet**

### 8 Themenstruktur nichttagesaktueller Informationsangebote 2003

17.00-1.00 Uhr, Sendedauer in %

	Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro Sieben	Gesamt
Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte <sup>1)</sup>	39,1	38,1	5,5	5,0	5,7	20,9
Gesellschaft/Justiz	2,8	2,8	0,4	1,8	1,4	1,9
Kultur/Wissenschaft	11,4	7,7	6,4	12,7	11,9	9,9
Soziales/Gesundheit	7,5	9,1	5,7	11,1	4,4	7,5
Umwelt/Natur	8,3	4,9	2,4	2,6	4,1	4,7
Alltagsleben/Beziehungen/Freizeit	6,7	10,7	23,4	23,0	32,1	18,1
Human Interest/Prominenz/Showbiz	12,2	12,7	35,0	26,5	25,1	21,3
Katastrophen/Unglück	1,7	3,7	5,7	2,4	1,1	3,0
Kriminalität	4,7	5,1	5,3	4,4	7,0	5,3
Komik/Quiz/Musik	2,7	2,0	4,2	5,9	0,5	2,9
Sport	0,6	0,8	0,9	0,8	1,1	0,8
Sonstiges	2,1	2,2	5,1	3,9	5,7	3,6
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Zur Kategorisierung thematischer Deskriptoren siehe Krüger, Udo Michael: Programmanalyse 2001/II von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. Inhaltsprofile öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme im Vergleich. In: Media Perspektiven 10/2002, S. 514.

Untersuchungszeitraum 2002: 10.-16. März; 14.-20. Juli; 20.-26. Oktober; 24.-30. November 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

aus dem Alltagsleben und aus den relevanzfernen Bereichen Human Interest/Prominenz/Showbusiness als Information anbieten.

Die Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den Privatsendern sind hier immens: Dem Themenbereich Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte widmet das Erste in der Zeit zwischen 17.00 und 1.00 Uhr 39 Prozent seines nichttagesaktuellen Informationsangebots, das ZDF kommt auf 38 Prozent. RTL und ProSieben bieten in diesem Themenbereich mit 6 Prozent und SAT.1 mit 5 Prozent nur einen Bruchteil davon an.

#### Private setzen auf Bunt und Human-Interest-Themen

Fasst man die von den Privatsendern bevorzugten Themen, nämlich Human Interest-Stories, Prominenz, Showbiz, Alltagsleben und zwischenmenschliche Beziehungen, die relativ wenig mit den institutionellen und organisierten Handlungsbereichen der Gesellschaft zu tun haben, zusammen, zeigt sich: RTL bestreitet mit diesen Themen 58 Prozent seines nichttagesaktuellen Informationsangebots, ProSieben 57 Prozent, SAT.1 49 Prozent – verglichen mit 23 Prozent beim ZDF und 19 Prozent beim Ersten (vgl. Abbildung 6).

Aus einer anderen Perspektive betrachtet, heißt das: Vom täglichen Gesamtangebot an Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte zwischen 17.00 und 1.00 Uhr stammen 86 Prozent von den beiden öffentlich-rechtlichen und nur 14 Prozent von den drei privaten Programmen. Dagegen entfallen vom Gesamtangebot der beiden Themenbereiche Human Interest/Prominenz/Showbiz, Alltagsleben/Beziehungen drei Viertel auf die privaten und ein Viertel auf die öffentlich-rechtlichen Programme.

Das bedeutet: Wer – Nachrichten hier zunächst einmal unberücksichtigt – nur öffentlich-rechtliche Informationsangebote nutzt, sieht eine andere Darstellung von der Realität bzw. wird mit anderen Problemen konfrontiert als derjenige, der nur pri-

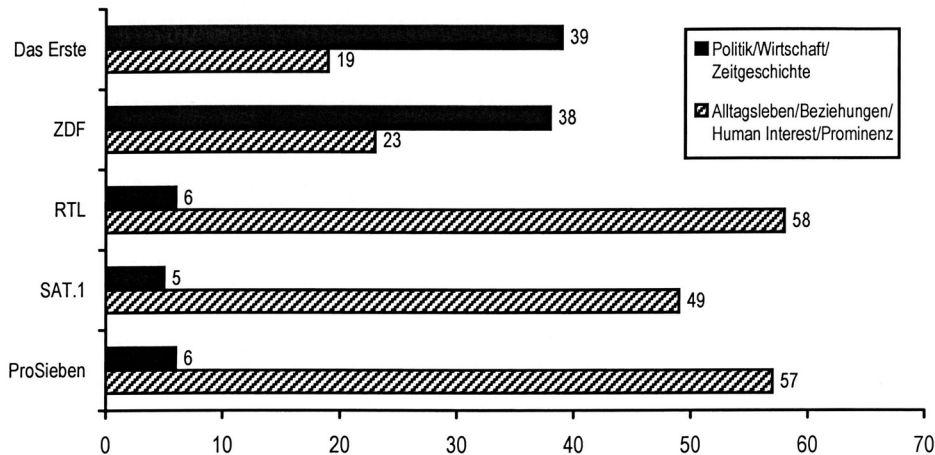
vate Informationsangebote nutzt. Am stärksten kommt dieser Kontrast in einer Ausschnittbetrachtung der klassischen Politik- und der übrigen Informationsmagazine zum Vorschein.

#### Ausschnittbetrachtung der Politik- und Informationsmagazine

Der Vergleich zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Politik- bzw. Informationsmagazinen zeigt, dass die Sender selbst innerhalb dieses relativ abgegrenzten Themenspektrums doch unterschiedliche Akzente setzen. Die harte politische Information wird größtenteils von den Öffentlich-rechtlichen in ARD-Magazinen wie „Fakt“ (MDR), „Kontraste“ (SFB), „Monitor“ (WDR), „Panorama“ (NDR), „Report Mainz“ (SWR), „Report München“ (BR) und „Weltspiegel“ (ARD) sowie in ZDF-Magazinen wie „Berlin direkt“, „Frontal 21“, „ZDFreporter“ und „auslandsjournal“ angeboten. In diesen öffentlich-rechtlichen Magazinen erreichen die Themen zu Politik, Wirtschaft und Zeitgeschichte im Durchschnitt einen Anteil von 64 Prozent der Sendezeit. Bei den Privatsendern gibt es mit „Spiegel TV Magazin“ von RTL zwar nur ein explizit als Politikmagazin ausgewiesenes Format. Bei den beiden anderen Privatsendern sind mit den öffentlich-rechtlichen Angeboten am ehesten vergleichbar „Akte 03“ (SAT.1) und „Focus TV“ (ProSieben), die sich laut Selbstdarstellung als „moderne Informationsmagazine“ (Focus TV) verstehen bzw. „investigativ“ sein wollen (Akte 03), so dass von ihnen durchaus gesellschaftlich relevante Informationen zu erwarten sind. Sie werden deshalb in den Vergleich mit einbezogen. (6) Die privaten Magazine

**Private Informationsmagazine haben nur geringen Politikanteil**

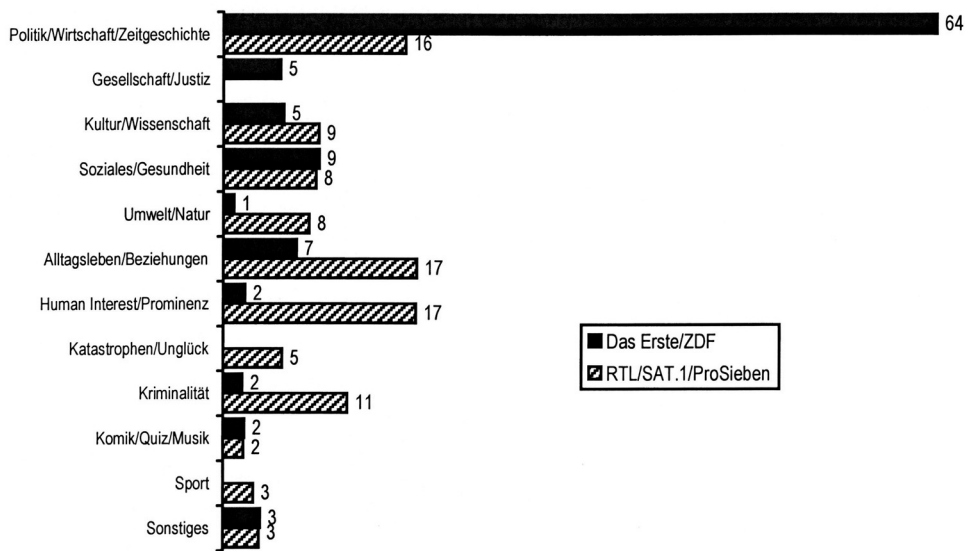
**Abb. 6 Ausgewählte Themen in nichttagesaktuellen Informationssendungen 2003**  
17.00-1.00 Uhr, Sendedauer in %



Untersuchungszeitraum 10.-16. März; 14.-20. Juli; 20.-26. Oktober; 24.-30. November 2003 - 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

**Abb. 7 Politik- und Informationsmagazine 2003**  
Sendedauer in %



Untersuchte Magazine: Fakt, Kontraste, Monitor, Panorama, Report München, Weltspiegel / Berlin direkt, Frontal 21, zdf.reporter, auslandsjournal / Spiegel TV Magazin / Akte 03 / Focus TV .

Untersuchungszeitraum 10.-16. März; 14.-20. Juli; 20.-26. Oktober; 24.-30. November 2003 - 17.00-1.00 Uhr.

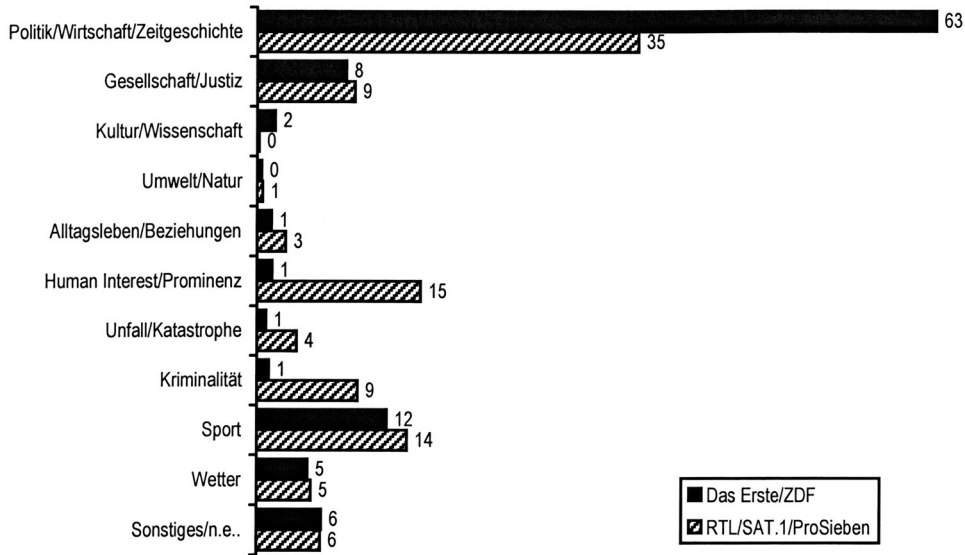
Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

enthalten einen breiteren Themen-Mix, in dem der Politikanteil zusammengenommen im Durchschnitt nur 16 Prozent ausmacht (vgl. Abbildung 7). Allerdings unterscheidet sich „Spiegel TV Magazin“ durch einen deutlich höheren Politikanteil (39%) stärker von den beiden anderen Magazinen (8%), als die Gesamtbetrachtung erkennen lässt. Gleichwohl ist es so, dass die Politikmagazine der Öffentlich-rechtlichen am Hauptabend praktisch mehr oder weniger konkurrenzlos sind.

**Themenprofile der Hauptnachrichtensendungen**

Bei ARD und ZDF wird das abendliche Nachrichtenangebot durch die Hauptnachrichten (Tageschau und heute), die Nachrichtenmagazine am späteren Abend (Tagesthemen und heute journal) und die Nachtmagazine (ARD-Nachtmagazin und heute nacht) geprägt. Bei RTL und SAT.1 sind es die Hauptnachrichten (RTL aktuell und SAT.1 18:30) und die Nachtmagazine (RTL Nacht-Journal und die nacht), bei ProSieben nur die Hauptnachrichten (ProSieben Nachrichten).

**Abb. 8 Themenstruktur der Hauptnachrichten 2003**  
Sendedauer in %



Untersuchungszeitraum 10.-16. März; 24.-30. November 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

⑨ Themenstruktur der Hauptnachrichten 2003

	Sendedauer in Min.					Sendedauer in %				
	Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro Sieben	Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	Pro Sieben
Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte <sup>1)</sup>	153	154	94	77	66	65,7	59,7	32,5	35,4	39,3
Gesellschaft/Justiz	17	23	25	19	17	7,4	8,9	8,5	8,7	10,2
Kultur/Wissenschaft	4	5	1	0	-	1,5	1,8	0,3	0,2	-
Umwelt/Natur	-	2	3	0	-	-	0,8	1,0	0,2	-
Alltagsleben/Beziehungen	2	5	11	3	4	0,8	1,8	3,8	1,3	2,2
Human Interest/Prominenz/Showbiz	3	4	31	38	32	1,1	1,6	10,7	17,7	19,0
Unfall/Katastrophe	2	2	9	9	6	0,7	1,0	3,0	4,3	3,8
Kriminalität	3	2	19	26	17	1,3	0,9	6,5	12,1	10,2
Sport	26	33	52	28	14	11,0	12,8	17,8	12,9	8,1
Wetter <sup>2)</sup>	16	7	30	3	-	6,7	2,8	10,4	1,6	-
Sonstiges/n.e.	9	21	16	12	12	3,7	7,9	5,4	5,5	7,1
Gesamt	232	258	291	216	169	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Zur Kategorisierung thematischer Deskriptoren siehe Krüger, Udo Michael: Programmanalyse 2001/II von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. Inhaltsprofile öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme im Vergleich. In: Media Perspektiven 10/2002, S. 514.

2) Die Sender unterscheiden sich bei der Präsentation ihres Wetterberichts. Das Erste und RTL beziehen den Wetterbericht an allen Tagen in die Hauptnachrichten mit ein. Das ZDF und SAT.1 präsentieren den Wetterbericht an Werktagen außerhalb der Nachrichtensendung als eigenständige Wettereinheit im Anschluss an einen Werbeblock. Lediglich am Wochenende werden hier die Wettermeldungen in die Nachrichten einbezogen. ProSieben präsentiert seinen Wetterbericht an allen Tagen exklusiv nach Abmoderation der Nachrichten und einem Werbeblock. Die gesondert ausgestrahlten Wettervorhersagen sind hier nicht berücksichtigt.

Untersuchungszeitraum: 10.-16. März; 24.-30. November 2003.

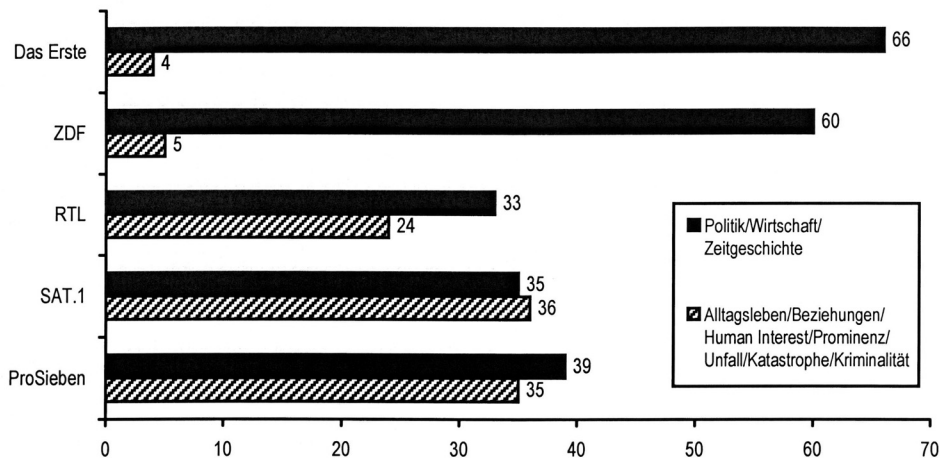
Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Im Folgenden werden die Themenprofile der Hauptnachrichten, die es bei allen fünf Sendern gibt, in den beiden Wochen vom 10. bis 16. März und vom 24. bis 30. November 2003 verglichen. Die Märzwoche wurde vor allem durch drei Ereignisschwerpunkte geprägt, die internationale Kontroverse um den Beginn des Irak-Kriegs, das Reformprogramm der deutschen Bundesregierung und die CeBit in Hannover. (7) Die Novemberwoche weist keine besonderen Ereignisse auf und steht eher für einen „normalen“ Ereignishintergrund.

Auch im Nachrichtenangebot treten die typischen Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern, wenn auch nicht in der gleichen Schärfe, zutage: Die politische Informationsleistung wird in wesentlich höherem Maße vom Ersten und vom ZDF als von RTL, SAT.1 und ProSieben erbracht (vgl. Abbildung 8 und Tabelle 9). Die beiden Öffentlich-rechtlichen bestreiten fast zwei Drittel der Sendezeit ihrer Hauptnachrichten

**Auch für die Nachrichten gilt: Politikvermittlung ist Domäne der Öffentlich-rechtlichen**

**Abb. 9 Ausgewählte Themen in Hauptnachrichten 2003**  
Sendedauer in %



Untersuchungszeitraum 10.-16. März; 24.-30. November 2003.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

mit Informationen aus Politik/Wirtschaft/Zeitgeschichte, die privaten nur etwas mehr als ein Drittel. Die unterhaltsamen und bunten Themen sowie die harten Boulevardthemen erhalten dagegen in den Hauptnachrichten der Privaten erheblich mehr Gewicht als bei den Öffentlich-rechtlichen (vgl. Abbildung 9). (8)

**Private haben offenbar eine andere „Nachrichtenphilosophie“**

Dass diese Profilunterschiede vorrangig auf einer anderen „Nachrichtenphilosophie“ beruhen, ist auch daran erkennbar, wie sich die Sendezeit, die in der Märzwoche dem Irak-Krieg eingeräumt wird, in der Novemberwoche unter „normalen“ Ereignisbedingungen verteilt. Bei den Öffentlich-rechtlichen wird der Anteil für „Internationale Politik“ zugunsten von BRD-Politik geringer, bei den Privaten zugunsten von Kriminalität und Human-Interest-Themen. Dieser Befund fügt sich widerspruchsfrei in die Nachrichtenvergleiche aus früheren Jahren ein, die zum Teil gesondert neben der allgemeinen Programmanalyse durchgeführt worden sind. (9) Zu ähnlichen Ergebnissen kommt übrigens auch eine vergleichende Analyse öffentlich-rechtlicher und privater Nachrichtenangebote und ihrer Nutzung im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, die für das Jahr 2001 deutliche Niveauunterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Nachrichtenangeboten feststellte. (10)

**Zusammenfassung und Fazit**

Die Befunde der Programmanalyse 2003 lassen sich wie folgt zusammenfassen:

**Öffentlich-rechtliche bieten kontinuierlich erheblich mehr Information als Private**

1. Das Erste und das ZDF sind auch 2003 die führenden Informationsanbieter im Fernsehen. Sie bestreiten ihr Programm fast zur Hälfte mit Informationsangeboten, während der Informationsanteil

bei RTL, SAT.1 und ProSieben nur etwas mehr als ein Fünftel der Gesamtsendezeit ausmacht.

2. Dabei haben das Erste und das ZDF wie in den Jahren zuvor auch ein nach Sendungsformen vielfältigeres Informationsangebot, in dem die klassischen Formen Nachrichten, Magazinen, Dokumentationen, Berichte, Reportagen und Ereignisübertragungen breiten Raum einnehmen, während die Privaten neben den Nachrichten vor allem auf Magazine, Doku-Inszenierungen und Doku-Soaps setzen.

3. Die stärksten Programmveränderungen finden sich im Jahr 2003 bei ProSieben: Fictionunterhaltung wurde dort zugunsten von Magazinen und Doku-Soaps, die der Sender als Information ausweist, reduziert. ProSieben hat damit den bislang führenden Informationsanbieter unter den privaten Programmen, RTL, überflügelt.

4. Mit ihren nichttagesaktuellen Informationssendungen, insbesondere den Politikmagazinen, bestreiten ARD und ZDF weitgehend konkurrenzlos die Versorgung mit Themen zu Politik, Wirtschaft und Zeitgeschichte. RTL, SAT.1 und ProSieben bestreiten ihr nichttagesaktuelles Informationsangebot zur Hälfte mit Themen des Alltagslebens, der Prominenz und des Showbusiness.

5. Vergleichbares gilt für die Hauptnachrichtensendungen der fünf Programme: Die politische Informationsleistung wird von den Öffentlich-rechtlichen erbracht, die Privaten haben auch in ihren Nachrichten einen hohen Anteil an bunten und an harten Boulevardthemen.

Auf allen drei Vergleichsebenen – Gesamtprogramm, nichttagesaktuelle Information, Hauptnachrichten – zeigt sich somit der gleiche Befund: Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme bleiben

**Öffentlich-rechtliches Informationsangebot auch vielfältiger aufbereitet**

**RTL verliert Position als größter Info-Anbieter unter den Privaten an ProSieben**

**Politikberichterstattung ist und bleibt Domäne der Öffentlich-rechtlichen**

**... dies gilt insbesondere für die Nachrichten**

dem Funktionsauftrag verpflichtet und sorgen für umfangreiche und vielfältige Informationsangebote mit einem hohen Anteil an Politik- und gesellschaftlich relevanten Themen. Die Privaten bleiben Unterhaltungssender und etablieren sich in den Bereichen des Infotainments und der nonfiktionalen Unterhaltung mit Formaten und Themen, die vor allem auf ein politisch wenig interessiertes Publikum zugeschnitten sind.

## Anmerkungen:

- 1) Vgl. Krüger, Udo Michael/Thomas Zapf-Schramm: Wandel der Unterhaltungsformate im Fernsehen bei robuster Spartenstruktur. Programmanalyse 2002/I. In: Media Perspektiven 3/2003, S. 102-114; dies.: Inhalte und Gestaltung öffentlich-rechtlicher und privater Informationsangebote im Fernsehen. Programmanalyse 2002/II von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. In: Media Perspektiven 12/2003, S. 554-548.
- 2) Datenbasis sind die von der ZDF-Medienforschung zur Auswertung bereitgestellten Sendungslisten mit Anfangszeiten und Dauer. Im Unterschied zu früheren Jahren werden die Prozentanteile 2003 auf einer einheitlichen Bezugsbasis von 24 Stunden pro Tag ausgewiesen. Dies hat zur Folge, dass die hier zum Vergleich neu ausgewiesenen Spartenanteile aus dem Jahr 2002 geringfügig von den Werten der PA-2002-Darstellung abweichen. Die Zuordnung der Sendungen zu Sparten erfolgt nach den Kategorien der ARD/ZDF-Programmanalyse und weicht von der AGF-Codierung ab.
- 3) Vgl. Krüger, Udo Michael: Der Irak-Krieg im deutschen Fernsehen. Analyse der Berichterstattung in ARD/Das Erste, ZDF, RTL und SAT.1. In: Media Perspektiven 9/2003, S. 398-413.
- 4) Beim Ersten sind zu nennen die Politikmagazine wie „Fakt“, „Kontraste“, „Monitor“, „Panorama“, „Report Mainz“, „Report München“, „Weltspiegel“, das „Europamagazin“, das Wirtschaftsmagazin „Plusminus“, diverse ARD-Ratgebermagazine zu den Themen „Auto und Verkehr“, „Bauen und Wohnen“, „Geld“, „Gesundheit“, „Recht“, „Reise“ und „Technik“, die Kulturmagazine „Kulturreport“, „Kulturweltspiegel“ und „Titel, Thesen, Temperamente“, das Wissensmagazin „W wie Wissen“, ferner das Lifestylemagazin „Polylux“ und das Boulevardmagazin „Brisant“. Beim ZDF sind es unter anderem „Berlin direkt“, „Frontal 21“, „ZDFreporter“, „auslandsjournal“, „Länderspiegel“, „Wiso“, „3satbörse“, „Blickpunkt“, „ML Mona Lisa“, „Aspekte“, „Abenteuer Wissen“, „neues.computer und mehr“, „Praxis – Das Gesundheitsmagazin“, „reiselust“, „ZDFumwelt“, „drehscheibe Deutschland“, „hallo Deutschland“ und „Leute heute“. Bei ProSieben sind es neben den oben schon erwähnten Sendungen die Magazine „Focus TV“, „BIZZ“, „Cinemax TV“, das Wissensmagazin „Galileo“ sowie die Boulevardmagazine „SAM“ und „taff“. RTL sendet neben den Morgenmagazinausgaben (Punkt 6, Punkt 7, Punkt 9) und dem Mittagmagazin (Punkt 12) als politisches Magazin „Spiegel TV Magazin“, als thematisch diverses Magazin „Stern TV“, zur Kultur „10 vor 11“ und „Prime time – Spätausgabe“, ferner die Magazine „anders Trend“, „Future Trend“, „Money Trend“ und „Natur Trend“, „Guten Abend – RTL“, „Extra – Das RTL-Magazin“, „Life! – Die Lust zu leben“ sowie die Boulevardmagazine „Explosiv“ und „Exclusiv“. Bei SAT.1 gibt es die Titel „Akte 03“, „17:30 live“, „Auf Tour“, „Das SAT.1 Goodyear Automagazin“, zur Kultur „News & Stories“ sowie „Stunde der Filmemacher“, das Wissensmagazin „Planetopia“ und das Boulevardmagazin „blitz“.
- 5) Im Unterschied zum Vorjahr werden beim Vergleich der Themenstrukturen keine Mehrfachnennungen mit einbezogen, sondern es wird hier nur die Hauptkategorie ausgewiesen. Die Werte der Themenprofile 2003 sind daher nicht mit denen des Jahres 2002 vergleichbar.
- 6) Auf seiner Homepage misst sich „Focus TV“ in seinen Quoten übrigens auch mit „Spiegel TV“ (www.focus-magazin-verlag.de).
- 7) Diese Nachrichtenwoche war Grundlage für eine breiter angelegte Studie über die Wirtschaftsberichterstattung in den Hauptnachrichten von ARD, ZDF, RTL, SAT.1, ProSieben, Kabel 1, RTL II und VOX, die von IFEM im Auftrag von Ernst-Schneider-Preis der Deutschen IHKs e.V. durchgeführt worden ist. Siehe hierzu Knüll, Christian: Reformdebatte oder Computerspiele? In: Markt + Wirtschaft, IHK Köln, 10/2003, S. 22f.
- 8) Bis zu welcher Spannweite die Nachrichtenrelevanz reichen kann, lässt sich daran ermesen, dass RTL II – in dieser Darstellung nicht miteinbezogen – in der Märzwoche die Hälfte seiner Hauptnachrichtenzeit mit Pop- und Promi-News sowie unterhaltsam aufbereiteten Themen ausfüllte und damit offenbar dem Nachrichtenbedürfnis seines überwiegend jungen und politisch wenig interessierten Publikums entsprach; vgl. ebd.
- 9) Vgl. Krüger, Udo Michael: Politikberichterstattung in den Fernsehnachrichten. Nachrichtenangebote öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender im Vergleich. In: Media Perspektiven 5/1997, S. 256-268.
- 10) Vgl. Maier, Michaela: Analysen deutscher Fernsehnachrichten 1992-2001. In: Ruhmann, Georg u.a. (Hrsg.): Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren. Schriftenreihe Medienforschung der LfM, Band 45. Opladen 2003, S. 61-98, hier S. 68. Problematisch erscheint hier allerdings die Verallgemeinerung der Befunde über die Gewichtung von Innenpolitik und internationaler Politik auf der Basis nur einer Woche pro Jahr in Abhängigkeit vom jeweiligen Ereignishintergrund.

