

Programmanalyse 2015 (Teil 1):
Sparten und Formen

► Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung

Von Udo Michael Krüger*

Die jährlich durchgeführte Programmanalyse basiert auf einer Auswertung des gesamten Programmangebots der fünf größten Fernsehsender Deutschlands im abgelaufenen Jahr und liefert damit ein umfassendes Bild der Angebotsprofile dieser Sender. Der Vergleich der wichtigsten Kennwerte mit den Vorjahreswerten macht kurz- bis mittelfristige Veränderungen in der Programmstruktur deutlich. Diese Veränderungen können verschiedenste Ursachen haben, sie können etwa auf den Einfluss wichtiger programmrelevanter Ereignisse (z. B. „Sportjahre“) zurückgehen oder durch Einstellung alter Formate und Ersatz durch neue Angebote hervorgerufen werden. Größere Veränderungstendenzen in den Strukturen der Fernsehprogramme, die eine nachhaltige Änderung der Strategie und des Programmprofils eines Senders anzeigen, werden allerdings erst aus größerer Distanz in ihren Richtungen und Auswirkungen im zeitlichen Kontext erkennbar. Das heißt, es bedarf einer mehrjährigen Datenbasis, um derartige grundlegende Trends identifizieren und von den eher kurz- oder mittelfristigen Veränderungen unterscheiden zu können. Entsprechende langfristige Analysen wurden, auf den Daten der Programmanalyse basierend, in der Vergangenheit bereits publiziert. (1)

**Langfristiger Trend:
Stärkere
Profildänderungen
bei Privatsendern**

Die vorliegende Programmanalyse 2015 kombiniert beide Perspektiven: Zum einen werden die Programmstrukturen von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben im Programmjahr 2015 mit ihren zentralen Kennwerten dargestellt und im Vergleich zu den Vorjahreswerten diskutiert. Im Zentrum steht jedoch in diesem Jahr die Analyse der langfristigen Entwicklung der Programmsparten und Sendungsformen seit 2001 sowie der inhaltlichen Schwerpunkte seit 2009. Erkennbar wird dabei vor allem, dass zwar alle untersuchten Sender ihre Programmstrukturen über die Jahre immer wieder anpassten, dass in den vergangenen 15 Jahren jedoch vor allem die Privatsender ihre Programmprofile auffällig veränderten. Die Profile der öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme Das Erste und ZDF weisen dagegen auch im langfristigen Vergleich eine erheblich größere Stabilität und Konstanz auf.

Spartenprofile 2015 in Gesamtsendezeit und Hauptsendezeit

Wie in den Vorjahren basiert die Programmanalyse 2015 auf Daten der Vollerhebung. (2) Die Angebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben gehen mit jeweils 8 760 Sendestunden jährlich in die Analyse ein. Als Analyseeinheiten dienen alle Sendetitel und nichtredaktionellen Programmteile wie Trailer und Werbung zwischen 3.00 und 3.00 Uhr. Quantifiziert und verglichen wurden die Programmangebote der Sender in Sendezeitanteilen pro Tag.

Grundlage für den Vergleich der Programmprofile nach Sparten war wie in den Vorjahren die Zuordnung der Sendetitel und sonstigen Programmelemente zu den acht Programmsparten: 1. Information, 2. Sport, 3. Nonfiktionale Unterhaltung, 4. Musik, 5. Kinder-/Jugendprogramm, 6. Fiction (ohne Kinderprogramm), 7. Sonstiges und 8. Werbung.

Bezogen auf die Gesamtsendezeit (3.00 bis 3.00 Uhr) hatten demnach das ZDF mit 43,8 Prozent (630 Min./Tag) und Das Erste mit 39,2 Prozent (564 Min./Tag) im Jahr 2015 die höchsten Informationsanteile im Programm (vgl. Abbildung 1 und Tabelle 1). Beim Ersten entfielen außerdem auf die Programmsparte Fiction 36,1 Prozent (520 Min./Tag) der täglichen Sendezeit. Die übrige Sendezeit verteilte sich auf die Sparten nonfiktionale Unterhaltung (7,9%), Sport (6,8%) und Kinder-/Jugendsendungen (5,9%) sowie mit geringen Anteilen auf Musiksendungen (0,9%), Sonstiges (1,9%) und Werbung (1,3%). Auch beim ZDF war Fiction mit 32,2 Prozent (463 Min./Tag) das zweitgrößte Angebot. Auf nonfiktionale Unterhaltung entfielen 8,6 Prozent der Sendezeit, auf Kinder-/Jugendprogramm 5,7 Prozent und auf Sport 5,5 Prozent.

Die Spartenprofile der beiden öffentlich-rechtlichen Sender unterschieden sich von denen im Vorjahr nur minimal. Bemerkbar machte sich vor allem, dass 2014 ein sogenanntes Sportjahr mit großen Sportevents gewesen war. Durch das Fehlen solcher Events in 2015 lagen die Sportanteile beim Ersten und beim ZDF niedriger. Beim Ersten legte dafür vor allem die nonfiktionale Unterhaltung etwas zu, beim ZDF der Informationsanteil. Die übrigen Programmsparten wiesen nur geringe Differenzen zum Vorjahr auf.

Die Spartenprofile der Privatsender unterschieden sich, wie in den Jahren zuvor, von ARD und ZDF zuallererst durch den geringeren Umfang der Informationsangebote und dafür die stärkere Gewichtung von Unterhaltungsangeboten sowie Werbung. Die Informationsanteile bei RTL (22,6%), Sat.1 (13,8%) und ProSieben (8,2%) lagen deutlich unter denen der Öffentlich-rechtlichen. Der größte Sendezeitanteil entfiel bei RTL auf nonfiktionale Unterhaltung (36,1%) und auf Fiction (17,9%). Auch bei Sat.1 hatte die nonfiktionale Unterhaltung mit 42,1 Prozent eine dominierende Rolle im Programm. Bei RTL wie auch bei Sat.1 fiel der Anteil

**Vollerhebung der
fünf größten Sender**

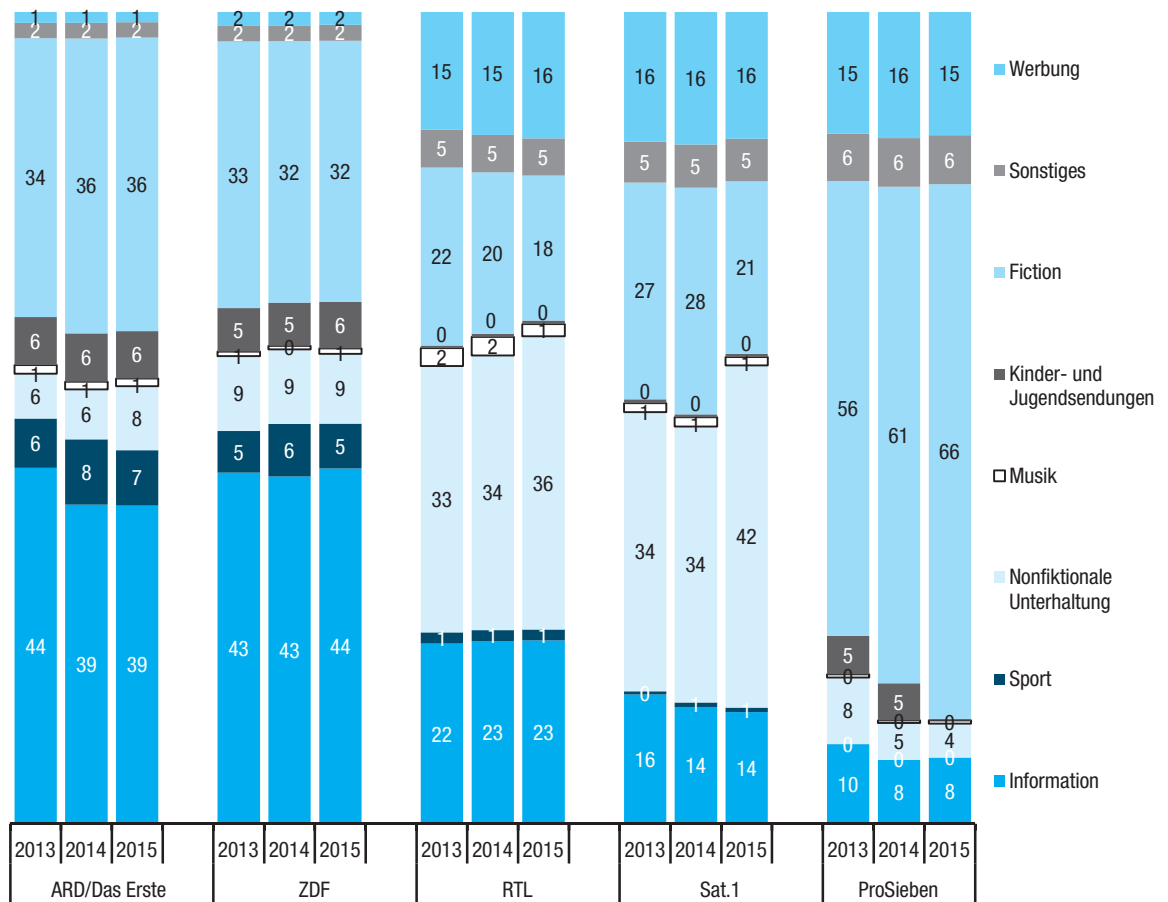
**Das Erste und
ZDF mit höchsten
Info-Anteilen**

**Sportanteile 2015
geringer als im
Vorjahr**

**RTL und Sat.1:
Nonfiktionale
Unterhaltung
dominiert**

* IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Abb. 1 Programmsparten im deutschen Fernsehen 2013 bis 2015
Sendezeitanteile, in %



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

der nonfiktionalen Unterhaltungsangebote doppelt so hoch aus wie der Fictionanteil.

Vergleicht man das RTL-Spartenprofil von 2015 mit dem Vorjahr, zeigen sich Veränderungen in den Unterhaltungsangeboten und bei der Werbung. Der Fictionanteil wurde verringert, ebenso die Musikangebote, dafür die nonfiktionale Unterhaltung erhöht. Auch der Werbeanteil nahm leicht zu. Bei Sat.1 zeigte sich, dass der Sender im Jahr 2015 noch stärker als RTL sein Unterhaltungsangebot von Fiction (-6,7%-Punkte) zu Nonfiction (+8,2%-Punkte) verlagerte. Etwas geringer als im Vorjahr fielen bei Sat.1 die Sendezeitanteile für Information und Werbung aus.

ProSieben: Fictionangebot weiter ausgebaut

ProSieben unterschied sich auch 2015 von allen anderen Sendern durch das geringste Informationsangebot (8,2%) und das größte Fictionangebot (65,8%). Letzteres lag gegenüber dem Vorjahr um 4,6 Prozentpunkte höher. Dies ging hauptsächlich auf eine Änderung bei der Codierung der Cartoon-Serie „Die Simpsons“ zurück; diese Sendung wurde nicht mehr dem Kinder-/Jugendprogramm zugeordnet, sondern als Unterhaltungsangebot für „all ages“ der Sparte Fiction.

Die Analyse für die Hauptsendezeit – hier definiert als die Sendezeit zwischen 19.00 und 23.00 Uhr (3) – zeigt für die vier Sender ARD/Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1 geringere Informationsanteile als im Gesamtprogramm, dafür höhere Anteile für Unterhaltungsangebote. Dagegen wies ProSieben zur Hauptsendezeit einen höheren Informationsanteil auf als zur Gesamtsendezeit (vgl. Tabelle 1).

Die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme unterschieden sich mit ihren Spartenprofilen auch zur Hauptsendezeit wesentlich von den Programmen der Privatsender. Das Erste verwendete ein Drittel seines Zeitbudgets zwischen 19.00 und 23.00 Uhr für Informationsangebote, das ZDF hatte mit 36 Prozent den höchsten Informationsanteil. Die meiste Sendezeit entfiel zur Hauptsendezeit beim ZDF (48%) und beim Ersten (45%) auf Fictionangebote. Geringe Sendezeitanteile entfielen dagegen in beiden öffentlich-rechtlichen Programmen auf Sport, nonfiktionale Unterhaltung und Musiksendungen.

ARD/ZDF zur Hauptsendezeit mit starkem Fictionanteil

Tab. 1 Spartenprofile von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben 2013 bis 2015

	Gesamtsendezeit, 3.00-3.00 Uhr						Hauptsendezeit, 19.00-23.00 Uhr					
	Min./Tag			in %			Min./Tag			in %		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
ARD/Das Erste												
Information	631	566	564	43,8	39,3	39,2	83	78	79	34,4	32,5	32,9
Sport	88	116	98	6,1	8,0	6,8	19	25	20	8,0	10,3	8,2
Nonfiktionale Unterhaltung	79	88	113	5,5	6,1	7,9	16	13	14	6,8	5,5	5,9
Musik	15	14	14	1,0	1,0	0,9	7	6	6	3,0	2,6	2,3
Kinder-/Jugendsendungen	85	86	84	5,9	6,0	5,9	0	0	0	0,0	0,1	–
Fiction	495	523	520	34,3	36,3	36,1	101	104	109	42,2	43,4	45,3
Sonstiges	27	28	27	1,9	1,9	1,9	5	5	4	1,9	1,9	1,8
Werbung	19	20	19	1,3	1,4	1,3	9	9	9	3,7	3,6	3,6
Gesamt Min./Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	240	240	240	100,0	100,0	100,0
ZDF												
Information	623	616	630	43,3	42,8	43,8	84	81	85	35,0	33,6	35,6
Sport	73	93	79	5,1	6,4	5,5	14	19	12	5,6	7,8	5,1
Nonfiktionale Unterhaltung	133	132	124	9,2	9,2	8,6	19	15	11	7,8	6,1	4,8
Musik	8	6	9	0,6	0,4	0,6	4	4	3	1,6	1,5	1,4
Kinder-/Jugendsendungen	77	77	82	5,3	5,3	5,7	0	0	0	–	–	–
Fiction	473	464	463	32,9	32,2	32,2	107	110	115	44,7	45,7	48,0
Sonstiges	29	28	28	2,0	1,9	2,0	5	5	5	1,9	1,9	2,0
Werbung	24	24	23	1,7	1,7	1,6	8	8	8	3,3	3,4	3,2
Gesamt Min./Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	240	240	240	100,0	100,0	100,0
RTL												
Information	319	324	325	22,2	22,5	22,6	30	29	29	12,4	12,2	12,2
Sport	20	19	19	1,4	1,3	1,3	2	3	4	1,0	1,2	1,6
Nonfiktionale Unterhaltung	472	487	521	32,8	33,8	36,1	57	54	57	23,7	22,6	23,7
Musik	32	33	21	2,2	2,3	1,5	12	12	8	5,0	5,2	3,1
Kinder-/Jugendsendungen	4	6	6	0,3	0,4	0,4	0	0	0	–	–	–
Fiction	315	286	258	21,9	19,9	17,9	84	84	84	35,1	34,9	34,9
Sonstiges	67	66	65	4,6	4,6	4,5	13	14	13	5,2	5,6	5,4
Werbung	209	218	225	14,5	15,2	15,6	42	44	46	17,6	18,2	19,1
Gesamt Min./Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	240	240	240	100,0	100,0	100,0
Sat.1												
Information	229	207	198	15,9	14,4	13,8	25	25	23	10,4	10,5	9,4
Sport	5	8	8	0,4	0,5	0,5	1	1	1	0,3	0,4	0,3
Nonfiktionale Unterhaltung	495	490	607	34,4	34,0	42,1	23	21	44	9,6	8,8	18,3
Musik	15	17	15	1,1	1,2	1,0	5	5	4	2,1	2,2	1,8
Kinder-/Jugendsendungen	7	5	6	0,5	0,3	0,4	1	0	1	0,6	0,1	0,5
Fiction	385	402	306	26,7	27,9	21,3	121	123	105	50,5	51,3	43,8
Sonstiges	72	76	75	5,0	5,3	5,2	16	16	14	6,5	6,6	6,0
Werbung	230	236	225	16,0	16,4	15,6	48	48	48	19,8	20,2	20,0
Gesamt Min./Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	240	240	240	100,0	100,0	100,0
ProSieben												
Information	141	113	117	9,8	7,9	8,2	55	52	57	23,1	21,8	23,9
Sport	–	–	–	0,0	–	–	0	0	0	–	–	–
Nonfiktionale Unterhaltung	118	65	60	8,2	4,5	4,2	26	21	20	10,7	8,6	8,1
Musik	6	5	6	0,4	0,3	0,4	2	3	4	0,9	1,3	1,6
Kinder-/Jugendsendungen	68	66	3	4,7	4,6	0,2	11	12	0	4,4	4,9	–
Fiction	807	881	948	56,0	61,2	65,8	85	91	99	35,3	37,7	41,2
Sonstiges	84	87	86	5,8	6,0	6,0	15	15	14	6,1	6,3	6,0
Werbung	216	224	219	15,0	15,5	15,2	47	47	46	19,4	19,4	19,1
Gesamt Min./Tag	1 440	1 440	1 440	100,0	100,0	100,0	240	240	240	100,0	100,0	100,0

Untersuchungszeitraum: 1. Januar bis 31. Dezember.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Private: Während die Privatsender zur Gesamtseendezeit der Werbeanteil abends bis zu 20 Prozent

Während die Privatsender zur Gesamtseendezeit der nonfiktionalen Unterhaltung den Vorrang gaben, bevorzugten sie zur Hauptsendezeit ähnlich wie ARD und ZDF die fiktionale Unterhaltung. So enthielt das Programm von RTL zwischen 19.00 und 23.00 Uhr zu 35 Prozent Fictionangebote und zu 24 Prozent nonfiktionaler Unterhaltung; bei Sat.1 waren es 44 Prozent Fiction und 18 Prozent Nonfiction. Beide privaten Programme forcierten zur Hauptsendezeit ihr Werbeangebot, bei RTL lag der Werbeanteil bei 19 Prozent, bei Sat.1 bei 20 Prozent. Das Spartenprofil von ProSieben wies zur Hauptsendezeit einen Informationsanteil von 24 Prozent auf und übertraf damit deutlich RTL und Sat.1. Auch bei ProSieben dominierten die Fictionangebote, allerdings in geringerem Maße als zur Gesamtseendezeit.

Spartenprofile im Langzeitvergleich 2001 bis 2015

Beim Vergleich der langfristigen Angebotsentwicklung der Sender anhand der Spartenprofile zeigen sich wesentliche Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogrammen. Es wird deutlich, dass die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme im Ganzen eine höhere und länger währende Strukturstabilität aufweisen als die privaten Hauptprogramme. Die wichtigsten Umbrüche und Veränderungstendenzen lassen sich in den Spartenprofilen zeitlich genauer lokalisieren (vgl. Abbildung 2).

Das Erste: Langfristig stabiles Profil, wachsendes Fictionangebot

Das Spartenprofil der ARD/Das Erste entwickelte sich seit 2001 relativ robust bei hoher Strukturstabilität. Das Informationsangebot variierte im Bereich zwischen 40 und 44 Prozent der Gesamtseendezeit und sank 2014 auf 39 Prozent. Das Fictionangebot stieg in den Jahren 2001 bis 2007 von 28 auf 36 Prozent, dieser Seendezeitanteil wurde bis 2015 nicht überschritten. Der Zuwachs an Fictionsendungen in den früheren Jahren resultierte aus leicht rückläufigen Seendezeitanteilen der Sparten Sport, nonfiktionaler Unterhaltung und Kinder-/Jugendsendungen (hier nicht mit ausgewiesen). Diese Sparten variierten im Bereich zwischen 6 und 10 Prozent der Gesamtseendezeit. Die regelmäßig auftretenden Schwankungen der Sportangebote im Zwei-Jahresintervall waren Folgen sportintensiver Jahre mit internationalen Großveranstaltungen, die sich auch auf die anderen Sparten mit Ausnahme des geringen Anteils der Werbung von 1 Prozent auswirkten.

ZDF: Durchgehend hoher Informationsanteil, Fiction nimmt ebenfalls zu

Auch das Spartenprofil des ZDF weist trotz einiger Schwankungen überwiegend hohe Stabilität auf. Der im Vergleich zur ARD höhere Informationsanteil des ZDF erreichte seinen Spitzenwert mit 49 Prozent im Jahr 2009 und sank bis 2011 nach Veränderungen im Tages- und Nachtprogramm auf 43 Prozent gleichauf mit der ARD. Der geringere Fictionanteil des ZDF stieg seit 2001 von 27 Prozent auf 32 Prozent der Seendezeit in 2015. Die übrigen Sparten Sport, nonfiktionaler Unterhaltung und Kin-

der-/Jugendprogramm lagen im Bereich zwischen 5 und 11 Prozent, der Werbeanteil zwischen 1 und 2 Prozent der Seendezeit. Langfristig gesehen ging das Informationsangebot sowohl bei der ARD/Das Erste als auch beim ZDF zugunsten der Fictionangebote zurück.

Das Spartenprofil von RTL unterscheidet sich von ARD und ZDF durch deutliche Umbrüche in der nonfiktionalen Unterhaltung und im Werbeangebot sowie einem Rückgang des Fictionsanteils. Die programmstrukturellen Veränderungen bei RTL lassen sich in drei Phasen einteilen. In den Jahren 2001 bis 2003 dominierte (mit bereits sinkender Tendenz) das Fictionangebot, während die Sparten Information, nonfiktionaler Unterhaltung und Werbung jeweils um 20 Prozent der Seendezeit ausmachten. Das Informationsangebot erreichte nicht die Hälfte des öffentlich-rechtlichen, dagegen die Werbung etwa das Zwanzigfache. In den Jahren 2004 bis 2008 übertrafen die Sparten Fiction und nonfiktionaler Unterhaltung mit etwa gleichen Anteilen von 25 Prozent die Sparten Information und Werbung, deren Anteile bis 2008 konstant blieben.

Ein richtungsweisender Umbruch im Spartenprofil von RTL zeigt sich ab 2009 einerseits im Rückgang der Werbung als Folge des Verzichts auf Dauerwerbesendungen und andererseits in der Ausweitung der nonfiktionalen Unterhaltung, deren Anteil von 23 Prozent im Jahr 2008 auf 36 Prozent der Seendezeit im Jahr 2015 anstieg. Verfolgt man die Umschichtung der Unterhaltungsangebote, verlor die Sparte Fiction seit 2001 bis 2015 an Bedeutung, während die nonfiktionaler Unterhaltung zunehmend an Bedeutung gewann. Ab 2011 stieg auch der Werbeanteil wieder leicht an. Der Sportanteil ging langfristig von 3 auf 1 Prozent zurück.

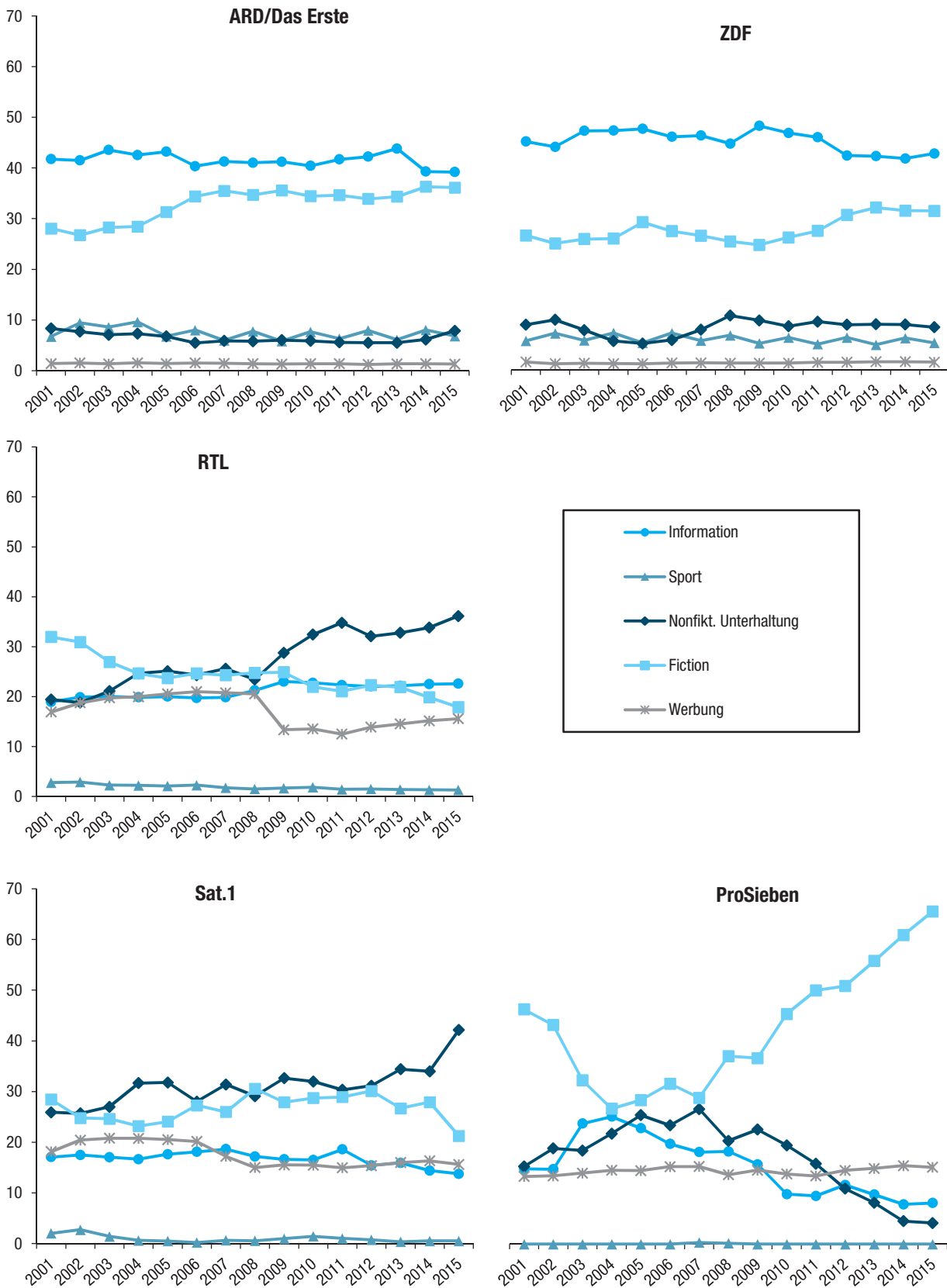
Die Angebotsentwicklung bei Sat.1 war weniger von abrupten Umbrüchen gekennzeichnet. Ab 2001 dominierte über ein Jahrzehnt mit steigender Tendenz die nonfiktionaler Unterhaltung vor der fiktionalen Unterhaltung. Bis 2012 verlief der Anstieg relativ moderat und mit Schwankungen in relativ geringer Distanz zueinander. Ein ähnlicher programmstruktureller Umbruch wie bei RTL wird bei Sat.1 erst 2012 erkennbar. Nach 2012 divergierten die beiden Hauptkomponenten der Unterhaltung, die nonfiktionaler Unterhaltung wurde bis 2015 auf 42 Prozent ausgeweitet, die Fictionunterhaltung auf 21 Prozent reduziert. Gegenläufig sank bei Sat.1 der Informationsanteil von 19 Prozent 2011 auf 14 Prozent im Jahr 2015. Die Entwicklung des Werbeanteils verlief in den beiden großen Privatprogrammen ähnlich, bis 2006 entfiel auf Werbung auch bei Sat.1 etwa ein Fünftel der Seendezeit, nach Einstellung der Dauerwerbesendungen sank der Werbeanteil und lag im Jahr 2015 bei 16 Prozent.

RTL: Programmstrukturelle Veränderungen in mehreren Phasen

Umbruch ab 2009, Ausweitung der nonfiktionalen Unterhaltung

Sat.1: Reduktion der Fiction ab 2012

Abb. 2 Programmstruktur von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1, ProSieben nach Genres 2001 bis 2015
Sendezeitanteile, in %



Quelle: IFEM, Köln.

**ProSieben:
Ab 2005 Umbau
zum Fictionsender**

Im Spartenprofil von ProSieben zeigt sich nach 2004 eine ungebrochen gegenläufige Angebotsentwicklung zu den beiden anderen Privatprogrammen. Nach den Jahren 2001 bis 2004, die am meisten Ähnlichkeit mit RTL aufwiesen, erfolgte bei ProSieben ein programmstrategischer Wechsel. Anders als bei RTL wurde das Fictionangebot ausgeweitet und die nonfiktionale Unterhaltung sowie das Informationsangebot reduziert. Dies führte dazu, dass ProSieben im Jahr 2015 zwei Drittel seiner Sendezeit mit Fictionunterhaltung (66 %) ausfüllte und den Sparten Information und nonfiktionale Unterhaltung nur noch 8 bzw. 4 Prozent der Sendezeit einräumte. Der Werbeanteil blieb ohne Dauerwerbesendungen im gesamten Zeitraum fast unverändert bei 15 Prozent der Sendezeit.

Die Langzeitbetrachtung der Spartenprofile führt zu dem Befund, dass sich die Distanz zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern und RTL in den vergangenen Jahren tendenziell leicht verringerte, soweit es die Sparte Information betrifft. Zugleich vergrößerte sich deutlich die Distanz zu Sat.1 und vor allem zu ProSieben.

**Sendungsformen im Langzeitvergleich
2001 bis 2015**

**Sendungsformen eng
mit Funktionen der
Sender verknüpft**

Mit der Differenzierung der Angebote nach Sendungsformen wird das Bild detaillierter. Die Verwendung von Sendungsformen hängt wesentlich mit der Funktionsausrichtung der Sender zusammen. Beim Vergleich der von den Sendern bevorzugten Sendungsformen zeigt sich, wodurch die charakteristischen Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Angeboten zustande kamen. Soweit sich im Laufe der Jahre neue Formen herausgebildet haben, wurden sie den bestehenden Kategorien hinzugefügt und in die Zeitreihe einbezogen. (4) Tabelle 2 präsentiert im Detail den Umfang und die Anteile der von den Sendern im Jahr 2015 (und den Vorjahren) eingesetzten Sendungsformen. Darüber hinaus gilt das Interesse jedoch den Trends der längerfristigen Entwicklung.

Vergleicht man die Entwicklung der Sendungsformen im Zeitraum 2001 bis 2015, so zeigt sich, wie der Wechsel von Sendungsformen zur Veränderung der Profile der Sender beitrug. Dies wird übersichtlicher, wenn man sich auf die wichtigsten Sendungsformen beschränkt und diese einerseits nach Informations- und Sportangeboten und andererseits nach Unterhaltungsangeboten getrennt betrachtet.

**Sendungsformen im Informations- und
Sportangebot**

**Das Erste:
Hohe Konstanz
bei informativen
Sendungsformen**

Relevante Formen der Informations- und Sportangebote sind Nachrichten, Magazine/Ratgeber, Reportage/Dokumentation/Berichte, Übertragung und Talk/Gesprächsformen (vgl. Abbildung 3). Bei ARD/ Das Erste zeigen sich im Bereich der Informations- und Sportangebote relativ stabile Verteilungen bei leicht rückläufiger Tendenz einzelner Formen. Abgesehen von wenigen Schwankungen kam es im Verlauf der untersuchten 15 Jahre weder zu einem

Wechsel in der Rangfolge der Sendungsformen noch zu einem abrupten Zuwachs oder Rückgang einer Sendungsform. Die Magazine spielten mit etwa einem Viertel der Gesamtsendezeit die dominierende Rolle. Die zweitstärkste Sendungsform der ARD zur Vermittlung von Information und Sport waren Reportagen/Dokumentationen und Berichte. Auch deren Sendezeitanteil mit einem Höchstwert von 12 Prozent in 2004 und einem Anteil von 8 Prozent in 2015 war rückläufig. Am konstantesten blieb das Nachrichtenangebot der ARD mit einem Anteil um 9 Prozent der Sendezeit in allen Jahren. Schwankungen im Angebotsverlauf gab es dagegen bei Talkshows und anderen Gesprächsformen, die von 2001 bis 2006 von 7 auf 3 Prozent sanken und bis 2012 auf 6 Prozent zulegten. 2015 waren es noch 4 Prozent der Sendezeit. Einen ähnlichen Verlauf hatte das Angebot an Übertragungen. Sie kamen hauptsächlich durch Sportereignisse zustande. Für keine dieser Sendungsformen ließ sich im Zeitraum von 2001 bis 2015 eine ansteigende Tendenz feststellen.

Beim ZDF findet man eine ähnliche Angebotskonstellation der informationsorientierten Sendungsformen wie beim Ersten. Dies betrifft die Rangfolge und die relativ hohe Stabilität der Sendungsformen und ebenso die leicht rückläufige Tendenz mit Ausnahme der Gesprächsformen. Beim ZDF übertraf die dominierende Sendungsform Magazine/Ratgeber den ARD-Anteil in allen Jahren um 3 bis 4 Prozentpunkte. Zwischen 2001 und 2009 stieg der Magazinanteil leicht an, von 2009 bis 2014 sank er von 30 auf 26 Prozent und lag im Jahr 2015 bei 27 Prozent. Reportagen/Dokumentationen und Berichte hatten einen ähnlichen Umfang und sinkenden Verlauf wie bei der ARD. Ihr Sendezeitanteil stieg bis 2004 auf 13 Prozent und ging bis 2015 auf 8 Prozent zurück. Eine Veränderung gab es beim ZDF 2012 durch Absenkung des Nachrichtenangebots. Von 2001 bis 2011 lagen die Nachrichten konstant bei 10 Prozent der Sendezeit, 2012 sank ihr Anteil auf 8 Prozent der Sendezeit. Schwankungen gab es bei Talkshows und anderen Gesprächsformen. Sie stiegen in den Jahren von 2001 bis 2007 von 3 auf 9 Prozent und wurden bis 2012 auf 6 Prozent reduziert, 2015 lagen sie bei 7 Prozent der Sendezeit. Relativ gleichbleibend war der Anteil der Übertragungen im ZDF. Dabei beruheten wie bei der ARD die leichten Schwankungen hauptsächlich auf den großen Sportereignissen im Zweijahresintervall. Unter den Sendungsformen der Informations- und Sportangebote beim ZDF hatten allein die Gesprächsformen eine ansteigende Tendenz, während alle anderen tendenziell leicht zurückgingen.

Entsprechend dem insgesamt geringeren Informations- und Sportangebot bei RTL hatten auch die informativen Sendungsformen überwiegend nied-

**ZDF:
Ebenfalls geringe
Schwankungen,
Anstieg der
Gesprächssendungen**

**RTL: Wachsendes
Magazin- und
Nachrichtenangebot**

Tab. 2 Sendungsformen 2013 bis 2015
 in Min./Tag und %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
in Min./Tag															
Nachrichten ¹⁾	125	122	126	113	110	113	62	73	77	34	30	31	12	12	12
Magazine/Ratgeber	363	325	326	388	381	389	243	236	234	155	152	143	122	97	102
Reportage/Dokumentation/ Bericht ²⁾	128	122	119	105	109	112	25	30	28	39	25	24	10	2	2
Ereignisübertragung	59	79	68	55	70	60	13	12	12	3	6	5	3	2	1
Reality-Formate	42	57	53	8	5	6	391	395	420	378	418	546	5	1	1
Talk/Gesprächsformen	81	69	59	98	96	94	1	0	0	12	3	3	25	2	1
Ratespiel/Quiz/Gameshow	14	16	39	15	11	7	21	14	13	5	4	2	10	6	6
Show/Darbietung	33	30	36	65	77	78	91	110	108	120	84	74	77	61	58
Spielfilm	140	137	141	122	119	105	71	74	76	156	146	127	257	262	256
Fernsehfilm/Reihe	166	173	182	96	115	110	14	14	19	24	27	13	10	9	7
Fernsehserie	242	263	243	323	296	314	232	198	163	212	233	172	608	675	689
Sonstige Fictionformen	0	1	1	0	1	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Sonstiges ³⁾	27	28	27	29	28	28	67	66	65	72	76	75	84	87	86
Werbung	19	20	19	24	24	23	209	218	225	230	236	225	216	224	219
Gesamt	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440
in %															
Nachrichten ¹⁾	8,7	8,4	8,8	7,8	7,6	7,8	4,3	5,0	5,3	2,4	2,1	2,1	0,8	0,8	0,9
Magazine/Ratgeber	25,2	22,5	22,6	27,0	26,5	27,0	16,8	16,4	16,2	10,7	10,5	10,0	8,5	6,8	7,1
Reportage/Dokumentation/ Bericht ²⁾	8,9	8,5	8,3	7,3	7,5	7,8	1,8	2,1	2,0	2,7	1,8	1,7	0,7	0,1	0,1
Ereignisübertragung	4,1	5,5	4,7	3,8	4,9	4,2	0,9	0,8	0,8	0,2	0,4	0,3	0,2	0,2	0,1
Reality-Formate	2,9	3,9	3,7	0,6	0,3	0,4	27,2	27,4	29,2	26,2	29,0	37,9	0,4	0,1	0,1
Talk/Gesprächsformen	5,6	4,8	4,1	6,8	6,6	6,5	0,0	0,0	0,0	0,9	0,2	0,2	1,8	0,1	0,1
Ratespiel/Quiz/Gameshow	1,0	1,1	2,7	1,1	0,7	0,5	1,5	0,9	0,9	0,3	0,3	0,1	0,7	0,4	0,4
Show/Darbietung	2,3	2,1	2,5	4,5	5,3	5,4	6,3	7,6	7,5	8,3	5,8	5,1	5,4	4,2	4,0
Spielfilm	9,7	9,5	9,8	8,4	8,3	7,3	4,9	5,2	5,3	10,8	10,1	8,8	17,9	18,2	17,7
Fernsehfilm/Reihe	11,5	12,0	12,7	6,6	8,0	7,6	1,0	1,0	1,4	1,7	1,9	0,9	0,7	0,6	0,5
Fernsehserie	16,8	18,2	16,9	22,4	20,5	21,8	16,1	13,7	11,3	14,7	16,2	11,9	42,2	46,9	47,8
Sonstige Fictionformen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	-	0,0	-	-	-	-
Sonstiges ³⁾	1,9	1,9	1,9	2,0	1,9	2,0	4,6	4,6	4,5	5,0	5,3	5,2	5,8	6,0	6,0
Werbung	1,3	1,4	1,3	1,7	1,7	1,6	14,5	15,2	15,6	16,0	16,4	15,6	15,0	15,5	15,2
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Nachrichten inkl. Kurznachrichten aus Frühstücksfernsehen.

2) Einschließlich Wetterinfo.

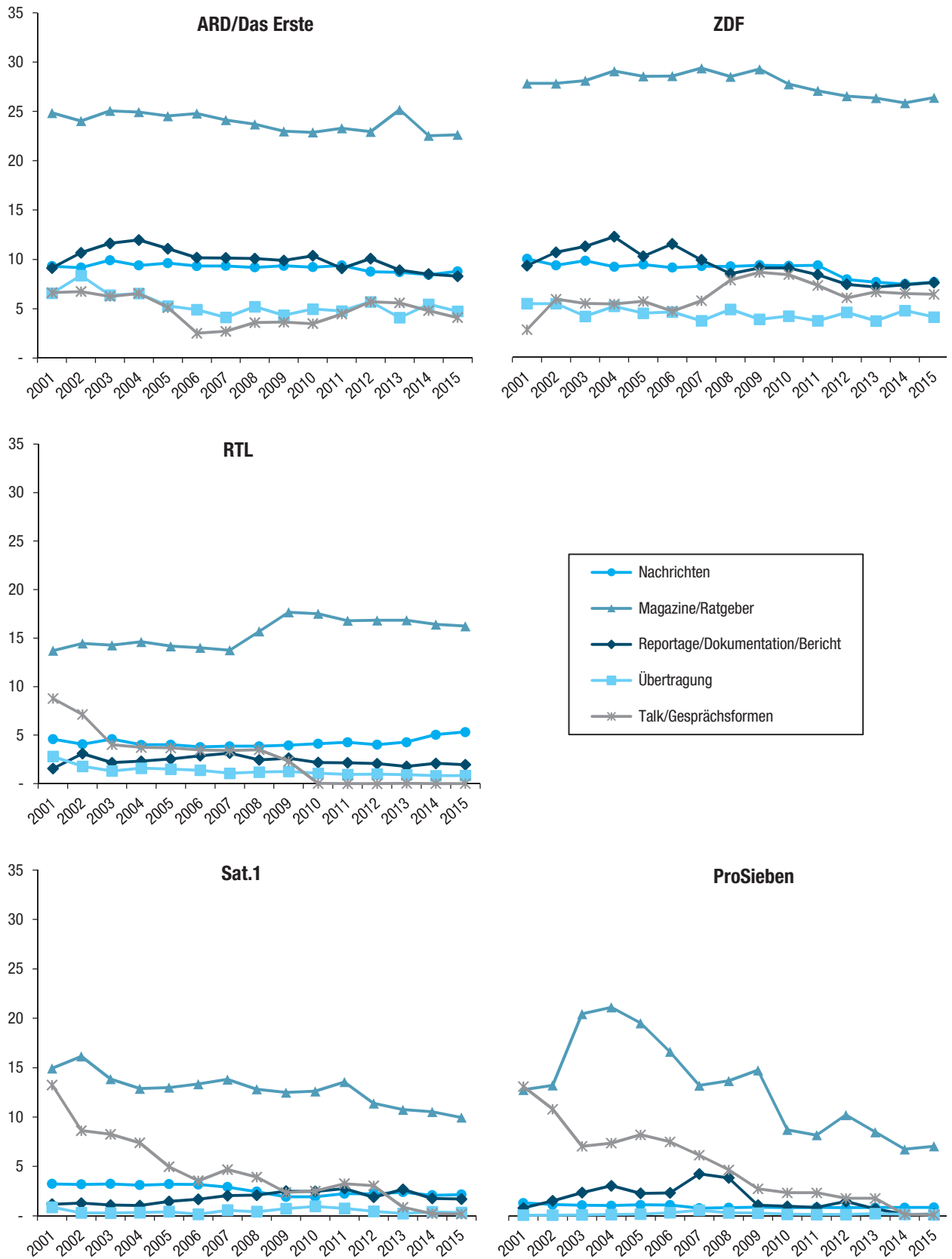
3) Trailer, Überleitungen, Restzeitfüller.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

rigere Anteile am Programm als bei ARD und ZDF. Hinzu kommt als wesentlicher Unterschied, dass es in der Angebotsentwicklung bei RTL stärkere Veränderungen gab als bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Dies zeigt sich in der langfristigen Entwicklung der Magazinangebote mit steigender Tendenz sowie dem Rückgang bei Talkshows und anderen Gesprächsformen. Auch bei RTL waren die Magazine die dominierende Form der Informationsvermittlung. Bis 2007 lag ihr Anteil an der Sendezeit konstant bei 14 Prozent. In der Phase des Pro-

grammbruchs 2009 wurden die Magazine auf 18 Prozent ausgeweitet, bis 2015 sank ihr Anteil auf 16 Prozent der Sendezeit. Gegenläufig zu den Magazinen verloren Gesprächsformen am meisten Sendezeit. 2001 waren Talkshows noch mit 9 Prozent zweitstärkste Sendungsform. Bis 2003 wurden sie auf die Hälfte (4 %) und in den Jahren 2008 bis 2010 auf 0 Prozent reduziert. Konstanter war bei RTL das Angebot an Nachrichten, Reportagen/Dokumentationen und Berichten sowie an Ereignisübertragungen. Die Nachrichtensendungen lagen überwiegend bei 4 Prozent, sie stiegen in den letzten Jahren bis auf 5 Prozent und kompensierten in dieser Phase den leichten Rückgang bei den Magazinen. Reportagen/Dokumentationen/Berichte mach-

Abb. 3 Sendungsformen von Informations- und Sportangeboten bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1, ProSieben 2001 bis 2015
Sendezeitanteile, in %



Quelle: IFEM, Köln.

ten mit überwiegend 2 Prozent nur die Hälfte des Nachrichtenanteils aus. Im Jahr 2015 entsprach dies einem Viertel des Angebots bei ARD/Das Erste und ZDF.

Sat.1: Magazine, Talk und Nachrichten reduziert

Auch bei Sat.1 zeigen sich wesentliche Veränderungen, die aber zum Teil in eine gegenläufige Richtung zu denen bei RTL weisen. Auch bei Sat.1 dominierten in diesem Programmsektor die Magazine, sie wurden jedoch von 15 Prozent im Jahr 2001 auf 10 Prozent im Jahr 2015 sukzessiv reduziert. Noch stärker war der Rückgang der Gesprächsformen bei Sat.1. Ihr Anteil sank zwischen 2001 und 2006 von 13 auf 4 Prozent. 2014 und 2015 waren auch bei Sat.1 Gesprächsformen fast völlig aus dem Programm verschwunden. Im Unterschied zu RTL sank bei Sat.1 auch das Nachrichtenangebot. Der Rückgang fand in den Jahren zwischen 2007 und 2009 statt und verringerte das seit 2001 mit einem Sendezeitanteil von 3 Prozent ausgestrahlte Nachrichtenangebot auf 2 Prozent. Die einzige Sendungsform, die im Angebot von Sat.1 nicht rückläufig war, waren die Reportagen und Dokumentationen. Ihr geringer Sendezeitanteil von nur 1 Prozent im Jahr 2001 und 2 Prozent im Jahr 2015 war jedoch insgesamt marginal. Im Abbau der Sendungsformen zeigt sich, wie Sat.1 seine Informationsangebote im Umfang wie in der Vielfalt redaktioneller Formen konsequent herunterfuhr, um der Unterhaltung und Werbung mehr Programmfläche zu verschaffen.

ProSieben: Rückgang aller informativen Sendungsformen

ProSieben weist in der Entwicklung der Sendungsformen von Informations- und Sportangeboten mehr Ähnlichkeiten mit Sat.1 als mit den anderen Sendern auf. Auch bei ProSieben wurden die Magazine und die Gesprächsformen sukzessiv abgebaut. Die Magazine lagen 2001 bei 14 Prozent und erreichten bei größeren Schwankungen ihren Höchstwert mit 31 Prozent der Sendezeit im Jahr 2004, bis 2014 sanken sie auf 7 Prozent. Talk und Gesprächsformen hatten 2001 den gleichen Ausgangspunkt wie die Magazine, sie wurden bis 2014 auf nahezu 0 Prozent reduziert. Reportagen und Dokumentation stiegen zwischen 2001 und 2007 von 1 auf 4 Prozent, verloren aber nach 2008 wieder ihre Sendezeit. Nachrichten hatten im gesamten Zeitraum nur einen marginalen Anteil von 1 Prozent der Sendezeit. Das Gesamtbild von ProSieben deutet auf eine Strategie der Entsorgung von informativen Sendungsformen hin. Sowohl Sat.1 als auch ProSieben entfernten sich damit nicht nur von ARD und ZDF, sondern auch von RTL.

Sendungsformen der Unterhaltungsangebote

Die Sendungsformen der Unterhaltungsangebote umfassen einesteiils nonfiktionale und andernteils fiktionale Sendungen sowie die hybriden Mischfor-

men, in denen die Grenzen zunehmend aufgelöst werden. In der Angebotsentwicklung dieser Formen spiegeln sich deutlich die Umbrüche in den Profilen der Privatsender, während die öffentlich-rechtlichen Sender auch in diesem Bereich ein hohes Maß an Kontinuität aufweisen.

Die ARD/Das Erste bestritt ihr Unterhaltungsangebot im gesamten Zeitraum von 2001 bis 2015 zu einem großen Teil mit Fictionformen (vgl. Abbildung 4). Dabei lagen Fernsehserien und Spielfilme in den Jahren von 2001 bis 2011 mit den höchsten Sendezeitanteilen nahe beieinander. In den Folgejahren legten die Fernsehserien weiter zu, während die Spielfilme zurückgingen. Im Jahr 2014 war die Differenz zwischen diesen beiden Fictionformen in der ARD am größten. Die Fernsehserien kamen auf 18 Prozent, die Spielfilme nur noch auf 9 Prozent der Sendezeit. Noch etwas stärker als der Anstieg der Fernsehserien seit 2001 stieg der Anteil der Fernsehfilme und Reihen. Ab 2012 übertrafen die Fernsehfilme und Reihen die rückläufigen Spielfilme. 2015 erreichten sie 13 Prozent der Sendezeit. Der Zuwachs im Fictionangebot der ARD von 28 auf 36 Prozent seit 2001 beruhte somit auf Zunahme der Fernsehserien und Fernsehfilme/Reihen.

Unter den nonfiktionalen Unterhaltungsformen des Ersten entfiel auf keine mehr als 5 Prozent der Sendezeit. Diese Sendungsformen entwickelten sich weniger auffällig in unterschiedliche Richtungen. Shows und Nummernsendungen sanken langfristig von 5 auf 2 Prozent der Sendezeit. Ratespiele und Quizformate schwankten minimal im Bereich um 2 Prozent. Doku-Soaps/Realityformate im Stil der privaten Sender gab es nicht, sondern hauptsächlich Zoo-Dokus, sie stiegen bis 2015 auf 4 Prozent der Sendezeit. Gegenüber dem Fictionangebot blieben die nonfiktionalen Unterhaltungsformen insgesamt bei einem geringen Gewicht an Sendezeit.

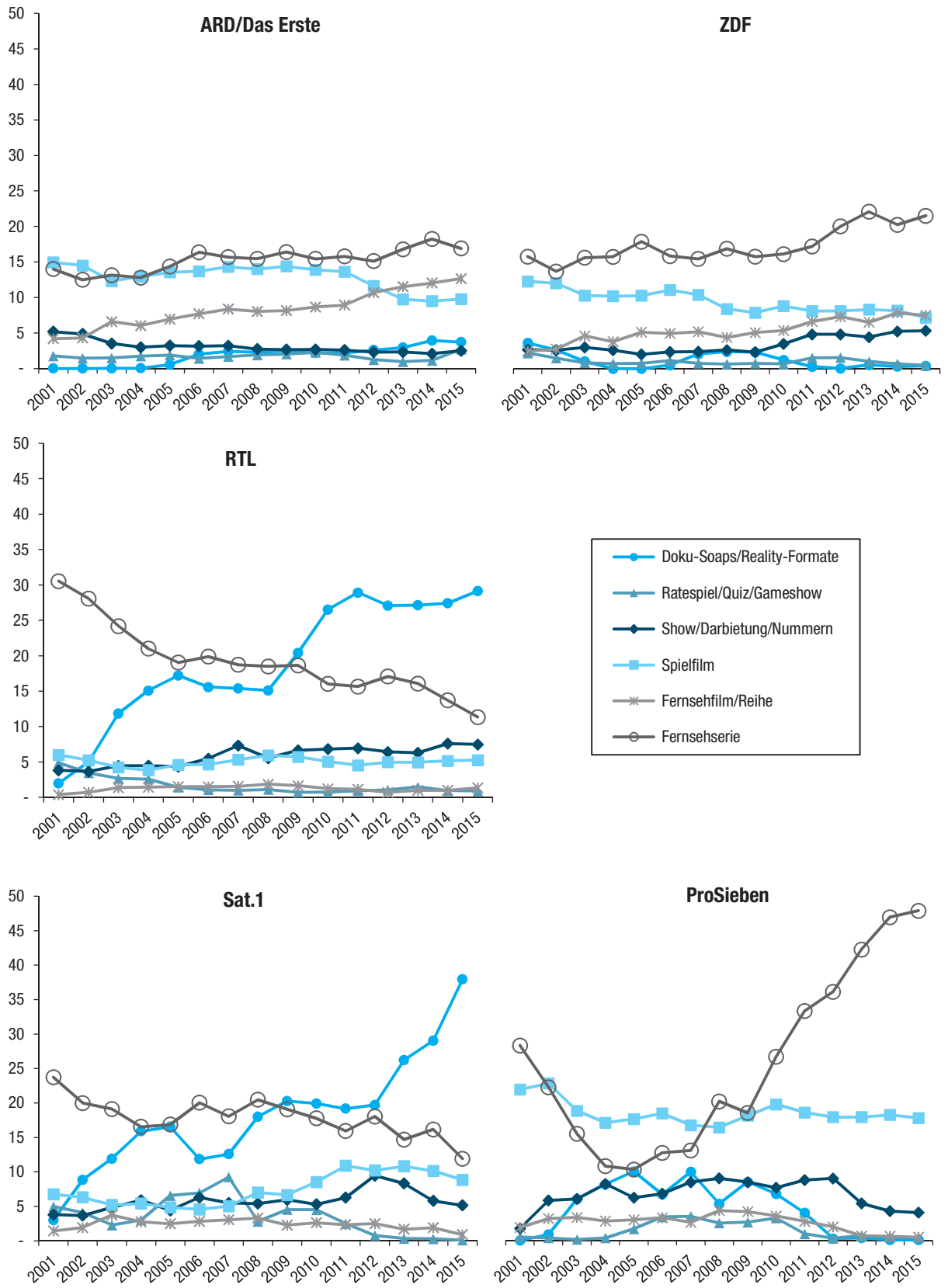
Auch im Unterhaltungsangebot des ZDF dominierten die fiktionalen Formen. Ungeachtet der Schwankungen findet man beim ZDF ähnliche Tendenzen in der Angebotsentwicklung der fiktionalen Formen wie bei der ARD, Fernsehserien und Fernsehfilme sowie Reihen wurden ausgeweitet, Spielfilme reduziert. Beim ZDF vollzog sich dieser Austausch jedoch früher und stetiger als bei der ARD. Fernsehserien hatten 2001 einen Sendezeitanteil von 16 Prozent, im Jahr 2015 waren es 22 Prozent. Das geringere Spielfilmangebot sank im gleichen Zeitraum von 12 auf 7 Prozent. Im Gegenzug stiegen beim ZDF die Fernsehfilme und Reihen von 3 auf 8 Prozent. Fernsehfilme zogen mit Spielfilmen gleichauf. Anders als bei der ARD verlief beim ZDF die Entwicklung der nonfiktionalen Unterhaltungsformen. Im Jahr 2001 hatten diese Sendungsformen beim ZDF noch ähnliche Anteile wie die Fernsehfilme. Mit dem Anstieg der Fernsehfilme bis 2015 auf 8 Prozent legten auch Shows und Nummernsendungen auf 5 Prozent zu.

Das Erste: Fernsehserien und -reihen ersetzen Spielfilme

Nonfiktionale Unterhaltungsformen mit geringem Gewicht

ZDF: Deutlicher Ausbau des Serienangebots

Abb. 4 Sendungsformen von Unterhaltungsangeboten bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1, ProSieben 2001 bis 2015
Sendezeitanteile, in %



Quelle: IFEM, Köln.

RTL: Doku-Soaps und Realityformate ersetzen tendenziell die Serien

Die Entwicklung der Sendungsformen bei RTL veranschaulicht deutlich den Umbruch, den vor allem die Fernsehunterhaltung in den großen Privatprogrammen erlebte. Im Unterschied zu ARD/Das Erste und ZDF dominierten Fernsehserien und Doku-Soaps/Realityformate das Unterhaltungsangebot bei RTL, während alle übrigen Unterhaltungsformen in einer Bandbreite zwischen 0 und 7 Prozent variierten. Zwischen 2001 und 2015 vollzog sich ein Austausch von Fernsehserien gegen Formen des Factual Entertainment. Dieser Prozess verlief in drei Phasen: Von 2001 bis 2005 sank der Sendezeitanteil der Fernsehserien stetig von 31 auf 19 Prozent, im Gegenzug stieg der Anteil der Doku-Soaps von 2 auf 17 Prozent. In den Jahren zwischen 2005 und 2008 blieben diese Angebote in etwa auf gleichem Niveau. Zwischen 2008 und 2011 erhöhte RTL den Sendezeitanteil der Doku-Soaps/Realityformate von 15 auf 29 Prozent und blieb bis 2015 in etwa auf diesem Niveau. Mit dem Anstieg dieser Formen ging der Wechsel von konventionellen Doku-Soaps zu Scripted Doku-Soaps einher, mit denen RTL seine innovative Rolle als Trendsetter hybrider Formate ausbaute. Unter den anderen nonfiktionalen Unterhaltungsformen waren nur Shows und Nummernsendungen von nennenswerter Bedeutung, ihr Anteil stieg seit 2001 von 4 auf 7 Prozent.

Auch bei Sat.1 dominiert seit 2012 das Factual Entertainment

Auch bei Sat.1 dominierten Fernsehserien und Formate des Factual Entertainment die Unterhaltungsangebote. Bis 2012 war der Austausch der Serien gegen Doku-Soaps und andere Realityformate jedoch schwächer ausgeprägt als bei RTL. Ab 2012 forcierte Sat.1 dann Realityformate noch intensiver als RTL. Seitdem erhöhte Sat.1 das Angebot an Doku-Soaps und Realityformaten von 20 auf 38 Prozent der Sendezeit im Jahr 2015. Unter den übrigen Sendungsformen der Unterhaltung behaupteten sich bei Sat.1 Spielfilme und Shows/Nummernsendungen nur bis 2011 bzw. 2012 mit ansteigender Tendenz. In den Jahren nach 2012 gaben alle Formen Sendezeit zugunsten von Realityformaten ab. Diese Entwicklung führte bei Sat.1 zu einem Vielfaltsverlust der Unterhaltungsangebote.

ProSieben baute bereits ab 2005 den Serienanteil massiv aus

Die Entwicklung der Unterhaltungsformen bei ProSieben verlief bis 2004 noch weitgehend ähnlich wie bei Sat.1, indem beide Sender ihre Fernsehserien reduzierten. Ab 2005 änderte ProSieben die Richtung und begann mit der stetigen Ausweitung von Fernsehserien und erhöhte deren Sendezeitanteil sukzessive von 10 Prozent bis auf 48 Prozent im Jahr 2015. Gemessen an der Veränderung des Serienangebots blieb das Spielfilmangebot mit Anteilen von 22 Prozent 2001 und 18 Prozent 2015 relativ stabil. Insgesamt untermauerte ProSieben damit seine Position als größter Fictionanbieter unter den fünf großen Fernsehsendern. Mit der starken Ausweitung des Serienangebots gingen alle ande-

ren Formen tendenziell zurück. Am längsten behaupteten sich darunter noch Shows und Nummernsendungen.

Programmstrukturprofile in Sparten und Sendungsformen 2015

Eine weitere Stufe der Differenzierung der Programmanalyse ist die Verknüpfung von Sparten und Sendungsformen (vgl. Tabelle 3). Hier zeigt sich vor allem im weiteren Programmsegment der Information, welche journalistischen Formen die Sender für die Präsentation der Inhalte einsetzen. Wie sich in den vergangenen Jahren immer wieder bestätigt hat, drückt sich auch in der Vielfalt und Auswahl der Sendungsformen die Ausrichtung und das spezifische Profil der Sender aus.

In der Sparte Information fielen 2015 erneut alle Sendungsformen der öffentlich-rechtlichen Sender umfangreicher aus als die der privaten. Die zentrale Rolle im Informationsangebot spielten verschiedenartige Magazine und Nachrichten. Das größte Nachrichtenangebot hatte die ARD/Das Erste (8,7%) knapp vor dem ZDF (7,8%), mit Abstand folgte RTL (5,3%) deutlich vor Sat.1 (2,1%) und ProSieben (0,9%). Das Nachrichtenangebot von ARD und ZDF umfasste ein breiteres Spektrum an Formaten und Sendeplätzen als RTL, Sat.1 und ProSieben. Öffentlich-rechtliche Nachrichten verteilten sich über den gesamten Tag und setzten mit den Hauptnachrichten „Tagesschau“ bzw. „heute“ und den Nachrichtenmagazinen „Tagesthemen“ bzw. „heute journal“ Schwerpunkte in der Hauptsendezeit. Von den privaten Sendern kam RTL mit seiner Hauptnachrichtensendung „RTL aktuell“ und dem „RTL-Nachtjournal“ den öffentlich-rechtlichen Angeboten am nächsten. Bei Sat.1 verteilte sich etwa die Hälfte des geringen Nachrichtenangebots auf Kurznachrichtenblöcke im Frühstückfernsehen.

Im Magazinangebot behielt das ZDF (25,1%) die führende Position vor der ARD (20,3%), jeweils mit Abstand gefolgt von RTL (15,9%), Sat.1 (10,0%) und ProSieben (7,1%). Unterscheidet man die Magazintypen nach den Kategorien Frühmagazine, Boulevardmagazine und andere Magazine, zeigen sich weitere formale und inhaltliche Eigenheiten der Sender. ARD/Das Erste und ZDF hatten mit ihrem an Werktagen gemeinsam im Wochenwechsel ausgestrahlten Morgenmagazin einen Anteil von 9 Prozent der Sendezeit, die zu einem erheblichen Teil mit aktuellen politischen und wirtschaftlichen Themen durchsetzt war. Sat.1 kam mit seinem Frühstückfernsehen ohne Nachrichtenblöcke bei 8,9 Prozent auf einen ähnlichen Umfang, dabei dominierten allerdings leichte Themen. RTL verwendete nur 4 Prozent seiner Sendezeit für sein kürzeres Frühmagazin und ProSieben sendete weiterhin kein Frühmagazin.

Das Angebot an Boulevardmagazinen fiel unter den Magazintypen am geringsten aus. Dabei rangierte RTL (4,4%) knapp vor dem ZDF (3,6%) und der

Nachrichten sind Domäne von ARD und ZDF

Magazinangebot mit unterschiedlichen Formen und inhaltlichen Schwerpunkten

Boulevardmagazine insgesamt mit geringen Anteilen

Tab. 3 Sparten und Formen 2013 bis 2015
 Anteil an der Gesamtsendedauer, in %

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1			ProSieben		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Information	43,8	39,3	39,2	43,3	42,8	43,8	22,2	22,5	22,6	15,9	14,4	13,8	9,8	7,9	8,2
Nachrichten ¹⁾	8,6	8,3	8,7	7,8	7,6	7,8	4,3	5,0	5,3	2,4	2,1	2,1	0,8	0,8	0,9
Magazin	23,0	20,3	20,3	25,3	24,8	25,1	16,6	16,0	15,9	10,7	10,5	10,0	8,0	6,8	7,1
Morgenmagazine/ Frühstücksfernsehen ²⁾	8,9	8,8	9,0	8,8	8,7	9,0	3,6	4,2	4,0	8,5	8,8	8,9	–	–	–
Boulevardmagazin	2,9	3,2	3,3	3,8	3,7	3,6	4,8	4,5	4,4	–	–	–	2,7	2,4	2,4
Andere Magazine/Ratgeber	11,3	8,3	8,1	12,6	12,4	12,6	8,3	7,3	7,4	2,3	1,8	1,1	5,2	4,4	4,6
Dokumentation/Bericht/Reportage	6,4	5,5	5,8	6,0	6,1	6,5	1,1	1,4	1,4	2,5	1,6	1,5	0,7	0,1	0,1
Ereignisübertragung	0,6	0,6	0,5	0,9	0,8	0,9	0,1	0,0	0,0	0,0	–	–	0,2	0,2	0,1
Talk/Diskussion/Ansprache	5,3	4,6	3,9	3,2	3,4	3,4	0,0	0,0	0,0	0,3	0,2	0,2	0,1	–	0,0
Sonstiges	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Sport	6,1	8,0	6,8	5,1	6,4	5,5	1,4	1,3	1,3	0,4	0,5	0,5	–	–	–
Sportberichterstattung	2,6	3,2	2,6	2,2	2,4	2,2	0,6	0,6	0,5	0,2	0,2	0,2	–	–	–
Übertragung	3,5	4,8	4,2	2,9	4,1	3,3	0,8	0,7	0,8	0,2	0,4	0,3	–	–	–
Sonstiges	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Nonfiktionale Unterhaltung	5,5	6,1	7,9	9,2	9,2	8,6	32,8	33,8	36,1	34,4	34,0	42,1	8,2	4,5	4,2
Journalistische Unterhaltungsformen	0,3	0,2	0,2	3,7	3,2	3,2	0,1	0,1	0,1	0,6	–	–	2,2	0,1	0,1
Magazin/Ratgeber/Reportage/Doku	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	–	–	0,5	–	–
Talk/Gespräch	0,2	0,1	0,1	3,6	3,2	3,1	–	–	–	0,5	–	–	1,6	0,1	0,1
Factual Entertainment/Reality-Formate	2,9	3,7	3,4	0,6	0,3	0,4	27,2	27,4	29,2	26,2	29,1	37,9	0,4	0,1	0,1
Doku-Soap/Coaching	2,9	3,7	3,4	0,6	0,3	0,4	5,2	2,7	1,0	2,5	1,2	0,8	–	0,0	–
Scripted Doku-Soap	–	–	–	–	–	–	20,2	22,6	25,9	15,0	19,5	28,2	–	–	–
Real-Life-Inszenierung	–	–	–	–	–	–	1,5	1,7	1,8	1,7	0,6	1,9	0,4	0,0	0,1
Gerichtsshow	–	–	–	–	–	–	0,3	0,4	0,5	7,0	7,8	7,1	–	–	–
Konventionelle Unterhaltungsformen	2,2	2,2	4,2	5,0	5,6	5,0	5,5	6,2	6,9	7,6	4,9	4,2	5,6	4,3	4,0
Quiz/Gameshow/Spiele	1,0	1,1	2,7	1,1	0,7	0,3	1,5	0,9	0,9	0,3	0,3	0,1	0,7	0,4	0,4
Show/Darbietungen/Übertragung	1,3	1,1	1,6	4,0	4,9	4,8	4,1	5,3	6,0	7,2	4,6	4,1	5,0	3,9	3,6
Musik	1,0	1,0	0,9	0,6	0,4	0,6	2,2	2,3	1,5	1,1	1,2	1,0	0,4	0,3	0,4
Show/Konzert	1,0	1,0	0,9	0,6	0,4	0,6	2,2	2,3	1,5	1,1	1,2	1,0	0,4	0,3	0,4
Sonstiges	–	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	0,0
Kinder-/Jugendprogramm	5,9	6,0	5,9	5,3	5,3	5,7	0,3	0,4	0,4	0,5	0,3	0,4	4,7	4,6	0,2
Nonfikt. Kindersendungen	2,2	2,5	2,6	0,7	0,7	1,2	0,2	0,4	0,4	–	0,0	–	–	–	–
Fiktionale Kindersendungen	3,7	3,5	3,2	4,7	4,6	4,6	0,1	0,0	0,0	0,5	0,3	0,4	4,7	4,6	0,2
Spielfilm/Fernsehfilm/Reihen/Kurzfilm	0,9	0,9	0,9	1,1	1,1	1,4	0,1	0,0	0,0	0,5	0,3	0,4	0,4	0,2	0,2
Fernsehserie	2,8	2,6	2,3	3,6	3,6	3,2	0,0	–	–	–	0,0	–	4,3	4,3	0,0
Sonstiges	–	0,0	0,0	0,0	–	0,0	–	–	–	–	0,0	–	–	–	–
Fiction	34,3	36,3	36,1	32,9	32,2	32,2	21,9	19,9	17,9	26,7	27,9	21,3	56,0	61,2	65,8
Spielfilm	9,3	9,0	9,2	7,5	7,4	6,2	4,9	5,2	5,2	10,3	9,9	8,5	17,6	18,0	17,6
Fernsehfilm/Reihe	11,0	11,6	12,3	6,5	7,8	7,3	1,0	1,0	1,3	1,7	1,9	0,9	0,5	0,5	0,5
Fernsehserie	14,0	15,7	14,6	18,8	17,0	18,6	16,0	13,7	11,3	14,7	16,2	11,9	37,9	42,6	47,8
Sonstige Fictionformen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	–	–	–	–	0,0	–	–	–	–
Sonstige Sparten	1,9	1,9	1,9	2,0	1,9	2,0	4,6	4,6	4,5	5,0	5,3	5,2	5,8	6,0	6,0
Werbung	1,3	1,4	1,3	1,7	1,7	1,6	14,5	15,2	15,6	16,0	16,4	15,6	15,0	15,5	15,2
Werbeblock/Sponsorspot	1,3	1,4	1,3	1,7	1,7	1,6	14,5	15,2	15,6	16,0	16,3	15,6	15,0	15,5	15,2
Teleshopping/Sonst. Werbeformen	–	–	–	–	–	–	0,1	–	–	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Inkl. Kurznachrichten aus Frühstücksfernsehen.

2) Ohne Kurznachrichten aus Frühstücksfernsehen.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

ARD (3,3%), gefolgt von ProSieben (2,4%). Andere Magazine behandelten einestils homogene, andernteils gemischte Themenbereiche. Vor allem Politik- und Wirtschaftsmagazine, Kulturmagazine, Ratgebermagazine und Servicemagazine trugen bei den öffentlich-rechtlichen Sendern zu einem gesellschaftlich relevanten und vielfältigen Informationsprofil bei.

unterscheidet. Denn hier zeigen sich die unterschiedlichen Präferenzen öffentlich-rechtlicher und privater Sender besonders deutlich. Journalistische Formen spielten in diesem Bereich nur beim ZDF (3,2%) eine nennenswerte Rolle, bevorzugt wurden dabei Talk/Gespräche, während Magazine und Reportagen allgemein bedeutungslos blieben.

**Ö.-r. Hauptprogramme
2015 mit großer
Zahl aktueller
Sondersendungen**

Einen besonderen Stellenwert hatten im Jahr zunehmender Krisen die Sondersendungen aus aktuellem Anlass in den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen. Die ARD sendete im Jahr 2015 43 Ausgaben der Sendung „Brennpunkt“, beim ZDF erschienen 60 Ausgaben von „ZDF spezial“. Zu den Themen gehörten vornehmlich Terroranschläge, Flugzeugkatastrophen, Griechenlandkrise und Flüchtlingskrise.

Am stärksten wirkte sich die Präferenz von RTL und Sat.1 für Formen des Factual Entertainment – im Einzelnen konventionelle Doku-Soaps, Scripted Doku-Soaps, Real-Life-Inszenierung und Gerichtsshow – auf die privaten Programmprofile aus. Während konventionelle Doku-Soaps und Coaching 2015 bei RTL (1,0%) und Sat.1 (0,8%) weiter zurückgingen, stieg der Anteil der Scripted Doku-Soaps bei RTL von 22,6 auf 25,9 Prozent und bei Sat.1 von 19,5 auf 28,2 Prozent der Gesamtsendezeit.

**Starker Anstieg der
Scripted Docu-Soaps
bei RTL und Sat.1**

**Private bieten
wenig Reportagen
und Berichte an**

Auch Reportagen/Dokumentationen/Berichte erwiesen sich wieder als ein typisch öffentlich-rechtliches Informationsangebot. Für diese Sendungsformen wendeten ARD (5,8%) und ZDF (6,5%) etwa viermal so viel Sendezeit auf wie RTL und Sat.1. Nennenswerte Angebote bei ProSieben gab es bei einem Sendezeitanteil für Reportagen/Dokumentationen von 0,1 Prozent nicht.

Weder in den Programmen von ARD und ZDF noch von ProSieben wurden Scripted Doku-Soaps und Gerichtsshow ausgestrahlt. Real-Life-Inszenierungen als Soft-Variante des Factual Entertainment gab es ebenfalls in den öffentlich-rechtlichen Unterhaltungsangeboten nicht. Die öffentlich-rechtlichen Programme beschränkten sich auf konventionelle Doku-Soaps. Den höchsten Anteil in dieser Kategorie hatte die ARD (3,4%) mit ihren Zoo-Doku-Soaps, während das ZDF (0,4%) diese Form kaum mehr verwendete.

Ereignisübertragungen hatten in der Sparte Information nur einen geringen Stellenwert unterhalb von 1 Prozent der Sendezeit. Auch sie waren in den öffentlich-rechtlichen Programmen stärker vertreten als in den privaten. Dazu gehörten Gottesdienste, Parlamentsdebatten und diverse Festakte. Auch Gesprächsformen als Talkshow, Diskussion oder Ansprache gehörten dagegen weiterhin zu den Informationsangeboten, die fast ausnahmslos von ARD (3,9%) und ZDF (3,4%) gesendet wurden.

Ähnlichkeiten zwischen den Sendern gab es dagegen in den Präferenzen für konventionelle Unterhaltungsformen, die bei RTL (6,9%) den höchsten Anteil erhielten und bei den übrigen Sendern zwischen 4 und 5 Prozent ausmachten. Während die ARD mehr Quiz und Ratespiele anbot, favorisierten die anderen Sender Shows.

**Ähnliche Präferenzen
bei konventionellen
Unterhaltungsformen**

**Weniger
Sportübertragungen
als 2014**

In der Sparte Sport, die eine Domäne der öffentlich-rechtlichen Sender ist, wirkte sich im Jahr 2015 das Fehlen großer internationaler Sportevents aus. Bei der ARD/Das Erste fielen daher berichtende Formen (2,6%) wie auch Übertragungen (4,2%) geringer aus als im Vorjahr. Auch beim ZDF sank der Anteil der Berichte (2,2%) und der Übertragungen (3,3%). Bei RTL (1,3%) und Sat.1 (0,6%) mit geringen Sportanteilen beschränkten sich Berichtserstattung und Übertragung auf wenige Sportarten. Bei RTL war es hauptsächlich die Formel 1, einige deutsche Fußball-Länderspiele und Boxen, bei Sat.1 hauptsächlich Boxen und American Football. ProSieben sendete keine eigenständige Sportsendung.

Nonfiktionale und fiktionale Kindersendungen hatten nur in den öffentlich-rechtlichen Sendern einen nennenswerten Stellenwert. Bei der ARD verteilte sich das Kinderprogramm annähernd ausgeglichen auf nonfiktionale und fiktionale Sendungen, während das ZDF fiktionale Sendungen bevorzugte.

Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern zeigten sich 2015 auch im Fictionangebot. Alle Sender verwendeten die meiste Sendezeit für Fernsehserien. ProSieben als größter Fictionanbieter kam auf einen Serienanteil von 47,8 Prozent. Auch im Angebot von Spielfilmen war ProSieben (17,6%) führend, während der Spielfilmanteil bei ARD (9,2%) und Sat.1 (8,5%) vor ZDF (6,2%) und RTL (5,2%) weniger auf typisch öffentlich-rechtliche oder typisch private Präferenzen verweist. Dagegen zeigt sich ein solcher Unterschied in der Präferenz für Fernsehfilme. Die ARD (12,3%) rangierte vor dem ZDF (7,3%) als größter Anbieter von Fernsehfilmen und Reihen, die es bei den Privatsendern nur in geringem Umfang (bis zu 1%) gab.

**Fernsehfilme
vor allem bei
ö.-r. Sendern**

**Formen der
nonfiktionalen
Unterhaltung**

In der Sparte nonfiktionale Unterhaltung lassen sich die Angebote der Sender differenzierter vergleichen, wenn man zwischen den Kategorien journalistische Unterhaltungsformen, Factual Entertainment und konventionelle Unterhaltungsformen

Tab. 4 Top-10 Sendetitel der Sparten Information, Nonfiktionale Unterhaltung und Fiction im Jahr 2015
Sendeminuten und %-Anteil an der Sparte

	Information		Nonfiktionale Unterhaltung		Fiction			
ARD								
ARD/ZDF-Morgenmagazin	129	23	Quizduell	14	13	Rote Rosen	60	11
Tagesschau	78	14	Elefant, Tiger & Co.	12	10	Sturm der Liebe	59	11
Brisant	47	8	Gefragt - Gejagt	10	9	Um Himmels Willen	32	6
ARD/ZDF-Mittagsmagazin	38	7	Giraffe, Erdmännchen & Co.	8	7	Tatort	32	6
ARD-Buffer	28	5	Das Waisenhaus für wilde Tiere	5	5	Großstadtrevier	6	1
Tagesthemen	24	4	Nashorn, Zebra & Co.	5	4	Mankells Wallander	6	1
Menschen bei Maischberger	14	2	Am Kap der wilden Tiere	4	4	Polizeiruf 110	6	1
Hart aber fair	13	2	Panda, Gorilla & Co.	4	4	In aller Freundschaft - Die jungen Ärzte	5	1
Nachtmagazin	12	2	Wer weiß denn sowas?	4	4	Heiter bis tödlich - Hubert und Staller	5	1
Anne Will	12	2	Seehund, Puma & Co.	4	3	In aller Freundschaft	5	1
Summe Top-10	396	70	Summe Top-10	71	62	Summe Top-10	218	42
Gesamt	564	100	Gesamt	113	100	Gesamt	520	100
ZDF								
ARD/ZDF-Morgenmagazin	129	20	Die Küchenschlacht	27	22	SOKO Kitzbühel	43	9
Volle Kanne - Service täglich	56	9	Bares für Rares	15	12	SOKO Wismar	41	9
heute	41	7	Die Küchenschlacht - der Wochenrückblick	12	10	Die Rosenheim-Cops	36	8
hallo deutschland	40	6	Topfgeldjäger	12	10	SOKO Wien	20	4
ARD/ZDF-Mittagsmagazin	39	6	Deutschlands bester Bäcker	8	6	Rosamunde Pilcher	12	3
drehscheibe	34	5	ZDF-Fernsehgarten	7	6	Magnum	12	3
Markus Lanz	26	4	heute-show	6	5	SOKO 5113	10	2
Terra X	18	3	Lafer!Lichter!Lecker!	5	4	SOKO Köln	9	2
heute-journal	17	3	ZDF-Fernsehgarten on tour	5	4	Inspector Barnaby	9	2
maybrit illner	13	2	NEO Magazin Royale mit Jan Böhmermann	3	2	Die Bergretter	7	2
Summe Top-10	412	65	Summe Top-10	99	80	Summe Top-10	200	43
Gesamt	630	100	Gesamt	124	100	Gesamt	463	100
RTL								
Guten Morgen Deutschland	78	24	Verdachtsfälle	121	23	Gute Zeiten, Schlechte Zeiten	47	18
Punkt Zwölf	62	19	Die Trovatos - Dedektive Decken auf	101	19	Unter Uns	30	12
RTL-Nachtjournal	34	10	Verdachtsfälle - Spezial	55	11	Bones - Die Knochenjägerin	17	7
Explosiv - Das Magazin	29	9	Betrugsfälle	49	9	Alles Was Zählt	15	6
Stern TV	22	7	Der Blaulicht Report	23	4	Alarm für Cobra 11 - Die Autobahnpolizei	15	6
RTL Aktuell	19	6	Familien Im Brennpunkt	15	3	DR. House	10	4
Extra - Das RTL-Magazin	13	4	Das Supertalent	14	3	CSI: Miami	8	3
Eclusiv - Das Star-Magazin	13	4	Best of...! - Deutschlands Schnellste Rankingshow	10	2	CSI: Vegas	7	3
Exclusiv - Weekend	11	3	Anwälte & Detektive - Sie kämpfen für Dich!	8	2	Person of Interest	6	2
Explosiv - Weekend	11	3	Das Strafgericht	7	1	Monk	5	2
Summe Top-10	292	90	Summe Top-10	402	77	Summe Top-10	161	62
Gesamt	325	100	Gesamt	521	100	Gesamt	258	100

(Fortsetzung nächste Seite)

Dominante Sendetitel 2015

Prominente Sendetitel verleihen den Programmprofilen charakteristische Akzente. Dazu werden im Folgenden für jeden Sender systematisch die Top 10 der Sendetitel mit der jeweils meisten Sendezeit in den Sparten Information, nonfiktionale Unter-

haltung und Fiction gegenübergestellt (vgl. Tabelle 4). Soweit es sich bei Titeln um Reihen handelt, die als Haupttitel mit Untertitel in den Sendetitelisten

Tab. 4 Top-10-Sendetitel der Sparten Information, Nonfiktionale Unterhaltung und Fiction im Jahr 2015 (Fortsetzung)
Sendeminuten und %-Anteil an der Sparte

	Information		Nonfiktionale Unterhaltung			Fiction		
Sat.1								
Sat.1-Frühstücksfernsehen	144	72	Auf Streife	136	22	Criminal Minds	56	18
Sat.1 Nachrichten	14	7	In Gefahr - Ein verhängnisvoller Moment	83	14	Navy CIS	29	10
News & Stories	7	3	Richter Alexander Hold	71	12	K 11 - Kommissare im Einsatz	15	5
24 Stunden	6	3	Anwälte im Einsatz	57	9	Profiling Paris	11	4
akte 20.15 - Reporter kämpfen für Sie!	5	3	Im Namen der Gerechtigkeit - Wir kämpfen für Sie!	43	7	Navy CIS: L.A.	11	3
Sat.1 Reportage	3	2	Schicksale - und plötzlich ist alles anders	33	5	Castle	7	2
Sat.1								
Frühstücksfernsehen Wetter	3	2	Richterin Barbara Salesch	30	5	The Mentalist	5	2
Steven liebt Kino - Spezial	2	1	Mein dunkles Geheimnis	30	5	Navy CIS: New Orleans	5	2
So gesehen - Talk am Sonntag	2	1	Auf Streife - Die Spezialisten	22	4	Forever	5	2
Focus TV-Reportage	2	1	Newtopia	19	3	Detective Laura Diamond	5	2
Summe Top-10	188	95	Summe Top-10	524	86	Summe Top-10	150	49
Gesamt	198	100	Gesamt	607	100	Gesamt	306	100
ProSieben								
Galileo	48	41	TV Total	18	30	Two and a Half Men	122	13
Taff	30	26	Circus Halligalli	8	13	The Big Bang Theory	122	13
Newstime	10	8	Schlag den Raab	7	12	How I Met Your Mother	95	10
Galileo Big Pictures	9	8	Germany's Next Topmodel - by Heidi Klum	4	7	Mike & Molly	61	6
Steven liebt Kino - Spezial	5	4	Schlag den Star	3	4	Die Simpsons	50	5
red! Stars, Lifestyle & More	5	4	Got to Dance	2	4	Malcolm mittendrin	49	5
ProSieben Spätnachrichten	2	2	Crash Games - jeder Sturz zählt	2	3	2 Broke Girls	42	4
Galileo Spezial	2	1	Die TV Total Pokerstars.de - Nacht	2	3	Fringe - Grenzfälle des FBI	29	3
Oscar 2015 - Die Academy Awards - live aus L.A.	1	1	Joko gegen Klaas - Das Duell um die Welt	1	2	Scrubs - Die Anfänger	18	2
Galileo Extra	1	1	Die große TV total Stock Car Crash Challenge	1	2	Suburgatory	15	2
Summe Top-10	113	96	Summe Top-10	48	80	Summe Top-10	601	63
Gesamt	117	100	Gesamt	60	100	Gesamt	948	100

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

der Programmanbieter erscheinen, werden hierbei nur die Reihentitel in den Vergleich einbezogen.

Top-10 der Sendetitel kennzeichnen Senderprofile

Die Top-10 der Sendetitel werden mit ihren Sendeminuten pro Tag und ihrem Sendezeitanteil an der Sparte ausgewiesen. Dabei zeigt sich: Die dominierenden Titel in den Programmen haben aufgrund täglicher oder werktäglicher Ausstrahlung zum Teil Dauerpräsenz, weil sie unverzichtbare Funktionen tragen – dies trifft insbesondere für Informationssendungen zu. Oder sie haben eine länger währende Präsenz in den Programmen, weil sie sich über längere Zeit aufgrund hoher Marktanteile behaupten. Daher kennzeichnen die Top-10-Titel als Programmmarken sowohl das Senderprofil insgesamt

als auch den Charakter der jeweiligen Sparte. Darüber hinaus liefert ein Vergleich der Titel auch Hinweise auf die Vielfalt der Programme.

In allen Sparten treten typische Unterschiede zwischen den Sendern zutage. Vergleicht man die Top-10 der Sender in der Sparte Information, zeigt sich bei ARD/Das Erste und ZDF nicht nur der starke Einfluss der tagesaktuellen Morgenmagazine und Mittagsmagazine, sondern auch der Nachrichtensendungen und Politik-Talkshows, die dem Informationsangebot der öffentlich-rechtlichen Sender ein starkes politisches Profil verleihen, das bei der ARD 2015 stärker ausgeprägt war als beim ZDF. Auch bei RTL bilden das Morgenmagazin und das Mittagsmagazin den Schwerpunkt des Informationsangebots. Der Inhalt dieser Sendungen erreicht jedoch bei weitem nicht den Politikgehalt wie bei ARD und ZDF. Sieht man von den Nachrichtensendungen ab, nahmen bei RTL statt Politik-

Das Erste und ZDF: Stark politisches Profil der Top- Infosendungen

Talkshows Boulevardmagazine einen ähnlichen Rang ein.

Sat.1: Information durch das Frühstücksfernsehen geprägt

Noch größer ist der Unterschied zu Sat.1, denn hier prägt in der Sparte Information das Frühstücksfernsehen als überwiegend politikferne Sendung fast drei Viertel der Sendezeit der Top-10-Titel. Bei ProSieben füllte die Sendung „Galileo“ zusammen mit ihren Spezialausgaben die Hälfte der Sendezeit für die Top-10-Titel der Informationsangebote aus und verweist umgekehrt auf die Defizite im Bereich politisch und gesellschaftlich relevanter Information.

Ö.-r. Sender mit größerer Vielfalt im Informationsangebot

Vergleicht man die Informationsangebote unter dem Aspekt der Sendetitelvielfalt, so lassen sich vor allem aus den unterschiedlichen Summenwerten der Top-10-Titel Rückschlüsse ziehen. Diese Summenwerte liegen bei der ARD/Das Erste (70 %) und beim ZDF (65 %) deutlich unter denen bei RTL (90 %), Sat.1 (95 %) und ProSieben (96 %). Die in den Informationsangeboten der Sender verbleibende Restzeit entfällt auf eine Vielzahl anderer Sendetitel. Beim ZDF waren dies 35 Prozent, dagegen bei ProSieben nur 4 Prozent. In der Annahme, dass ein höherer Anteil dieser Restzeit auch für eine tendenziell größere Vielfalt steht, lässt sich als Befund festhalten: Beide öffentlich-rechtlichen Sender bieten in ihrem Informationsangebot mehr Vielfalt als alle drei privaten Sender.

Top-Titel in der nonfiktionalen Unterhaltung

In der Sparte nonfiktionaler Unterhaltung unterscheiden sich die von den Top-10 abgedeckten Sendezeitanteile der Sender weniger stark. Bei der ARD/Das Erste wurden 62 Prozent der Sendezeit für nonfiktionaler Unterhaltung von den Top-10-Titeln abgedeckt. Dies waren überwiegend Titel der Kategorie Zoo-Doku-Soaps, während konventionelle Unterhaltungsformate nur zwei der ersten zehn Rangplätze besetzten. Der Vielfaltsspielraum für weitere Unterhaltungstitel war bei der ARD größer als bei den anderen Sendern. Beim ZDF entfielen 80 Prozent der Sendezeit auf die Top-10-Titel, ähnlich stark war die Konzentration bei RTL (77 %), Sat.1 (86 %) und ProSieben (80 %). Deutliche Unterschiede zwischen diesen Sendern lagen in den Formaten und Inhalten. Die Top-10-Titel des ZDF und von ProSieben lassen sich im weiteren Sinne als konventionelle Unterhaltungssendungen betrachten, während bei RTL und bei Sat.1 Formate des Factual Entertainment, Doku-Soaps, Scripted Doku-Soaps und Gerichtsshow, die Top-10-Liste dominierten.

Top-Fiction: Sat.1 und ProSieben vor allem mit US-Serien

In der Sparte Fiction zeigen sich wesentliche Unterschiede zwischen den Sendern in den Formaten und Inhalten der Top-10-Titel. Bei der ARD dominierten leichte Unterhaltungsgenres vor spannungsbetonten Genres, während Spannungsgenres beim ZDF durch die „SOKO“-Krimiserien und bei Sat.1 durch US-Serien den Vorrang erhielten. Bei RTL war die Verteilung der Sendezeit auf die Genres der Top-10-Titel ausgeglichener, und bei ProSieben dominierten unterhaltsame US-Serien.

Qualitative Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen lassen sich anhand von Titeln auch unter einem anderen Aspekt begründen. Zum Beispiel findet man sie im nonfiktionalen Unterhaltungsangebot bei ARD und ZDF als Format der politikaffinen Satire, das von keinem Privatsender verwendet wurde. Zu den einschlägigen Titeln der ARD gehörten im Jahr 2015 „extra 3“, „Nuhr im Ersten“, „3. Stock links“; beim ZDF waren es „heute-show“, „Die Anstalt“, „Pelzig hält sich“, „Urban Priol: Tilt! – Tschüssikowski 2015“.

Einen Gegenpol dazu bieten die Privatsender mit Comedys sowie mit Formaten, in denen Selbstoptimierung Prinzip der Unterhaltung ist. Dazu lassen sich Titel wie „Super Talent“, „Der Bachelor“ oder „Germany’s Next Top Model“ anführen. Vergleichbare Formen der Unterhaltung gab es bei den öffentlich-rechtlichen Sendern nicht.

Entwicklung inhaltlicher Schwerpunkte 2009 bis 2015

Für die Analyse der Entwicklung der inhaltlichen Schwerpunkte in den Fernsehprogrammen wurden die Programmjahre 2009 bis 2015 herangezogen. (5) Aus der Vielzahl der inhaltlichen Kategorien wurden für diesen Zeitraum einige zentrale Themenbereiche ausgewählt, und zwar die Angebote in den nonfiktionalen Inhaltskategorien Politik/Wirtschaft/Gesellschaft/Zeitgeschichte, Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe sowie Alltag/Soziales/zwischenmenschliche Beziehungen; ebenso in den fiktionalen Inhaltskategorien die spannungsbetonnen Genres sowie leichte Unterhaltungsgenres.

Für den Zeitraum von 2009 bis 2015 zeigt sich bei der ARD/Das Erste ein relativ stabiles Inhaltsprofil, das der programmstrukturellen Stabilität insgesamt entspricht (vgl. Abbildung 5). Alle Inhaltskategorien schwankten nur in enger Bandbreite ohne eine Änderung in der Rangfolge. Im nonfiktionalen Bereich strahlte die ARD ein konstantes Angebot an politiknahen Sendungen aus, das in ungeraden Jahren meist 19 Prozent und in geraden sportintensiven Jahren 18 Prozent der Sendezeit ausmachte. Erheblich geringer war das annähernd konstante Angebot alltagsnaher Sendungen mit sozialen und zwischenmenschlichen Themen (6 %). Inhalte der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe, bezogen auf nonfiktionaler Sendungen, fehlten in allen Jahren. Im fiktionalen Angebot überwogen weitgehend konstant leichte Unterhaltungsgenres, die mit 27 Prozent 2009 und 2015 den höchsten Anteil ausmachten, während spannungsbetonte Fictiongenres von 8 auf 11 Prozent zulegten.

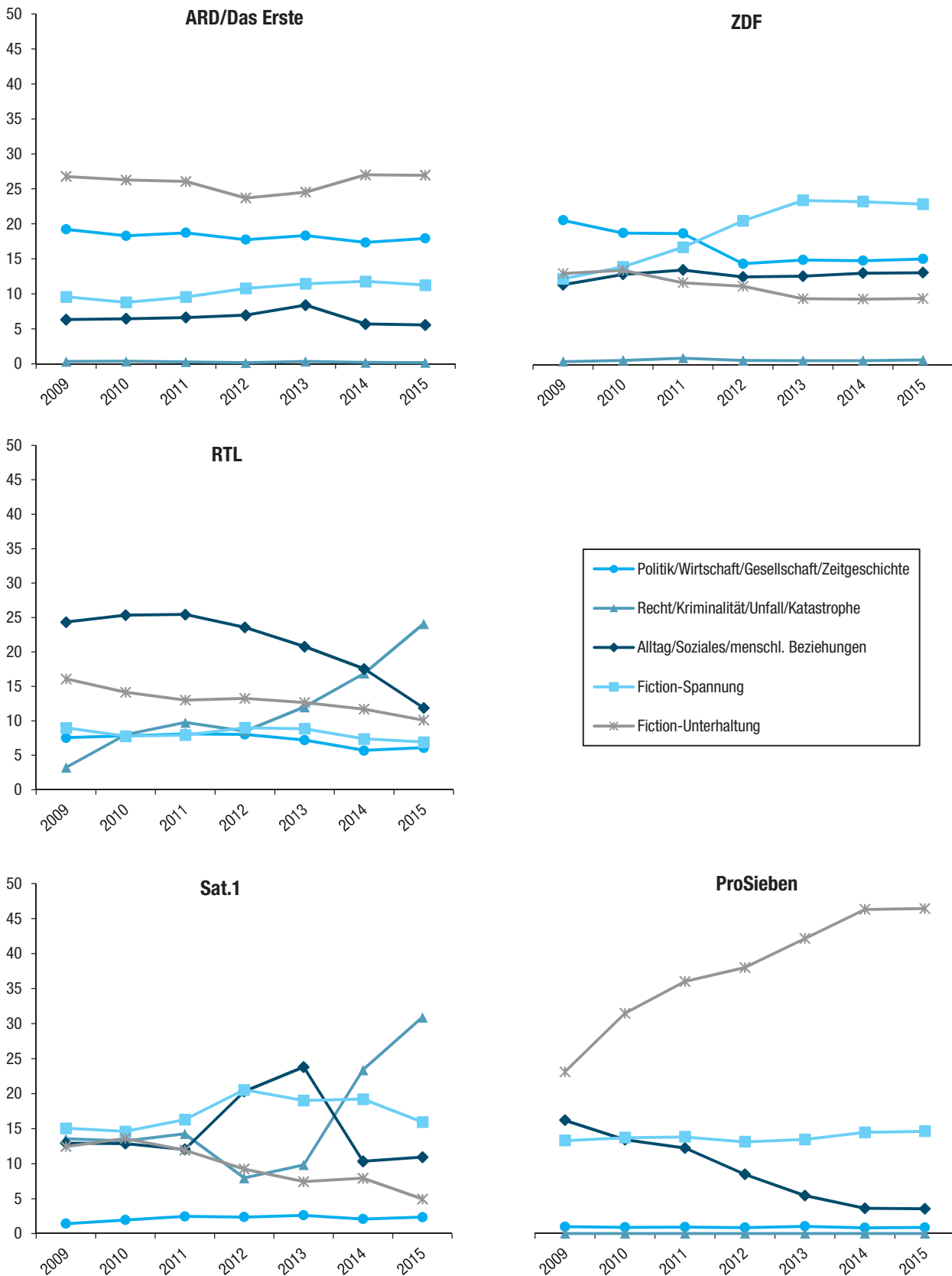
Das ZDF veränderte sein Inhaltsprofil zwischen 2009 und 2012 zum Teil durch Austausch von Wiederholungssendungen im Tages- und Nachtprogramm.

Politikaffine Satire nur im Ersten und im ZDF

Das Erste: Geringe Schwankungen im Inhaltsprofil

ZDF: Anstieg der Spannungsgenres im Bereich Fiction

Abb. 5 Entwicklung ausgewählter Inhaltskategorien bei ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1, ProSieben 2009 bis 2015
Sendezeitanteile, in %



Quelle: IFEM, Köln.

Der Anteil politiknaher Sendungen sank von 21 auf 15 Prozent der Sendezeit. Sendungen der Kategorie Alltag/Soziales/menschliche Beziehungen blieben mit einem Anteil von 13 Prozent konstant, ebenso solche der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe mit nur 1 Prozent. Im Fictionangebot wurden leichte Unterhaltungsgenres von 13 auf 10 Prozent reduziert und im Gegenzug Spannungsgenres von 13 Prozent auf 24 Prozent erhöht. Die Veränderungen im Inhaltsprofil des ZDF durch Platzierung von Krimiserien der „SOKO“-Reihe im Vormittags- und im Nachtprogramm führten dazu, dass die politiknahen Sendungen, die bis 2011 an erster Stelle rangierten, ab 2012 von fiktionalen Spannungsgenres übertroffen wurden.

RTL: Alltagsthemen reduziert, höhere Anteile für Kriminalitäts- und Katastrophenthemen

Auch bei RTL zeigen sich deutliche Veränderungen des Inhaltsprofils. Politiknahe Sendungen sanken von 8 auf 6 Prozent. Sendungen der Kategorie Alltag/Soziales/menschliche Beziehungen wurden seit 2011 von 25 auf 12 Prozent reduziert. Im Gegenzug stieg der Anteil der Sendungen der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe zwischen 2009 und 2015 von 3 auf 24 Prozent. Fiktionale Unterhaltungsgenres sanken seit 2009 von 16 auf 10 Prozent. Geringer war der Rückgang fiktionaler Spannung von 9 auf 7 Prozent. Diese Umschichtung im Inhaltsprofil, verstärkt durch Wiederholungssendungen im Nachtprogramm, hatte zur Folge, dass bei RTL ab 2014 Sendungen mit normabweichenden und spannungsbetonten Inhalten dominierten.

Sat.1: Ab 2013 deutliche Änderungen im Inhaltsprofil

Die Entwicklung des Inhaltsprofils von Sat.1 zeigt in den Jahren 2009 bis 2011 zunächst ein annähernd ausbalanciertes Angebot an Sendungen aller Kategorien mit Ausnahme politiknaher Sendungen. Die übrigen nonfiktionalen und fiktionalen Sendungen bewegten sich etwa im Bereich zwischen 12 und 15 Prozent der Sendezeit. Nach 2011 änderte sich das Inhaltsprofil von Sat.1. In der Umbruchphase zwischen 2011 und 2013 wurden Inhalte der Kategorie Alltag/Soziales/menschliche Beziehungen von 12 auf 24 Prozent ausgeweitet. Bis 2012 stieg auch der Anteil fiktionaler Spannungsgenres. Rückläufig waren in dieser Phase Sendungen der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe. Eine kontinuierlich rückläufige Tendenz hatten im gesamten Vergleichszeitraum die fiktionalen Unterhaltungsgenres, sie sanken von 12 auf 5 Prozent. Ab 2013 wirkte sich deutlich erkennbar eine Änderung der Programmstrategie auf das Inhaltsprofil von Sat.1 aus. Sendungen mit alltagsnahen Inhalten wurden stark reduziert und gegen Sendungen mit Inhalten der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe ausgetauscht. Diese Inhalte stiegen zwischen 2013 und 2015 von 10 auf 31 Prozent der Sendezeit.

ProSieben: Kontinuierlicher Ausbau der leichten Fiction-Genres

Bei ProSieben gab es keine nonfiktionalen Sendungen mit Inhalten der Kategorie Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe und politiknahe Sendungen blieben auf Dauer marginal. Im Fictionangebot waren Spannungsgenres im gesamten Zeitraum nahezu

gleichbleibend mit einem Anteil zwischen 13 und 15 Prozent im Programm. Der Wandel des Inhaltsprofils von ProSieben bestand vor allem im kontinuierlichen Anstieg leichter Unterhaltungsgenres bei kontinuierlichem Rückgang alltagsnaher Sendungen.

Produktionsländer des Fictionangebots 2015

Für das Fictionangebot der Sender wurden erneut die Sendezeitanteile der Produktionsländer beschrieben, um den Einfluss außereuropäischer Fernsehproduzenten in diesem für Kauf- und Auftragsproduktionen zentralen Angebotsbereich auf die deutschen Hauptprogramme einschätzen zu können. Richtungsweisend ist dafür nach wie vor die AVMD-Richtlinie der Europäischen Kommission (6), die den Fernsehsendern eine Mindestquote an ausgestrahltem Programm aus europäischer Produktion empfiehlt („Hauptteil der Sendezeit“), um die wirtschaftlichen Wettbewerbschancen europäischer Produzenten und die europäische Kultur gegen internationale Konkurrenz (vor allem aus den USA) zu stärken.

Im Programmjahr 2015 kamen die im Ersten und im ZDF ausgestrahlten Fictionsendungen zu rund drei Vierteln aus deutscher Produktion oder Produktion mit deutscher Beteiligung (vgl. Abbildung 6). Hinzu kamen jeweils rund 9 Prozent Produktionen aus dem EU-Ausland. Bei RTL lag der Anteil der deutschen (Ko-)Produktion bei knapp der Hälfte, bei Sat.1 waren es 15 Prozent. ProSieben hatte, wie bereits in den Vorjahren, mit 2 Prozent den mit weitem Abstand geringsten Anteil an Fiction aus deutscher (Ko-)Produktion. Dafür lag der Anteil US-amerikanischer Produktionen konstant bei 93 Prozent. Bezogen auf das Fictionangebot bedeutet dies: ARD und ZDF entsprachen der empfohlenen Quote deutlich, RTL knapp, und Sat.1 sowie ProSieben wichen weit davon ab.

Fazit

Der Schwerpunkt der Programmanalyse 2015 lag auf dem Vergleich der längerfristigen Entwicklung der Angebote. Es bestätigte sich, dass ARD/Das Erste und ZDF mit ihrem relativ ausgewogenen Angebot aus Informations- und Unterhaltungssendungen bei einem geringen Anteil Werbung führend in der Vermittlung von Informationen, insbesondere aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft bleiben. RTL, Sat.1 und ProSieben haben ihre Schwerpunkte in den Unterhaltungsangeboten, deren Struktur sich in den letzten 15 Jahren nachhaltig gewandelt hat. An der Funktionsteilung der Programmtypen öffentlich-rechtlich und privat hat sich auch im Jahr 2015 nichts geändert.

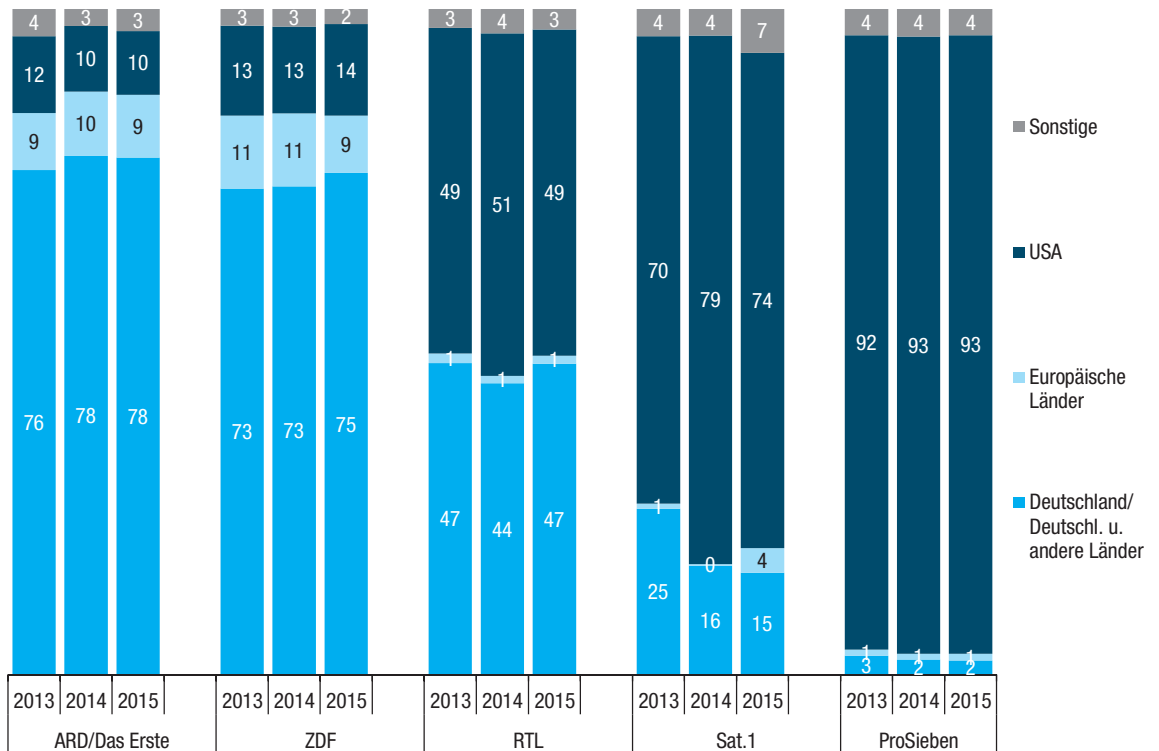
Die Dominanz der öffentlich-rechtlichen Sender als Informationsanbieter zur Gesamtsendezeit im Jahr 2015 belegen die Sendezeitanteile für Infor-

EU-Richtlinie mit Quote für europäische Werke im TV-Programm

ARD und ZDF erfüllen Quote deutlich, Sat.1 und ProSieben weit darunter

Analyse der längerfristigen Trends in den Programmprofilen

Abb. 6 Produktionsländer der Fictionsendungen im Fernsehen 2013 bis 2015



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

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

mation bei ARD/Das Erste (39 %) und ZDF (44 %) gegenüber RTL (23 %), Sat.1 (14 %) und ProSieben (8 %). Noch deutlicher tritt der Unterschied zwischen den vier Sendern zur Hauptsendezeit bei allgemein höheren Unterhaltungsangeboten und hohen Werbeangeboten der Privatsender zutage. Hier sendeten ARD und ZDF etwa das Dreifache an Informationsangeboten wie RTL und Sat.1.

Info-Anteil: Distanz zwischen ARD/ZDF und Sat.1/ProSieben weiter gewachsen

In der Langzeitbetrachtung der Programmangebote zeichnen sich zum Teil unterschiedliche Entwicklungen ab. So verringerte sich in den Jahren von 2001 bis 2015 die Distanz zwischen den Informationsangeboten der öffentlich-rechtlichen Sender und RTL geringfügig, während die Distanz zu Sat.1 und ProSieben größer wurde.

Die öffentlich-rechtlichen Programme zeigten in den beiden Sparten fiktionaler und nonfiktionaler Unterhaltung langfristig eine stabilere Struktur als die privaten Programme. In beiden Unterhaltungssparten gab es vor allem während der Jahre 2007 bis 2009 Umbrüche in den privaten Programmen.

Größere Vielfalt der Sendungsformen bei den ö.-r. Sendern

Deutliche Unterschiede zwischen den Sendern bestanden in den Strukturen der Sendungsformen. Die öffentlich-rechtlichen Sender bestritten ihre Infor-

mationsangebote mit einem breiteren und ausgewogeneren Spektrum an Sendungsformen als die privaten Sender. Das Angebot von ARD/Das Erste und ZDF in den klassisch-journalistischen Formen Nachrichten, Magazine, Reportagen/Dokumentationen, Übertragungen und Gesprächsformen war umfangreicher und vielfältiger. Langfristig zeigte sich bei der ARD bei fast allen Sendungsformen mit Ausnahme der Nachrichten ein leichter Rückgang. Beim ZDF wurde dies zum Teil durch den Zuwachs bei Gesprächssendungen kompensiert.

Stärker als in den öffentlich-rechtlichen Informationsangeboten veränderten sich bei den Privatsendern die Strukturen der Sendungsformen. RTL stellte schon bis 2010 die Gesprächsformen ein und erweiterte das Magazinangebot, zusammen mit einem leichten Zuwachs der Nachrichten erklärt sich daraus die Verringerung der Distanz zu ARD und ZDF. Sat.1 reduzierte die Magazine, Gesprächsformen und auch die Nachrichten. Noch stärker baute ProSieben seine Magazine und Gesprächsformen ab, sodass bis 2015 mit dem verbleibenden Magazinangebot von 7 Prozent und einem marginalen Nachrichtenangebot von 1 Prozent nur noch ein Schrumpfangebot mit Informationsfunktion übrig blieb.

Stärkerer Wechsel der Formen bei den Privaten

Im öffentlich-rechtlichen Unterhaltungsangebot bestanden die Veränderungen hauptsächlich im Austausch von fiktionalen Sendungsformen; Serien und Fernsehfilme wurden ausgeweitet, Spielfilme redu-

ARD/ZDF reduzierten Spielfilme zugunsten von Serien und Fernsehfilmen

ziert. Mit einer stärkeren Ausweitung der Serien ging beim ZDF auch eine tendenzielle Erhöhung der Showformate einher. RTL und Sat.1 dagegen vollzogen einen Austausch zwischen fiktionalen und nonfiktionalen Unterhaltungssendungen, indem sie Fernsehserien aus dem Programm nahmen und stattdessen zunehmend Doku-Soaps und Realityformate anboten.

Private: Langfristig Ausweitung der Unterhaltung zulasten der Information

Während in den beiden größeren Privatprogrammen mit der Ausweitung hybrider Unterhaltungsformate die Grenzen zwischen Realität und Fiktion diffuser wurden, ging ProSieben einen anderen Weg. Fernsehserien wurden zunehmend ausgeweitet und die dafür erforderliche Sendezeit informationsorientierten Formen und nonfiktionalen Unterhaltungsformen entzogen. Die unterschiedlichen Strategien der Privatsender bewirkten langfristig eine Ausweitung der Unterhaltung zulasten der Information.

Das Erste mit hoher Stabilität bei Inhaltskategorien

Die Folgen der programmstrukturellen Veränderungen zeigen sich auch in den informations- und unterhaltungsorientierten Inhalten der Programmangebote. Die ARD/Das Erste erweist sich dabei als Anbieter mit der vergleichsweise höchsten inhaltlichen Stabilität. Leichte, unterhaltungsorientierte Fiction lag anteilmäßig vor Sendungen mit Inhalten aus Politik und Wirtschaft, Fiction-Spannung sowie alltagsnahen, nonfiktionalen Inhalten.

ZDF baut spannungsbetonte Fiction aus

Das ZDF unterscheidet sich von der ARD durch Veränderung seiner inhaltlichen Angebotsstruktur. Die in früheren Jahren an erster Stelle rangierenden politiknahen Inhalte sowie unterhaltende Fiction wurden reduziert, dagegen wurden spannungsbetonte Fictiongenres, insbesondere Krimiserien, ausgeweitet. Diese Änderungen betrafen vor allem Wiederholungssendungen im Vormittags- und Nachtprogramm.

Bei RTL und Sat.1 legten Kriminalitäts- und Katastropheninhalte zu

Bei RTL wurden alltagsnahe Inhalte reduziert, während Inhalte der Kategorien Recht, Kriminalität, Unfall und Katastrophe am auffälligsten zulegen. Auch bei Sat.1 stiegen die Inhalte dieser Kategorien auffällig an, während bei ProSieben die leichte Unterhaltung zunahm. Der Anstieg von Inhalten der Kategorien Recht, Kriminalität, Unfall, Katastrophe erklärt sich vor allem aus dem Zuwachs von Scripted Doku-Soaps im Tagesprogramm, die zusammen mit Gerichtsshows als Wiederholungen einen wesentlichen Teil des Nachtprogramms ausmachen.

Steigerung der Aufmerksamkeitsreize zur Zuschauerbindung

Betrachtet man diese Angebotsentwicklung zusammenfassend und im Hinblick auf die vom Fernsehen geschaffene kulturelle Umwelt, so liegt der Schluss nahe, dass die programmstrukturellen und inhaltlichen Veränderungen spätestens seit 2011 vor allem darauf abzielten, die Intensität der Aufmerksamkeitsreize zu erhöhen, um die Zuschauer stärker an die Sender zu binden. Dies erfolgte in den nonfiktionalen Unterhaltungsangeboten wie auch in den Fictionangeboten vermehrt durch Inhalte der Normabweichung und Spannungserzeugung.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Krüger, Udo Michael: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1991-2000. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Schriftenreihe Media Perspektiven, Band 15. Baden-Baden 2001; sowie das Themenheft Media Perspektiven 10/2012 „Profile der Fernsehprogramme 2001 bis 2011“ mit mehreren Beiträgen.
- 2) Als Dateninput werden die von der ZDF-Medienforschung zur Verfügung gestellten AGF-Sendungslisten mit Codierungen verwendet, die in einer Datenbank neu aufbereitet und nach dem IFEM-Modell der Programmstrukturanalyse zum Teil umcodiert werden.
- 3) Dabei ist einzuräumen, dass es sich hier um eine formale Zeitabgrenzung im Gesamttagesszeitbudget handelt. Die Sender haben ein unterschiedliches Verständnis von ihrer Hauptsendezeit, die bei ARD und Sat.1 erst um 20 Uhr und bei RTL schon vor 19 Uhr beginnt.
- 4) Da alle Sendetitel mit ihrer Codierung dokumentiert sind, lassen sich Codiereffekte kontrollieren und bei Bedarf auch alternative Kategorienzuordnungen vornehmen.
- 5) Die im Folgenden diskutierten Daten stammen aus der von den Sendern im Rahmen der AGF-Fernsehforschung selbst durchgeführten inhaltlichen Codierung des ausgestrahlten Programms. Sendungen werden dabei nach ihrem inhaltlichen Schwerpunkt codiert. Nachrichten oder politischen Magazinen wird beispielsweise als inhaltlicher Schwerpunkt Politik zugeordnet. Inhaltlichen Mischformen in heterogenen Magazinen wie zum Beispiel dem Frühstücksfernsehen oder den Boulevardmagazinen wird der Code „alle Themen“ zugeordnet. Diese Sendungen bleiben hier unberücksichtigt.
- 6) Zur AVMD-Richtlinie siehe http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/tvww/index_de.htm (abgerufen am 15.3.2016). Vgl. hierzu ursprünglich Richtlinie des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (89/552/EWG). In: Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften, Nr.1 298/26 vom 17.10.1989, Kapitel III, Artikel 4. Danach wird von den EU-Staaten erwartet, „dass sie den Hauptteil ihrer Sendezeit, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielformen oder Werbe- und Teletextleistungen besteht, der Sendung von europäischen Werken vorbehalten. Dieser Anteil ist unter Berücksichtigung der Verantwortung der Rundfunkveranstalter gegenüber ihrem Publikum in den Bereichen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung schrittweise anhand geeigneter Kriterien zu erreichen“. Vgl. auch Dürr, Renate/Jan Wiesner: Zwischen Wirtschaft und Kultur: 20 Jahre EU-Fernsehrichtlinie. Grundlinien europäischer Medienpolitik. In: Media Perspektiven 10/2009, S. 547. Hierzu ist anzumerken, dass zum Zeitpunkt der Formulierung dieser EU-Fernsehrichtlinie noch nicht absehbar war, welche Rolle die Formate des Factual Entertainment in den privaten Programmen spielen würden.

