

Programmanalyse 2010 – Teil 2

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

Von Udo Michael Krüger*

Vierwöchige Stichprobe: Nonfiktionaler Programm, 17.00 bis 1.00 Uhr

Im zweiten Teil der Programmanalyse 2010 (1) wurden wie im Vorjahr nonfiktionaler Angebote von ARD, ZDF, RTL und Sat.1 auf der Basis einer Stichprobe von Programmaufzeichnungen untersucht. Im Unterschied zur Vollerhebung im ersten Teil, in dem alle Sendetitel nach Sparten, Sendungsformen und inhaltlichen Schwerpunkten auf Sendungsebene klassifiziert wurden, zielt die Stichprobe darauf ab, Themen und Akteure auf Beitragsebene der Sendungen zu erfassen, um ein differenzierteres Bild von den Inhalten der Sendungen zu gewinnen. Gegenstand dieser Untersuchung waren wieder die im NRW-Kabelnetz ausgestrahlten Versionen der Programme. (2) Die Stichprobe umfasste vier natürliche Wochen, und zwar vom 15. bis 21. März, 25. bis 31. Mai, 13. bis 19. September und 22. bis 28. November 2010. Codiert und ausgewertet wurden die untersuchungsrelevanten Angebote im Tageszeitschnitt von 17.00 bis 1.00 Uhr. Als untersuchungsrelevantes Nonfictionangebot wurden alle Sendungen einbezogen, die in der Vollerhebung der Sparte Information oder der Sparte nonfiktionaler Unterhaltung als Formen der journalistischen Unterhaltung oder des Factual Entertainment zugeordnet wurden. Neben den konventionellen Informationssendungen gehen somit auch die Varianten des Infotainment- und Reality-Fernsehens in die Analyse ein. Ausgeschlossen bleiben die konventionellen Formen der Unterhaltung (Quiz, Spiele, Shows, Nummern).

Angebotsumfang

Im Jahr 2010 umfasste das untersuchte Programmangebot der vierwöchigen Stichprobe insgesamt 20122 Minuten. Dies entspricht einem durchschnittlichen Umfang von 719 Minuten pro Tag. Gegenüber dem Vorjahr mit 738 Minuten verringerte sich der untersuchte Umfang um 19 Minuten pro Tag. (3) Im Sendervergleich rangierte das ZDF mit 236 Minuten an erster Stelle, gefolgt von der ARD mit 200 Minuten und RTL mit 183 Minuten. Den geringsten Umfang hatte Sat.1 mit 100 Minuten pro Tag (vgl. Tabelle 1 und Abbildung 1).

30 Prozent des Nonfictionangebots bei RTL sind inzwischen Reality-Formate

Unterscheidet man die Sendungen der vierwöchigen Stichprobe wie in der Vollerhebung nach den drei Kategorien Information, journalistische Unterhaltung und Factual Entertainment, zeigen sich bereits deutliche Profildifferenzen bei den Sendern. Bei ARD (98%) und ZDF (96%) bestand das Angebot fast nur aus Sendungen der Informationssparte,

ergänzt um geringe Anteile an journalistischer Unterhaltung und Factual Entertainment. Auch bei Sat.1 (92%) dominierten die Informationssendungen, während die Sendungen vom Typ Factual Entertainment einen Anteil von 8 Prozent ausmachten. Bei RTL hat Factual Entertainment dagegen ein deutlich stärkeres Gewicht, inzwischen sind 30 Prozent des Nonfictionangebots von RTL Reality-Formate. Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Angebotsstruktur bei RTL damit weiter zugunsten der Realitysendungen verändert. Die schon in der Vollerhebung beobachtete Tendenz zu mehr Hybridformaten, mit denen vor allem das Tagesprogramm und Nachtwiederholungen bestritten werden, zeigt sich in der Stichprobe auch für den nutzungsintensiveren Zeitabschnitt im Abendprogramm.

Differenziert nach Sendungsformen werden die unterschiedlichen Präferenzen der Sender für konventionelle klassische journalistische Formen der Information bzw. für neue dokumentarische Formen des stärker mit Inszenierung arbeitenden Realityfernsehens noch deutlicher (vgl. Tabelle 2 und Abbildung 2).

Die ARD verwendete die meiste Sendezeit für Nachrichten (31%) und Magazine (30%), an dritter Stelle rangierten Diskussionen, Gespräche, Talk, Ansprachen (21%), gefolgt von Dokumentationen, Berichten, Reportagen (15%). Die restliche Sendezeit verteilte sich mit jeweils 1 Prozent auf Ereignisübertragung, Doku-Soap und Sonstiges. Das ARD-Profil der Sendungsformen wies im Vergleich zum Vorjahr nur minimale Veränderungen auf.

Beim ZDF entfiel wie im Vorjahr die meiste Sendezeit auf Magazine (32%), gefolgt von Nachrichten (29%). An dritter Stelle lagen auch hier die verbalen Sendungsformen (21%), danach die klassischen Dokumentationen, Berichte, Reportagen (18%) sowie ein kleinerer Rest an Sonstigem. Gegenüber dem Vorjahr wurde mehr Sendezeit für klassische dokumentarische Formen und weniger Sendezeit für Gesprächsformen und Ereignisübertragung verwendet.

Bei RTL lag das Schwergewicht auch 2010 wieder auf Magazinen (40%). Anders als noch im Vorjahr rangierten an zweiter Stelle die Doku-Soaps (28%), und erst danach folgten die Nachrichten (22%). Für alle übrigen Sendungsformen des untersuchten Nonfictionangebots verwendete RTL nur ein Zehntel der Sendezeit. Davon entfielen auf klassische Dokumentationen und Reportagen 6 Prozent sowie jeweils 2 Prozent auf verbale Formen und andere Realityformate.

Auch bei Sat.1 dominierten unverändert die Magazine (40%) das untersuchte Nonfictionangebot. Im Ganzen gesehen wich das Profil der Sendungsformen allerdings deutlich von RTL ab. Bei Sat.1 rangierten an zweiter Stelle die konventionellen Formen der Dokumentation und Reportage (26%), ge-

ARD und ZDF setzen weiter auf klassische journalistische Formen

RTL: Doku-Soaps anteilig vor Nachrichten

Sat.1: Geringes Nachrichtenangebot und weniger Doku-Soaps

* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

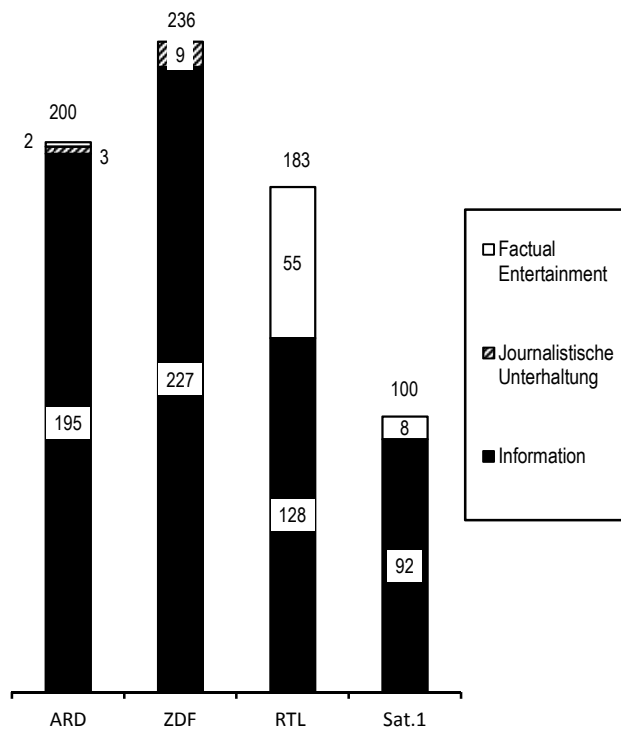
① Art und Umfang der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2010

	Sendedauer in Min./Tag					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Information	195	227	128	92	642	98	96	70	92	89
Journalistische Unterhaltung	3	9	-	-	12	1	4	-	-	2
Factual Entertainment	2	-	55	8	65	1	-	30	8	9
Gesamt	200	236	183	100	719	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 1 Art und Umfang der untersuchten nonfiktionalen Angebote 2010
Sendedauer in Min./Tag



Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

folgt von Talk-Formaten (14%). Von allen anderen Sendern unterschied sich Sat.1 außerdem durch sein geringes Nachrichtenangebot (11%). Auf Doku-Soaps (8%) entfiel deutlich weniger Sendezeit als bei RTL. Im Vergleich zum Vorjahr bestanden die Veränderungen bei Sat.1 darin, dass die Gesprächsformen mehr und die Doku-Soaps weniger Sendezeit erhielten.

Inhalte

Das Hauptinteresse dieser Untersuchung galt der Themenstruktur in den nonfiktionalen Angeboten. Nach allen vorausgegangenen Analysen war zu erwarten, dass sich die Sender hierin umso deutlicher unterscheiden, je mehr ihre Sendungsformen

und ihr Informationsverständnis voneinander abweichen. Zur Ermittlung der Inhaltsprofile wurden wie im Vorjahr die Themen der Sendungen auf Beitragsebene anhand folgender Kategorien erfasst: 1. Politik im weiteren Sinne (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft/Justiz und Zeitgeschichte), 2. Soziales, 3. Kultur/Wissenschaft/Religion, 4. Umwelt/Tier/Natur, 5. Alltag/zwischenmenschliche Beziehungen/Freizeit, 6. Human Interest/Prominenz/Showbiz, 7. Katastrophe/Unglück, 8. Kriminalität, 9. Sport, 10. Wetter und Sonstiges. Um die Inhalte möglichst flexibel analysieren zu können, wurden die Themen der Beiträge auf mehreren Stufen erfasst. Jede dieser Kategorien ist weiter nach Sachgebieten ausdifferenziert, jedes Thema durch Themenitems indexiert, so dass sich einerseits die Inhalte der Sendungen und Beiträge systematisch rekonstruieren

Untersuchung auf Beitragsebene, Themenerfassung auf mehreren Stufen

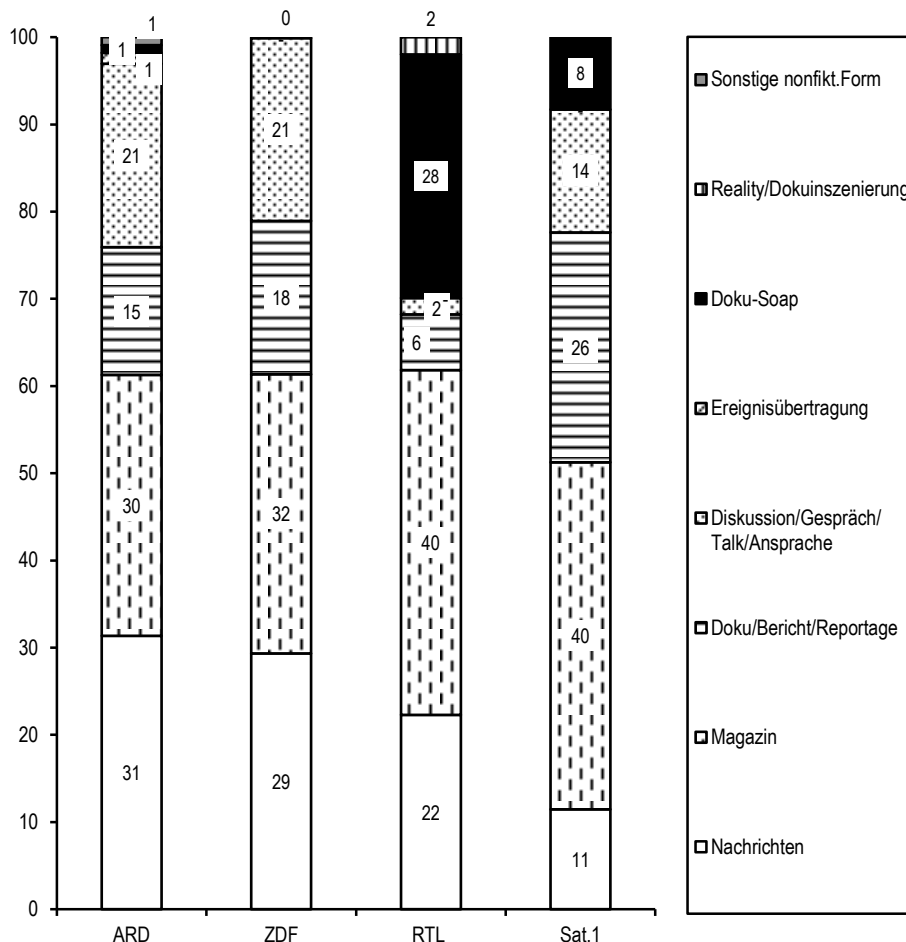
② Sendungsformen des nonfiktionalen Angebots 2010

	Sendedauer in Min/Tag				Gesamt	in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1		ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Nachrichten	63	69	41	11	184	31	29	22	11	26
Magazin	60	76	72	40	247	30	32	40	40	34
Doku/Bericht/Reportage	29	41	12	26	109	15	18	6	26	15
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	42	49	3	14	109	21	21	2	14	15
Ereignisübertragung	3	-	-	-	3	1	-	-	-	0
Doku-Soap	2	-	51	8	61	1	-	28	8	9
Reality/Dokuinszenierung	-	-	4	-	4	-	-	2	-	1
Sonstige nonfiktionale Form	2	0	-	-	2	1	0	-	-	0
Gesamt	200	236	183	100	719	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 2 Sendungsformen nonfiktionaler Angebote 2010
Sendezeitanteile in %



Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

③ Inhaltsprofile des nonfiktionalen Angebots 2010

	Sendedauer in Min/Tag					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Politik i. w.S.	94	87	24	20	224	47	37	13	20	31
Soziales	13	9	11	4	38	7	4	6	4	5
Kultur/Wissenschaft/Natur	24	30	8	8	70	12	13	4	8	10
Alltag/Beziehungen/Freizeit	9	29	66	36	140	4	12	36	36	19
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	26	40	34	14	114	13	17	19	14	16
Kriminalität/Katastrophen	18	25	24	12	79	9	11	13	12	11
Sport	6	6	7	3	22	3	2	4	3	3
Wetter	6	4	3	1	14	3	2	2	1	2
Sonstiges	4	6	6	2	18	2	3	3	2	3
Gesamt	200	236	183	100	719	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2010: 15.–21. März, 25.–31. Mai, 13.–19. September, 22.–28. November, 17.00–1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

lassen und andererseits daraus auch inhaltliche Indikatoren und andere Kategorien gebildet werden können. Die Ergebnisdarstellung basiert auf den Hauptthemen der Sendungen und Beiträge. Wegen besserer Übersichtlichkeit wurde hier die Anzahl der Kategorien in den Tabellen durch weitere Gruppierung auf acht reduziert. Für jeden Sendetitel gibt es ein Inhaltsprofil, so dass bei vorgegebenen Kriterien auch spätere Änderungen in der Zuordnung der Sendungen zu Sparten und Formen möglich sind.

Starke Politikthematization bei ARD und ZDF

Vergleicht man die Inhaltsprofile der Sender für das untersuchte Nonfictionangebot insgesamt ohne Bezug zu Sparten und Sendungsformen, zeigen sich auch in der Stichprobe des Programmjahres 2010 klare Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern in den Themenpräferenzen (vgl. Tabelle 3 und Abbildung 3). Am stärksten wird dies bei der Politikthematization einerseits und Alltagsthematization andererseits erkennbar. So entfielen auf Politikthematization (d.h. Politik im weiteren Sinne) bei ARD (47%) und ZDF (37%) die höchsten Anteile, während RTL (13%) und Sat.1 (20%) weit unter diesen Werten lagen. Dem entsprachen bei der ARD täglich 94 Minuten in der Zeit von 17.00 bis 1.00 Uhr, beim ZDF waren es 87 Minuten, bei RTL 24 Minuten und bei Sat.1 nur 20 Minuten. Dagegen entfielen auf Alltagsthematization die höchsten Anteile bei RTL (36%) und Sat.1 (36%), während hier ARD (4%) und ZDF (12%) niedrigere Werte aufwiesen. Auch beim Themenkomplex nichtpolitischer Sachgebiete unterschieden sich öffentlich-rechtliche und private Sender. Auf Themen der Kategorie Kultur/Wissenschaft/Natur entfielen bei ARD (12%) und ZDF (13%) höhere Sendezeitanteile als bei RTL (4%) und Sat.1 (8%). Geringer waren die Unter-

schiede zwischen den Sendern in den beiden Themenbereichen Human Interest/Prominenz/Showbiz und Kriminalität/Katastrophen.

Diese unterschiedliche Themenorientierung blieb erhalten, obwohl bei allen Sendern der Umfang der Politikthemen im Jahr 2010 geringer ausfiel als im Vorjahr, in dem sich die Bundestagswahl in der vierten Untersuchungswoche deutlich auf die Inhaltsprofile zugunsten höherer Politikanteile ausgewirkt hatte. Vom Rückgang des Politikumfangs profitierten 2010 bei ARD, ZDF und Sat.1 am meisten die Themen der Kategorie Kultur/Wissenschaft/Natur und bei RTL die Alltagsthematen.

Inhaltsprofile der Fernsehnachrichten

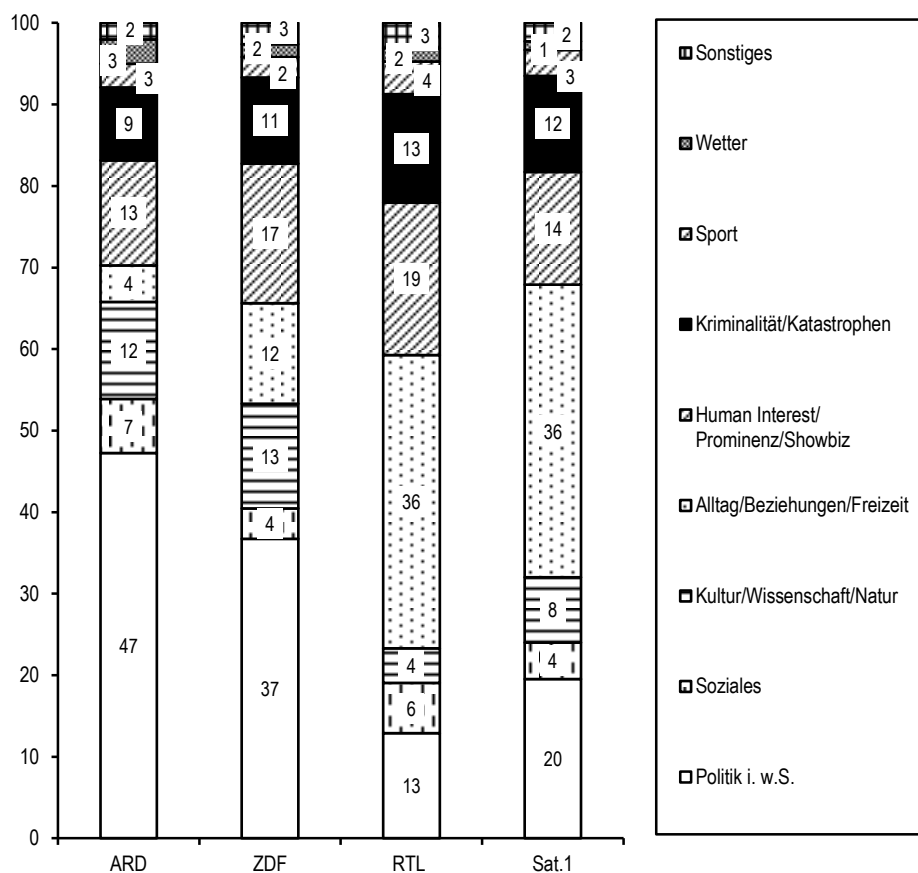
Differenziert man das untersuchte Nonfictionangebot nach Sendungsformen, zeigt sich genauer, wie die unterschiedlichen Inhaltsprofile der Sender zustande kamen. Den Nachrichtensendungen fällt dabei aufgrund des Umfangs und der hohen Ausstrahlungsfrequenz eine zentrale Rolle zu (vgl. Tabelle 4).

Das Nachrichtenangebot wurde bei allen Sendern am stärksten von der Politikthematization i.w.S. (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft) geprägt. Es zeigen sich auch hier erhebliche Gewichtungsdifferenzen zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichten. Die Politikthematization wies bei ARD (60%) und ZDF (56%) deutlich höhere Sendezeitanteile auf als bei RTL (34%) und Sat.1 (42%). Die privaten Sender verwendeten umgekehrt für nichtpolitische Themen mehr Sendezeit als die öffentlich-rechtlichen Sender. Bei RTL waren dies hauptsächlich Themen der Kategorien Kriminalität/Katastrophen (20%) und Sport (14%), bei Sat.1 Kriminalität/Katastrophen (19%) und Human Interest/Prominenz/Showbiz (15%). In den öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen erhielten alle diese Themen geringere Sendezeitanteile. Auf Kriminalität und Katastrophen entfielen bei der ARD 8 Prozent und beim ZDF 11 Prozent, auf Human-Interest-Themen bei der ARD 4 Prozent

RTL und Sat.1: Hohe Anteile nichtpolitischer Themen in den Nachrichten

Abb. 3 Themenstruktur nonfiktionaler Angebote 2010

Sendezeitanteile in %



Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

und beim ZDF 5 Prozent, und für Sportberichte verwendeten ARD, ZDF und Sat.1 6 bis 7 Prozent.

„Tagesthemen“ und „heute-journal“ mit über 60 Prozent Politikthemen

Unter den verschiedenen Nachrichtensendungen haben die Hauptnachrichten eine herausragende Position. In der nutzungsstärksten Tageszeit erreichen sie die meisten Zuschauer mit einem Themenspektrum, das zugleich imageprägend für die Sender ist. Die Inhaltsprofile der Hauptnachrichten entsprachen in etwa denen des Nachrichtengesamtangebots der Sender. Den höchsten Sendezeitanteil an Themen zu Politik, Wirtschaft und Gesellschaft hatte die „Tagesschau“ (63%) vor der ZDF-Sendung „heute“ (59%), gefolgt von den „Sat.1 Nachrichten“ (42%) und „RTL aktuell“ (33%). Schaltet man den Effekt der unterschiedlichen Sendungslänge auf die Prozentwerte der Themenstruktur aus und vergleicht die durchschnittliche Anzahl der Minuten pro Nachrichtenausgabe, ergibt sich für den Themenkomplex Politik, Wirtschaft und Gesellschaft in den Hauptnachrichten folgender Befund: Die „Tagesschau“ kam auf 10 Minuten, „heute“ auf 11, „RTL aktuell“ auf 7 Minuten und die „Sat.1 Nachrichten“ auf 5 Minuten täglich. In den Nachrichtenmagazinen am Spätabend, die nur von ARD und ZDF gesendet werden, entfielen auf Politikthemen im weiteren Sinne im „heute-jour-

nal“ 63 Prozent und in den „Tagesthemen“ 61 Prozent der Sendezeit. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendungen fielen diese Werte auf der Basis der vierwöchigen Stichprobe etwas höher aus als die Vergleichswerte auf der Basis des Gesamtjahres, weil sich im Letzteren die politikschwachen Jahreszeiten auswirken. (4)

Einen geringeren Stellenwert hatte die Politikthematisierung 2010 in den Nachtmagazinen bei ARD (47%; im Vorjahr 58%) und ZDF (41%; im Vorjahr 47%), während sie bei RTL (34%) gleich blieb. Sat.1 sendet keine vergleichbare nächtliche Informationssendung. Die öffentlich-rechtlichen Nachtmagazine räumten dafür in den Untersuchungswochen 2010 mehr Sendezeit als im Vorjahr für Berichte über Kultur/Wissenschaft/Natur sowie Kriminalität/Katastrophen ein, und beim ZDF wurde auch mehr über Sport berichtet. Das „RTL-Nachtjournal“ unterschied sich von den RTL-Hauptnachrichten durch einen deutlich geringeren Sportanteil zugunsten der Berichterstattung über Kriminalität und Katastrophen. In der Nachtphase setzten die Sender somit andere Akzente als in der Prime Time.

Nachtmagazine bei ARD, ZDF und RTL

④ Inhaltsprofile der Nachrichtensendungen 2010

	Sendedauer in Min.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Nachrichten Gesamt	1 753	1 936	1 144	321	5 154	100	100	100	100	100
Politik i. w.S.	1 045	1 092	384	136	2 658	60	56	34	42	52
Soziales	26	19	13	3	61	1	1	1	1	1
Kultur/Wissenschaft/Natur	170	187	58	27	443	10	10	5	9	9
Alltag/Beziehungen/Freizeit	11	40	82	7	140	1	2	7	2	3
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	64	106	90	49	309	4	5	8	15	6
Kriminalität/Katastrophen	145	210	225	61	641	8	11	20	19	12
Sport	130	115	161	20	423	7	6	14	6	8
Wetter	115	104	74	13	306	7	5	6	4	6
Sonstiges	47	66	56	5	175	3	3	5	2	3
Hauptnachrichten	423	535	591	321	1 870	100	100	100	100	100
Politik i. w.S.	268	315	196	136	914	63	59	33	42	49
Soziales	2	-	0	3	5	0	-	0	1	0
Kultur/Wissenschaft/Natur	32	39	27	27	125	8	7	5	9	7
Alltag/Beziehungen/Freizeit	2	9	33	7	51	0	2	6	2	3
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	8	19	44	49	120	2	4	7	15	6
Kriminalität/Katastrophen	36	57	96	61	250	9	11	16	19	13
Sport	34	40	125	20	219	8	7	21	6	12
Wetter	31	38	44	13	126	7	7	7	4	7
Sonstiges	10	19	24	5	59	2	4	4	2	3
Nachrichtenmagazine	692	725	-	-	1 418	100	100	-	-	100
Politik i. w.S.	419	457	-	-	876	61	63	-	-	62
Soziales	4	7	-	-	11	1	1	-	-	1
Kultur/Wissenschaft/Natur	62	70	-	-	133	9	10	-	-	9
Alltag/Beziehungen/Freizeit	3	16	-	-	19	1	2	-	-	1
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	25	48	-	-	74	4	7	-	-	5
Kriminalität/Katastrophen	47	54	-	-	101	7	7	-	-	7
Sport	64	25	-	-	88	9	3	-	-	6
Wetter	53	33	-	-	86	8	5	-	-	6
Sonstiges	14	16	-	-	30	2	2	-	-	2
Nachtmagazine	298	311	541	-	1 150	100	100	100	-	100
Politik i. w.S.	141	127	183	-	451	47	41	34	-	39
Soziales	8	6	13	-	27	3	2	2	-	2
Kultur/Wissenschaft/Natur	45	42	31	-	118	15	13	6	-	10
Alltag/Beziehungen/Freizeit	5	9	48	-	62	2	3	9	-	5
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	21	26	45	-	92	7	8	8	-	8
Kriminalität/Katastrophen	29	47	128	-	204	10	15	24	-	18
Sport	20	37	35	-	92	7	12	6	-	8
Wetter	18	6	29	-	52	6	2	5	-	5
Sonstiges	10	12	29	-	52	3	4	5	-	5
Andere Nachrichten	339	365	12	-	716	100	100	100	-	100
Politik i. w.S.	217	194	5	-	416	64	53	37	-	58
Soziales	12	6	-	-	17	3	2	-	-	2
Kultur/Wissenschaft/Natur	30	37	0	-	67	9	10	2	-	9
Alltag/Beziehungen/Freizeit	0	6	1	-	7	0	2	5	-	1
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	10	13	0	-	23	3	4	3	-	3
Kriminalität/Katastrophen	34	51	2	-	87	10	14	14	-	12
Sport	12	12	1	-	24	3	3	6	-	3
Wetter	13	27	2	-	41	4	7	13	-	6
Sonstiges	13	19	2	-	34	4	5	19	-	5

Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Magazine

Die Inhaltsprofile der Magazinangebote werden von verschiedenen Magazintypen mit unterschiedlichen Themenpräferenzen und von deren Ausstrahlungsfrequenz mitgeprägt. Der Politikanteil der Magazine fiel bei allen Sendern geringer aus als im Nachrichtenangebot. Bei ARD (21 %) und ZDF (20 %) betrug er ein Fünftel der Sendezeit, bei RTL (12 %) und Sat.1 (17 %) noch weniger. Die meiste Sendezeit entfiel bei allen Sendern auf nichtpolitische Themenbereiche (vgl. Tabelle 5), deren Spektrum bei ARD und ZDF allerdings breiter war als bei RTL und Sat.1. Im öffentlich-rechtlichen Magazinangebot verteilte sich die Sendezeit für nichtpolitische Themen außer auf die Bereiche Human Interest, Alltag und Kriminalität/Katastrophen auch auf Themen aus Kultur, Wissenschaft und Natur. Die privaten Sender konzentrierten sich dagegen in ihrem Magazinangebot stärker auf Human Interest und Alltagsthemen. Dabei gab RTL den Human-Interest-Themen (39 %) und Sat.1 den Alltagsthemen (28 %) ein stärkeres Gewicht. Im Themenbereich Kriminalität und Katastrophen fielen die Unterschiede zwischen den Sendern eher gering aus.

**Prägnanteste
Magazintypen:
Politikmagazine und
Boulevardmagazine**

Als inhaltlich prägnanteste Magazintypen lassen sich auf der einen Seite des Spektrums die Politikmagazine und auf der anderen Seite die Boulevardmagazine gegenüberstellen. Bei Betrachtung der Politikmagazine wird deutlich, dass es sich hier um ein fast ausschließlich öffentlich-rechtliches Angebot handelt. Zu den öffentlich-rechtlichen Politikmagazinen gehörten bei der ARD die Inlandsmagazine „Bericht aus Berlin“, „Fakt“, „Kontraste“, „Monitor“, „Panorama“, „Report“ aus Mainz und München sowie das Auslandsmagazin „Weltspiegel“, beim ZDF die Inlandsmagazine „Berlin direkt“, „Frontal 21“ sowie das Auslandsmagazin „Auslandsjournal“. Als privates Angebot kam das von RTL ausgestrahlte „Spiegel TV Magazin“ hinzu.

**Themenstruktur der
Politikmagazine**

Vergleicht man die Themenstruktur der Politikmagazine, werden trotz gleicher Etikette erhebliche Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und dem privaten Politikmagazin erkennbar. So verwendeten für Politikthemen ARD (60 %) und ZDF (66 %) ungefähr zwei Drittel, RTL (36 %) dagegen nur gut ein Drittel der Sendezeit dieses Magazintyps, ebenso viel wie für Berichte über Kriminalität und Katastrophen (36 %). Unter den bundesweit ausgestrahlten Magazinen der Privatsender hat das „Spiegel TV Magazin“ dennoch mit Abstand den höchsten Politikanteil und kommt damit den öffentlich-rechtlichen Politikmagazinen als Konkurrent am nächsten.

Mehr Sendezeit als die Politikmagazine und damit auch einen stärkeren Einfluss auf die Inhaltsprofile der Magazinangebote insgesamt hatten die Boulevardmagazine aufgrund der höheren Ausstrahlungsfrequenz. Hier ist beim Sendervergleich zu berücksichtigen, dass nur ein geringer Teil der privaten Boulevardmagazine in diese Untersuchung einbezogen wird. Denn im NRW-Kabelpro-

gramm wird bei RTL das werktäglich ausgestrahlte Boulevardmagazin „Explosiv“ im Vorabendprogramm gegen das Regionalmagazin „Guten Abend RTL“ ausgetauscht. Auf das hier dargestellte Profil wirken sich somit nur die Wochenendausgabe „Explosiv Weekend“ und das inhaltlich leichtere Boulevardmagazin „Exklusiv“ aus. Diese Konstellation verringert den Anteil der Boulevardthemen und erhöht den Umfang der Politikthemen, die in den privaten Ländermagazinen fast ein Drittel der Sendezeit ausmachen.

Auf Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz entfiel bei ARD (52 %) und ZDF (51 %) gut die Hälfte der Sendezeit der Boulevardmagazine. Dazu trugen bei der ARD „Brisant“ und beim ZDF „Hallo Deutschland“ sowie „Leute heute“ bei. Die übrige Sendezeit verteilte sich bei der ARD größtenteils auf Kriminalitäts- und Katastrophenthemen (31 %), ferner Alltagsthemen (8 %). Weitere 7 Prozent der Sendezeit verteilten sich auf Themen aus Kultur, Wissenschaft, Natur, Soziales und vereinzelt auch solche mit Politikbezug. Beim ZDF waren Kriminalität/Katastrophen (27 %) und Alltagsthemen (17 %) ausgewogener vertreten. Bei RTL entfielen im Boulevardmagazin „Exklusiv“ über drei Viertel der Themen auf die Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz (79 %), weitere 11 Prozent auf Alltagsthemen, während Themen der Kategorien Kriminalität/Katastrophen (3 %) weitgehend ausgespart blieben. Das „Sat.1 Magazin“ unterschied sich mit seinem Inhaltsprofil von den anderen Boulevardmagazinen dadurch, dass hier die meiste Sendezeit nicht auf Human-Interest-Themen (28 %), sondern auf Alltagsthemen (57 %) entfiel und auch Themen zu Kriminalität und Katastrophen (8 %) relativ wenig Sendezeit erhielten. Wie in den anderen Boulevardmagazinen wurden auch hier vereinzelt Themen mit Politikbezug im weiteren Sinne behandelt. Bei allen Boulevardmagazinen war ein leichter Zuwachs der Sendezeit für den Themenkomplex Human Interest/Prominenz/Showbiz zu verzeichnen. Dabei unterstützten insbesondere die privaten Boulevardmagazine den Promikult ihrer eigenen Unterhaltungsangebote.

Das übrige Magazinangebot bestand zum einen aus Magazinen mit thematisch unterschiedlichen Schwerpunkten, so etwa Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Umwelt, oder aus Magazinen mit speziellen Funktionen wie im Fall der NRW-Regionalsendungen von RTL und Sat.1, zum anderen aus Magazinen mit gemischten Themen. Die Inhaltsprofile der thematisch homogenen Magazine entsprechen weitgehend den ihnen zugeschriebenen Funktionen. In den öffentlich-rechtlichen Wirtschaftsmagazinen („Plusminus“ und „WISO“) verteilte sich die meiste Sendezeit auf Wirtschafts- und Verbrauchertemen. In den öffentlich-rechtlichen Kulturmagazinen („Aspekte“, „Druckfrisch“, „ttt – Titel, Thesen, Temperamente“) entfiel die

**Unterschiedliche
Profile bei Boule-
vardmagazinen**

**Magazine
mit anderen
thematischen
Schwerpunkten**

⑤ Inhaltsprofile der Magazine 2010

	Sendedauer in Min.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Magazine Gesamt	1 670	2 115	2 030	1 113	6 928	100	100	100	100	100
Politik i. w.S.	357	425	238	185	1 204	21	20	12	17	17
Soziales	85	86	76	34	282	5	4	4	3	4
Kultur/Wissenschaft/Natur	260	231	63	73	627	16	11	3	7	9
Alltag/Beziehungen/Freizeit	181	314	450	313	1 258	11	15	22	28	18
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	438	525	797	216	1 976	26	25	39	19	29
Kriminalität/Katastrophen	294	446	266	202	1 209	18	21	13	18	17
Sport	12	19	45	25	101	1	1	2	2	1
Wetter	-	-	10	17	27	-	-	1	2	0
Sonstiges	43	69	85	48	245	3	3	4	4	4
Politikmagazine	461	273	149	-	883	100	100	100	-	100
Politik i. w.S.	276	179	53	-	509	60	66	36	-	58
Soziales	34	28	-	-	63	7	10	-	-	7
Kultur/Wissenschaft/Natur	54	11	29	-	94	12	4	20	-	11
Alltag/Beziehungen/Freizeit	36	13	-	-	49	8	5	-	-	6
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	-	9	6	-	15	-	3	4	-	2
Kriminalität/Katastrophen	41	21	54	-	117	9	8	36	-	13
Sport	4	-	1	-	5	1	-	0	-	1
Sonstiges	14	12	5	-	31	3	4	3	-	4
Boulevardmagazine	803	974	664	291	2 732	100	100	100	100	100
Politik i. w.S.	9	6	12	9	35	1	1	2	3	1
Soziales	21	-	-	-	21	3	-	-	-	1
Kultur/Wissenschaft/Natur	29	14	1	-	44	4	1	0	-	2
Alltag/Beziehungen/Freizeit	62	164	72	165	463	8	17	11	57	17
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	414	501	524	80	1 520	52	51	79	28	56
Kriminalität/Katastrophen	246	262	20	25	552	31	27	3	8	20
Sport	8	5	6	-	19	1	0	1	-	1
Sonstiges	14	23	29	12	78	2	2	4	4	3
Andere Magazine	406	868	1 217	822	3 313	100	100	100	100	100
Politik i. w.S.	72	240	172	176	660	18	28	14	21	20
Soziales	30	58	76	34	198	7	7	6	4	6
Kultur/Wissenschaft/Natur	177	207	33	73	489	44	24	3	9	15
Alltag/Beziehungen/Freizeit	83	137	378	148	746	20	16	31	18	23
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	23	15	266	136	441	6	2	22	17	13
Kriminalität/Katastrophen	6	164	192	178	540	2	19	16	22	16
Sport	-	14	38	25	77	-	2	3	3	2
Wetter	-	-	10	17	27	-	-	1	2	1
Sonstiges	14	34	51	36	135	3	4	4	4	4

Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

meiste Sendezeit auf Berichte über kulturelle Themen und Ereignisse, damit verknüpft wurden zum Teil aber auch politische Themen. An den Inhaltsprofilen der Wissensmagazine zeigte sich, dass die öffentlich-rechtlichen Sendungskonzepte („Abenteuer Wissen“, „W wie Wissen“) eher eine sachorientierte Darstellung bevorzugten, während bei Themen des Wissensmagazins „Planetopia“ von Sat.1 eher populäre Bezüge zum Alltagsleben zu beobachten waren.

Vergleicht man die Inhaltsprofile der Sender für diese diversen Magazine, dann lag bei der ARD der Themenschwerpunkt auf der Kategorie Kultur/Wissenschaft/Natur (44%), die übrige Sendezeit dieser Magazine verteilte sich hauptsächlich auf Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft (18%) sowie auf Alltagsthemen (20%). Beim ZDF verteilte sich die Sendezeit auch hier gleichförmiger auf Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft (28%) und Kultur, Wissenschaft, Natur (24%), ferner Alltagsthemen (16%) und Kriminalität/Katastrophen (19%). Zum Anteil der Krimina-

litätsthematisierung trug beim ZDF wiederum die Sendung „Aktzeichen XY...ungelöst“ wesentlich bei.

Bei den Privatsendern betrug die Politikanteile, die in dieser Magazinkategorie vor allem durch die NRW-Regionalmagazine („17:30 live“ und „Guten Abend RTL“) zustande kamen, 14 Prozent (RTL) und 21 Prozent (Sat.1). Die übrige Sendezeit verteilte sich hauptsächlich auf Alltagsthemen, Human-Interest-Themen und Themen zu Kriminalität und Katastrophen. Magazine mit starker Alltagsthematisierung waren bei RTL „Stern TV“ und „Extra“, daneben solche mit fast ausschließlicher Fokussierung auf Human Interest/Prominenz/Showbiz „Das Supertalent – Backstage“ und „DSDS – Das Magazin“. Letztere haben sicher auch eine Promotionfunktion für die RTL-Toptitel des Unterhaltungsangebots. Eine starke Fokussierung auf Kriminalitätsthemen bot Sat.1 wieder mit dem Magazin „Akte 20.10“.

Dokumentation, Bericht, Reportage

Besonders auffällig zeigen sich die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern in Umfang und Inhalt der monothematischen Sendungsformen (vgl. Tabelle 6). Betrachtet man zunächst die klassischen Formen Dokumentation/Bericht/Reportage, wurden bei ARD (48%) und ZDF (46%) vor allem Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte angesprochen, bei RTL (51%) und Sat.1 (59%) vor allem Alltagsthemen. Umgekehrt fanden sich bei ARD (5%) und ZDF (11%) nur geringe Sendezeitanteile für Alltagsthemen und bei RTL (5%) und Sat.1 (16%) geringe Sendezeitanteile für politiknahe Themen. An zweiter Stelle rangierten bei ARD (21%) und ZDF (23%) Themen zu den Sachgebieten Kultur/Wissenschaft/Natur, die bei den Privaten in diesen Sendungsformen nicht angeboten wurden. RTL (15%) und Sat.1 (12%) widmeten sich dafür mehr als ARD und ZDF sozialen Themen. Dokumentationen/Berichte/Reportagen wurden außerdem sowohl bei ARD (16%) als auch bei RTL (22%) für Themen der Kategorie Human Interest/Prominenz/Showbiz verwendet.

Zeitgeschichtliche Dokus und investigative Reportagen bei ARD und ZDF

Der hohe Politikanteil in den klassischen Formen der öffentlich-rechtlichen Sender beruhte vor allem auf zeitgeschichtlichen Dokumentationen und investigativen, gesellschaftskritischen Reportagen, wie sie unter anderem die ARD-Sendetitel „Ernst Reuter – Ein zerrissenes Leben“, „Damals nach der DDR“, „Deutsche Dynastien“, „Flick – Der Aufstieg“, „Politische Morde: Rafik Hariri“, „Rohöl, Raffgier, Risiko: Wer ist schuld an Amerikas Ölkatastrophe?“, „Zocken, bis der Staat hilft – Reißt uns die Finanzindustrie in den Abgrund?“ veranschaulichen. Ähnlich lassen sich zum Themenbereich Kultur/Wissenschaft/Religion die ZDF-Sendetitel „Wohin treibt der Islam? Dschihad und Frömmigkeit“ und „Wohin treibt der Islam? Scharia und Demokratie“ anführen, in denen Hintergrundinformationen zum gesellschaftlichen Diskurs hinsichtlich der Rolle des Islams und der Integration von Muslimen in westliche Gesellschaften vermittelt wurden.

Diese thematisch eigenständigen Sendungen sind weniger wegen ihres quantitativen Gewichts, sondern deshalb erwähnenswert, weil sie nur bei ARD und ZDF angeboten wurden. In den privaten Angeboten findet man klassische Dokumentationen oder Reportagen seltener und dann meist in Reihen mit anderer Themenausrichtung. Zur Alltagsthematisierung trugen bei RTL die Reihen „Die große Reportage“, „30 Minuten Deutschland“, „Faszination Leben“ und zum Themenbereich Soziales die Reihe „Süchtig“ bei. Umfangreicher und vielfältiger war das Angebot bei Sat.1. Hier fand die Alltagsthematisierung hauptsächlich in der Reportagereihe „24 Stunden“ statt. Andere Sendungen („Focus TV Reportage“, „Spiegel TV Reportage“) widmeten sich teils politiknahen und teils alltagsnahen Themen. Als politiknahe Themen dieser Reportagen erschienen im untersuchten Zeitraum bei „Focus TV Reportage“ „Wohlstand verpflichtet! Besserverdiener auf Steuerkurs“ und bei „Spiegel TV Reportage“ als zeitgeschichtliches Thema „Eva Hitler, geb. Braun – Leben und Sterben mit dem Diktator“. Als thematisch eigenständige Sendung zur Politik fand sich bei Sat.1 in den vier Wochen der Titel „Die Grenze – Gefahr für unser Land“ zum Thema Rechtsradikalismus.

Diskussion, Talk, Gespräch

Das Angebot an Gesprächsformen dominierten weiterhin die öffentlich-rechtlichen Sender. Vom untersuchten Umfang dieser Angebote (3 047 Minuten) entfielen 45 Prozent auf das ZDF, 39 Prozent auf die ARD, 13 Prozent auf Sat.1 und nur 3 Prozent auf RTL. Die Inhaltsprofile dieser Sendungsformen verweisen bei allen Sendern auf unterschiedliche Themenpräferenzen. Bei der ARD entfielen wie im Vorjahr gut zwei Drittel der Sendezeit auf Politikthematization (68%) und ein weiteres Fünftel auf soziale Themen (20%). Die Politikzentrierung resultierte im Wesentlichen aus den politischen Talkshows „Anne Will“, „Hart aber fair“, „Menschen bei Maischberger“ und „Beckmann“. Da in den meisten Talkshows eine Tendenz zur Auflockerung zu beobachten ist, die sich nicht nur auf die Präsentationsformen und zunehmende Verwendung von Einspielfilmen beschränkt, sondern auch die Themenwahl betrifft, gibt es auch bei der ARD eine, wenn auch geringe, Streuung der Sendezeit auf diverse Themenkategorien.

Beim ZDF verteilte sich die Sendezeit der Gesprächsformen gleichgewichtiger auf ein breiteres Themenspektrum. Auf Politikthemen entfielen hier 27 Prozent, auf Human-Interest-Themen 31 Prozent, ein weiteres Viertel wurde für Alltagsthemen verwendet (24%). Hinzu kamen 12 Prozent der Sendezeit für Themen aus Kultur/Wissenschaft/Natur. Das ZDF bestritt somit den größeren Teil

Alltagsthemen in Dokus und Reportagen bei RTL und Sat.1

ARD: Zwei Drittel der Sendezeit bei Talksendungen für Politik

ZDF: Mehr nicht-politische Themen in Talksendungen

⑥ Inhaltsprofile anderer Sendungsformen 2010

	Sendedauer in Min.					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Doku/Bericht/Reportage	819	1162	327	738	3 046	100	100	100	100	100
Politik i. w.S.	396	538	15	116	1 065	48	46	5	16	35
Soziales	29	99	48	88	264	4	8	15	12	9
Kultur/Wissenschaft/Natur	170	269	-	-	439	21	23	-	-	14
Alltag/Beziehungen/Freizeit	44	131	166	436	778	5	11	51	59	26
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	132	65	72	-	269	16	6	22	-	9
Kriminalität/Katastrophen	17	19	24	54	113	2	2	7	7	4
Sport	22	29	-	44	95	3	3	-	6	3
Sonstiges	9	12	1	1	24	1	1	0	0	1
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	1 175	1 382	96	395	3 047	100	100	100	100	100
Politik i. w.S.	799	371	24	110	1 304	68	27	25	28	43
Soziales	229	39	-	-	268	20	3	-	-	9
Kultur/Wissenschaft/Natur	18	162	72	124	377	2	12	75	31	12
Alltag/Beziehungen/Freizeit	14	329	-	36	379	1	24	-	9	12
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	60	429	-	106	594	5	31	-	27	19
Kriminalität/Katastrophen	43	24	-	14	81	4	2	-	3	3
Sport	-	4	-	-	4	-	0	-	-	0
Sonstiges	12	24	-	5	41	1	2	-	1	1
Ereignisübertragung	71	-	-	-	71	100	-	-	-	100
Politik i. w.S.	44	-	-	-	44	61	-	-	-	61
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	27	-	-	-	27	39	-	-	-	39
Doku-Soap	48	-	1 435	231	1 714	100	-	100	100	100
Soziales	-	-	178	-	178	-	-	12	-	10
Kultur/Wissenschaft/Natur	47	-	24	-	72	99	-	2	-	4
Alltag/Beziehungen/Freizeit	-	-	1 050	212	1 262	-	-	73	92	74
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	-	-	-	16	16	-	-	-	7	1
Kriminalität/Katastrophen	-	-	168	-	168	-	-	12	-	10
Sonstiges	0	-	14	4	18	1	-	1	2	1
Sonstige nonfikt. Form	52	8	-	-	60	100	100	-	-	100
Soziales	-	3	-	-	3	-	35	-	-	5
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	-	3	-	-	3	-	34	-	-	5
Wetter	52	-	-	-	52	100	-	-	-	87
Sonstiges	-	3	-	-	3	-	31	-	-	4
Reality/Doku-Inszenierung	-	-	101	-	101	-	-	100	-	100
Alltag/Beziehungen/Freizeit	-	-	100	-	100	-	-	98	-	98
Sonstiges	-	-	2	-	2	-	-	2	-	2

Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

seiner Talkshows mit nichtpolitischen Themen. Bei detaillierter Betrachtung zeigt sich, welche Sendungen zu diesem heterogenen Angebot führten. Zur Politikthematisierung im ZDF trug wiederum am meisten die Talkshow „Maybrit Illner“ bei. Weitere Politikthemenanteile kamen durch Einzelbeiträge in anderen, thematisch nichthomogenen Talks-

dungen hinzu. Mehr als die Hälfte der Sendezeit von „Markus Lanz“ entfiel auf die Kategorie Human Interest/Prominenz, die übrige Sendezeit verteilte sich auf andere Themenkategorien einschließlich Politik. Mit dieser viermal pro Woche ausgestrahlten Talkshow sowie seiner Sendung „Lanz kocht“ am späten Freitagabend trug Markus Lanz am meisten zum Angebot nichtpolitischer Themen in den Gesprächssendungen des ZDF bei. Das „Nachtstudio“ setzte dagegen seine Schwerpunkte auf Kultur und Themen zu Religion und Ethik sowie gesellschaftsrelevante Themen. Weitere Talkformate mit inhaltlichem Schwerpunkt auf

Kultur und Wissenschaft waren im ZDF „Das philosophische Quartett“ und „Die Vorleser“.

**Private:
dctp-Produktionen
mit anspruchsvollen
Kulturthemen**

Bei den privaten Sendern mit ihrem insgesamt geringeren Angebot an Gesprächsformen fiel das Themenspektrum enger aus und hatte bei starker Konzentration auf Kultur ein hohes Anspruchsniveau. Dies war zum einen auf die wöchentlich einmal bei RTL ausgestrahlte dctp-Produktion „10 vor 11“ zurückzuführen. Im Untersuchungszeitraum fanden sich in dieser Sendung unter anderem die Themen „Merkwürdige Geschichten aus dem Mittelalter – Die einzigartige Sammlung der Gesta Romanorum“, „Jeder Tag Leben ist vom Tod geborgt – Emmanuel Chabriers Meisterwerk Etoile“, „Der wahre Shakespeare: Kurt Kreilers faszinierende Entdeckung des Mannes, der die Dramen wirklich schrieb“. Dem entsprach mit vergleichbarem Anspruchsniveau die bei Sat.1 einmal wöchentlich ausgestrahlte dctp-Produktion „News & Stories“. Dort gab es unter anderem die Themen „Eine Testamentsvollstreckerin des Apoll – Begegnung mit der preisgekrönten russischen Mathematikerin Olga Holtz“ und „Die traurige Geschichte von Margarethe & Doktor Faust. Ein großer Wurf an der Staatsoper Unter den Linden“. Neben diesen Beiträgen von Drittanbietern bestand das Angebot an Gesprächsformen bei Sat.1 hauptsächlich aus den Sendungen „Kerner“ und „Kerner spezial“, deren Inhaltsprofile unter anderem durch Themen zur Wirtschaftskrise, zu Menschenrechten, Rechtsextremismus und DDR-Vergangenheit einen Politikbezug erhielten.

Doku-Soap

**RTL mit Abstand
größter Anbieter
von Doku-Soaps**

Das Angebot der Doku-Soaps bestand zu 74 Prozent der Sendezeit aus Themen der Kategorie Alltag/zwischenmenschliche Beziehungen. Die übrige Sendezeit dieser Angebote verteilte sich vorwiegend auf Soziales und Kriminalität. Bei der ARD gab es nur eine Sendung dieser Form, die als Tier-Doku in die Kategorie Umwelt/Tier/Natur fiel und sich damit inhaltlich von allen anderen Sendungen unterschied. RTL als Hauptanbieter von Doku-Soaps (1 435 Min.) bestimmte mit seinen Sendungen das Inhaltsprofil dieser Formate am stärksten. Die meisten Titel thematisieren das Alltagsleben von Familien oder Einzelpersonen, die in prekären Lebenssituationen sind und als Betroffene oder Opfer gezeigt werden. Das dramaturgische Konzept dieser Doku-Soaps beruhte auf starker Emotionalisierung und zielt auf Problemlösung bzw. Krisenbewältigung durch die Protagonisten dieser Sendungen, womit ihnen neben dem Unterhaltungswert auch eine prosoziale Funktion zugeschrieben werden kann. Diese Darstellung von Krisen, Konflikten und Störungen im Privatleben von Menschen thematisierten unter anderem die Sendungen „Die Super Nanny“, „Letzter Ausweg Wilder Westen – Teenager außer Kontrolle“, „Helfer mit Herz“ und „Vermisst“. Je nach Art der dramatisierten Emotionalität lassen sich diese Doku-Soaps auf einem Spektrum zwischen Aggressivität, Bedrohung, Angst auf der einen Seite und Freude, Rührung auf der anderen Seite einordnen.

Neben den Doku-Soaps, in denen es vorwiegend um private Beziehungskonflikte und starke individuelle Emotionen ging, thematisierten andere Sendungen („Betrugsfälle“ und „Die Schulumittel“) den Alltag in Verbindung mit Kriminalität und Sozialem. Beide Sendungen basieren auf Normabweichung und gehören zur Gruppe der „Scripted Doku-Soaps“, auf sie entfiel von allen Titeln die meiste Sendezeit. Von diesen und auch allen anderen Doku-Soaps unterschied sich die Sendung „Raus aus den Schulden“ durch ihren Themenschwerpunkt Soziales ohne Bezug zu Kriminalität.

Die Inhalte des geringen Doku-Soap-Angebots bei Sat.1 lassen sich hauptsächlich der Alltagsthematisierung zuordnen. Dazu gehörten „Der Ramschkönig – Alex Walzer und sein Billig-Reich“, „Deutschlands Meisterkoch“, „Die Gerichtsvollzieher – Klingeln, Klopfen und Kassieren“, während „Nur die Liebe zählt“ den privaten Alltag mit Human Interest verbindet und dem emotionalen Konzept der RTL-Sendung „Vermisst“ ähnlich ist.

Doku-Soaps können als Vermischung früherer Daily-Talks, Trash-Talks, Daily-Soaps und Gerichtsshowes gelten, wie exemplarische Themen veranschaulichen:

RTL

- „Super Nanny“: Neunköpfige Hartz-IV-Familie lebt in ständigem Streit – Vater trinkt (15.2.); Mutter und Großeltern erziehen ungeduldig und mit Gewalt vier kleine Kinder (24.11.);
- „Letzter Ausweg Wilder Westen – Teenager außer Kontrolle“: Problemjugendliche und ihre Eltern machen konfrontative Therapie in einem US-Erziehungscamp (17.3.);
- „Helfer mit Herz“: Krebskranker Kfz-Mechaniker kann das Haus der Familie nicht mehr renovieren – Vera organisiert Hilfe (28.11.);
- „Vermisst“: Der 50-jährige Jürgen sucht seine in früher Kindheit verlorenen Schwestern (15.3.); die 33-jährige adoptierte Friseurin Sandra sucht ihre leibliche Mutter aus Peru (30.5.);
- „Die Schulumittel“ (Scripted Doku-Soap): Die türkischstämmige Gymnasiastin Aysun flüchtet aus Angst, von ihrem Onkel zwangsverheiratet zu werden, in ein Frauenhaus (20.3.); Schüler Florentin wird wegen tuntigem Styling von Mitschülern festgebunden und verspottet und vom eigenen Bruder verleugnet (27.11.).

Sat.1

- „Deutschlands Meisterkoch“: Kandidaten kochen unter Zeit- und Konkurrenzdruck (18.3.);
- „Nur die Liebe zählt“: Bosnier wird abgeschoben und muss Familie in Deutschland zurücklassen – Kai Pflaume arrangiert Treffen; Mutter erkrankt und lässt Söhne bei Ex-Mann in den USA zurück – Zusammenführung nach 30 Jahren (30.5.).

**„Scripted
Doku-Soaps“:
Themenschwerpunkt
Kriminalität und
Soziales**

**Beispiele für Themen
in Doku-Soaps**

Der hohe Grad an Casting, Inszenierung und Emotionalisierung bei Doku-Soaps begründete schon im Vorjahr die Einordnung der Reality-Formate als Factual Entertainment mit stärkerer Unterhaltungs- als Informationsintention und damit als Teil der Sparte nonfiktionaler Unterhaltung. (5) Diese Positionierung hat sich angesichts des ausgeweiteten Angebots der Scripted Doku-Soaps im Jahr 2010 bestätigt.

Akteure

Wie im Vorjahr wurden erneut die Auftritte von Akteuren im untersuchten Nonfictionangebot (ohne Nachrichten) erfasst. (6) In Verbindung mit demografischen und anderen Merkmalen ergibt sich im Idealfall ein differenziertes Bild von der Präsenz unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen als Akteure in authentischen und inszenierten Handlungskontexten. Codierte wurden alle Personen, die im jeweiligen Beitrag nicht zufällig im Bild erschienen, sondern eine vom Sender beabsichtigte Präsentationschance erhielten. Quantifiziert wurde die Auftrittshäufigkeit der Akteure unabhängig von der jeweiligen Sendedauer des Auftritts. Da in Magazinen mit einer Reihe von Themenbeiträgen in der Regel mehr Akteurauftritte vorkommen als in monothematischen Sendungen, wird die Gesamthäufigkeit der Akteurauftritte unter anderem auch von der jeweiligen Gewichtung der Sendungsformen bei den Sendern beeinflusst.

Differenziertes Bild der Präsenz unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen

Insgesamt 9 440 Akteurauftritte erfasst

Insgesamt wurden im untersuchten Nonfictionangebot (ohne Nachrichtensendungen) 9 440 Akteurauftritte ermittelt. Für einen Strukturvergleich der Akteurprofile wurden wieder folgende Akteurekategorien verwendet: 1. Politiker als Amtsinhaber, 2. Repräsentanten einer Institution, Interessengruppe, eines Unternehmens, eines Vereins u. a., 3. Sachexperten, 4. Journalisten, 5. Polizei/Militär, 6. Prominente (Medien, Showbiz, Sport) und 7. diverse Alltagsbürger/Privatpersonen (gruppiert aus Durchschnittsmenschen, Personen in ausgewählten Berufsrollen oder Familienrollen, Personen mit Namen oder anonymisiert, ferner vom Durchschnitt abweichende Personen mit positiven oder negativen Besonderheiten) (vgl. Tabelle 7 und Abbildung 4).

Meiste Auftritte für Alltagsbürger/Privatpersonen

Bei allen Sendern entfielen die meisten Akteurauftritte auf die Kategorie Alltagsbürger/Privatpersonen. Ihr Anteil machte bei RTL (53%) und Sat.1 (56%) etwas mehr als die Hälfte und bei ARD (39%) und ZDF (43%) weniger als die Hälfte aus. Diese Akteurkategorie umfasst alle Akteure, die nicht als Medienprominente oder als Funktionsträger eingestuft wurden. Dementsprechend breit und heterogen fällt für sie das hier nicht ausdifferenzierte Spektrum von Rollen und demografischen Merkmalen aus. Vergleicht man die Akteurprofile der Sender im Hinblick auf die drei übergeord-

neten Kategorien – Alltagsbürger/Privatpersonen, Prominente und Funktionsträger des öffentlichen Lebens – zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Sendern. Die ARD mit vergleichsweise geringstem Anteil an Alltagsbürgern und Prominenten hatte den höchsten Anteil an Funktionsträgern. Im ZDF waren Alltagsbürger und Prominente strukturell etwas stärker, dafür Funktionsträger schwächer vertreten. Bei RTL dominierten die Alltagsbürger und Prominenten, während die Funktionsträger einen geringeren Anteil an der Akteurpräsenz hatten. Bei Sat.1 mit dem geringsten Angebotsumfang und der vergleichsweise geringsten Akteurpräsenz erreichten die Alltagsbürger zwar den Spitzenwert, dafür entfiel auf Prominente (9%) unter allen Sendern der geringste Anteil, während hier der Anteil der Funktionsträger höher lag als bei RTL. Fokussiert man den Sendervergleich auf die Präsenz von Politikern, nahm die ARD (17%) den ersten Platz ein, gefolgt vom ZDF (12%), danach Sat.1 (8%) vor RTL (5%).

Differenziert man die Akteurprofile wie zuvor die Inhaltsprofile nach Sendungsformen und Inhaltsschwerpunkten, werden auch hier Zusammenhänge erkennbar (vgl. Tabelle 8). Das bei allen Sendern starke Magazinangebot wies die geringsten Unterschiede in den Akteurprofilen der Sender auf. Knapp die Hälfte aller Auftritte entfiel auf Alltagsbürger/Privatpersonen, bei RTL ein weiteres Drittel auf Prominente, die bei ARD und ZDF ein Viertel der Auftritte ausmachten. Darin zeigt sich vor allem der Einfluss der Boulevardmagazine im Vorabendprogramm. Vergleicht man die Akteurprofile in den monothematischen Sendungsformen mit regelmäßigen Sendeplätzen, wirkten sich hier wieder die typischen Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern deutlicher aus. So kamen in den konventionellen Dokumentationen/Berichten/Reportagen Politiker fast ausschließlich bei ARD und ZDF vor, während bei RTL und Sat.1 wesentlich mehr Alltagsbürger/Privatpersonen auftraten. Ähnlich war dieser Gewichtungunterschied in den verbalen Sendungsformen, in denen sich die politischen Talkshows bei der ARD noch mehr als beim ZDF zugunsten einer hohen Politikerpräsenz auswirkten. In den Doku-Soaps, die hauptsächlich von RTL, weniger von Sat.1 angeboten wurden, konzentrierten sich die Akteurauftritte weitgehend auf Alltagsbürger/Privatpersonen. Hinzu kamen bei beiden Sendern in geringer Häufigkeit Repräsentanten, Sachexperten und Polizei in komplementären Rollen. Bei der ARD waren es ausschließlich Alltagsbürger.

Ebenso wie bei den Sendungsformen zeigten sich erwartbare Zusammenhänge zwischen der Themenstruktur und der Akteurpräsenz (vgl. Tabelle 9). Obwohl die allgemein hohe Auftrittsrate der Alltagsbürger/Privatpersonen fast alle Themenbereiche dominierte, wurde hier deutlich erkennbar, dass bestimmte Themen auch entsprechende Akteurauftritte nach sich ziehen. So gab es im Themenbereich Politik naheliegenderweise mehr Auftritte von Politikern (39 %) als von Alltagsbürgern (32 %). Die ARD hatte im Sendervergleich den

Akteurprofile nach Sendungsformen und Inhaltsprofilen differenziert

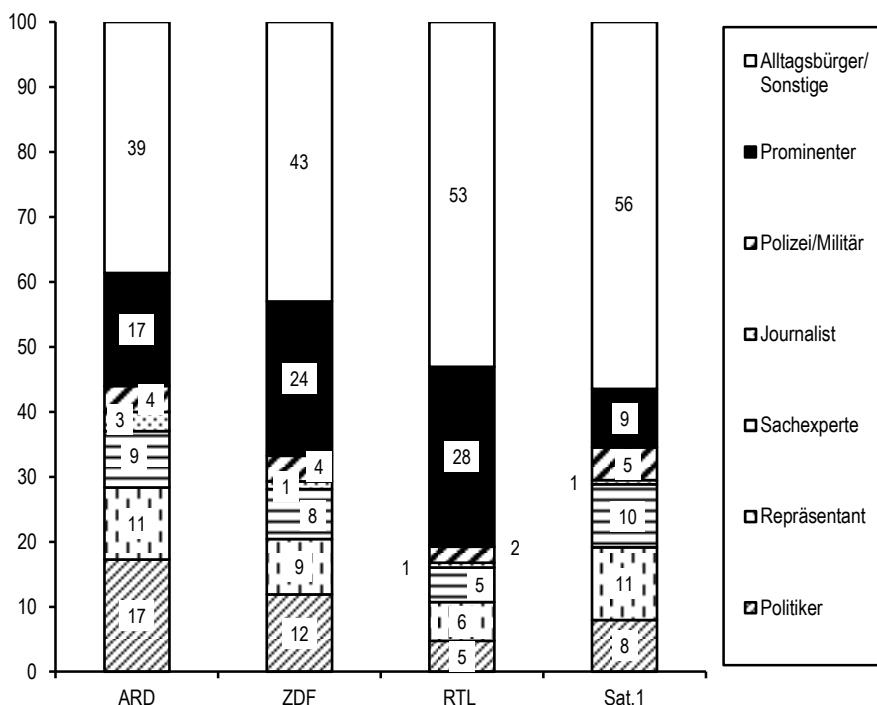
⑦ Akteure in den untersuchten Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) 2010

	Anzahl der Auftritte					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Politiker	402	364	121	119	1 006	17	12	5	8	11
Repräsentant	258	262	153	167	840	11	9	6	11	9
Sachexperte	203	235	135	145	718	9	8	5	10	8
Journalist	68	36	19	10	133	3	1	1	1	1
Polizei/Militär	93	122	63	75	353	4	4	2	5	4
Prominenter	406	728	707	135	1 976	17	24	28	9	21
Alltagsbürger	899	1 317	1 354	844	4 414	39	43	53	56	47
Gesamt	2 329	3 064	2 552	1 495	9 440	100	100	100	100	100

Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 4 Akteure in nonfiktionalen Angeboten 2010
Auftritte in %



Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

höchsten Politikeranteil (43 %) und geringsten Anteil an Alltagsbürgern (25 %). Dagegen erwies sich der Themenbereich Soziales als Domäne der Alltagsbürger. Bei Themen zu Kultur/Wissenschaft/Natur traten komplementär zu den Alltagsbürgern in erster Linie Repräsentanten und Sachexperten auf. Dabei waren die Sachexperten stärker in den öffentlich-rechtlichen und die Prominenten stärker in den privaten Sendungen vertreten. Charakteristisch für den Themenbereich Alltag/Beziehungen/Freizeit war neben der besonders starken Präsenz der Alltagsbürger/Privatpersonen ein relativ hoher Anteil von Repräsentanten und Sachexperten in der ARD. In den Beiträgen des Themenbereichs

Human Interest/Prominenz/Showbiz, in denen über Ereignisse im Unterhaltungssektor berichtet wird, dominierten insgesamt die Prominenten (62 %) mit ähnlichen Anteilen bei ARD, ZDF und RTL, während bei Sat.1 die Alltagsbürger (49 %) überwogen. Im Themenbereich Kriminalität/Katastrophen dominierten bei allen Sendern mit ähnlich hohen Auftrittsraten die Alltagsbürger (69 %), an zweiter Stelle rangierten in quasi komplementärer Rolle Akteure der Kategorie Polizei/Militär (13 %).

⑧ Akteure in Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) nach Sendungsformen 2010

	Anzahl der Auftritte					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Magazin	1 651	2 186	2 002	986	6 825	100	100	100	100	100
Politiker	192	165	121	113	591	12	8	6	11	9
Repräsentant	189	204	142	143	678	11	9	7	15	10
Sachexperte	121	113	101	119	454	7	5	5	12	7
Journalist	17	13	15	7	52	1	1	1	1	1
Polizei/Militär	73	107	42	22	244	4	5	2	2	4
Prominenter	363	577	686	110	1 736	22	26	34	11	25
Alltagsbürger/Sonstige	696	1 007	895	472	3 070	42	46	45	48	45
Doku/Bericht/Reportage	279	581	109	330	1 299	100	100	100	100	100
Politiker	81	142	-	4	227	29	24	-	1	17
Repräsentant	45	40	3	13	101	16	7	3	4	8
Sachexperte	30	90	10	10	140	11	15	9	3	11
Journalist	5	14	4	3	26	2	2	4	1	2
Polizei/Militär	10	15	4	51	80	4	3	4	15	6
Prominenter	24	30	11	6	71	9	5	10	2	5
Alltagsbürger/Sonstige	84	250	77	243	654	30	43	71	74	50
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	386	293	7	130	816	100	100	100	100	100
Politiker	127	57	-	2	186	33	19	-	2	23
Repräsentant	24	16	-	7	47	6	5	-	5	6
Sachexperte	52	32	3	13	100	13	11	43	10	12
Journalist	46	9	-	-	55	12	3	-	-	7
Polizei/Militär	9	-	-	2	11	2	-	-	2	1
Prominenter	18	121	4	19	162	5	41	57	15	20
Alltagsbürger/Sonstige	110	58	-	87	255	28	20	-	67	31
Doku-Soap	8	-	403	49	460	100	-	100	100	100
Repräsentant	-	-	8	4	12	-	-	2	8	3
Sachexperte	-	-	21	3	24	-	-	5	6	5
Polizei/Militär	-	-	17	-	17	-	-	4	-	4
Prominenter	-	-	6	-	6	-	-	1	-	1
Alltagsbürger/Sonstige	8	-	351	42	401	100	-	87	86	87
Ereignisübertragung	5	-	-	-	5	100	-	-	-	100
Politiker	2	-	-	-	2	40	-	-	-	40
Polizei/Militär	1	-	-	-	1	20	-	-	-	20
Prominenter	1	-	-	-	1	20	-	-	-	20
Alltagsbürger/Sonstige	1	-	-	-	1	20	-	-	-	20
Reality/Dokuinszenierung	-	-	31	-	31	-	-	100	-	100
Alltagsbürger/Sonstige	-	-	31	-	31	-	-	100	-	100
Sonstige nonfikt.Form	-	4	-	-	4	-	100	-	-	100
Repräsentant	-	2	-	-	2	-	50	-	-	50
Alltagsbürger/Sonstige	-	2	-	-	2	-	50	-	-	50
Gesamt	2 329	3 064	2 552	1 495	9 440	2 329	3 064	2 552	1 495	9 440

Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Fazit

Aus der Analyse nonfiktionaler Sendungsformen, ihrer Inhalte und Akteure in der zuschauerstärksten Tageszeitphase lassen sich folgende zentrale Befunde hervorheben:

1. ARD und ZDF waren wie im Vorjahr die Sender mit dem größten Umfang an Informationssendungen. Relativ ausgewogen und ähnlich war bei ARD und ZDF die Struktur der Sendungsformen, darin rangierten Nachrichten und Magazine vor Gesprächsformen und klassischen Dokumentationen/Berichten/Reportagen. Bei RTL dominierten Magazine vor Doku-Soaps und Nachrichten und bei Sat.1 Magazine vor Dokumentation/Reportage und Gesprächsformen. Sat.1 hatte mit Abstand das geringste Nachrichtenangebot.

ARD und ZDF bieten größten Umfang an Informationen

⑨ Akteure in Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) nach Inhaltskategorien 2010

	Anzahl der Auftritte					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Politik i. w.S.	833	853	272	291	2 249	100	100	100	100	100
Politiker	360	312	89	107	868	43	37	33	37	39
Repräsentant	94	110	35	51	290	11	13	13	18	13
Sachexperte	85	83	15	33	216	10	10	6	11	10
Journalist	49	13	-	2	64	6	2	-	1	3
Polizei/Militär	26	17	5	4	52	3	2	2	1	2
Prominenter	11	20	10	9	50	1	2	4	3	2
Alltagsbürger/Sonstige	208	298	118	85	709	25	35	43	29	32
Soziales	106	119	88	94	407	100	100	100	100	100
Politiker	8	5	-	3	16	8	4	-	3	4
Repräsentant	19	23	4	15	61	18	19	5	16	15
Sachexperte	16	9	11	2	38	15	8	13	2	9
Journalist	1	-	-	-	1	1	-	-	-	0
Polizei/Militär	-	1	2	2	5	-	1	2	2	1
Prominenter	12	10	2	4	28	11	8	2	4	7
Alltagsbürger/Sonstige	50	71	69	68	258	47	60	78	72	63
Kultur/Wissenschaft/Natur	172	251	84	102	609	100	100	100	100	100
Politiker	5	12	5	3	25	3	5	6	3	4
Repräsentant	37	37	24	25	123	22	15	29	25	20
Sachexperte	33	62	5	14	114	19	25	6	14	19
Journalist	-	1	-	-	1	-	0	-	-	0
Polizei/Militär	2	3	1	-	6	1	1	1	-	1
Prominenter	12	22	14	16	64	7	9	17	16	11
Alltagsbürger/Sonstige	83	114	35	44	276	48	45	42	43	45
Alltag/Beziehungen/Freizeit	158	319	673	457	1 607	158	319	673	457	1607
Politiker	2	1	2	2	7	1	0	0	0	0
Repräsentant	20	19	32	29	100	13	6	5	6	6
Sachexperte	36	25	59	36	156	23	8	9	8	10
Journalist	1	2	1	-	4	1	1	0	-	0
Polizei/Militär	4	16	15	46	81	3	5	2	10	5
Prominenter	1	52	31	15	99	1	16	5	3	6
Alltagsbürger/Sonstige	94	204	533	329	1 160	59	64	79	72	72
Human Interest/ Prominenz/Showbiz	581	911	1 019	251	2 762	100	100	100	100	100
Politiker	12	22	19	2	55	2	2	2	1	2
Repräsentant	34	28	30	16	108	6	3	3	6	4
Sachexperte	13	26	26	19	84	2	3	3	8	3
Journalist	15	13	16	3	47	3	1	2	1	2
Polizei/Militär	1	2	-	-	3	0	0	-	-	0
Prominenter	365	622	636	89	1 712	63	68	62	35	62
Alltagsbürger/Sonstige	141	198	292	122	753	24	22	29	49	27

(Fortsetzung nächste Seite)

Unterschiedliche Themenschwerpunkte bei Öffentlich-Rechtlichen und Privaten

2. Wie im Vorjahr verwiesen die Inhaltsprofile der Sender auf wesentliche Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen. ARD und ZDF dominierten die Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschichte (hier als Politik i.w.S. zusammengefasst), RTL und Sat.1 legten den Schwerpunkt auf die Themen des Alltagslebens und zwischenmenschlicher Beziehungen.

gazines sowie klassischer Dokumentation/Bericht/Reportage, bei der ARD ebenso in journalistischen Gesprächsformen und Ereignisübertragung.

4. In den nicht der Informationssparte zugeordneten Sendungsformen vom Typ Factual Entertainment dominierte RTL mit Doku-Soaps weit vor Sat.1. Hier lag das Schwergewicht auf Themen des Alltags und zwischenmenschlicher Beziehungen, ferner sozialer Probleme und Kriminalität.

RTL dominiert beim Factual Entertainment

Stärkere Politikthematization bei ARD und ZDF

3. In fast allen der Informationssparte zugeordneten Sendungsformen entfiel auf Politikthematization bei ARD und ZDF mehr Gewicht als bei RTL und Sat.1. Dies zeigte sich am stärksten bei Politikmagazinen, Hauptnachrichten und Nachrichtenma-

9 Akteure in Nonfictionangeboten (ohne Nachrichten) nach Inhaltskategorien 2010 (Fortsetzung)

	Anzahl der Auftritte					in %				
	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	Sat.1	Gesamt
Kriminalität/Katastrophe	446	550	370	245	1 611	100	100	100	100	100
Politiker	15	9	5	2	31	3	2	1	1	2
Repräsentant	52	43	25	30	150	12	8	7	12	9
Sachexperte	17	22	19	39	97	4	4	5	16	6
Journalist	1	2	2	1	6	0	0	1	0	0
Polizei/Militär	60	85	39	23	205	13	15	11	9	13
Prominenter	3	1	1	1	6	1	0	0	0	0
Alltagsbürger/Sonstige	298	390	279	149	1 116	67	71	75	61	69
Sport	33	61	46	55	195	100	100	100	100	100
Politiker	-	3	1	-	4	-	5	2	-	2
Repräsentant	2	2	3	1	8	6	3	7	2	4
Sachexperte	3	8	-	2	13	9	13	-	4	7
Journalist	1	5	-	4	10	3	8	-	7	5
Polizei/Militär	-	-	1	-	1	-	-	2	-	1
Prominenter	2	1	13	1	17	6	2	28	2	9
Alltagsbürger/Sonstige	25	42	28	47	142	76	69	61	85	73
Gesamt	2 329	3 064	2 552	1 495	9 440	2 329	3 064	2 552	1 495	9 440

Untersuchungszeitraum 2010: 15.-21. März, 25.-31. Mai, 13.-19. September, 22.-28. November, 17.00-1.00 Uhr.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Hohe Präsenz von Alltagsbürgern

5. Bei allen Sendern ergab sich in den Akteurprofilen der Sendungsformen (ohne Nachrichten) eine hohe Präsenz von Privatpersonen. Sie kamen häufiger in den privaten als in den öffentlich-rechtlichen Programmen vor. Die Auftrittschancen von Politikern und Funktionsträgern aus Wirtschaft und Gesellschaft fielen dagegen bei ARD und ZDF höher aus als bei RTL. In der Präsenz Prominenter lagen RTL und ZDF vor ARD und Sat.1.

Mehr Politikerauftritte bei ARD und ZDF

6. Bei ARD und ZDF ergaben sich durch die politisch und gesellschaftlich geprägten Themenschwerpunkte in Politikmagazinen und journalistischen Gesprächsformen erwartungsgemäß mehr Auftrittschancen für Politiker und gesellschaftliche Funktionsträger, während bei RTL und Sat.1 die stärker betonten Alltagsthemen in nichtpolitischen Sendungen, insbesondere auch durch Doku-Soaps bei RTL, hauptsächlich die Präsenz von Privatpersonen begünstigten.

Analyse auf Beitragsebene bestätigt Ergebnisse für das Gesamtprogramm

Ein Fazit lautet: Die für das Gesamtprogramm fortgeschriebene Angebotsentwicklung in Teil 1 der Programmanalyse 2010 bestätigt sich in den strukturellen und inhaltlichen Grundzügen auch in der vierwöchigen Stichprobe und der Analyse auf Beitragsebene. Dabei zeigen sich mit detaillierter Codierung der Beiträge aller Sendetitel von Programmaufzeichnungen auch Möglichkeiten, die Abgrenzung zwischen Information und Formen der nonfiktionalen Unterhaltung präziser als bisher zu

bestimmen. Ferner erlaubt die Codierung der Akteure, ein differenzierteres Bild von der Präsenz unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen in der Fernsehrealität zu erhalten.

Anmerkungen:

- 1) Zum ersten Teil vgl. Krüger, Udo Michael: Profile und Funktionen deutscher Fernsehprogramme. Programmanalyse 2010 – Teil 1: Sparten und Formen. In: Media Perspektiven 4/2011, S. 204–224.
- 2) Die im NRW-Kabelnetz ausgestrahlten Programme von RTL und Sat.1 unterscheiden sich von den bundesweit per Satellit empfangbaren Programmen durch werktäglich ausgestrahlte Regionalsendungen im Vorabendprogramm. Bei RTL wird statt des Boulevardmagazins „Explosiv“ das Regionalmagazin „Guten Abend RTL“ und bei Sat.1 statt der Fernsehserie „Niedrig und Kuhnt“ das Regionalmagazin „17.30 live“ ausgestrahlt. Zum Angebot regionaler Fensterprogramme vgl. Volpers, Helmut/ Detlef Schnier/Uli Bernhard: Die Regionalfenster von RTL und Sat.1 in den Jahren 2008 und 2009. In: ALM Programmbericht 2009. Berlin 2010, S. 95–106.
- 3) Vgl. Krüger, Udo Michael: Sendungsformen, Themen und Akteure im Nonfictionangebot von ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Programmanalyse 2009 – Teil 2. In: Media Perspektiven 5/2010, S. 258–272, dort S. 259.
- 4) Vgl. Krüger, Udo Michael: InfoMonitor 2010: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Themen, Ereignisse und Akteure. In: Media Perspektiven 2/2011, S. 92.
- 5) Vgl. Hill, Annette: Reality TV. Audiences and popular television, Abingdon 2005, S. 178 ff. sowie die Ausführungen in Krüger (Anm. 1), S. 158 f.
- 6) Zur Präsenz deutscher Politiker in den wichtigsten Nachrichtensendungen vgl. den monatlich erscheinenden „InfoMonitor“ im Internetportal www.politik.de, ebenso die Gesamtjahresbilanz bei Krüger, Udo Michael: InfoMonitor 2010: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. Themen, Ereignisse und Akteure. In: Media Perspektiven 2/2011, S. 91–114.

