

Programmanalyse 1999: ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Vergleich

→ Unterschiedliches Informationsverständnis im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen

Von Udo Michael Krüger*

Das Programmjahr 1999 war weniger von besonderen Fernsehgroßereignissen geprägt als das Jahr 1998. Nachhaltige Auswirkungen auf den Sendeablauf der fünf großen nationalen Programme hatte der Kosovokonflikt, zudem schlug sich bei einigen Sendern der bevorstehende Jahrhundert- bzw. Jahrtausendwechsel in den Programmangeboten nieder. Programmstrukturelle Veränderungen gegenüber dem Vorjahr beruhen aber hauptsächlich darauf, dass auf Sendeplätzen, an denen 1998 zahlreiche Sportsendungen (Olympische Sommerspiele, Fußball-WM) oder Politiksendungen (Bundestagswahl) erschienen, nun wieder das für den Sendeplatz typische „normale“ Programm ausgestrahlt wurde. Dies führt zu spezifischen Veränderungen, wie sie schon in früheren Jahren beobachtet werden konnten. (1) Hinzu kommen einige Programminnovationen, neue Formate, neue Sendungen, die zwar nur begrenzte Gewichtsverschiebungen zwischen den Sparten, dafür aber qualitative Veränderungen in einzelnen Programmkategorien bewirken.

ARD/ZDF-Programmanalyse 1999: Vergleich der Programmprofile und der Inhaltsprofile ausgewählter Sendereihen

In zwei voneinander unabhängigen Datenerhebungen wurden wieder die Angebote von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben zum einen auf der Basis von Programmankündigungen (auf Sendungsebene) über das gesamte Jahr und zum anderen anhand von Programmaufzeichnungen (auf Sendungs- und Beitragsebene) aus vier ausgewählten Wochen codiert. Dabei handelt es sich um die Wochen 22. bis 28. März, 21. bis 27. Juni, 20. bis 26. September und 6. bis 12. Dezember 1999. Während die Vollerhebung eine Breitenperspektive bietet, ermöglichen die vierwöchigen Programmaufzeichnungen eine Tiefenanalyse auf verschiedenen Ebenen. Im ersten Schritt werden die Profile der Sender auf Spartenebene in acht Hauptkategorien, im zweiten Schritt detaillierter auf der Ebene von Einzelkategorien verglichen. In einem weiteren Schritt werden die nonfiktionalen und nichttagesaktuellen Programmangebote in ihren Inhaltsstrukturen dargestellt. Auf dieser Datenbasis werden für ausgewählte Sendereihen Profile herausgearbeitet und nach charakteristischen Typen geordnet.

Vollerhebung von Programmankündigungen als Erweiterung der Untersuchungsbasis

Aus der Vollerhebung der Programme wird der Einfluss herausragender medienexterner Ereignisse, auf die die öffentlich-rechtlichen Sender umfangreicher und flexibler als die privaten Sender reagieren, ebenso sichtbar wie bestimmte, im Jahresverlauf auftretende saisonale Effekte. Ferner lassen sich auf der Basis aller Sendereihen des Jahres formatbezogene Programminnovationen der Sender erkennen und sowohl zeitlich als auch sparten-spezifisch vergleichen. Im Rahmen der langfristigen Programmanalyse, die bisher auf einer jährlichen Vierwochenbasis fortgeschrieben wurde, wird die zum zweiten Mal durchgeführte Vollerhebung aus Programmankündigungen hier nur als Ergänzung verwendet. (2)

Auf der Basis der Programmankündigungen ist im Vergleich des Gesamtprogrammangebots der fünf Sender gegenüber 1998 ein Zuwachs in den Sparten Information und nonfiktionale Unterhaltung, ein deutlicher Rückgang in der Sparte Fiction und ein leichter beim Sport zu verzeichnen. In den übrigen Sparten sind die Veränderungen zu vernachlässigen. Für die einzelnen Sender unterscheiden sich die Veränderungen kaum in der Tendenz, jedoch in ihrer Stärke. Der Zuwachs im Informationsangebot fällt beim ZDF und bei ProSieben höher aus als bei den übrigen Sendern. Die drei privaten Sender haben das Fictionangebot stärker reduziert als die beiden öffentlich-rechtlichen Sender. Am meisten hat ProSieben sein Fictionangebot und auch Teile des fiktionalen Kinderprogramms zugunsten von Information und nonfiktionaler Unterhaltung eingeschränkt.

Veränderungen gegenüber 1998 in den Sparten Info, nonfiktionale Unterhaltung, Sport und Fiction

Vergleicht man die Abweichungen der Programmprofile aus der Vollerhebung und aus dem Vierwochensample, so zeigen sich 1999 einige typische Muster. Bei der Vollerhebung fallen die Anteile in den Sparten Information/Bildung sowie nonfiktionale Unterhaltung etwas niedriger und in der Sparte Fiction etwas höher aus als beim Vierwochensample. Dies trifft wieder tendenziell für alle Sender zu, allerdings in unterschiedlicher Stärke. Bei ARD, ZDF und RTL liegen die Differenzen etwas höher als bei SAT.1, am geringsten sind sie bei ProSieben. Ein ähnlicher Befund war schon 1998 festzustellen. Man könnte ihn mit einem „Feiertageffekt“ erklären, der sich nur in den Profilen der Vollerhebung, nicht aber in denen des Vierwochensamples niederschlägt. Insbesondere während der Oster- und Weihnachtszeit und zur Jahreswende strahlen nämlich alle Sender mehr Fiction und dafür weniger Informationssendungen und Talkshows aus.

Vergleich mit der Vollerhebung weist Vierwochensample als geeignete Analysebasis aus

Fasst man fiktionale und nonfiktionale Unterhaltung zusammen, werden die Unterschiede zwischen Vollerhebung und Vierwochensample noch geringer, da sich die Abweichungen für die beiden Sparten gegenseitig nahezu ausgleichen. Insgesamt eignet sich das Vierwochensample also als Analysebasis für die Programmprofile der Sender, weil es keine größeren senderspezifischen Verzer-

* Institut für empirische Medienforschung (IFEM), Köln; www.ifem.de

rungen aufweist. Wie repräsentativ das Vierwochensample für die Programmrealität ist, hängt auch von der Programmstrategie der Sender ab: Je formatierter der Programmablauf ist und je weniger flexibel auf sportliche und politische Ereignisse reagiert wird, desto höher wird auch die Übereinstimmung zwischen Vollerhebung und Vierwochensample sein. Da ARD und ZDF solche Ereignisse – beispielsweise mit Übertragungen von internationalen Sportveranstaltungen, von Parlamentsdebatten, aber auch durch Wahlkampfberichterstattung – bislang immer stärker berücksichtigt haben als RTL und SAT.1, sind bei ihnen die Abweichungen auch größer. Am geringsten sind sie beim durchformatierten Sender ProSieben. Man kann dieser unterschiedlichen Flexibilität der Senderprogrammierung bei im voraus bekannten Einflüssen allerdings durch bewusste Auswahl der vier Untersuchungswochen Rechnung tragen.

Programmprofile in der Gesamtsendezeit

Die folgenden Ergebnisse der Programmanalyse beruhen alle auf den vierwöchigen Programmaufzeichnungen. Sie verknüpfen die programmstrukturelle Analyse auf Sendungsebene mit der inhaltlichen auf Beitragsebene. Ein Blick auf Tabelle 1 zeigt, dass das Erste und das ZDF ihre tägliche Sendezeit (ohne Restzeit) jeweils um 4 Minuten von 1420 auf 1424 bzw. von 1418 auf 1422 Minuten ausgeweitet haben. Bei den Privaten ist bereits seit längerem praktisch die gesamte maximal mögliche tägliche Sendezeit von 24 Stunden (=1440 Min.) ausgefüllt.

Bekanntes Programmprofilunterschiede zwischen ö.-r. und privatem Rundfunktyp bestätigen sich erneut

Vergleicht man die Programmstrukturen im Jahr 1999 mit dem Vorjahr zunächst auf Spartenebene, dargestellt in den acht Hauptkategorien (Information/Bildung, Fiction, nonfiktionaler Unterhaltung, Musik, Sport, Kinder-/Jugendsendungen, Sonstige Sparten und Werbung), bestätigen sich die seit langem bekannten Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern in Bezug auf Information, Unterhaltung und Werbung. Darüber hinaus wird im Dreijahreszeitraum von 1997 bis 1999 der bereits erwähnte Einfluss von Sportereignissen erkennbar.

ARD: Verringerung des Sportangebots zugunsten der Information

Für die ARD ergibt sich im Jahr 1999 ein Anteil an Informationsangeboten von 44,6 Prozent. Gegenüber dem starken Sportjahr 1998, in dem Sendeplätze für Information zum Teil von Sportübertragungen verdrängt wurden, hat sich der Informationsanteil um 2,8 Prozentpunkte erhöht. Der wesentlich geringere Fictionanteil (27,3%) bleibt 1999 so gut wie unverändert. Auf nonfiktionaler Unterhaltungsangebote, die zweitgrößte Unterhaltungskomponente nach Fiction, entfallen 8,5 Prozent, dies ist ein Prozentpunkt mehr als 1998. Beim Sport ist ein Rückgang um 3,3 Prozentpunkte auf 4,9 Prozent zu verzeichnen. Auf Spartenebene lassen sich außer der Verringerung des Sportangebots und der Erhöhung des Informationsangebots in der ARD-Programmstruktur keine nennenswerten Profilveränderungen feststellen.

Das ZDF erreicht 1999 einen Informationsanteil von 45,7 Prozent und liegt damit um 3,4 Prozentpunkte höher als 1998. Nahezu unverändert bleibt auch hier das Fictionangebot mit 27,2 Prozent (-0,5%-Punkte). Der Anteil an nonfiktionaler Unterhaltung fällt auf 7,9 Prozent zurück und hat damit etwa das Niveau von 1997. In den übrigen Sparten zeigen sich keine nennenswerten Veränderungen. Insgesamt ist die Programmstruktur des ZDF ähnlich wie die der ARD relativ stabil, die einzig nennenswerten Verschiebungen finden im Austausch von nonfiktionaler Unterhaltung zugunsten von Informationssendungen statt.

RTL erhöht 1999 seinen Informationsanteil um 3,0 Prozentpunkte auf 23,2 Prozent. Das Fictionangebot verringert sich dagegen um 1,5 Prozentpunkte auf 27,6 Prozent. Dies bedeutet Gleichstand im Fictionangebot mit ARD und ZDF. Das nonfiktionaler Unterhaltungsangebot dagegen bleibt bei RTL mit 21,5 Prozent nahezu unverändert groß. Im Vergleich zum Vorjahr sendete RTL 1999 etwas weniger Fiction und Sport, dafür mehr Information und Werbung.

Bei SAT.1 erhöht sich der Informationsanteil um 2,5 Prozentpunkte auf 19,2 Prozent. Der Anteil des Fictionangebots beträgt 35,6 Prozent, 2,2 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Auf nonfiktionaler Unterhaltung entfallen 19,3 Prozent, dies sind 1,1 Prozentpunkte mehr. Bei den übrigen Spartenanteilen mit Ausnahme von Sport gibt es kaum Änderungen. Auf den ersten Blick zeigt die Programmstruktur von SAT.1 also relativ wenig Bewegung an.

ProSieben erreicht mit einer Steigerung um 4,7 Prozentpunkte im Jahr 1999 einen Informationsanteil von 13,3 Prozent. Der Fictionanteil sinkt um 6,5 Prozentpunkte auf 43,5 Prozent. Zugleich erhöht sich der Anteil an nonfiktionaler Unterhaltung um 5,1 Prozentpunkte auf 15,3 Prozent. Das bislang beachtlich große Angebot an Kinder- und Jugendsendungen hat sich nach einem weiteren Rückgang 1999 auf 7,9 Prozent seit 1997 nahezu halbiert. Musik- und Sportangebote in eigenständigen Sendungen sind auch im Untersuchungszeitraum 1999 nicht vertreten.

Insgesamt zeigt sich bei allen fünf Sendern die Tendenz, Fiction und Sport zu verringern und dafür Information auszuweiten. Bei ARD und ZDF sind die Veränderungen im Fictionangebot am schwächsten, bei ProSieben am stärksten ausgeprägt. Durch den Abbau von Fiction – einschließlich fiktionaler Kindersendungen – und den Ausbau des Informationsangebots und der nonfiktio-

ZDF: Infoanteil gestiegen, nonfiktionaler Unterhaltung rückläufig

RTL: Weniger Fiction und Sport, mehr Info und Werbung

SAT.1: Auf den ersten Blick wenig Bewegung in der Programmstruktur

ProSieben: Fiction sowie Kinder-/Jugendsendungen rückläufig, Info deutlich erhöht

ProSieben mit stärksten Strukturveränderungen, Angleichung an RTL und SAT.1

① Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1997 bis 1999 im Überblick

Sendedauer in %

	Gesamtsendezeit ¹⁾			Veränd. 99-98	Hauptsendezeit 19.00-23.00 Uhr			Veränd. 99-98
	1997	1998	1999		1997	1998	1999	
ARD								
Information/Bildung	43,3	41,8	44,6	2,8	38,1	37,0	39,3	2,3
Fiction	27,2	27,7	27,3	- 0,4	38,1	28,6	35,7	7,1
Nonfiktionale Unterhaltung	8,9	7,5	8,5	1,0	10,1	10,1	10,5	0,4
Musik	5,0	4,3	4,5	0,2	4,2	6,6	6,4	- 0,2
Sport	3,5	8,2	4,9	- 3,3	2,9	11,0	1,2	- 9,8
Kinder-/Jugendsendungen	9,0	6,9	6,5	- 0,4	-	-	-	-
Sonstige Sparten	1,6	2,0	1,9	- 0,1	2,9	3,0	2,9	- 0,1
Werbung	1,5	1,6	1,6	0,0	3,8	3,8	4,0	0,2
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1 418	1 420	1 424	4	240	240	240	0
ZDF								
Information/Bildung	44,9	42,3	45,7	3,4	42,6	46,4	45,4	- 1,0
Fiction	26,6	27,7	27,2	- 0,5	34,6	26,6	31,2	4,6
Nonfiktionale Unterhaltung	7,4	10,2	7,9	- 2,3	7,5	7,7	10,8	3,1
Musik	4,1	2,2	2,1	- 0,1	4,0	3,2	3,3	0,1
Sport	5,2	6,4	6,0	- 0,4	5,5	10,3	3,6	- 6,7
Kinder-/Jugendsendungen	7,6	6,9	6,5	- 0,4	-	-	-	-
Sonstige Sparten	2,6	2,7	2,8	0,1	2,1	2,2	1,6	- 0,6
Werbung	1,5	1,6	1,7	0,1	3,7	3,7	4,1	0,4
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1 409	1 418	1 422	4	240	240	240	0
RTL								
Information/Bildung	16,7	20,2	23,2	3,0	21,7	25,5	24,7	- 0,8
Fiction	33,1	29,1	27,6	- 1,5	36,3	39,7	45,3	5,6
Nonfiktionale Unterhaltung	19,3	21,9	21,5	- 0,4	9,9	7,8	5,6	- 2,2
Musik	0,2	0,7	0,9	0,2	1,4	0,7	-	- 0,7
Sport	4,2	3,5	1,9	- 1,6	7,0	4,0	0,6	- 3,4
Kinder-/Jugendsendungen	6,1	6,0	5,8	- 0,2	-	-	-	-
Sonstige Sparten	4,4	4,7	3,9	- 0,8	3,7	4,0	3,8	- 0,2
Werbung	16,0	13,9	15,3	1,4	20,0	18,3	20,0	1,7
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1 440	1 440	1 440	0	240	240	240	0
SAT.1								
Information/Bildung	16,1	16,7	19,2	2,5	7,8	9,2	20,8	11,6
Fiction	39,8	37,8	35,6	- 2,2	48,1	50,5	39,9	- 10,6
Nonfiktionale Unterhaltung	18,3	18,2	19,3	1,1	4,2	4,0	10,8	6,8
Musik	0,4	0,3	0,4	0,1	-	-	-	-
Sport	3,2	4,7	2,8	- 1,9	6,3	9,7	4,2	- 5,5
Kinder-/Jugendsendungen	1,5	2,2	2,9	0,7	-	-	-	-
Sonstige Sparten	4,8	4,1	3,9	- 0,2	3,8	3,2	3,0	- 0,2
Werbung	15,9	16,0	15,9	- 0,1	29,7	23,4	21,2	- 2,2
Gesamtsendevolumen	100,0	100,0	100,0	-	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1 437	1 439	1 438	- 1	240	240	240	0
ProSieben								
Information/Bildung	9,3	8,6	13,3	4,7	17,8	21,6	24,0	2,4
Fiction	50,4	50,0	43,5	- 6,5	53,4	49,9	47,6	- 2,3
Nonfiktionale Unterhaltung	6,1	10,2	15,3	5,1	2,4	4,9	4,4	- 0,5
Musik	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	-	-	0,0	0,0	-	-	0,2	0,2
Kinder-/Jugendsendungen	14,8	11,0	7,9	- 3,1	1,0	-	-	-
Sonstige Sparten	4,0	4,9	4,1	- 0,8	4,4	3,9	3,4	- 0,5
Werbung	15,3	15,4	15,8	0,4	21,0	19,7	20,4	0,7
Gesamtsendevolumen	100,0	100,1	100,0	- 0,1	100,0	100,0	100,0	-
Basis in Minuten pro Tag	1 421	1 438	1 439	1	240	240	240	0

1) Untersuchungszeitraum 1997: 7.-13. April, 23.-29. Juni, 6.-12. Oktober, 8.-14. Dezember, 6.00-6.00 Uhr.
 Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember, 6.00-6.00 Uhr.
 Untersuchungszeitraum 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember, 3.00-3.00 Uhr.

nalen Unterhaltung rückt ProSieben mit seinem Programmprofil 1999 deutlich näher an SAT.1 und RTL heran.

Programmprofile in der Hauptsendezeit

In der Hauptsendezeit von 19.00 bis 23.00 Uhr kommt die ARD 1999 auf einen Informationsanteil von 39,3 Prozent (+ 2,3%-Punkte). Damit wird der Verdrängungseffekt beim Informationsanteil durch Sportangebote aus dem Vorjahr nicht nur neutralisiert, sondern der Stand von 1997 knapp übertroffen. Zum Teil ist dies auf die Sonderberichterstattung über den Kosovokrieg zurückzuführen, worauf an anderer Stelle genauer eingegangen wird. Fiction erreicht 35,7 Prozent (+ 7,1%-Punkte) Sendezeitanteil. Die Erhöhung des Fictionangebots zur Hauptsendezeit kommt allein durch den schon eingangs erwähnten Ereigniskontext zustande: Der Sportanteil verringert sich um 9,8 Prozentpunkte und wird wieder durch das auf den betroffenen Sendeplätzen übliche Programm, vorwiegend Fiction, ersetzt. Die Anteile an nonfiktionaler Unterhaltung (10,5%), Musiksendungen (6,4%), Sonstigen Sparten (2,9%) und Werbung (4,0%) fallen ähnlich aus wie 1998. Die größeren Schwankungen im ARD-Profil zur Hauptsendezeit sind somit hauptsächlich auf die Kompensation von Sporteffekten zurückzuführen. Klammert man diese aus und vergleicht die Profile von 1997 und 1999, erweist sich die Programmstruktur zur Hauptsendezeit als stabil.

ARD: Info u. a. wegen Kosovo-Berichterstattung deutlich gestiegen, Sport z.T. durch Fiction ersetzt

ZDF: Ersatz von Sportangeboten durch Info und Unterhaltung

Das ZDF hat 1999 in der Hauptsendezeit einen Informationsanteil von 45,4 Prozent, ein Prozentpunkt weniger als im Vorjahr. Auch beim ZDF ist ein Ereigniseffekt, bedingt durch Kompensation von Sport, zu erkennen. Wie bei der ARD sind davon weniger die Informationsangebote als die Unterhaltungsangebote betroffen. Ohne die besonderen Sportübertragungen von den Olympischen Spielen und der Fußball-WM entfallen 1999 auf Sportangebote nur 3,6 Prozent, das sind 6,7 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Dafür steigt der Fictionanteil um 4,6 Prozentpunkte auf 31,2 Prozent und der Anteil nonfiktionaler Unterhaltungsangebote um 3,1 Prozentpunkte auf 10,8 Prozent. Sonst zeigen sich keine nennenswerten Änderungen. So gilt auch für das ZDF-Profil zur Hauptsendezeit, dass nennenswerte Schwankungen vorwiegend durch die Sportübertragungen in einem besonderen Sportjahr bewirkt werden. Auch hier zeigt der Vergleich der Programmprofile von 1997 und 1999 relativ stabile Strukturen.

RTL: Verlust der Champions League wirkt sich auf Programmstruktur aus

RTL hat 1999 ähnlich wie im Vorjahr in der Hauptsendezeit einen Informationsanteil von 24,7 Prozent. Fiction macht mit 45,3 Prozent 5,6 Prozentpunkte mehr aus. Diesem Zuwachs stehen rückläufige Anteile bei nonfiktionaler Unterhaltung (-2,2%-Punkte) und beim Sport (-3,4%-Punkte) gegenüber. Insbesondere im Rückgang des Sportangebots wird deutlich, welchen Effekt der Verlust der Champions League für das RTL-Abendprogramm hatte. Musikangebote gibt es in den

Untersuchungswochen von 1999 zur Hauptsendezeit nicht. Die Werbung erreicht einen Anteil von 20,0 Prozent.

Bei SAT.1 zeigen sich 1999 auffälligere Veränderungen in der Hauptsendezeit. Information erreicht einen Anteil von 20,8 Prozent, dies entspricht einem deutlichen Zuwachs von 11,6 Prozentpunkten gegenüber 1998. Etwa im gleichen Ausmaß sinkt der Fictionanteil (-10,6%-Punkte) auf 39,9 Prozent. Das nonfiktionale Unterhaltungsangebot steigt auf 10,8 Prozent (+ 6,8%-Punkte), während der Sportanteil auf 4,2 Prozent (-5,5%-Punkte) zurückgeht. Nachdem der Werbeanteil bereits 1998 durch Einstellung der Dauerwerbesendung „Glücksrad“ um 6,3 Prozentpunkte zurückging, ist 1999 ein weiterer Rückgang bei der Werbung zu verzeichnen. Sie macht nun 21,2 Prozent (-2,2%-Punkte) der Sendezeit aus. Im Unterschied zu anderen Sendern sind die Veränderungen bei SAT.1 offenbar weniger auf Sporteffekte, sondern auf programmstrukturelle Eingriffe zurückzuführen, die auf eine Neupositionierung in der Hauptsendezeit hindeuten.

Bei ProSieben, dem einzigen der fünf Sender, der keine speziellen Sportsendungen anbietet, so dass auch außerordentliche Sporteffekte ausgeschlossen werden können, hält der stetige Zuwachs des Informationsangebots zur Hauptsendezeit auch 1999 weiter an. Der Informationsanteil von ProSieben erreicht mit 24,0 Prozent (+2,4%-Punkte) den Stand von RTL. Der Fictionanteil fällt dafür auf 47,6 Prozent (-2,3%-Punkte) geringfügig zurück. Der Anteil an nonfiktionaler Unterhaltung (4,4%) bleibt nahezu unverändert. Ähnlich gilt dies für Sonstige Sparten (3,4%) und Werbung (20,4%).

Wenn man die Effekte des Sportjahres 1998 ausklammert, bleiben die Profile auf Spartenebene in der Hauptsendezeit bei ARD und ZDF relativ stabil, bei RTL schlägt sich der Verlust der Rechte für die Champions League in der Hauptsendezeit vor allem in einer Zunahme bei Fiction nieder. Die stärksten programmstrukturellen Veränderungen in der Hauptsendezeit finden sich bei SAT.1, schwächere auch bei ProSieben. Sie führen dazu, dass beide Sender sich damit dem Profil des erfolgreichsten Privatsenders RTL weitgehend annähern haben.

Unterschiede im Informationsangebot 1999

Betrachtet man zunächst die nach formalen und inhaltlichen Kriterien der Informationsfunktion zugerechneten Sendungen, zeigen sich auch innerhalb dieser Sparte wieder die typischen Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern (vgl. Tabellen 2 bis 5). Im

SAT.1: Auffällige Strukturveränderungen in der Hauptsendezeit

ProSieben: Weiterhin steigender Infoanteil, sinkender Fictionanteil

ARD/ZDF-Profil relativ stabil, SAT.1 und ProSieben nähern sich RTL weitgehend an

ARD und ZDF führend im Nachrichtenangebot

Angebot an Nachrichtensendungen nehmen ARD (10,7%) und ZDF (9,0%) weiterhin eine führende Position vor RTL (7,0%) ein. Die beiden anderen Privatsender, SAT.1 (2,7%) und ProSieben (1,4%), liegen mit ihrem geringen Nachrichtenangebot deutlich dahinter. Auch bei den aktuellen Frühmagazinen (ohne Nachrichten) dominieren weiterhin ARD (8,8%) und ZDF (8,4%). Bei den Privatsendern hat hier nur SAT.1 (6,0%) Bedeutung, während sich RTL (1,0%) auf die Miniausgabe eines Frühmagazins beschränkt. Auch ProSieben strahlt 1999 zwar erstmalig ein Magazin am Morgen aus. Diese neue „ProSieben Morning Show“ erfüllt jedoch nicht die formalen und inhaltlichen Mindestbedingungen, die an eine Informationssendung zu stellen sind, vielmehr dominieren – wenn man die Nachrichten wie bei den anderen Frühmagazinen ausklammert – die Unterhaltungselemente. Daher ist diese Sendung den nonfiktionalen Unterhaltungsangeboten zugerechnet worden.

Aktuelle Mittagsmagazine mit Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gibt es unverändert bei ARD (2,6%) und ZDF (2,6%) sowie in erweitertem Umfang bei RTL (2,2%). In den Erweiterungen der RTL-Mittagsendung „Punkt 12“ durch die Teile „Punkt 12 – Besser leben“ und „Punkt 12 – V.I.P.“ rückt allerdings der inhaltliche Schwerpunkt des RTL-Mittagsmagazins mehr in eine unterhaltungsorientierte Richtung. Leichter Boulevardjournalismus ist auch das Prinzip der Sendung „SAM“ bei ProSieben, die zwar in Form und Sendeplatz als Mittagsmagazin erscheint, aber weder inhaltlich-thematisch noch im Aktualitätsgrad zu den Informationssendungen im engeren Sinne gehört. Eine Ausnahme bilden nur die Sendungen in der Märzwoche, als auch hier verstärkt das Thema Kosovo behandelt wurde. (5)

ARD/ZDF bauen Angebotsüberlegenheit bei politischen Infosendungen aus

Bei den politischen Informationssendungen ist die Angebotsüberlegenheit von ARD (6,2%) und ZDF (5,4%) gegenüber RTL (0,9%), SAT.1 (0,2%) und ProSieben (0,1%) wieder größer geworden. Zum einen gibt es im normalen Programmjahr 1999 bei den privaten Sendern nicht mehr wie im Wahljahr 1998 „zusätzliche“ Politiksendungen, zum anderen macht sich bemerkbar, dass sich ARD und ZDF stärker als die Privatsender mit dem Thema Kosovo befasst haben. Eigenständige Wirtschaftssendungen findet man nur bei ARD und ZDF. Die 1998 bei RTL neu eingeführte Wirtschaftssendung „money trend“ ist nach ihrem inhaltlichen Profil im Untersuchungszeitraum 1999 eher als eine alltagsnahe Ratgeberfunktion einzustufen, harte Wirtschaftsthemen kamen darin nicht vor. Regionalsendungen mit Bezug zu einzelnen Bundesländern strahlen alle Sender mit Ausnahme

von ProSieben aus. Zeitgeschichtliche Sendungen haben 1999 den höchsten Anteil im ZDF (2,5%), wo insbesondere die Reihe „100 Jahre – Der Countdown“ und die Sendung „Die lange Nacht der Zeugen des Jahrhunderts“ nicht nur für den Zuwachs in dieser Kategorie, sondern auch des Informationsanteils insgesamt sorgten. Auch bei der ARD (1,1%) befassten sich die meisten zeitgeschichtlichen Sendungen mit dem Rückblick auf das zu Ende gehende Jahrhundert. Die privaten Sender wandten sich diesem Thema in geringerem Umfang zu, hier erschienen Sendungen mit zeitgeschichtlichem Inhalt in der Regel nur in den Fensterprogrammen von DCTP oder Kanal 4. Bei RTL (0,1%) gab es im vierwöchigen Untersuchungszeitraum 1999 eine zeitgeschichtliche Sendung in der von DCTP beigesteuerten Sendereihe Prime Time. ProSieben (0,5%) hat im Sachgebiet Zeitgeschichte unter dem Titel „history“ zum ersten Mal eine Sendung eingebracht. Soweit sich bisher an der Themenselektion erkennen lässt, werden unter dem Etikett „Zeitgeschichte“ allerdings vorzugsweise spektakuläre Ereignisse (Karstadt-Erpresser Dagobert, Anschlag auf das World-Trade-Center, Versace-Mord, Golfkrieg u.a.m.) behandelt, bei denen weniger die politischen und gesellschaftlichen Zusammenhänge als die Sensationsthemen Terror, Gewalt und Kriminalität im Vordergrund stehen.

Die übrigen Informationsangebote lassen sich grob nach drei Richtungen unterscheiden: 1. Sendungen, die zu einem bestimmten Sachgebiet Wissen vermitteln, 2. Sendungen, die Gesellschaftliches in den Vordergrund rücken, dabei vorwiegend personenorientiert sind, zum Teil Prominenz und Idole der Medien kultivieren, 3. Sendungen, die Sensationsbezug haben und an entsprechenden Zuschauerbedürfnissen orientiert sind. Rechnet man den wissensorientierten Sendungen die kulturellen Infosendungen, die Wissenschafts- und Techniksendungen, die alltagsnahen Ratgeberfunktionen sowie die Natur- und Tiersendungen zu, dann zeigt sich in fast all diesen Kategorien ein Übergewicht der öffentlich-rechtlichen Angebote. Auf privater Seite findet man Angebote mit alltagsnaher Ratgeberfunktion weniger in eigenständigen Sendungen als in den Magazinformaten des Morgen- und Vormittagsprogramms. Bei SAT.1 trifft dies zum Teil für das Frühmagazin zu, bei RTL für die neue Sendung „Mein Morgen“, die dem „ARD-Buffer“ und beim ZDF der Sendung „Volle Kanne Susanne“ nahe kommt.

Sendungen, die sich kritisch beobachtend mit gesellschaftlichen Fragen beschäftigen, aber im engeren Sinne keine politischen Informationssendungen sind, gibt es regelmäßig bei ARD (ARD-exklusiv) und ZDF (Die Reihen „37 Grad“, „Die ZDF-Reportage“ u.a.) in Form von Dokumentationen und Reportagen sowie in geringem Maß zum Beispiel bei RTL und SAT.1 („Spiegel TV Reportage“). Mit ähnlichen Angeboten war im Vorjahr noch Kanal 4 auf RTL vertreten.

Öffentlich-rechtliche dominieren bei wissensorientierten und gesellschaftskritischen Infosendungen

② Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1998 und 1999

6.00-6.00 Uhr (1998) bzw. 3.00-3.00 Uhr (1999), Sendedauer in Minuten pro Tag

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999
Information/Bildung	594	635	600	650	291	334	240	276	123	192
Nachrichtensendungen	144	153	123	129	106	101	33	39	14	20
Aktuelle Wettersendungen	7	6	2	5	1	4	5	5	1	2
Frühmagazine (ohne Nachrichten)	128	126	128	120	16	15	90	86	-	-
Mittagsmagazine	37	38	35	37	15	32	-	-	28	-
Politische Informationssendungen	76	89	77	77	29	13	17	3	4	2
Wirtschaftssendungen	4	11	6	7	1	-	-	-	-	-
Regionalsendungen	16	10	11	4	17	14	16	15	-	-
Zeitgeschichtliche Sendungen	2	16	12	35	-	1	-	-	-	7
Kulturelle Infosendungen	29	31	30	39	4	5	13	9	6	9
Wissenschafts-/Techniksendungen	10	2	22	25	3	2	4	5	14	31
Alltags-Ratgebersendungen	47	76	40	57	4	15	-	4	-	-
Natur- u.Tiersendungen	31	21	15	18	1	-	-	-	-	3
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	8	6	21	18	2	-	-	-	14	14
Boulevardorientierte Infosendungen	40	45	32	34	32	49	55	57	41	88
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	14	8	42	43	43	73	6	27	1	16
Reality TV	-	-	2	2	17	10	-	24	-	-
Fiction	393	389	392	386	419	398	544	512	720	626
Spielfilm	169	184	151	152	29	47	139	128	246	260
Fernsehfilm	105	64	102	80	13	10	44	49	61	40
Fernsehserie	117	141	139	148	377	342	360	335	412	325
Bühnenstück	2	-	-	6	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	106	122	145	112	316	310	262	277	146	220
Talkshows	72	74	75	28	224	260	181	201	118	166
Spiele/Shows/Sonstiges	34	47	70	84	92	50	82	76	28	54
Musik	61	65	31	30	10	13	5	6	-	-
U-Musik	61	63	31	30	10	13	5	6	-	-
E-Musik	-	2	1	0	-	-	-	-	-	-
Sport	117	70	90	85	50	27	68	40	-	0
Sport-Information	30	37	39	30	15	4	53	39	-	0
Sport-Darbietung	87	33	51	55	35	23	15	1	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	98	93	97	93	87	83	32	42	158	114
Non-Fiction/Fiction gemischt	64	50	40	41	17	9	2	-	-	-
Fiction	34	43	57	51	70	75	30	42	158	114
Sonstige Sparten	29	27	39	40	67	56	58	55	70	59
Kirchliche Sendungen	3	1	7	9	-	-	1	1	-	-
Sonstiges	6	5	6	6	2	2	8	3	5	2
Programmorschau	20	22	25	26	65	54	50	52	65	57
Werbung	22	23	23	25	200	220	230	229	221	227
Werbespots	18	19	20	22	194	208	211	217	219	219
andere Werbeformen	5	4	3	3	6	12	19	13	2	8
Gesamt	1 420	1 424	1 418	1 422	1 440	1 440	1 439	1 438	1 438	1 439

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

Untersuchungszeitraum 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.

Kaum Unterschiede zwischen den Sendern bei Boulevardsendungen am frühen Abend

Bei den Boulevardangeboten am frühen Abend unterscheiden sich die großen Sender dagegen nicht mehr, seitdem auch das ZDF mit „Hallo Deutschland“ in diesem Bereich nachgezogen hat. Die werktäglich ausgestrahlten Boulevardmagazine mit Wiederholungen im Nachtprogramm bilden den Hauptbestandteil dieser Kategorie. Inhaltlich geht es im Wesentlichen um zwei Komponenten, auf

der einen Seite um die „harten“ Themen wie Kriminalität, Unglücke und Katastrophen, Darstellungen von Opfern und privaten Einzelschicksalen, auf der anderen Seite um die leichten, positiv gestimmten Themen, hauptsächlich Darstellungen

③ Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1998 und 1999

6.00-6.00 Uhr (1998) bzw. 3.00-3.00 Uhr (1999), Sendedauer in %

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999
Information/Bildung	41,8	44,6	42,3	45,7	20,2	23,2	16,7	19,2	8,6	13,3
Nachrichtensendungen	10,1	10,7	8,7	9,0	7,4	7,0	2,3	2,7	1,0	1,4
Aktuelle Wettersendungen	0,5	0,4	0,1	0,3	0,1	0,2	0,4	0,4	0,1	0,1
Frühmagazine (ohne Nachrichten)	9,0	8,8	9,1	8,4	1,1	1,0	6,2	6,0	-	-
Mittagsmagazine	2,6	2,6	2,5	2,6	1,0	2,2	-	-	-	-
Politische Informationssendungen	5,4	6,2	5,5	5,4	2,0	0,9	1,2	0,2	0,3	0,1
Wirtschaftssendungen	0,3	0,7	0,4	0,5	0,1	-	-	-	-	-
Regionalsendungen	1,1	0,7	0,8	0,3	1,2	1,0	1,1	1,1	-	-
Zeitgeschichtliche Sendungen	0,1	1,1	0,8	2,5	-	0,1	-	-	0,0	0,5
Kulturelle Infosendungen	2,1	2,1	2,2	2,7	0,3	0,3	0,9	0,7	0,4	0,6
Wissenschafts-/Techniksendungen	0,7	0,1	1,6	1,8	0,2	0,1	0,3	0,4	1,0	2,2
Alltags-/Ratgebersendungen	3,3	5,3	2,8	4,0	0,3	1,0	0,0	0,3	-	-
Natur- u.Tiersendungen	2,2	1,5	1,1	1,3	0,1	-	-	-	-	0,2
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	0,6	0,4	1,5	1,3	0,1	-	-	-	0,9	1,0
Boulevardorientierte Infosendungen	2,8	3,1	2,3	2,4	2,2	3,4	3,9	3,9	2,8	6,1
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	1,0	0,5	2,9	3,0	3,0	5,1	0,5	1,9	0,1	1,1
Reality TV	-	-	0,2	0,2	1,2	0,7	-	1,7	-	-
Fiction	27,7	27,3	27,7	27,2	29,1	27,6	37,8	35,6	50,0	43,5
Spielfilm	11,9	12,9	10,6	10,7	2,0	3,2	9,7	8,9	17,1	18,1
Fernsehfilm	7,4	4,5	7,2	5,6	0,9	0,7	3,0	3,4	4,3	2,8
Fernsehserie	8,3	9,9	9,8	10,4	26,2	23,7	25,0	23,3	28,7	22,6
Bühnenstück	0,1	-	-	0,4	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	7,5	8,5	10,2	7,9	21,9	21,5	18,2	19,3	10,2	15,3
Talkshows	5,1	5,2	5,3	2,0	15,5	18,0	12,6	14,0	8,2	11,5
Spiele/Shows/Sonstiges	2,4	3,3	4,9	5,9	6,4	3,5	5,7	5,3	1,9	3,8
Musik	4,3	4,5	2,2	2,1	0,7	0,9	0,3	0,4	-	-
U-Musik	4,3	4,4	2,2	2,1	0,7	0,9	0,3	0,4	-	-
E-Musik	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
Sport	8,2	4,9	6,4	6,0	3,5	1,9	4,7	2,8	-	0,0
Sport-Information	2,1	2,6	2,8	2,1	1,1	0,3	3,7	2,7	-	0,0
Sport-Darbietung	6,1	2,3	3,6	3,9	2,4	1,6	1,0	0,1	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	6,9	6,5	6,9	6,5	6,0	5,8	2,2	2,9	11,0	7,9
Non-Fiction/Fiction gemischt	4,5	3,5	2,8	2,9	1,2	0,6	0,2	-	-	-
Fiction	2,4	3,0	4,0	3,6	4,9	5,2	2,1	2,9	11,0	7,9
Sonstige Sparten	2,0	1,9	2,7	2,8	4,7	3,9	4,1	3,9	4,9	4,1
Kirchliche Sendungen	0,2	0,0	0,5	0,6	-	-	<0,0	0,1	-	-
Sonstiges	0,5	0,3	0,5	0,4	0,1	0,1	0,6	0,2	0,4	0,2
Programmorschau	1,4	1,5	1,8	1,8	4,5	3,7	3,4	3,6	4,5	3,9
Werbung	1,6	1,6	1,6	1,7	13,9	15,3	16,0	15,9	15,4	15,8
Werbespots	1,2	1,3	1,4	1,5	13,5	14,4	14,6	15,1	15,2	15,2
andere Werbeformen	0,3	0,3	0,2	0,2	0,4	0,8	1,3	0,9	0,2	0,6
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

Untersuchungszeitraum 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.

von Prominenz, Human Interest, Lifestyle und Showbusiness. Dabei haben sich diese beiden Komponenten auch schon zu eigenständigen Sendungsformaten entwickelt, wie das Beispiel von „Explosiv“ und „Exklusiv“ bei RTL oder „Blitz“ und „Blitzlicht“ bei SAT.1 zeigt. Während „Explosiv“ und „Blitz“ überwiegend Hartes im oben beschrie-

benen Sinne thematisieren, dominieren in „Exklusiv“ und „Blitzlicht“ die weichen, unterhaltsamen Themen mit Nähe zum PR-Service für das Medien- und Showbusiness.

④ Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1998 und 1999

19.00-23.00 Uhr, Sendedauer in Minuten pro Tag

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999
Information/Bildung	89	94	111	109	61	59	22	50	52	58
Nachrichtensendungen	39	39	42	41	7	8	-	0	12	15
Aktuelle Wettersendungen	2	2	1	2	-	-	0	-	1	1
Frühmagazine (ohne Nachrichten)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mittagsmagazine	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Politische Informationssendungen	30	37	30	24	11	5	5	-	2	2
Wirtschaftssendungen	2	4	3	6	-	-	-	-	-	-
Regionalsendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zeitgeschichtliche Sendungen	-	2	2	4	-	-	-	-	-	2
Kulturelle Infosendungen	4	2	4	6	-	-	-	-	-	-
Wissenschafts-/Techniksendungen	4	1	9	3	-	-	1	1	8	20
Alltags-Ratbersendungen	-	1	9	7	0	-	-	1	-	-
Natur- u.Tiersendungen	3	3	4	7	-	-	-	-	-	-
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	3	2	2	4	-	-	-	-	5	3
Boulevardorientierte Infosendungen	-	1	-	-	25	26	12	17	24	10
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	1	-	2	3	12	11	4	14	-	4
Reality TV	-	-	2	2	5	8	-	17	-	-
Fiction	69	86	64	75	95	109	121	96	120	114
Spielfilm	4	7	3	3	13	32	17	28	75	69
Fernsehfilm	26	20	31	26	12	10	20	30	15	15
Fernsehserie	37	58	29	46	71	67	83	38	31	30
Bühnenstück	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	24	25	19	26	19	13	10	26	12	11
Talkshows	4	-	7	2	-	-	2	-	4	2
Spiele/Shows/Sonstiges	20	25	12	24	19	13	8	26	8	9
Musik	16	15	8	8	2	-	-	-	-	-
U-Musik	16	15	8	8	2	-	-	-	-	-
E-Musik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	26	3	25	9	10	1	23	10	-	0
Sport-Information	10	1	15	6	2	-	12	10	-	0
Sport-Darbietung	17	2	9	3	7	1	11	0	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Non-Fiction/Fiction gemischt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fiction	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstige Sparten	7	7	5	4	10	9	8	7	9	8
Kirchliche Sendungen	0	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstiges	2	2	2	1	0	0	1	0	1	0
Programmorschau	4	5	4	3	9	9	7	7	8	8
Werbung	9	10	9	10	44	48	56	51	47	49
Werbespots	8	8	8	9	43	46	47	50	47	48
andere Werbeformen	1	1	1	1	1	2	9	1	1	1
Gesamt	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

Untersuchungszeitraum 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.

Grenzbereich zwischen Info und Unterhaltung muss genauer bestimmt werden

Den Boulevardsendungen mit den „harten“ Themen am nächsten stehen die Reality-Formate, in denen das Spektakuläre durch Nachinszenierung weiter zugespitzt wird. Gleichermassen besteht eine Nähe der „weichen“ Boulevardangebote zu den hier als unterhaltungsorientierte Infosendungen gekennzeichneten Angeboten. Der Übergang zur Sparte der nonfiktionalen Unterhaltungsangebote

erscheint fast fließend. In solchen Grenzbereichen liegen sowohl einige Daily Talkshows als auch Doku-Soaps und Sendungen mit inszenierten Gerichtsfällen, die informative, sozialpädagogische und teils dokumentarische, aber auch unterhalt-

⑤ **Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben 1998 und 1999**

19.00-23.00 Uhr, Sendedauer in %

	ARD		ZDF		RTL		SAT.1		ProSieben	
	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999
Information/Bildung	37,0	39,3	46,4	45,4	25,5	24,7	9,2	20,8	21,6	24,0
Nachrichtensendungen	16,2	16,3	17,4	17,0	3,0	3,1	-	0,2	5,2	6,1
Aktuelle Wettersendungen	1,0	0,9	0,4	0,9	-	-	0,0	-	0,5	0,6
Frühmagazine (ohne Nachrichten)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mittagsmagazine	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Politische Informationssendungen	12,4	15,5	12,5	10,2	4,7	2,3	2,2	-	0,9	0,7
Wirtschaftssendungen	0,8	1,6	1,4	2,5	-	-	-	-	-	-
Regionalsendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zeitgeschichtliche Sendungen	-	0,6	0,9	1,6	-	-	-	-	-	1,0
Kulturelle Infosendungen	1,8	1,0	1,9	2,3	-	-	-	-	-	-
Wissenschafts-/Techniksendungen	1,6	0,4	3,8	1,2	-	-	0,4	0,5	3,2	8,5
Alltags-Ratgeber-sendungen	-	0,4	3,9	2,9	0,2	-	-	0,3	-	-
Natur- u.Tiersendungen	1,3	1,3	1,7	3,1	-	-	-	-	-	-
Gesellschaftsorientierte Infosendungen	1,3	0,6	0,9	1,6	-	-	-	-	2,0	1,4
Boulevardorientierte Infosendungen	-	0,4	-	-	10,5	11,0	5,0	6,9	9,8	4,2
Unterhaltungsorientierte Infosendungen	0,6	-	0,7	1,2	4,9	4,7	1,5	5,7	-	1,5
Reality TV	-	-	1,0	1,0	2,1	3,5	-	7,2	-	-
Fiction	28,6	35,7	26,6	31,2	39,7	45,3	50,5	39,9	49,9	47,6
Spielfilm	1,8	3,0	1,4	1,4	5,5	13,4	7,3	11,7	31,2	28,9
Fernsehfilm	10,7	8,4	12,9	10,8	4,8	4,1	8,5	12,5	6,0	6,0
Fernsehserie	15,4	24,3	12,3	19,0	29,4	27,9	34,7	15,8	12,7	12,7
Bühnenstück	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nonfiktionale Unterhaltung	10,1	10,5	7,7	10,8	7,8	5,6	4,0	10,8	4,9	4,4
Talkshows	1,9	-	2,7	0,6	-	-	0,7	-	1,8	0,7
Spiele/Shows/Sonstiges	8,2	10,5	5,0	10,1	7,8	5,6	3,4	10,8	3,1	3,7
Musik	6,6	6,4	3,2	3,3	0,7	-	-	-	-	-
U-Musik	6,6	6,4	3,2	3,3	0,7	-	-	-	-	-
E-Musik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sport	11,0	1,2	10,3	3,6	4,0	0,6	9,7	4,2	-	0,2
Sport-Information	4,1	0,5	6,4	2,5	0,9	-	5,1	4,0	-	0,2
Sport-Darbietung	6,9	0,7	3,8	1,1	3,1	0,6	4,6	0,2	-	-
Kinder-/Jugendsendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Non-Fiction/Fiction gemischt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fiction	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstige Sparten	3,0	2,9	2,2	1,6	4,0	3,8	3,2	3,0	3,9	3,4
Kirchliche Sendungen	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstiges	1,0	0,7	0,7	0,3	0,1	0,1	0,3	0,1	0,6	0,2
Programm-vorschau	1,8	1,9	1,5	1,3	3,9	3,7	2,9	2,9	3,3	3,2
Werbung	3,8	4,0	3,7	4,1	18,3	20,0	23,4	21,2	19,7	20,4
Werbespots	3,2	3,4	3,3	3,7	17,8	19,3	19,5	20,6	19,5	19,8
andere Werbeformen	0,6	0,6	0,4	0,4	0,5	0,7	3,9	0,6	0,2	0,6
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

Untersuchungszeitraum 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.

same Intentionen verfolgen. Je vielfältiger und diffuser die Formen, Inhalte und Funktionen solcher Sendungen werden, desto wichtiger erscheint es, den Grenzbereich zwischen Informations- und Unterhaltungsangeboten genauer zu bestimmen, um einer Inflationierung des Informationsbegriffs entgegenzuwirken.

Unterhaltungsangebote 1999

Hält man zunächst an der bisherigen Darstellung der Programmstruktur fest, in der den Unterhaltungsangeboten im weiteren Sinne die Sparten Fiction, nonfiktionale Unterhaltung, Musik, Sport und Kinderprogramm zugerechnet worden sind, ergibt sich im einzelnen folgendes Bild.

ARD/ZDF: ausgewogene Mischung von Fictiongattungen, Private: Serien dominieren

Bei ARD und ZDF findet man die ausgewogenste Mischung der verschiedenen Fictiongattungen. Bei ihnen ist der Sendezeitanteil für Spielfilme (12,9 bzw. 10,7%) etwas höher als für Serien (9,9 bzw. 10,4%), an dritter Stelle folgen Fernsehfilme. Bühnenstücke gibt es nur sporadisch beim ZDF. Anders bei den Privatsendern: Hier dominieren die Serien – am deutlichsten bei RTL, wo auf Serien ein Anteil von 23,7 Prozent und auf Spielfilme ein Anteil von 3,2 Prozent entfällt. Im Serienangebot liegen SAT.1 (23,3%) und ProSieben (22,6%) mit RTL etwa gleich auf, im Spielfilmangebot übertreffen sie beide (SAT.1 8,9%, ProSieben 18,1%) RTL deutlich. Fernsehfilme gibt es bei den privaten Sendern seltener als bei ARD und ZDF, Bühnenstücke gar nicht. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich allerdings bei allen Privatsendern eine Tendenz zur Verringerung des Serienangebots, am stärksten bei ProSieben. Der Rückgang der Fernsehserien erklärt somit wesentlich das geringere gewordene Fictionangebot.

Privatsender: Talkshows dominieren nonfiktionale Unterhaltung

Die nonfiktionalen Unterhaltungsangebote umfassen Talkshows (ausgenommen Polit-Talks), Darbietungsshow (z. B. „Wetten, dass“, „Wochenshow“, „Guinness – die Show der Rekorde“), Gameshows, Kleinkunstformen und Unterhaltungssendungen im Magazinformat. Bündelt man die unterschiedlichen Formen grob in den zwei Kategorien Talkshows und Spiele/Shows/Sonstiges, ist bei ARD (5,2 % und 3,3 %) und ZDF (2,0 % und 5,9 %) eine relativ ausgewogene Mischung zu verzeichnen, während bei den Privatsendern die Talkshows das nonfiktionale Unterhaltungsangebot klar dominieren. Den größten Talkshowanteil hat RTL (18,0 %) vor SAT.1 (14,0 %) und ProSieben (11,5 %). So trägt beispielsweise allein Bärbel Schäfer mit ihrer Talkshow fast 5 Prozent zum RTL-Gesamtprogramm bei. Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Talkshowanteil bei allen Privatsendern nochmals erhöht, im Ersten ist er gleich geblieben, beim ZDF nach Einstellung der Sendung „Mensch, Ohrner“ Ende Februar 1999, die im Untersuchungszeitraum nur im Sommerprogramm auf einem Wiederholungsplatz im Nachtprogramm erscheint, zurückgegangen.

Andere nonfiktionale Unterhaltungssendungen machen 1999 zwischen 3,3 und 5,9 Prozent aus. Dieses Angebotssegment enthält einige neue Sendungen, die den Nonsens-, Comedy- und Trash-Boom des Jahres 1999 in den Privatsendern repräsentieren und neue Trends des Unterhaltungsfernsehens andeuten. Hierzu gehören beispielsweise bei RTL „Life! – Total verrückt“, „Die Karl Dall Show“, bei SAT.1 „Vollwitzig“, „Verrückte Welt“, „Darüber lacht die Welt“ und bei ProSieben „TV Total“, „Talk, Talk, Talk“, „Die ProSieben Morning Show“.

Musiksendungen spielen kaum eine Rolle

Die Musiksendungen spielen auch 1999 nur eine Nebenrolle im Unterhaltungsangebot der großen Sender. Den höchsten Anteil an U-Musik erreicht die ARD (4,4%) mit festen Sendeplätzen für Volks-

musik und der täglich am frühen Nachmittag ausgestrahlten Schlagersendung „Wunschbox“. Das ZDF kommt auf 2,1 Prozent, bei RTL (0,9%) und SAT.1 (0,4%) sind Musiksendungen nahezu bedeutungslos.

Das insgesamt geringere Sportangebot im Jahr 1999 verteilt sich bei der ARD gleichgewichtig auf Sportinformationen (2,6%) und Sportdarbietungen (2,3%), beim ZDF überwiegen die Darbietungen (3,9%) gegenüber den Sportinformationen (2,1%), ebenso bei RTL (1,6 zu 0,3%). In beiden Angebotskategorien entfallen bei RTL im Untersuchungszeitraum gut vier Fünftel auf Übertragungen und Berichte von den „Formel 1“-Autorennen, der Rest befasst sich mit Boxen. Bei SAT.1 besteht das Sportangebot im Wesentlichen aus zusammenfassenden Berichten und Darbietungen der Fußball-Bundesliga und vom NFL American Football. Bei ProSieben sind eigenständige Sportsendungen im Regelfall nicht anzutreffen, Sportbeiträge sind den Nachrichten angehängt.

Im Kinder- und Jugendprogramm bieten ARD und ZDF eine relativ ausgewogene Mischung aus nonfiktionalen und fiktionalen Sendungen, während bei RTL, SAT.1 und am deutlichsten bei ProSieben die fiktionalen Teile überwiegen, die bei allen Sendern größtenteils aus Zeichentrick bestehen.

Sonstige Sparten und Werbung 1999

Die sonstigen Sparten umfassen neben religiösen Sendungen, die es in redaktioneller Form bei ARD, ZDF und SAT.1 sowie in Spotform bei RTL als Bibelclips gibt, Nonprofit-Spots, Lotto-/Toto-Service sowie Programmüberleitungen und Programmorschau. Letztere machen bei RTL (3,7%), SAT.1 (3,6%) und ProSieben (3,9%) doppelt so viel Sendezeit aus wie bei ARD (1,5%) und ZDF (1,8%).

Unterscheidet man die Werbung nach Spots und anderen Formen, so dominieren bei allen Sendern die Werbespots in Blöcken. Bei ARD und ZDF machen die klassischen Werbespots 1,3 bzw. 1,5 Prozent der Sendezeit aus, bei den Privatsendern zwischen 14,4 und 15,2 Prozent. Nachdem die großen Privatsender ihre Werbegameshows stark reduziert oder sie ganz den kleineren Privatsendern überlassen haben, machen solche Formen der Dauerwerbung nirgendwo mehr als 1 Prozent aus. Bei ARD und ZDF bestehen die „Anderen Werbeformen“ (0,3 bzw. 0,2%) aus Sponsorhinweisen. Bei RTL (0,8%) sind es Gewinnspielvarianten, Sponsorwerbung und Merchandising. Bei SAT.1 (0,9%) ist als Dauerwerbesendung nur noch „Gottschalk kommt“ verblieben, der Rest entfällt auf Sponsorwerbung und Sonstiges. ProSieben (0,6%)

Sport: Unterschiedliche Verteilung bei Öffentlich-rechtlichen und Privaten

Kinder-/Jugendprogramm: bei Privaten hauptsächlich Fiction

Überwiegend Blockwerbung, andere Werbeformen weiter rückläufig

⑥ Inhaltsstruktur der nichttagesaktuellen Informationssendungen 1998 und 1999

ohne Nachrichten und Morgenmagazine

	ARD			ZDF			RTL		
	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98
Minuten pro Tag									
1 Politik/Wirtschaft	73	95	22	102	119	16	22	9	- 14
2 Gesellschaft/Justiz	17	16	- 1	20	48	27	3	2	- 1
3 Kultur/Wissenschaft	36	29	- 6	49	64	15	5	10	5
4 Soziales/Gesundheit	29	32	3	33	32	- 2	15	25	10
5 Tier/Natur	54	41	- 13	29	33	4	5	6	1
6 Freizeit/Sport	28	41	13	20	19	- 1	6	12	6
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	7	3	- 4	3	9	6	2	5	2
8 Human Interest/Prominenz	34	24	- 10	30	36	6	38	70	32
9 Partnerschaft/Erotik	2	0	- 2	0	0	0	3	4	1
10 Katastrophen/Unglücke	2	5	3	2	6	4	22	12	- 10
11 Kriminalität	5	9	4	18	10	- 8	16	18	2
12 Sonstiges	4	4	1	6	2	- 4	3	3	0
13 Mischformen	32	57	25	43	35	- 8	24	36	12
Gesamt	323	358	35	356	412	56	166	213	47
Prozent									
1 Politik/Wirtschaft	22,5	26,6	4,1	28,8	28,8	0,0	13,5	4,2	- 9,3
2 Gesellschaft/Justiz	5,2	4,5	- 0,7	5,7	11,6	5,9	2,1	1,0	- 1,0
3 Kultur/Wissenschaft	11,0	8,1	- 2,9	13,8	15,6	1,8	3,1	4,7	1,6
4 Soziales/Gesundheit	9,1	9,0	- 0,1	9,4	7,7	- 1,7	9,2	11,8	2,7
5 Tier/Natur	16,6	11,5	- 5,2	8,2	8,0	- 0,2	3,2	3,0	- 0,2
6 Freizeit/Sport	8,7	11,5	2,8	5,7	4,6	- 1,1	3,3	5,6	2,2
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	2,3	1,0	- 1,3	0,8	2,1	1,3	1,5	2,2	0,7
8 Human Interest/Prominenz	10,6	6,7	- 3,9	8,4	8,8	0,4	22,6	32,8	10,2
9 Partnerschaft/Erotik	0,6	0,1	- 0,5	-	-	-	2,1	2,1	0,0
10 Katastrophen/Unglücke	0,7	1,5	0,8	0,5	1,5	1,0	13,4	5,7	- 7,7
11 Kriminalität	1,5	2,5	1,0	5,1	2,4	- 2,7	9,9	8,5	- 1,4
12 Sonstiges	1,2	1,2	0,0	1,7	0,5	- 1,1	1,8	1,5	- 0,3
13 Mischformen	9,9	15,8	5,9	12,0	8,5	- 3,5	14,3	16,8	2,4
Gesamt	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	- 0,0
	SAT.1			ProSieben			Gesamt		
	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98
Minuten pro Tag									
1 Politik/Wirtschaft	13	10	- 3	8	9	1	218	241	23
2 Gesellschaft/Justiz	7	7	1	3	3	0	50	77	27
3 Kultur/Wissenschaft	8	14	6	15	29	14	114	146	32
4 Soziales/Gesundheit	6	10	4	9	16	7	94	116	22
5 Tier/Natur	7	9	1	4	8	5	100	98	- 2
6 Freizeit/Sport	5	12	7	1	5	5	60	90	30
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	4	3	- 1	4	5	1	20	25	5
8 Human Interest/Prominenz	32	47	15	33	53	20	167	230	63
9 Partnerschaft/Erotik	3	1	- 1	0	2	2	9	9	0
10 Katastrophen/Unglücke	5	6	2	7	8	1	37	38	1
11 Kriminalität	14	13	- 1	12	19	7	63	69	6
12 Sonstiges	0	4	3	1	3	2	14	16	2
13 Mischformen	10	10	0	13	10	- 3	122	147	25
Gesamt	114	146	32	109	171	62	1068	1300	231
Prozent									
1 Politik/Wirtschaft	11,2	6,6	- 4,6	6,9	5,1	- 1,8	20,4	18,6	- 1,9
2 Gesellschaft/Justiz	5,7	5,0	- 0,7	2,8	1,8	- 1,0	4,7	5,9	1,2
3 Kultur/Wissenschaft	7,3	9,6	2,4	14,0	16,9	2,9	10,7	11,3	0,6
4 Soziales/Gesundheit	5,3	7,1	1,9	8,3	9,4	1,1	8,8	8,9	0,1
5 Tier/Natur	6,5	6,0	- 0,5	3,3	5,0	1,6	9,4	7,5	- 1,8
6 Freizeit/Sport	4,5	8,5	3,9	0,5	3,1	2,6	5,6	6,9	1,3
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	3,3	1,9	- 1,4	3,5	3,0	- 0,5	1,9	1,9	0,0
8 Human Interest/Prominenz	27,9	32,0	4,1	30,4	30,8	0,4	15,6	17,7	2,0
9 Partnerschaft/Erotik	2,5	1,0	- 1,5	0,4	1,4	1,0	0,8	0,7	- 0,2
10 Katastrophen/Unglücke	4,3	4,4	0,1	6,5	4,4	- 2,0	3,5	2,9	- 0,6
11 Kriminalität	12,4	8,8	- 3,6	11,0	11,2	0,3	5,9	5,3	- 0,6
12 Sonstiges	0,4	2,4	2,1	0,6	1,7	1,1	1,3	1,2	- 0,1
13 Mischformen	8,8	6,6	- 2,2	11,8	6,0	- 5,8	11,4	11,3	- 0,1
Gesamt	100,0	100,0	-	100,0	100,0	- 0,0	100,0	100,0	- 0,0

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.

Untersuchungszeitraum 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.

sendet Sponsorwerbung und andere Varianten der freien Werbeformen.

Inhaltsprofile im nichttagesaktuellen Informationsangebot

Erhebungseinheiten für die Analyse der Programme auf Beitragsebene sind alle Beiträge in non-fiktionalen Sendungen (außer Nachrichten und Magazinen am Morgen), denen man ein Thema zuordnen kann. Die inhaltliche Aufschlüsselung der Einzelbeiträge einer Sendung nach Themenbereichen zeigt die qualitativen Unterschiede zwischen den Sendungen präziser an. Dabei treten vor allem die Prioritäten der Sender bei der Themenwahl hervor. Im ersten Schritt wird die inhaltliche Struktur nach folgenden 13 Kategorien verglichen: 1. Politik/Wirtschaft, 2. Gesellschaft/Justiz, 3. Kultur/Wissenschaft, 4. Soziales/Gesundheit, 5. Tier/Natur, 6. Freizeit/Sport, 7. Alltagsleben/Beziehungskonflikte, 8. Human Interest/Prominenz, 9. Partnerschaft/Erotik, 10. Katastrophen/Unglücke, 11. Kriminalität, 12. Sonstiges, 13. Mischformen.

ARD/ZDF bestreiten 1999 60 % des nichttagesaktuellen Infoangebots

Das Gesamtangebot an nichttagesaktuellen Informationssendungen der fünf untersuchten Programme umfasst 1999 1300 Minuten pro Tag, das sind 231 Minuten mehr als im Vorjahr (vgl. Tabelle 6). Auf die beiden öffentlich-rechtlichen Sender entfallen 59 Prozent, auf die drei privaten Sender 41 Prozent.

Themenschwerpunkte bei ARD/ZDF: Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, bei Privaten: Human Interest, Kriminalität, Katastrophen

Während die Öffentlich-rechtlichen bei den Themen aus Politik und Wirtschaft, Gesellschaft und Justiz, Kultur und Wissenschaft dominieren, liegen die Angebotsschwerpunkte der Privaten in den Themenbereichen Human Interest, Prominenz und Lifestyle, Katastrophen, Unglücke und Kriminalität. Mehr als ein Viertel der Sendedauer, die ARD (26,6%) und ZDF (28,8%) für Informationsangebote in nichttagesaktuellen Sendungen aufwenden, entfällt auf Themen aus Politik und Wirtschaft. Bei RTL waren es 4,2 Prozent, bei SAT.1 6,6 Prozent und bei ProSieben 5,1 Prozent. Während die Politikinhalte bei der ARD zunahmen und beim ZDF konstant blieben, gingen sie bei RTL (-9,3%-Punkte) und bei SAT.1 (-4,6%-Punkte) stark zurück. In diesem Rückgang zeigt sich der Effekt, den das Wahljahr 1998 bei den Privatsendern hatte. An die Stelle der Beiträge aus Politik und Wirtschaft treten im „normalen“ Ereignisjahr wieder Beiträge der Kategorie Human Interest/Lifestyle/Prominenz, deren Anteil 1999 fast ein Drittel beträgt. Er ist gegenüber 1998 bei RTL um 10,2 Prozentpunkte und bei SAT.1 um 4,1 Prozentpunkte gestiegen.

An den politischen Themen wird ferner deutlich, dass ARD und ZDF wesentlich umfangreicher als die privaten Sender über die Ereignisse im Kosovo berichtet haben. Dieses Thema findet sich außerhalb der Nachrichten, der Morgen- und Mittagsmagazine im „ARD-Brennpunkt“, „ZDF-Spezial“, „RTL Nachtjournal Spezial“ und anderen Politiksendungen.

Schaut man auf die „harten“ Boulevardinhalte, Katastrophen/Unglücke und Kriminalität, sind bei ARD (4,0%) und ZDF (3,9%) vergleichsweise geringe Anteile festzustellen, bei RTL (14,2%) und SAT.1 (13,2%) dagegen mehr als dreimal so viel. Ähnlichkeiten zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern gibt es auf der anderen Seite in der Gewichtung der Themenbereiche Kultur und Wissenschaft sowie Soziales und Gesundheit. Auffällig ist das starke und deutlich erhöhte Angebot im Themenbereich Kultur und Wissenschaft bei ProSieben (16,9%). Dazu trägt erheblich die neue, überwiegend populärwissenschaftliche Sendung „Galileo“ bei.

Inhaltsprofile und Positionierung ausgewählter Sendereihen

In einem weiteren Analyseschritt werden die nichttagesaktuellen Informationssendungen genauer betrachtet. Als Untersuchungsbasis dienen 40 Sendereihen, die zusammen 534 ausgestrahlte Sendungen (einschl. Wiederholungen) mit insgesamt 4809 Themenbeiträgen und einer Sendedauer von 13814 Minuten umfassen (vgl. Tabelle 7). Diese Sendungen decken knapp 40 Prozent des gesamten nichttagesaktuellen Informationsangebots ab, sie bestehen jeweils aus mehreren Beiträgen und werden überwiegend zu zuschauerfreundlichen Tageszeiten ausgestrahlt.

Für jede Sendereihe lässt sich anhand der Inhaltskategorien ein Inhaltsprofil ermitteln. Von Interesse sind dabei folgende Fragen: 1. Durch welche Art von Information unterscheiden sich die Sendungen? 2. Wie unterscheidet sich die Positionierung der Sendereihen öffentlich-rechtlicher und privater Sender im Programmjahr 1999? 3. Wie unterscheiden sich die im Programmjahr neu hinzugekommenen Sendungen von den schon laufenden?

Anhand einer Korrespondenzanalyse kann man die Inhaltsprofile der einzelnen Sendungen auf ihren wesentlichen Gehalt reduzieren und die Ähnlichkeiten bzw. Unterschiede grafisch darstellen (Einbezogen sind 35 Sendereihen, unberücksichtigt bleiben einige thematisch homogene Gerichts-, Kultur- und Wissenschaftssendungen) (4). Hieraus ergibt sich ein leicht überschaubares Bild von der Positionierung der verschiedenen Sendereihen, die sich zu Typen gruppieren lassen. Zugleich tritt dabei die qualitative publizistische Orientierung der Sender mit ihren Informationsangeboten deutlicher hervor (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1 stellt ein zweidimensionales Bezugssystem dar, in welchem die (waagerechte) x-Achse als Hauptdimension zwischen politischen Inhalten und nichtpolitischen, unterhaltsamen In-

Private bieten dreimal soviel „harte“ Boulevardthemen wie Öffentlich-rechtliche

Für Sendereihen des nichttagesaktuellen Informationsangebots Inhaltsprofile erstellt

Korrespondenzanalyse zeigt Ähnlichkeiten und Unterschiede der Sendungen

⑦ Inhaltsprofile für ausgewählte Sendereihen des nichttagesaktuellen Informationsangebots 1999

Sendedauer in %

Sender	Sendereihe	Anzahl der Sendung.	Beiträge	Sendedauer in Min.	Politik/Wirtschaft	Gesellsch./Justiz	Kultur/Wissensch.	Soziales/Gesundh.	Tier/Natur
ARD	ARD Brennpunkt	5	8	132	92	-	-	-	-
ARD	Brisant	44	633	1 222	7	8	4	13	6
ARD	Europamagazin	6	33	151	64	18	5	7	-
ARD	Kontraste	2	12	87	38	21	-	-	-
ARD	Kulturreport	5	32	146	-	-	100	-	-
ARD	Länderzeit aktuell	19	90	188	5	3	15	23	8
ARD	Panorama	6	36	223	41	20	17	10	-
ARD	Plusminus	8	56	214	65	5	-	12	-
ARD	Report aus Mainz	4	24	159	54	15	-	-	-
ARD	Report aus München	4	34	179	80	-	-	16	-
ARD	Weltspiegel	7	46	269	50	20	16	12	-
ZDF	Aspekte	5	31	144	-	-	96	-	-
ZDF	Auslandsjournal	4	22	121	45	10	-	16	-
ZDF	Berlin direkt	4	15	76	100	-	-	-	-
ZDF	Frontal	4	36	176	42	41	2	10	-
ZDF	Hallo Deutschland	35	429	935	11	8	3	6	3
ZDF	Kennzeichen D	3	16	90	43	50	-	7	-
ZDF	Leute heute	30	144	276	-	-	-	-	-
ZDF	Streit um Drei	12	14	578	-	100	-	-	-
ZDF	Wiso	5	62	201	90	-	4	-	-
ZDF	ZDF spezial	10	17	556	95	-	-	-	-
RTL	Exklusiv - Das Star-Magazin	26	157	286	3	-	-	-	-
RTL	Explosiv - Das Magazin	21	166	424	1	2	-	8	1
RTL	Guten Abend RTL	21	301	401	4	3	1	6	7
RTL	Spiegel TV Magazin	7	42	282	38	15	7	9	-
RTL	Stern TV	7	115	582	6	-	12	26	6
SAT.1	17:30 Live aus NRW	28	246	414	8	2	5	9	2
SAT.1	Akte 99	4	51	238	3	3	14	14	-
SAT.1	AXN	12	89	270	-	-	2	-	1
SAT.1	Blitz	43	387	994	1	5	2	11	3
SAT.1	Blitzlicht	24	129	271	-	-	-	-	-
SAT.1	Echt wahr!	24	570	1 083	2	-	3	4	10
SAT.1	Newsmaker	3	24	107	-	-	-	20	-
SAT.1	Richterin Barbara Salesch	6	18	136	-	100	-	-	-
SAT.1	Spiegel TV Reportage	4	4	126	100	-	-	-	-
Pro7	Die Reporter	8	69	382	-	5	-	23	6
Pro7	Focus TV	8	66	390	19	9	13	8	3
Pro7	Galileo	30	219	510	2	-	69	15	2
Pro7	Max	8	75	184	-	-	-	-	-
Pro7	taff	28	291	611	-	1	1	11	1
	40 Sendetitel	534	4 809	13 814					

Fortsetzung nächste Seite

halten der Sendungen trennt. Vereinfacht ausgedrückt bedeutet dies: Je weiter eine Sendereihe links vom Ursprung (Nullpunkt) platziert wird, desto stärker wird ihr Inhalt von politisch und gesellschaftlich relevanten Themen geprägt. Je weiter dagegen eine Sendereihe rechts vom Ursprung platziert wird, desto stärker wird ihr Inhalt von nichtpolitischen, unterhaltsamen Themen geprägt. Die (senkrechte) y-Achse trägt zur weiteren Differenzierung der Sendungen mit überwiegend nichtpolitischen Inhalten bei.

Die Korrespondenzanalyse für Sendereihen führt zu drei Gruppierungen, die man wie folgt interpretieren kann:

Drei Gruppierungen von Sendereihen

1. Sendereihen mit hohem Politikgehalt: Diese sind geprägt durch die Inhaltskategorien Politik/Wirtschaft und Gesellschaft/Justiz. Außer „Spiegel TV Magazin“ und „Spiegel TV Reportage“ stammen alle Sendungen dieser Gruppierung von ARD (ARD-Brennpunkt, Report aus Mainz, Report aus München, Europamagazin, Kontraste, Panorama, Plusminus, Weltspiegel) und ZDF (Berlin direkt, Auslandsjournal, Frontal, Kennzeichen D, Wiso, ZDF-Spezial).

⑦ Inhaltsprofile für ausgewählte Sendereihen des nichttagesaktuellen Informationsangebots 1999 (Fortsetzung)

Sendedauer in %

Sender	Sendereihe	Freizeit/ Sport	Alltags-Be-/ ziehungs- konflikte	Human Interest/ Promin.	Partner- schaft/ Erotik	Katas- trophien/ Unglück	Krimi- nalität	Sonstiges	Misch- formen	Gesamt
ARD	ARD Brennpunkt	-	-	-	-	8	-	-	-	100
ARD	Brisant	2	3	33	-	9	11	-	5	100
ARD	Europamagazin	-	-	-	-	-	4	-	2	100
ARD	Kontraste	-	-	-	-	-	41	-	1	100
ARD	Kulturreport	-	-	-	-	-	-	-	-	100
ARD	Länderzeit aktuell	11	-	13	-	-	-	-	20	100
ARD	Panorama	-	-	-	-	9	-	4	-	100
ARD	Plusminus	8	3	-	-	-	5	-	2	100
ARD	Report aus Mainz	-	-	-	-	-	-	-	31	100
ARD	Report aus München	-	-	-	-	-	-	-	4	100
ARD	Weltspiegel	-	-	-	-	-	-	-	2	100
ZDF	Aspekte	-	-	-	-	-	-	4	-	100
ZDF	Auslandsjournal	-	-	-	-	16	11	-	2	100
ZDF	Berlin direkt	-	-	-	-	-	-	-	-	100
ZDF	Frontal	-	-	-	-	-	-	-	5	100
ZDF	Hallo Deutschland	3	1	40	-	11	12	1	1	100
ZDF	Kennzeichen D	-	-	-	-	-	-	-	-	100
ZDF	Leute heute	-	-	100	-	-	-	-	-	100
ZDF	Streit um Drei	-	-	-	-	-	-	-	-	100
ZDF	Wiso	-	4	2	-	-	-	-	-	100
ZDF	ZDF spezial	-	-	5	-	-	-	-	-	100
RTL	Exklusiv - Das Star-Magazin	-	-	88	3	-	3	-	3	100
RTL	Explosiv - Das Magazin	5	7	23	4	10	35	-	4	100
RTL	Guten Abend RTL	6	1	18	-	9	11	1	32	100
RTL	Spiegel TV Magazin	2	-	-	5	3	15	-	4	100
RTL	Stern TV	22	-	8	-	-	13	5	3	100
SAT.1	17:30 Live aus NRW	4	1	17	1	6	8	4	33	100
SAT.1	Akte 99	-	2	18	8	8	18	3	7	100
SAT.1	AXN	61	1	20	-	-	-	11	4	100
SAT.1	Blitz	4	5	44	1	4	8	1	10	100
SAT.1	Blitzlicht	-	-	93	-	-	-	-	7	100
SAT.1	Echt wahr!	16	1	27	-	14	7	5	10	100
SAT.1	Newsmaker	19	8	11	7	11	21	-	3	100
SAT.1	Richterin Barbara Salesch	-	-	-	-	-	-	-	-	100
SAT.1	Spiegel TV Reportage	-	-	-	-	-	-	-	-	100
Pro7	Die Reporter	22	-	9	-	12	18	-	5	100
Pro7	Focus TV	3	8	10	3	5	10	7	3	100
Pro7	Galileo	2	-	2	-	4	1	-	4	100
Pro7	Max	-	-	98	-	-	-	2	-	100
Pro7	taff	1	1	42	5	7	17	1	12	100

- Sendereihen mit heterogener Mischung aus überwiegend nichtpolitischen Inhaltskategorien: Hier dominieren die Themenbereiche Alltagsleben/Beziehungskonflikte, Erotik, Freizeit/Sport, Kriminalität, Unglücke, Tier/Natur, Sonstiges, Mischform. Dieser Gruppierung lassen sich die Boulevardmagazine (Blitz, Brisant, Explosiv, Hallo Deutschland, taff), aber auch die Regionalmagazine (17:30 Live aus NRW, Guten Abend RTL, Länderzeit aktuell) zuordnen. Hierzu gehören ferner als Teilgruppe die Reihen „Akte 99“, „Die Reporter“, „Newsmaker“, ebenso „Stern TV“, „Echt wahr!“ und „AXN“.
- Sendereihen mit hohem Unterhaltungsanteil: Diese sind geprägt durch die Inhaltskategorien

Human Interest/Lifestyle/Prominenz. Sie bilden den Gegenpol zu den Politiksendungen. Hierzu gehören „Exklusiv - Das Star-Magazin“, „Blitzlicht“, „Max“ und „Leute heute“.

Betrachtet man die so gruppierten Sendungen nach Rundfunktypen, so stammen die politisch und gesellschaftlich relevanten Informationsleistungen im nichttagesaktuellen Angebot fast ausschließlich vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk, während die Sendereihen, in denen nichtpolitische

Politisch und gesellschaftlich relevante Information stammt fast ausschließlich von Öffentlich-rechtlichen

⑧ Inhaltsstruktur der Talkshows 1998 und 1999

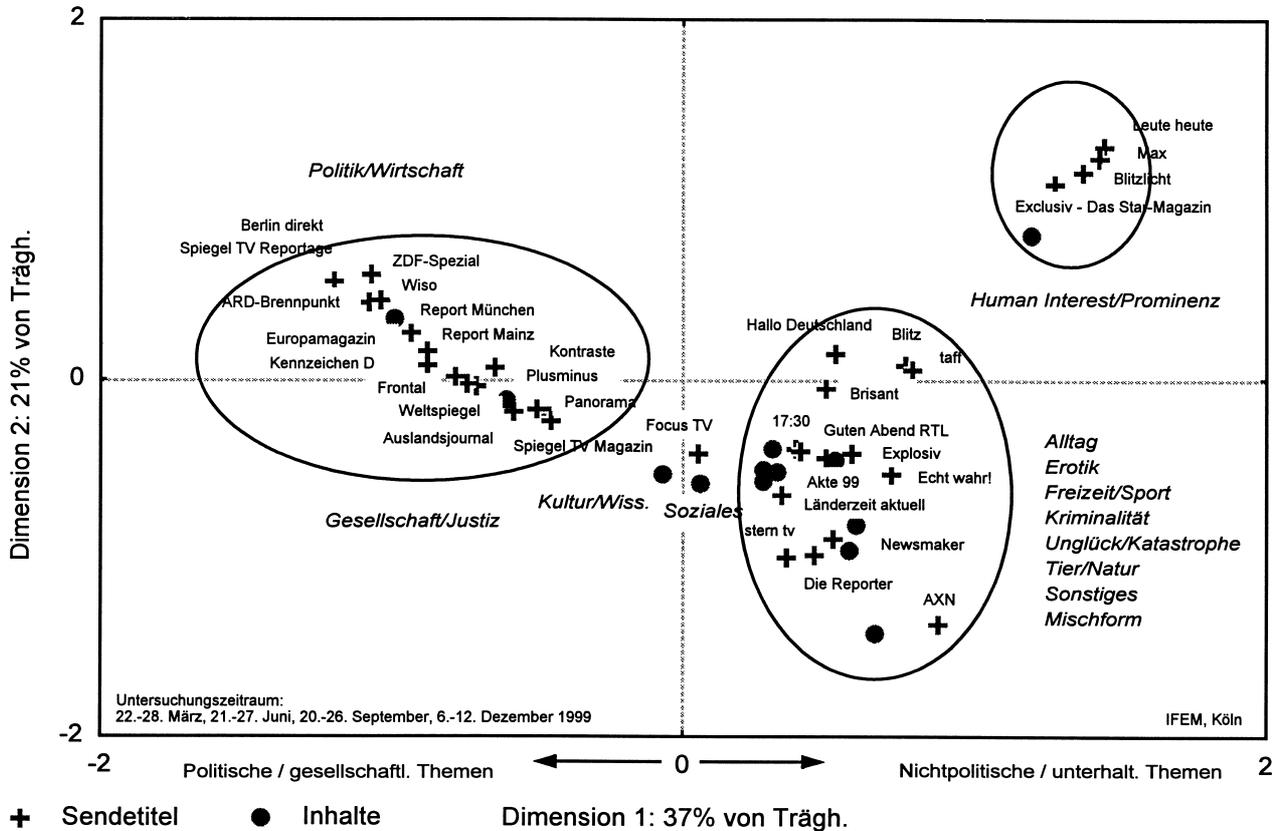
	ARD			ZDF			RTL		
	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98
Minuten pro Tag									
1 Politik/Wirtschaft	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 Gesellschaft/Justiz	-	-	-	-	-	-	3	5	2
3 Kultur/Wissenschaft	-	4	4	4	-	-4	-	-	-
4 Soziales/Gesundheit	22	9	-13	4	4	-	27	3	-23
5 Tier/Natur	-	-	-	-	2	2	-	-	-
6 Freizeit/Sport	2	4	2	2	-	-2	17	-	-17
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	14	12	-2	16	8	-8	113	134	21
8 Human Interest/Prominenz	19	28	9	36	13	-23	10	52	42
9 Partnerschaft/Erotik	2	8	6	4	4	-	47	65	18
10 Katastrophen/Unglücke	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 Kriminalität	-	-	-	-	-	-	3	-	-3
12 Sonstiges	3	-	-3	-	-	-	-	-	-
13 Mischformen	9	9	-1	10	2	-8	3	1	-2
Gesamt	72	74	2	75	28	-47	224	260	36
Prozent									
1 Politik/Wirtschaft	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 Gesellschaft/Justiz	-	-	-	-	-	-	1,6	1,9	0,4
3 Kultur/Wissenschaft	-	5,4	5,4	4,8	-	-4,8	-	-	-
4 Soziales/Gesundheit	31,2	12,7	-18,5	5,3	13,6	8,3	12,0	1,3	-10,7
5 Tier/Natur	-	-	-	-	6,4	6,4	-	-	-
6 Freizeit/Sport	3,0	5,5	2,6	2,4	-	-2,4	7,4	-	-7,4
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	19,9	16,4	-3,4	21,1	27,1	6,0	50,5	51,4	0,9
8 Human Interest/Prominenz	25,9	37,2	11,4	47,7	45,7	-2,0	4,5	20,1	15,6
9 Partnerschaft/Erotik	2,8	11,0	8,2	5,3	14,3	9,0	20,9	24,9	3,9
10 Katastrophen/Unglücke	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 Kriminalität	-	-	-	-	-	-	1,6	0,1	-1,5
12 Sonstiges	4,3	-	-4,3	-	-	-	-	-	-
13 Mischformen	13,0	11,7	-1,3	13,4	7,2	-6,2	1,5	0,4	-1,2
Gesamt	100,0	100,0	-	100,0	100,0	-	100,0	100,0	-
	SAT.1			ProSieben			Gesamt		
	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98
Minuten pro Tag									
1 Politik/Wirtschaft	-	-	-	1	-	-1	1	-	-1
2 Gesellschaft/Justiz	-	-	-	-	3	3	4	8	4
3 Kultur/Wissenschaft	-	2	2	1	-	-1	5	6	1
4 Soziales/Gesundheit	15	19	4	2	3	1	70	39	-31
5 Tier/Natur	2	-	-2	-	-	-	2	2	-
6 Freizeit/Sport	-	5	5	4	4	-	25	13	-12
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	47	72	24	52	59	7	242	284	42
8 Human Interest/Prominenz	55	66	11	41	40	-1	160	198	38
9 Partnerschaft/Erotik	47	34	-13	13	53	40	113	160	47
10 Katastrophen/Unglücke	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 Kriminalität	15	-	-15	-	-	-	18	-	-18
12 Sonstiges	-	-	-	-	-	-	3	-	-3
13 Mischformen	-	3	3	4	4	-	27	19	-8
Gesamt	181	201	20	118	166	48	669	729	59
Prozent									
1 Politik/Wirtschaft	-	-	-	0,4	-	-0,4	0,1	-	-0,1
2 Gesellschaft/Justiz	0,2	-	-0,2	-	1,9	1,9	0,6	1,1	0,5
3 Kultur/Wissenschaft	-	0,8	0,8	0,8	-	-0,8	0,7	0,8	0,1
4 Soziales/Gesundheit	8,3	9,7	1,4	1,8	2,0	0,1	10,5	5,4	-5,1
5 Tier/Natur	0,9	-	-0,9	-	-	-	0,3	0,2	-
6 Freizeit/Sport	-	2,4	2,4	3,6	2,3	-1,3	3,7	1,8	-1,9
7 Alltags-/Beziehungskonflikte	26,1	35,7	9,6	43,9	35,4	-8,5	36,2	39,0	2,8
8 Human Interest/Prominenz	30,3	32,7	2,5	34,9	24,1	-10,7	23,9	27,2	3,3
9 Partnerschaft/Erotik	25,9	17,0	-8,9	11,3	31,9	20,7	16,9	21,9	5,1
10 Katastrophen/Unglücke	-	-	-	0,1	-	-0,1	-	-	-
11 Kriminalität	8,2	-	-8,2	-	-	-	2,7	-	-2,7
12 Sonstiges	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-0,5
13 Mischformen	-	1,6	1,6	3,2	2,3	-0,9	4,0	2,6	-1,4
Gesamt	100,0	100,0	-	100,0	100,0	-	100,0	100,0	-

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.
 Untersuchungszeitraum 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.

Abb. 1 Korrespondenzanalyse: Positionierung von Informationssendungen 1999

ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben

Standardisierung: Zeilen-/Spalten-Profile



Themen vorherrschen, sowohl von öffentlich-rechtlichen als auch von privaten Anbietern ausgestrahlt werden. Letztere bestehen aus zwei Gruppierungen, einer großen mit überwiegend boulevardorientierten Sendungen sowie einer kleineren mit leichten unterhaltsamen Infosendungen. In diesem nichtpolitischen Segment haben sich die Privatsender bisher am stärksten etabliert, auch wenn beide Rundfunktypen darin konkurrieren. Die qualitative Positionierung der einzelnen Sendereihen, die dieses Gesamtbild veranschaulicht, ergibt sich aus dem Mischungsverhältnis zwischen Sach- und Personenorientierung, Politisierung und Boulevardisierung, Wissensvermittlung und Unterhaltung. Dieses Mischungsverhältnis auf die Sendungsebene übertragen zeigt, welche publizistische Grundorientierung von den Sendern vertreten wird.

sich vorwiegend um Sendungen, die nach Format und Themenmischung in den Grenzbereich zwischen Information und Unterhaltung fallen. Problematisch wird ihre Einstufung als Informationssendung besonders dann, wenn solche Sendungen wie „Echt wahr!“ oder „Richterin Barbara Salesch“ (SAT.1) aufgrund ihres werktäglichen Ausstrahlungsrhythmus einen wesentlichen Anteil zum Informationsangebot des Senders beisteuern. Auf der Ebene der Hauptkategorien entstehen so scheinbare Strukturähnlichkeiten zwischen den Sendern, die sich jedoch bei näherer inhaltlicher Prüfung nicht bestätigen.

Inhaltsprofile im Talkshowangebot

Auch das Talkshowangebot hat sich 1999 gegenüber dem Vorjahr erhöht und umfasst jetzt 729 Minuten pro Tag (ca. eine Stunde mehr). Auf ARD und ZDF entfallen davon nur 14 Prozent (102 Minuten), auf die Privaten 86 Prozent (627 Minuten). War das ohnehin geringe Talkshowangebot von ARD und ZDF im Jahr 1998 noch etwa gleich groß, so hat sich beim ZDF die Sendezeit für Talkshows um zwei Drittel verringert.

Informationsformate haben sich 1999 stärker in den nichtpolitischen Bereich ausdifferenziert

Bei den in den Untersuchungswochen des Jahres 1999 neu hinzugekommenen Sendungen der Stichprobe handelt es sich ausschließlich um nichtpolitische Angebote. Hier sind zu nennen beim ZDF „Streit um drei“, bei SAT.1 „AXN“, „Echt wahr!“ (5), „Newsmaker“ und „Richterin Barbara Salesch“, bei ProSieben „Galileo“ (bereits seit Ende 1998) und „Max“. Demnach haben sich die Informationsformate 1999 stärker in den nichtpolitischen Bereich ausdifferenziert. Dabei handelt es

⑨ Inhaltsstruktur der Talkshows nach zusammengefaßten Themenbereichen 1998 und 1999

	ARD			ZDF			RTL		
	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98
Minuten pro Tag									
Politisch/gesellschaftl. relevante Themen	-	-	-	-	-	-	3	5	2
Nichtpolitische Sachthemen	22	13	- 9	8	6	- 2	27	3	- 23
Human Interest/Lifestyle/Prominenz	30	41	10	48	15	- 33	30	53	23
Privater Alltag/Intimes	16	20	4	20	8	- 12	160	198	39
Sonstiges	3	-	- 3	-	-	-	3	-	- 3
Gesamt	72	74	2	75	28	- 47	224	260	36
Prozent									
Politisch/gesellschaftl. relevante Themen	-	-	-	-	-	-	1,6	1,9	0,4
Nichtpolitische Sachthemen	31,2	18,1	- 13,1	10,1	20,0	9,9	12,0	1,3	- 10,7
Human Interest/Lifestyle/Prominenz	41,8	54,5	12,7	63,5	52,8	- 10,6	13,4	20,5	7,0
Privater Alltag/Intimes	22,7	27,4	4,7	26,4	27,1	0,7	71,5	76,3	4,8
Sonstiges	4,3	-	- 4,3	-	0,0	-	1,6	0,1	- 1,5
Gesamt	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	0,0

	SAT1			ProSieben			Gesamt		
	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98	1998	1999	Diff.99-98
Minuten pro Tag									
Politisch/gesellschaftl. relevante Themen	-	-	-	1	3	3	4	8	4
Nichtpolitische Sachthemen	17	21	4	3	3	-	77	47	- 30
Human Interest/Lifestyle/Prominenz	55	74	19	49	48	- 1	212	230	18
Privater Alltag/Intimes	94	106	12	65	112	47	355	444	89
Sonstiges	15	-	- 15	-	-	-	22	-	- 22
Gesamt	181	201	20	118	166	48	669	729	59
Prozent									
Politisch/gesellschaftl. relevante Themen	0,2	-	- 0,2	0,4	1,9	1,5	0,7	1,1	0,5
Nichtpolitische Sachthemen	9,2	10,5	1,3	2,6	2,0	- 0,6	11,4	6,4	- 5,0
Human Interest/Lifestyle/Prominenz	30,3	36,8	6,5	41,7	28,8	- 12,9	31,6	31,6	- 0,1
Privater Alltag/Intimes	52,0	52,7	0,7	55,2	67,3	12,1	53,0	60,9	7,8
Sonstiges	8,3	-	- 8,3	0,1	-	- 0,1	3,2	-	- 3,2
Gesamt	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	0,0

Untersuchungszeitraum 1998: 2.-8. März, 29. Juni - 5. Juli, 21.-27. September, 7.-13. Dezember.
 Untersuchungszeitraum 1999: 22.-28. März, 21.-27. Juni, 20.-26. September, 6.-12. Dezember.

Themenspektrum der Talkshows (ohne Polit-Talk) wesentlich schmäler als bei den Informationssendungen

Nach Inhaltskategorien aufgeschlüsselt zeigt sich bei den Talkshows eine geringere Vielfalt an Themenkategorien als bei den Informationssendungen (vgl. Tabelle 8). Das Angebot konzentriert sich auf wenige formatspezifische Kategorien, während andere Inhaltskategorien eher sporadisch oder gar nicht besetzt sind. Hier wirkt sich aus, dass die wenigen politischen Talkshows bewusst ausgeklammert und den politischen Informationssendungen zugerechnet worden sind. Damit erfährt das verbleibende Talkshowangebot auch eine qualitative Einschränkung. Stellt man die inhaltliche Struktur der Talkshows in den Kategorien dar, die zur langfristigen Analyse der Thementrends verwendet worden sind (6), lassen sich die Schwerpunkte wie folgt charakterisieren (vgl. Tabelle 9):

In den Abendtalkshows dominiert „Prominenz“, am Nachmittag „Private Intimität“

Differenziert nach fünf Themenbereichen – 1. politisch und gesellschaftlich relevante Themen, 2. nichtpolitische Sachthemen, 3. Themen der Kategorien Human Interest/Lifestyle/Prominenz, 4. Themen des privaten Alltags/Beziehungskonflikte/Inti-

mes und 5. Sonstiges – findet man in den Talkshows der Öffentlich-rechtlichen den Schwerpunkt auf leichten unterhaltsamen Inhalten im Sinne von Human Interest und Prominenz, während der Schwerpunkt in den Talkshows der Privaten stärker in den Themen des privaten Alltags, der Privat- und Intimsphäre des Einzelnen, seinen Gefühlen und zwischenmenschlichen Konflikten liegt. Mit diesen beiden inhaltlichen Schwerpunkten ist zugleich ein wesentlicher Formatunterschied verknüpft: der Faktor Prominenz mit den Sendungen am Abend und der Faktor private anonyme Intimität mit den tagsüber ausgestrahlten Talkshows. Wie der Vergleich der inhaltlichen Struktur der Talkshows aus den beiden letzten Jahren zeigt, hat die Thematisierung des Privaten und Intimen (60,9%) weiter zugenommen, während die Sachthemen (6,4%) zurückgegangen sind. Konstant geblieben ist der Themenkomplex Human Interest/Lifestyle/Prominenz (31,6%). Die politisch und gesellschaftlich relevanten Themen (1,1%) sind demgegenüber marginal.

Unterhalb dieses generellen Trends gibt es senderspezifische Abweichungen. So haben sich bei

der ARD die Themen, die in der Kategorie nichtpolitische Sachthemen (18,1 %) zusammengefasst sind, zugunsten der eher personenorientierten Themen aus der Kategorie Human Interest/Lifestyle/Prominenz (54,5 %) verringert. Beim ZDF ist das Talkshowangebot stark verringert worden, was sich auf die Themenstruktur ausgewirkt hat. Im Einzelnen ist der Themenbereich Human Interest/Lifestyle/Prominenz (52,8 %) kleiner geworden, während nichtpolitische Sachthemen (20,0 %) relativ zugelegt haben. Diese Verschiebung kommt weniger durch die Einstellung der tagsüber ausgestrahlten Talkshow „Mensch, Ohrner“ als durch das Fehlen der Abendsendungen „Menschen“ und „Willemssens Woche“ zustande.

Privatsender: Überwiegend Daily Talks mit Themenschwerpunkt Privatleben

Bei RTL wird die Themenstruktur am stärksten von allen Sendern durch die sogenannten Daily Talks geprägt. Hier entfallen über drei Viertel des Talkshowangebots auf Themen des Privatlebens (76,3 %). Überwiegend werden Alltags-/Beziehungskonflikte (51,4 %) und Partnerschaft/Erotik (24,9 %) in diesen Sendungen im Tagesprogramm thematisiert. Ein Fünftel entfällt auf Human Interest/Lifestyle/Prominenz (20,0 %), politisch und gesellschaftlich relevante Themen (1,9 %) und nichtpolitische Sachthemen (1,3 %) haben nur geringe Anteile.

Das Talkshowangebot bei SAT.1 wird über die Hälfte von den Themen des Privatlebens (52,7 %) geprägt. Über ein Drittel entfällt auf Human Interest/Lifestyle/Prominenz (36,8 %). Ein weiteres Zehntel wird mit nichtpolitischen Sachthemen (10,5 %) bestritten.

Bei ProSieben entfallen zwei Drittel des Talkshowangebots auf Themen des Privatlebens (67,3 %). Dabei erhalten der Themenbereich Partnerschaft/Erotik (31,9 %) fast das gleiche Gewicht wie der Bereich Alltags- und Beziehungskonflikte (35,4 %). Auf Human Interest/Lifestyle/Prominenz entfallen weitere 28,8 Prozent. Die Themen aus Politik und Wirtschaft (1,9 %) und die nichtpolitischen Sachgebiete (2,0 %) finden bei ProSieben ebenso wenig Beachtung wie bei RTL.

Aus diesen Einzelbefunden ist festzuhalten, dass sich die Privatsender von den Öffentlich-rechtlichen nicht nur durch ein quantitativ größeres Angebot an Talkshows unterscheiden, sondern auch thematisch andere Akzente setzen, indem sie die zwischenmenschlichen Beziehungen im anonymen Privatleben und die individuellen Lebensformen in Partnerschaft und Sexualität stärker betonen. (7) Diesen Themen öffnen sich die Öffentlich-rechtlichen eher zurückhaltend und wenn, dann in einer anderen Weise. Stattdessen haben bei ihnen die Sachthemen der Kategorien Soziales/Gesundheit, Kultur/Wissenschaft und Tier/Natur immer noch größeres Gewicht als bei den Privaten.

Fazit

Programmstrukturell bleiben ARD und ZDF auch 1999 auf der Linie ihres informationsorientierten Profils, denn die Veränderungen gegenüber dem Vorjahr sind überwiegend dadurch zustande ge-

kommen, dass an die Stelle der ereignisbedingten Sportsendungen des Sportjahres 1998 nun im „normalen“ Jahr 1999 wieder die auf den Sendeplätzen typischen Angebote ausgestrahlt werden. Als außergewöhnliches Ereignis hat 1999 im Grunde nur der Kosovokonflikt größere Bedeutung, der bei den öffentlich-rechtlichen Sendern wesentlich stärkere Berücksichtigung findet als bei den privaten. Alle Sender bieten, auf die Gesamtsendezeit bezogen, weniger Fiction und dafür mehr Infosendungen und teilweise auch mehr nonfiktionale Unterhaltung an. Nachdem zunächst SAT.1 und nun verstärkt auch ProSieben dem RTL-Profil nähergekommen sind, sind sich die drei Privatsender 1999 programmstrukturell ähnlicher als zuvor.

Eine deutliche inhaltliche Kluft zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern besteht vor allem im Informationsbereich. In der Themenorientierung ebenso wie in den Profilen der Sendungen zeigt sich ein unterschiedliches Verständnis von Information und vom Umgang mit Information. Die öffentlich-rechtlichen Sender sorgen für ein breites Angebot an Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, das die privaten Sender weitgehend aussparen. Charakteristisch für diese Themen ist ihre gesellschaftliche Relevanz und ihr Bezug auf genuine, aber auch inszenierte Ereignisse des öffentlichen Lebens. Die privaten Sender bieten ein breites Angebot an Themen der Bereiche Human Interest, Lifestyle/Prominenz, Kriminalität, Unglücke/Katastrophen, die von ARD und ZDF in erheblich geringerem Maße berücksichtigt werden. Charakteristisch für einen Teil dieser Themen ist ihr Bezug zum privaten Alltagsleben, zu Normabweichungen, zum Showbusiness und zur voyeuristischen Inszenierung.

Tendenzielle Übereinstimmungen zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern in Einzelkategorien wie beispielsweise bei den Boulevardmagazinen und in einigen neuen Sendungen heben diese grundsätzlichen Unterschiede nicht auf. Je weiter die Angebote in den Sektor der politischen und kulturellen Berichterstattung hineinreichen, umso deutlicher werden die Unterschiede sichtbar.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Krüger, Udo Michael: Stabile Programmstrukturen trotz besonderer Fernseh ereignisse. Programmanalyse 1998: ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Vergleich. In: Media Perspektiven 7/1999, S. 322-339.
- 2) Aus Programmankündigungen lassen sich nur eigenständige Sendetitel mit ihren Bruttozeitwerten erfassen. Werbeinseln, Trailer, Füller etc. gehen in diese Erhebungseinheiten mit ein. Da sich öffentlich-rechtliche und private Sender erheblich durch ihren Werbeanteil unterscheiden, wäre ein Vergleich zwischen den einzelnen Sendern auf dieser Basis ohne Korrekturfaktor nicht sinnvoll. Verwendet man die aus dem Vierwochensample ermittelten Anteile für Werbung und Trailer als Gewichtungsfaktoren, lässt sich für die Vollerhebung annäherungsweise eine Vergleichsbasis in Nettozeitwerten herstellen.

Weiterhin unterschiedliches Informationsverständnis bei Öffentlich-rechtlichen und Privaten: Gesellschaftliche Relevanz vs. Privatinteresse und Sensation

- 3) In den vorausgegangenen Jahren wurde die Sendung „SAM“ in der Kategorie Mittagmagazine ausgewiesen. Aufgrund ihres boulevardorientierten Inhalts wird sie in der Programmanalyse 1999 der vom Sendeplatz unabhängigen Kategorie Boulevardorientierte Infosendungen zugeordnet.
- 4) Zur Methode siehe Greenacre, Michael/Jörg Blasius (Hrsg.): Correspondence Analysis in the Social Sciences. San Diego 1994.
- 5) Vereinzelt wurde die Sendung „Echt wahr!“ schon 1998, serienell bzw. werktäglich aber erst 1999 ausgestrahlt.
- 6) Vgl. Krüger, Udo Michael: Thementrends in Talkshows der 90er Jahre. Talkshows bei ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben im Vergleich. In: Media Perspektiven 12/1998, S. 608-624.
- 7) Vgl. hierzu Bente, Gary/Bettina Fromm: Tabubruch als Programm? Angebotsweisen, Nutzungsmuster und Wirkungen des Affekt-Fernsehens. In: Klingler, Walter/Gunnar Roters/Oliver Zöllner (Hrsg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen, Akteure, Methoden. Baden-Baden 1998, S. 613-639.

