

Joachim Trebbe / Anne Beier / Matthias Wagner



Information oder Unterhaltung?

Eine Programmanalyse von WDR und MDR

Ein Projekt der Otto Brenner Stiftung
Frankfurt am Main 2015

OBS-Arbeitspapier 17

OBS-Arbeitspapier 17

ISSN: 2365-1962 (nur Online)

Herausgeber:

Otto Brenner Stiftung

Jupp Legrand

Wilhelm-Leuschner-Straße 79

D-60329 Frankfurt/Main

Tel.: 069-6693-2810

E-Mail: info@otto-brenner-stiftung.de

Internet: www.otto-brenner-stiftung.de

Autoren:

Joachim Trebbe / Anne Beier / Matthias Wagner

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Arbeitsstelle Medienanalyse und Forschungsmethoden

Freie Universität Berlin

Garystraße 55

D-14195 Berlin

E-Mail: Joachim.Trebbe@fu-berlin.de

Telefon: 030-838 57875

Redaktion:

Jupp Legrand (OBS) und Christopher Altgeld (OBS)

Titelfoto:

Collage: com.plot unter Verwendung von Bildern fotolia, sowie Logos ©MDR und ©WDR

Satz und Gestaltung:

complot-mainz.de

Redaktionsschluss:

16. Juli 2015

Hinweis zu den Nutzungsbedingungen:

Dieses Arbeitspapier darf nur für nichtkommerzielle Zwecke im Bereich der wissenschaftlichen Forschung und Beratung und ausschließlich in der von der Otto Brenner Stiftung veröffentlichten Fassung – vollständig und unverändert – von Dritten weitergegeben sowie öffentlich zugänglich gemacht werden.

In den Arbeitspapieren werden Ergebnisse der Forschungsförderung der Otto Brenner Stiftung dokumentiert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Für die Inhalte sind die Autorinnen und Autoren verantwortlich. Arbeitspapiere erscheinen nur online, nicht als Printprodukt. Download und weitere Informationen:

www.otto-brenner-stiftung.de

Vorwort

Vor zwei Jahren hat die Otto Brenner Stiftung (OBS) eine Studie veröffentlicht, die eine kontroverse Debatte über die Leistungen öffentlich-rechtlicher Programme in Deutschland zur Folge hatte¹. Unter dem Titel „Zwischen Boulevard und Ratgeber-TV“ legte Professor Joachim Trebbe erstmals eine intensive Programmanalyse zweier Dritter Fernsehprogramme – des Südwestrundfunks (SWR) und des Norddeutschen Rundfunks (NDR) – vor.

Mit einer Analyse der Programme des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) und des Westdeutschen Rundfunks (WDR) knüpft Professor Trebbe nun an die 2013 veröffentlichte Studie an. Die vorliegende Studie kann sich daher nicht nur auf bereits eingeführte Begriffe und Definitionen stützen, ihre Ergebnisse können aufgrund der bewährten Methodik mit denen der Vorgängerstudie verglichen werden. Die Studie leistet einen wichtigen Beitrag zur Schließung der Forschungslücke im Bereich der öffentlich-rechtlichen Dritten Programme. Diese sind noch immer kaum beforscht – obwohl sie in Hinblick auf Reichweite und Marktanteil zu den erfolgreichsten Fernsehsendern überhaupt gehören.

Für die Studie wurden die Programminhalte des MDR und des WDR quantitativ analysiert und mit existierenden Daten für SWR, NDR, ARD und ZDF verglichen. Neben der allgemeinen Programmstruktur und Themenauswahl wurden dabei die abendlichen Landesmagazine und Landesnachrichten genauer betrachtet. Zusätzlich wurde untersucht, welche Akteure im Programm zu Wort kommen und mit welchen Mitteln ein Bezug von Themen zum jeweiligen Sendegebiet hergestellt wird. Die vorliegende Studie bestätigt wesentliche Ergebnisse der Vorgängerstudie:

Ähnlich wie NDR und SWR, können auch WDR und MDR ihren Sendebetrieb nur durch hohe Wiederholungsraten aufrechterhalten. Ihr Anteil am Gesamtprogramm liegt mit rund einem Drittel etwas niedriger als bei SWR und NDR. Anders als bei der privaten Konkurrenz handelt es sich dabei zu einem Großteil um Wiederholungen von fernsehpublizistischen Sendungen, die mehrfach innerhalb nur einer Woche gezeigt werden.

Die Boulevardisierung der Dritten, insbesondere des SWR, war ein wesentliches Ergebnis der Vorgängerstudie. Die aktuellen Ergebnisse bestätigen, dass Human-Touch-Berichterstattung in den Dritten Programmen inzwischen ein ähnliches Ausmaß wie bei der privaten Konkurrenz

¹ Vgl. dazu die Dokumentation der Studie und der Debattenbeiträge auf der Internetseite der Otto Brenner Stiftung, URL: <https://www.otto-brenner-stiftung.de/otto-brenner-stiftung/aktuelles/zwischen-boulevard-und-ratgeber-tv.html> [01.05.2015].

erreicht hat. Insgesamt liegt der Informationsanteil ohne kurzfristige Wiederholungen beim WDR – ähnlich wie bei SWR und NDR – mit rund 50 Prozent deutlich unter dem kolportierten Informationsanteil von bis zu 70 Prozent. Beim MDR beträgt er sogar nur 37 Prozent. Erreicht werden diese Werte nur durch einen durchgehend hohen Anteil an Ratgebersendungen. Legt man einen engeren Informationsbegriff (politische Information und Berichterstattung über gesellschaftlich kontrovers diskutierte Themen) an, so sinkt der Programmanteil bei WDR und MDR auf rund 15 Prozent – er liegt damit allerdings immer noch leicht über dem Vergleichswert von NDR und insbesondere SWR. Unter den untersuchten Sendern ist der MDR mit Abstand der unterhaltungsorientierteste.

Vergleichsweise große Unterschiede zwischen MDR und WDR bestehen beim Anteil regionalspezifischer Inhalte. Während diese beim WDR rund 42 Prozent der untersuchten Sendezeit ausmachen, sind es beim MDR lediglich 10 Prozent. Dieser Unterschied ist offensichtlich auch darin begründet, dass es sich beim MDR, im Gegensatz zum WDR, um eine Mehrländeranstalt handelt. Aus Sicht der OBS bemerkenswert ist auch die Tatsache, dass Gewerkschaften in der regionalen Berichterstattung des WDR deutlich häufiger vorkommen als beim MDR.

Die vorliegende Studie lässt Zweifel daran aufkommen, ob der WDR und insbesondere der MDR ihrem Programmauftrag in vollem Umfang gerecht werden. Mit ihrer Veröffentlichung will die OBS einen weiteren Beitrag zur Debatte über die Qualität der Dritten Programme und Denkanstöße für eine Veränderung liefern. Eine Diskussion, die vor dem Hintergrund der tief greifenden Veränderung der Rolle des Fernsehens in der Medienlandschaft dringend notwendig ist.



Jupp Legrand

Geschäftsführer der Otto Brenner Stiftung

Frankfurt am Main, im Juli 2015

Inhalt

Zusammenfassung	6
1 Einführung	8
2 Fragestellung und Forschungskontext	9
3 Konzeption und Methode	11
3.1 Untersuchungsobjekte	11
3.2 Untersuchungszeitraum.....	13
3.3 Untersuchungsinstrumente.....	13
3.4 Durchführung der Codierung	16
3.5 Validität und Reliabilität	17
4 Die Dritten ARD-Programme des WDR (Köln) und des MDR (Sachsen-Anhalt)	19
4.1 Produktionscharakteristika und Programmstruktur.....	19
4.2 Informations- und Thematisierungsleistungen.....	30
4.3 Regionalberichterstattung	39
4.3.1 Die Regionalberichterstattung im Gesamtprogramm	39
4.3.2 Die Regionalberichterstattung im Längsschnitt.....	46
5 Zusammenfassung und Diskussion	53
6 Literatur	58

Für schnelle Leser – das Wichtigste im Überblick

- **Studie:** Im Anschluss an eine 2013 von der Otto Brenner Stiftung veröffentlichte Studie, in der die Dritten Fernsehprogramme des SWR und des NDR untersucht und in der Öffentlichkeit umfassend und kontrovers diskutiert wurden, sind in einer Folgeuntersuchung im Jahr 2014 die Programme des WDR und des MDR mit dem gleichen Instrumentarium untersucht worden.
Dafür wurden die Programme im Umfang einer Kalenderwoche vollständig, d.h. 7 x 24 Stunden aufgezeichnet und im Hinblick auf ihre Programmstruktur, ihre inhaltlichen Schwerpunkte und die regionale Bezugnahme auf ihre Sendengebiete kategorisiert. Hinzu kam eine vierwöchige Stichprobe der wichtigsten Regionalsendungen, um die Thematisierung der Ereignisse vor Ort und in der Region genauer verfolgen zu können.
- **Gemeinsamkeiten:** Die Studie bestätigt systematische Ähnlichkeiten zwischen den untersuchten Dritten Programmen, etwa was die vergleichsweise hohe Zahl an kurzfristigen Wiederholungen und Übernahmen aus den anderen Programmen der ARD und die – zum Teil dadurch bedingten – hohen Anteile für im weitesten Sinne journalistischen Angebote betrifft.
- **Unterschiede:** Andererseits unterscheiden sich die Angebote von WDR und MDR deutlich in Ausmaß und Ausrichtung der regionalen Thematisierungsleistungen, die im Falle des WDR stark auf lokale Ballungsräume eines Bundeslandes und im Falle des MDR auf die drei Bundesländer des gesamten Verbreitungsgebietes ausgerichtet sind.
- **Information und Unterhaltung:** Der WDR bietet im Vergleich zu allen bisher untersuchten Dritten Programmen den größten Anteil besonders relevanter, gesellschaftlich-kontroverser Themen (62 Prozent). Der MDR liegt mit 42 Prozent deutlich unterhalb dieser Marke und eher in der Nähe der vormals analysierten Programme von NDR und SWR. Der im Vergleich niedrige Informationsanteil des MDR ist vor allem auf höhere Anteile für fiktionale Unterhaltung durch Filme zurückzuführen. Die Anteile für weiche Themen mit Human-Touch-Charakter (Unfälle, Kriminalität, Prominenz) liegen in den analysierten Programmen mit 14 Prozent (MDR) und 10 Prozent (WDR) auf einem ähnlichen Niveau. Damit wird der umstrittene Befund der Vorgängerstudie bestätigt, dass Human-Touch-Themen in den Dritten Programmen der ARD einen hohen Stellenwert einnehmen.

- **Regionalberichterstattung:** Der WDR verfügt hier über klare strukturelle Vorteile in der regionalen Berichterstattung: Die hohe Zahl der Studios in den Ballungsräumen Nordrhein-Westfalens ermöglicht eine umfangreiche und dezentralisierte Lokalberichterstattung, die sich durch Auseinandersetzungen und Wiederholungen im Gesamtprogramm zum Regionalprogramm zusammenfügen lässt. Der MDR ähnelt in seiner Struktur eher den Mehrländeranstalten des NDR und des SWR. Die Anteile für regionale Themen sind in diesen Sendern deutlich geringer als beim WDR. Die Längsschnittanalyse zweier regionaler Sendungen hat außerdem gezeigt, dass im MDR die Regionalberichterstattung häufiger aus Sachthemen und Ratgeberbeiträgen besteht – im WDR dominieren kontroverse und politische Themen.

1 Einführung

Im Mittelpunkt der Studie aus dem Jahr 2012 stand damals eine Programmanalyse zweier Dritter Fernsehprogramme der ARD, des Südwestrundfunks (SWR) und des Norddeutschen Rundfunks (NDR).

Der vorliegende Bericht will mit zwei weiteren Programmanalysen an diese Diskussion anschließen. Im Herbst 2014 wurden dafür die Dritten Programme des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) und des Westdeutschen Rundfunks (WDR) im Untersuchungszeitraum einer natürlichen Kalenderwoche aufgezeichnet und mit dem gleichen inhaltsanalytischen Instrumentarium untersucht. Die einschlägigen Regionalmagazine und -nachrichten der zwei Landesprogramme wurden darüber hinaus drei weitere Kalenderwochen analysiert und im Hinblick auf ihre regionalen Themenbeiträge vertieft untersucht. Auch diese Studie wurde mit freundlicher Unterstützung und wesentlicher Finanzierung der Otto Brenner Stiftung an der Arbeitsstelle Medienanalyse/Forschungsmethoden der Freien Universität Berlin durchgeführt.

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse dieser Studie beschrieben, interpretiert und zum Teil auch im Vergleich mit den Daten der Programme SWR und NDR aus der Vorgängerstudie aus dem Jahr 2012 und anderen, aktuelleren Programmdateien diskutiert. Die Daten der Programme ARD/Das Erste (ARD) und Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) für diesen Vergleich stammen aus der Herbststichprobe 2014 der kontinuierlichen Programmforschung der Landesmedienanstalten².

Nach dieser Einführung wird in Kapitel 2 die Fragestellung der Studie konkretisiert und in den Forschungskontext eingeordnet. Dann wird die Konzeption und Methode der Studie dargestellt (Kapitel 3). Darauf folgen die Resultate der Inhaltsanalysen mit der Beschreibung der Programmstrukturen, der Informations- und Thematisierungsleistungen und der Regional- und Lokalberichterstattung (Kapitel 4). Abschließend folgen die Zusammenfassung der Ergebnisse und ein Fazit (Kapitel 5).

² Die Vergleichszahlen für die bundesweiten Fernsehvollprogramme entstammen den Stichprobenberichten für die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) und sind unter <http://www.die-medienanstalten.de> (Themen -> Sender -> Fernsehen -> TV-Programmforschung) abrufbar.

2 Fragestellung und Forschungskontext

Die Dritten Fernsehprogramme der öffentlich-rechtlichen ARD-Landesrundfunkanstalten des Bayerischen Rundfunks (BR), des Hessischen Rundfunks (HR), des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR), des Norddeutschen Rundfunks (NDR), des Rundfunk Berlin Brandenburg (RBB), des Südwestrundfunks (SWR) und des Westdeutschen Rundfunks (WDR) sind nicht nur als Regionalprogramme in ihren ursprünglichen Verbreitungsgebieten erfolgreich. Sie gehören sowohl in den Bundesländern als auch auf der nationalen Ebene zu den meistgenutzten Fernsehprogrammen.

Für mindestens zwei der Programme gilt das nicht nur für die Nutzung, sondern auch für die Programmstrukturen und -inhalte. In unserer Studie aus dem Jahr 2012, die von der Otto Brenner Stiftung unter dem Titel „Zwischen Boulevard und Ratgeber-TV“ veröffentlicht wurde (Trebbe 2013), sind für die Programme des Südwestrundfunks (SWR) und des Norddeutschen Rundfunks (NDR) zwar eindeutig regionalspezifische Programmprofile und Berichterstattungsinhalte identifiziert worden, genauso eindeutig waren aber auch die Befunde für die Programmstrukturen, Produktionscharakteristika und Themenprofile, die in ihrer Gesamtheit eher an bundesweite, private und öffentlich-rechtliche Fernsehvollprogramme erinnerten als an Sender, die mehr oder weniger in der Hauptsache auf das Regionale vor der Haustür der eigenen Sendeanstalt fokussiert sein sollen.

Neben den Vorschriften im Rundfunkstaatsvertrag der Länder und den normativen Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts³ war und ist dabei vor allem der eigene Anspruch der öffentlich-rechtlichen Programmveranstalter der wichtigste Ausgangspunkt für den analytischen Blick auf die Programme:

„Sie [die Dritten Programme, Anmerkung des Verfassers] vermitteln den Menschen in den Regionen, dass ihr Sender ihre Sorgen, Nöte und Freuden, die Lebensbedingungen, Eigenarten, Traditionen und historisch gewachsene Besonderheiten ernst nimmt. Die Dritten tragen in besonderem Maße zur Identifikation mit der Heimat und zur Integration in das Umfeld bei.“ (ARD-Gremienvorsitzende 2001: 5).

Nach wie vor werden die Programmprofile der Dritten Programme der ARD nicht von der „hauseigenen“ Programmforschung der ARD/ZDF-Medienkommission abgedeckt (zuletzt Krüger 2015), so dass noch immer aktuelle, inhaltsanalytisch gewonnene Daten zur Angebotsstruktur der Dritten fehlen. Um diese Lücke zu schließen und darüber hinaus Programmdaten zu liefern, die auch mit der kontinuierlichen Programmforschung der Landesmedienanstalten (zuletzt die medienanstalten 2015) kompatibel sind, wurde seinerzeit damit begonnen, zwei Dritte Programme der ARD (SWR und NDR) mit einem vergleichbaren Instrumentarium zu untersuchen und mit den zeitgleich erhobenen Daten von RTL, Sat.1, ARD/Erstes Programm und

³ Vgl. dazu auch die Ausführungen im Bericht zur NDR/SWR-Studie (Trebbe 2013, Kap. 2).

ZDF zu vergleichen. Schon damals war diese erste Studie darauf angelegt, mit der Zeit weitere Dritte zu untersuchen, um strukturelle Ähnlichkeiten und spezifische Profile in diesem Programmsegment beschreiben zu können. Insofern hat sich das Erkenntnisinteresse der Studie nicht geändert: Es geht um die Beschreibung der strukturellen, inhaltlichen und vor allem regionalspezifischen Programmleistungen der Dritten Programme der ARD – in diesem Fall des Westdeutschen Rundfunks und des Mitteldeutschen Rundfunks.

Die Auswahl der Programme wurde bewusst vorgenommen. Nach den zwei Mehrländeranstalten NDR und SWR sollte eine weitere Landesrundfunkanstalt dieses Typs – der MDR sendet für die Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen – und gleichzeitig ein Sender aus den neuen Bundesländern in den Blick genommen werden. Hier wird vor allem interessant sein, ob sich ähnliche regionale Bezüge einerseits auf das gesamte Sendegebiet und andererseits auf das Bundesland der untersuchten Landesversion (hier Sachsen-Anhalt) zeigen, wie das im NDR und im SWR der Fall war. Zusätzlich wurde das WDR Fernsehen als das Programm mit der größten technischen Reichweite, dem höchsten Gebührenaufkommen und der stärksten – zum Teil bis ins Lokale reichenden – Regionalisierung in die Analyse aufgenommen. Damit konnten im Prinzip die Fernsehprogrammangebote der wichtigsten und (nach dem NDR) meistgenutzten westdeutschen und ostdeutschen Landesrundfunkanstalten verglichen werden.

Im Durchschnitt des Jahres 2014 belegten alle Dritten Programme der ARD zusammengekommen den dritten Platz auf dem bundesdeutschen Fernseh Zuschauermarkt (gemessen in Marktanteilen der Sehbeteiligung aller Zuschauer zwischen 6.00 und 21.00 Uhr) und lagen mit 12,4 Prozent nur knapp hinter dem Ersten Programm der ARD (12,5 Prozent, 1. Platz: ZDF mit 13,3 Prozent) und deutlich vor dem erfolgreichsten privaten Anbieter RTL mit 10,3 Prozent (br-online.de 2015a). Im Vergleich der Länder war der MDR dabei im Jahr 2014 der Primus inter Pares. Mit einem Marktanteil von 9 Prozent erreichte er den höchsten Wert in seinem Sendegebiet vor dem NDR (8,1 Prozent) und dem WDR (7,2 Prozent, br-online.de 2015b). Die im Vergleich zum kumulierten Bundesdurchschnitt geringeren Nettowerte für die Verbreitungsgebiete der Landesrundfunkanstalten deuten dabei auch auf die vergleichsweise starke landes- bzw. grenzüberschreitende Nutzung der Dritten in ganz Deutschland hin. So erreichte der MDR zum Beispiel in Brandenburg in der ersten Maiwoche 2015 einen Marktanteil von bis zu 2,2 Prozent und der WDR in allen anderen Bundesländern ziemlich konstant etwa 1 Prozent (br-online.de 2015c).

In dieser Studie wird die Frage nach der Positionierung der Fernsehprogramme des MDR und des WDR zwischen Regionalprogramm und bundesweitem Vollprogramm untersucht. In welchem Umfang und in welcher Form kommen die untersuchten Programme ihrem Programmauftrag als regionale Informationsinstanz nach? Darüber hinaus soll die Studie den Daten der Programm-analyse aus dem Jahr 2012 weitere strukturelle Befunde auf dem Weg zu einem Gesamtüberblick über die Umsetzung des Funktionsauftrages aller Dritten Programme der ARD hinzufügen.

3 Konzeption und Methode

3.1 Untersuchungsobjekte

Die Studie bezieht sich auf das Fernsehen des WDR in der lokalen Version für den Ballungsraum Köln und des MDR in der Landesversion für Sachsen-Anhalt.

Die beiden Fernsehprogramme ähneln sich in einer Reihe von Rahmenbedingungen, so dass sie sich gut für eine vergleichende Untersuchung eignen: Beide sind so genannte *Dritte Programme* der ARD, d.h. regionale Fernsehvollprogramme, die von öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalten verantwortet und ausgestrahlt werden. Der MDR ist eine *Mehrländeranstalt*, die für drei Bundesländer zuständig zeichnet (Sachsen-Anhalt sowie die Freistaaten Sachsen und Thüringen). Dagegen ist der WDR die Landesrundfunkanstalt für das Bundesland Nordrhein-Westfalen mit angeschlossenen Regionalstudios in Ballungsräumen, die lokale Programme produzieren und senden. Die Programmstruktur beider Fernsehprogramme besteht deswegen einerseits aus einem *Gesamtprogramm*, welches zeitgleich in allen drei Bundesländern (MDR) bzw. in allen lokalen Ballungsräumen (WDR) ausgestrahlt wird, und andererseits aus *regionalen Auseinandersaltungen* in die verschiedenen Regionalstudios.

Die vorliegende Untersuchung gliedert sich in zwei unterschiedliche Untersuchungskorpora:

Zum einen geht es um das gesamte Programmangebot von WDR und MDR. Die Grundgesamtheit ist hier jeweils das gesamte Programm, welches für die Bundesländer Nordrhein-Westfalen, im Speziellen für den Ballungsraum Köln (WDR), und das Bundesland Sachsen-Anhalt (MDR) ausgestrahlt wird. Diese Teilstudie wird im Folgenden als Querschnittstudie bezeichnet, soll sie doch einen Einblick quer durch alle Teile des gesamten Programms der beiden Dritten Programme ermöglichen. Als Gesamtprogramm werden dabei nicht nur Sendungen verstanden, sondern auch Programmeigenwerbung (Trailer) und andere Füllteile zwischen Sendungen – kurz: alles, was auf dem Endgerät des Zuschauers zu sehen ist.

Die zweite Teilstudie ist als *Längsschnittstudie* konzipiert: Ihre Grundgesamtheit beschränkt sich auf je zwei ausgewählte Sendungen pro Programm, die über einen längeren Zeitraum betrachtet werden sollen. Um die Vergleichbarkeit mit der NDR/SWR-Studie und den beiden zu untersuchenden Programmen des WDR und MDR zu gewährleisten, wurde die gleiche Anzahl an Sendungen zur ähnlichen Sendezeit und mit gleichem Format ausgewählt.⁴

Die Auswahl erfolgte bewusst und mehrstufig. Tabelle 3.1 zeigt am Beispiel des 14.10.2014 einen typischen Programmablauf für den Vorabendzeitraum an einem Wochentag von 18.00 bis 20.00 Uhr des WDR und MDR. Bis auf die Sendung *Einfach genial!* im MDR werden sämtliche

⁴ Vgl. dazu die Auswahl der Sendungen im Bericht zur NDR/SWR-Studie (Trebbe 2013, Kap. 3).

Formate täglich ausgestrahlt.⁵ Für die Längsschnittstudie bieten sich Formate an, die einen großen Anteil an regionalen Beiträgen aufweisen und zumindest einen Nachrichtenblock mit aktuellen, politischen Themen ausstrahlen. Analog zur NDR/SWR-Studie wurden vergleichbare Nachrichtensendungen und Regionalmagazine des WDR und MDR ausgewählt.

► **Tabelle 3.1:**

Die Struktur des Vorabendprogramms des WDR und MDR

WDR			MDR		
Sendung	Ausstrahlung ¹ (in hh:mm)	Format	Sendung	Ausstrahlung ¹ (in hh:mm)	Format
Lokalzeit aus Köln (kurz) ²	18:00	Lokalnachrichten	MDR Aktuell	17:45	Regionalnachrichten
Hier und heute	18:05	Reportage	Wetter für 3	18:05	Regionale Wetternachrichten
Servicezeit	18:20	Verbrauchermagazin	Brisant	18:10	Boulevardmagazin
Aktuelle Stunde	18:50	Regionalmagazin	Unser Sandmännchen	18:54	Unterhaltung für Kinder
Lokalzeit aus Köln ²	19:30	Lokalmagazin	MDR Sachsen-Anhalt heute ^{2,3}	19:00	Regionalmagazin
Tagesschau	20:00	Nachrichten (universell)	MDR Aktuell ³	19:30	Regionalnachrichten
			Einfach genial!	19:50	Allgemeines Magazin

1 Ausstrahlungsdatum: 14.10.2014.
2 Regionale Auseinanderschaltung.
3 Mit anschließenden Wetternachrichten.

Quelle: eigene Darstellung

Es handelt sich dabei um je ein Regionalmagazin sowie eine Nachrichtensendung des Regionalstudios aus Köln und dem Landesstudio von Sachsen-Anhalt. Dies betrifft folgende Sendungen und Ausstrahlungszeiten:

WDR

- Lokalzeit aus Köln (Montag-Freitag, 18.00-18.05 Uhr)⁶
- Aktuelle Stunde (täglich, 18.50-19.30 Uhr)

⁵ An mindestens 4 Tagen der Stichprobenwoche.

⁶ Die Einstufung der Lokalzeit aus Köln als eine lokale Nachrichtensendung ist insofern unproblematisch, als dass die systematische Bezeichnung „lokal“ sich ausschließlich im Definitionsraum der Bezeichnung „regional“ befindet.

MDR

- MDR Sachsen-Anhalt heute (täglich, 19.00-19.30 Uhr)
- MDR Aktuell (täglich, 19.30-19.45 Uhr)

3.2 Untersuchungszeitraum

Für die *Querschnittstudie* (Analyse des Gesamtprogramms von WDR und MDR) wurde eine Stichprobe von einer natürlichen Woche, d.h. von sieben aufeinanderfolgenden Tagen, gezogen. Pro Sender liegt hier also das Programm von sieben Tagen à 24 Stunden – d.h. insgesamt 168 Programmstunden – vor. Dafür wurde das Programm der beiden Sender in der Kalenderwoche 42/2014, von Montag, 13. Oktober 2014, bis Sonntag, 19. Oktober 2014, aufgezeichnet und analysiert.⁷ Um die Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit den Daten der überregionalen öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD/Das Erste und ZDF zu gewährleisten, wurde dieser Untersuchungszeitraum parallel zur Herbststichprobe 2014 der Kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung der Medienanstalten (ALM-Studie) gewählt.⁸

Die Stichprobe der *Längsschnittstudie* (Analyse von ausgewählten Regionalsendungen von WDR und MDR) umfasst die vier Kalenderwochen 42 bis 45/2014, d.h. 28 aufeinander folgende Tage, vom 13. Oktober bis 09. November 2014. Die erste Woche des Stichprobenzeitraums entspricht dabei dem Untersuchungszeitraum der Querschnittsstudie, so dass die zu untersuchenden Sendungen aus dieser Stichprobe herangezogen werden konnten. In den drei darauf folgenden Wochen (19.10.-09.11.2014) wurden die entsprechenden Sendungen zusätzlich aufgezeichnet. In diese Untersuchung gehen für den WDR insgesamt 19 und für den MDR insgesamt 22 Programmstunden ein.

3.3 Untersuchungsinstrumente

Es wurde eine quantitative Inhaltsanalyse durchgeführt, mit einem aufeinander aufbauenden dreistufigen Untersuchungsdesign: Sendungs-, Beitrags- und Regionalanalyse.

Für die ersten beiden Untersuchungsstufen – die Sendungs- und die Beitragsanalyse – wurden die eingeführten Untersuchungsinstrumente aus der ALM-Studie⁹ verwendet und an einigen Stellen an die besonderen Bedingungen der öffentlich-rechtlichen Dritten angepasst.

7 Dabei wurde die Konvention aus der Zuschauerprogrammforschung der AGF/GfK übernommen, nach der ein Programmtag von 3 bis 3 Uhr dauert, so dass die Aufzeichnung den genauen Zeitraum von Montag, 13.10.2014, 3 Uhr bis Montag, 20.10.2014, 3 Uhr umfasst.

8 Vgl. Stichprobenbericht Herbst 2014, abrufbar unter <http://www.die-medienanstalten.de/themen/fernsehen/tv-programmforschung.html> [21.05.2015].

9 Vgl. zur Methode zuletzt: Weiß et al. 2015.

Das Codebuch für die dritte Stufe – die Regionalanalyse – orientiert sich an der Studie zur Programmleistung des SWR und NDR von 2012, welche wiederum frühere Inhaltsanalysen regionaler Fernseh- und Hörfunkprogramme zum Vorbild hatte (vgl. u.a. Kolb et al. 2013; Volpers et al. 2012; Trebbe/Maurer 1999; Trebbe 1998).

Im ersten Schritt wird in diesem Erhebungsmodell das Gesamtprogramm hinsichtlich seiner Programmstrukturmerkmale und Produktionscharakteristika untersucht. Sendungen und andere Programmelemente (z.B. Trailer zur Programmpromotion) stellen auf dieser Ebene die Untersuchungseinheiten dar. Diese Untersuchungsstufe wird als Sendungsanalyse bezeichnet. Es geht dabei u.a. um die Identifikation von Übernahmen, Kooperationen, kurzfristigen Wiederholungen und regionalen Auseinandersetzungen sowie die Unterscheidung von Kauf- und Eigenproduktionen und die Recherche von Senderrhythmen, Produktionsjahren und Herkunftsländern. Aus der Perspektive der Programmqualität liegt der Fokus dieser ersten Stufe auf der *strukturellen Programmvielfalt*. Analog zur Analyse der bundesweiten Fernsehvollprogramme werden die Sendungen in im weitesten Sinne informierende (d.h. ggf. auch bildende oder beratende) Programmangebote auf der einen und unterhaltende Programmsparten auf der anderen Seite unterteilt. Im Grundsatz wird zwischen drei redaktionellen Programmsparten unterschieden:

- Fiktionale Unterhaltung (Filme, Serien etc.),
- Nonfiktionale Unterhaltung (Shows, Musik, Spiele etc.),
- Fernsehpublizistik (Nachrichten- und Magazinsendungen, Reportagen, Sport etc.).

Darüber hinaus wird die Platzierung bestimmter Programmelemente bzw. Sendungsgattungen (z.B. Nachrichten) erhoben und weiter differenziert. So können etwa thematisch universelle Nachrichtensendungen von solchen mit spezifischem Themenschwerpunkt (Wetter, Wirtschaft etc.) unterschieden werden oder fiktionale Programme nicht nur nach Sparten (Filme, Serien, Zeichentrick etc.), sondern auch nach thematischen Genres (Western, Komödien, Liebesdramen etc.) kategorisiert werden (vgl. Trebbe et al. 2014: 191ff. und GöfaK Medienforschung 2014).

Um die Besonderheiten öffentlich-rechtlicher regionaler Drittprogramme abbilden zu können, wurden für die vorliegende Untersuchung einige zusätzliche Variablen und Ausprägungen entwickelt. Dies betrifft Übernahmen und Kreuzwiederholungen aus dem Ersten Programm der ARD, die Auseinanderschaltung des Programms in regionale Fenster und die Kreuzwiederholung von Sendungen aus den Regionalfenstern der jeweils anderen Regionalstudios sowie einige besondere Sendungsformen wie fremdsprachige Sendungen und Sendungen für Gehörlose, die in den acht Fernsehvollprogrammen der ALM-Studie¹⁰ nicht vertreten sind.

¹⁰ RTL, VOX und RTL II; Sat.1, ProSieben und kabeleins; ARD/Das Erste und ZDF.

Die zweite Untersuchungsstufe fokussiert auf die inhaltliche Vielfalt und gesellschaftliche Relevanz der Programme. Es werden diejenigen Sendungen vertieft untersucht, die im ersten Schritt als fernsehpublizistische, d.h. journalistische, Sendungen klassifiziert worden sind. Hierbei handelt es sich vor allem um Nachrichten-, Magazin-, Reportage-, Dokumentations- und Talksendungen, d.h. um Sendungen, in denen meist mehrere, nach formalen und inhaltlichen Gesichtspunkten unterscheidbare Beiträge ausgestrahlt werden. Untersuchungseinheiten sind hier also inhaltlich klassifizierbare Sendungselemente, die einer Themenstrukturanalyse unterzogen werden können.

Unterschieden werden im Grundsatz drei Themensegmente, die auf verschiedene normativ begründete Funktionsbereiche verweisen:

- Politik und gesellschaftlich kontroverse Themen
(Funktionsbereich: Information/Meinungsbildung),
- Sach- und Ratgeberpublizistik
(Funktionsbereich: Information/Bildung/Beratung),
- Unterhaltungspublizistik
(Funktionsbereich: Information und Unterhaltung).

Die Themencodierung erfolgt anhand von insgesamt 14 Erhebungsdimensionen, die eine detaillierte Analyse der Themenstruktur der fernsehpublizistischen Beiträge erlauben. Darüber hinaus werden weitere formale und inhaltliche Kategorien gemessen wie die verwendeten journalistischen Beitragsformen, die Aktualität der berichteten Ereignisse oder der Einsatz beratender Elemente (vgl. Trebbe et al. 2014: 194ff.).

Das Untersuchungsinstrument der Beitragsanalyse entspricht dem Codebuch der Programmanalysen von SWR und NDR aus dem Jahr 2012. Eine wichtige Anpassung für die aktuell untersuchten Programme betrifft die Kennzeichnung von Beiträgen, die einen relevanten Regionalbezug zu Nordrhein-Westfalen oder Köln (WDR) bzw. Sachsen-Anhalt (MDR) aufweisen, und die damit die Selektionsstufe für die dritte Analysestufe darstellt:¹¹

Stufe drei der Untersuchung bezieht sich dann auch ausschließlich auf thematisch klassifizierbare Beiträge (Codierung in der Beitragsanalyse) in fernsehpublizistischen Sendungen (Codierung in der Sendungsanalyse), die einen inhaltlichen Bezug zum jeweils relevanten Bundesland (MDR und WDR) oder lokalen Ballungsraum (WDR) aufweisen (Codierung in der Beitragsanalyse).

¹¹ Zusätzlich wurden auch Regionalbezüge zu den anderen Bundesländern des Sendegebiets vom MDR erfasst (Sachsen und Thüringen). Diese Beiträge wurden jedoch nicht in die Regionalanalyse aufgenommen.

Auch hier stellen also thematisch unterscheidbare Beiträge die Untersuchungseinheiten dar. In die Analyse gehen dann solche Beiträge ein, die einen inhaltlichen Bezug zu Nordrhein-Westfalen (WDR) bzw. zu Sachsen-Anhalt (MDR) aufweisen. Zusätzlich wurden Beiträge mit einem Bezug zum Ballungsraum Köln (WDR) extra ausgewiesen, um der lokalen Berichterstattung des Senders gerecht zu werden. Kreuzwiederholungen aus dem Ersten Programm der ARD wurden a priori aus der Regionalanalyse ausgeschlossen, d.h. Sendungen, die innerhalb von sieben Tagen vor ihrem Ausstrahlungszeitpunkt im Programm von WDR bzw. MDR im Ersten Programm der ARD ausgestrahlt wurden, wurden nicht auf inhaltliche Regionalbezüge überprüft.¹²

Das Untersuchungsinstrument sieht dabei vor, zunächst festzustellen, über welche der bis zu vier Möglichkeiten der Bezug zur Region hergestellt wird:

- Regionale Ereignisse
- Regionale Akteure
- Regionale Themen
- Regionale Konkretisierungen überregionaler bzw. universeller Themen

Für *Regionale Akteure* und *Regionale Themen* folgt im Anschluss eine Detailanalyse durch eine Zuordnung zu gesellschaftlichen Subsystemen wie *Politik* oder *Wirtschaft* etc. bzw. Themenbereichen wie *Service* oder *Human-Touch-Themen* (Prominenz, Unfälle, Kriminalität etc.).

3.4 Durchführung der Codierung

Das Untersuchungsmaterial für beide Teiluntersuchungen besteht aus Programmaufzeichnungen, die an der Arbeitsstelle Medienanalyse der Freien Universität Berlin über Satellit erfasst und digital aufgezeichnet wurden. Diese Programmaufzeichnungen sind mit einem Datums- und Zeitcode versehen, der eine sekundengenaue Vermessung der untersuchten Sendungen und Beiträge erlaubt. Die Codierung des aufgezeichneten Fernsehprogramms wurde von zwei erfahrenen studentischen Projektmitarbeitern durchgeführt, auf die das Untersuchungsmaterial gleichmäßig verteilt wurde. Zusätzliches Hilfsmaterial bestand in zwei Fernsehprogrammzeitschriften (*HÖRZU* und *tv hören und sehen*). Die Bearbeitung jeder Untersuchungsstufe nahm dabei jeweils rund sieben Wochen ein (zwei Wochen Schulung, eine Woche Codierung des Reliabilitätstests, vier Wochen Codierung des Materials).

¹² Dies betrifft beim WDR den *Presseclub*, *hart aber fair* und das *Europamagazin*; beim MDR neben *Brisant* die Talksendungen *Anne Will*, *Menschen bei Maischberger*, *hart aber fair* und *Günther Jauch*.

3.5 Validität und Reliabilität

Validität ist ein wichtiges Gütekriterium für empirische Studien: Inwieweit misst das Untersuchungsinstrument, was es messen soll? Für die vorliegende Studie musste in dieser Hinsicht das Rad nicht neu erfunden werden: Mit dem verwendeten Codebuch liegt eine langjährig erprobte und anerkannte Methodik zur Analyse der Programmstrukturen und Themenvielfalt von Fernsehprogrammen vor.

Den Spezifika der Dritten Programme wurde darüber hinaus zum einen dadurch Rechnung getragen, dass die Untersuchungsinstrumente der Sendungs- und der Beitragsanalyse für die regionale Fernsehpublizistik erweitert wurden (vgl. Abschnitt 3.3). Zum anderen wurde eine weitere Analysestufe – die Regionalanalyse – entwickelt und durchgeführt. Bei der Konzeption des Untersuchungsinstruments für diese Regionalanalyse wurde ebenfalls auf die Entwicklungen zur Messung von regionalen Thematisierungsleistungen in der Vorgängerstudie (Trebbe 2013) zurückgegriffen. Für die Bestimmung von Regionalbezügen und die Ermittlung regional-spezifischer inhaltlicher Vielfalt waren vor allem drei Dimensionen zentral: Themen, Akteure und Ereignisse. Das Untersuchungsinstrument für die Regionalanalyse wurde auf Grundlage dieser drei Kategorien aufgebaut.

Als Maßnahme zur Sicherung der Validität kann man auch die Durchführung der Längsschnittanalyse über einen Zeitraum von vier Wochen auffassen: Durch die längerfristige Beobachtung der Regionalberichterstattung steigt die Unabhängigkeit der Ergebnisse von Ereignissen oder Themenlagen.

Nicht zuletzt spielen Schulungen eine entscheidende Rolle für die valide Durchführung der Studie. Durch umfangreiche und intensive Gruppenschulungen im Umfang von jeweils zwei Wochen pro Untersuchungsstufe – d.h. insgesamt sechs Wochen – wurde sichergestellt, dass die Codierer die Untersuchungsinstrumente im Sinne der Forschungskonzeption verstehen und anwenden. Diese Schulungen sind gleichzeitig das wichtigste Instrument zur Sicherung der Reliabilität, also der Zuverlässigkeit und Reproduzierbarkeit der inhaltsanalytischen Ergebnisse: Inwieweit wird zuverlässig (von verschiedenen Mitgliedern der Forschungsgruppe und/oder zu verschiedenen Zeitpunkten) dasselbe gemessen? Zur Überprüfung dieses Gütekriteriums wurden auf jeder Analyseebene Intercoder-Reliabilitätstests durchgeführt, deren Ergebnisse durchweg als sehr gut zu bezeichnen sind. Mittels gesonderter Analysen von Programmaufzeichnungen, die pro Test in etwa 45-95 Untersuchungseinheiten umfassen (vgl. Tabelle 3.2), wird dabei überprüft, inwieweit die verschiedenen Codierer dasselbe Material gleich behandeln, d.h. identisch codieren.

Es handelt sich dabei um fünf unterschiedliche Tests, die getrennt voneinander durchgeführt und ausgewertet wurden. Zwei beziehen sich auf die Festlegung der Untersuchungseinheiten

der Sendungs- und der Beitragsanalyse. Die drei anderen Tests haben die Codierung der Variablen der Sendungs-, der Beitrags- und der Regionalanalyse zum Gegenstand.

Der ausgewiesene Wert gibt für jeden Test an, wie hoch die Übereinstimmung zwischen den beiden Codierern war. Die identische Codierung lag bei allen fünf Tests bei mindestens 95,5 Prozent und bescheinigt damit allen drei Untersuchungsstufen eine ausgezeichnete Reliabilität.

► **Tabelle 3.2:**

Übersicht über die Reliabilitätskoeffizienten

Testdimensionen	Untersuchungseinheiten	Holsti-Koeffizient
Sendungsanalyse		
Festlegung der Untersuchungseinheiten	44	95,5
Codierung der Untersuchungseinheiten	68	99,9
Beitragsanalyse		
Festlegung der Untersuchungseinheiten	66	99,2
Codierung der Untersuchungseinheiten	67	98,1
Regionalanalyse		
Codierung der Untersuchungseinheiten	95	98,6

Quelle: eigene Darstellung

4 Die Dritten ARD-Programme des WDR (Köln) und des MDR (Sachsen-Anhalt)

Im vorliegenden Kapitel werden die zentralen Ergebnisse aller Teiluntersuchungen vorgestellt.

Zunächst werden die Ergebnisse der *Querschnittsanalyse* dargestellt, die nach den drei Untersuchungsstufen gegliedert sind. Den empirischen Bezugsrahmen, d.h. die Basis für die Berechnungen und Prozentuierungen stellt hier jeweils der durchschnittliche 24-Stunden-Tag von Montag bis Sonntag dar (Abschnitte 4.1, 4.2 und 4.3.1).

Für die Untersuchungsstufen der Sendungsanalyse (Abschnitt 4.1) und der Beitragsanalyse (Abschnitt 4.2) werden dabei nicht nur die Ergebnisse von MDR und WDR ausgewiesen, sondern den Daten der zwei bereits 2012 untersuchten Dritten ARD-Programme des SWR und des NDR gegenüber gestellt. Darüber hinaus werden sie – wie gehabt – mit den aktuellen Daten der bundesweiten Programme von ARD/Das Erste und ZDF verglichen. Letztere stammen aus der aktuellen Stichprobe der kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung der Landesmedienanstalten, die während der Redaktion dieses Berichts veröffentlicht wurde.¹³

Auf derselben Datenbasis, also anhand eines durchschnittlichen Sendetages im Querschnitt einer Woche des Gesamtprogramms, wird im Anschluss die Regionalanalyse ausgewertet (Abschnitt 4.3.1). Soweit möglich werden in diesem Arbeitsschritt die zwei Programme der Studie aus dem Jahr 2012, der SWR und der NDR, als Vergleichsgrößen herangezogen.

Die Befunde der regionalanalytischen *Längsschnittstudie* für MDR und WDR werden in Abschnitt 4.3.2 vorgestellt. Hier wechselt die empirische Basis: Berechnungsgrundlage ist nun jeweils der Gesamtumfang des in die Analyse eingegangenen Programmmaterials. Die Werte entsprechen also jeweils dem Anteil an den 19 Stunden der ausgewählten WDR-Regionalsendungen bzw. den 22 Stunden beim MDR.

4.1 Produktionscharakteristika und Programmstruktur

Während den zwei bundesweiten öffentlich-rechtlichen Programmen von ARD und ZDF pro Tag etwa 20 Minuten ihres Sendevolumens durch Werbung „verloren“ gehen, können WDR und MDR in ihren Dritten Fernsehprogrammen mit mehr als 23 ½ Stunden bzw. 23 Stunden und 10 Minuten pro Tag für ihre redaktionellen Inhalte aus dem Vollen schöpfen (Tabelle 4.1).

Beide Programmversionen strahlen keine Werbung aus, zeigen aber vergleichsweise deutliche Unterschiede im Hinblick auf das Zeitvolumen, das sie für die Überleitungen zwischen

¹³ Vgl. Stichprobenbericht Herbst 2014, abrufbar unter <http://www.die-medienanstalten.de/themen/sender/fernsehen/tv-programmforschung.html> [28.05.2015].

Sendungen, Trailern und Programmhinweisen aufwenden. Das Fernsehprogramm des WDR braucht dafür etwa 28 Minuten pro Tag und liegt damit exakt auf der Höhe des Vergleichswertes, der 2012 für den SWR gemessen wurde. Der MDR nimmt sich für diese Verbindungs- und Promotionsfunktion mit 49 Minuten pro durchschnittlichem Sendetag deutlich mehr Zeit und hat damit den höchsten Wert in diesem Programmvergleich, auch wenn dieser noch immer deutlich von den Zeitwerten entfernt ist, die für Programmverbindungen in privaten Programmen aufgewandt werden und meist bei weit über einer Stunde am Tag liegen.

► **Tabelle 4.1:**

Zeitungsumfang der Basiselemente der Sendungsanalyse

Sendungsanalyse
(in Std.:Min. pro Sendetag)¹

Basiselemente	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR ²	MDR ³	ARD	ZDF	SWR ⁴	NDR ⁵
Sendungen	23:32	23:10	22:56	23:03	23:32	23:23
Programmtrailer etc. ⁶	0:28	0:49	0:41	0:32	0:28	0:37
Werbung und Teleshopping ⁷	-	-	0:19	0:21	-	-
Sponsoring ⁸	-	0:01	0:04	0:04	0:00	0:00
Gesamt	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00

1 Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

2 Es handelt sich um die Regionalversion Köln des WDR Fernsehens.

3 Es handelt sich um die Landesversion Sachsen-Anhalt des MDR Fernsehens.

4 Es handelt sich um die Landesversion Rheinland-Pfalz des SWR Fernsehens.

5 Es handelt sich um die Landesversion Niedersachsen des NDR Fernsehens.

6 Hierunter werden Programmverbindungen und -überbrückungen wie Programmtrailer, Programmhinweise, Videoschleifen, Webcams etc. zusammengefasst.

7 Vgl. §§ 2, 7, 7a, 16, 18, 45 und 45a RStV (2013).

8 Vgl. §§ 2, 8 und 16 RStV (2013).

Quelle: eigene Darstellung

Regionale Auseinandersaltungen

Der WDR ist mit 11 Regionalstudios zwischen Bielefeld und Bonn das am stärksten regionalisierte (im Grunde lokalisierte) Dritte Fernsehprogramm eines Bundeslandes innerhalb der ARD (Tabelle 4.2). Mehr als 3 Prozent des durchschnittlichen Sendetages werden durch subregional produzierte Magazine und Nachrichten gestaltet, das entspricht mehr als 45 Minuten pro Tag. Zum Vergleich: Im Fernsehprogramm der Mehrländeranstalt MDR liegt der entsprechende Vergleichswert bei etwa 2 Prozent oder einer halben Stunde pro Tag für Sendungen, die für Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen zeitgleich auseinandergeschaltet werden. Und auch im Programm des NDR (Daten aus dem Jahr 2012) liegt der Anteil der regionalen Auseinandersaltungen mit 2,8 Prozent noch deutlich hinter den Werten für den Westdeutschen Rundfunk.

► **Tabelle 4.2:**

Drittprogramme, Regionalfenster, Programmkooperationen

Sendungsanalyse
(in Prozent)¹

Produktionscharakteristik	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR	MDR	ARD	ZDF	SWR	NDR
Sendungen	98,0	96,5	95,6	96,0	98,0	97,4
Eigenprogramm	93,6	94,4	82,4	82,9	87,0	93,6
Drittprogramme ²	-	-	-	-	-	-
Regionalfenster ³	-	-	-	-	-	-
Regionale Auseinandersetzung ⁴	3,4	2,1	-	-	10,0	2,8
Programmübernahme ⁵	1,0	-	-	-	1,0	1,0
ARD/ZDF-Gemeinschaftsprogramm	-	-	13,2	13,1	-	-
<i>In Verantwortung der ARD</i>	-	-	-	-	-	-
<i>In Verantwortung des ZDF</i>	-	-	13,2	13,1	-	-
Programmtrailer etc.	2,0	3,4	2,8	2,3	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	-	0,1	1,6	1,7	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100

- 1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).
Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).
- 2 Gesondert lizenzierte Drittprogramme, die wie z. B. dctp im Programm von RTL und Sat.1 ausgestrahlt werden.
- 3 Gesondert lizenzierte Regionalfenster auf den Frequenzen von RTL und Sat.1 (Auseinandersetzung, werktäglich 30 Minuten). Pro Programm wird eine Fensterversion bzw. das überregionale Ersatzprogramm erfasst.
- 4 Programm, welches von den unterschiedlichen Regionalstudios produziert wird.
- 5 20-Uhr-Tagesschau.

Quelle: eigene Darstellung

Eine Ausnahme machte hier übrigens im Jahre 2012 der Südwestfunk – hier waren insgesamt bis zu 10 Prozent der Gesamtsendezeit für Auseinandersetzungen in deutlich stärker getrennte Programmversionen für Baden-Württemberg (BW), Rheinland-Pfalz (RP) und das Saarland (SR) reserviert worden.¹⁴

Darüber hinaus übernimmt der WDR, genau wie der NDR und der SWR, aus dem Ersten Programm der ARD die Tagesschau um 20.00 Uhr. Das entspricht etwa einem Prozent der täglichen Sendezeit. Der MDR verzichtet (ebenso wie der Bayerische Rundfunk) auf diese Übernahme.

Wiederholungen

Wie die Vielzahl der subregionalen bzw. lokalen Auseinandersetzungen im Programm des WDR für die Gestaltung des durchschnittlichen Sendetages genutzt werden, zeigt Tabelle 4.3. Im Laufe eines Tages werden alle zunächst täglich um 19.30 Uhr auseinandergeschalteten Lokalmagazine der Regionalstudios im gemeinsamen Programm des WDR noch einmal ausgestrahlt. Damit bestehen immerhin mehr als 17 Prozent des Gesamtprogramms aus diesen wiederholt ausgestrahlten Auseinandersetzungen. Dieses Vorgehen praktiziert im Übrigen auch der MDR mit seinen landesspezifischen Programmteilen, die jedoch im Tagesverlauf lediglich 4 Prozent der Sendezeit ausmachen.

Insgesamt liegen die Wiederholungsquoten für die Fernsehprogramme des WDR und des MDR mit 32 bzw. 35 Prozent etwas unter dem Niveau der Daten, die im Jahre 2012 für SWR und NDR gemessen wurden. Über die oben beschriebene Mehrfachverwertung der Auseinandersetzungen hinaus werden im Programm des WDR jeden Tag etwa 10 Prozent der Sendungen mehrmals an einem Tag gezeigt, im Programm des MDR sind es 16 Prozent. Im MDR kommen dazu noch in bis zu 10 Prozent der Sendezeit Wiederholungen aus dem Ersten Programm der ARD vom gleichen Tag.

So gesehen bestehen beim MDR 62 Prozent und beim WDR 66 Prozent der Sendezeit aus originären, nicht mehrfach im Untersuchungszeitraum ausgestrahlten Erstsendungen.¹⁵ Mit Blick auf die Vergleichsdaten für ARD und ZDF kann man hier wohl von einem strukturellen Synergieeffekt der ARD-Dritten sprechen. Wiederholungen gehören in den Dritten zum Programm – und vor allem zum Finanzierungskonzept der Programmacher.

¹⁴ Für ein aktuelles Programmschema vgl.

<http://www.swrfernsehen.de/-/id=12955534/property=download/nid=2798/wqdp9/index.pdf> [09.05.2015].

¹⁵ Wiederholungen in größeren Zeitabschnitten (etwa die erneute Ausstrahlung von Tatortfolgen oder Dokumentationen) sind nicht Gegenstand dieser Analyse.

► **Tabelle 4.3:**

Kurzfristige Programmwiederholungen

Sendungsanalyse
(in Prozent)¹

Produktionscharakteristik	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR	MDR	ARD	ZDF	SWR	NDR
Sendungen	98,0	96,5	95,6	96,0	98,0	97,4
Erstsendungen	65,8	61,5	79,9	82,7	59,4	59,8
Kurzfristige Wiederholungen	32,2	35,0	15,7	13,3	38,6	37,6
<i>Wiederholungen im Tagesintervall</i>	9,7	15,8	12,6	10,9	12,1	9,6
<i>Wiederholungen im Wochenintervall</i>	3,6	5,0	3,1	2,4	7,5	5,2
<i>Kreuzwiederholungen von ARD/Das Erste²</i>	1,6	10,1	-	-	10,8	10,1
<i>Kreuzwiederholungen von Regionalfenstern³</i>	17,3	4,1	-	-	8,2	12,7
Programmtrailer etc.	2,0	3,4	2,8	2,3	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	-	0,1	1,6	1,7	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100

- 1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).
Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).
- 2 Erstausstrahlung im Ersten Programm der ARD.
- 3 Erstausstrahlung in einem anderen Regionalfenster.

Quelle: eigene Darstellung

Programmstruktur

In den zwei in dieser Stichprobe untersuchten Programmen zeigen sich in mehrfacher Hinsicht Extremwerte, wenn man sie im Kontext der im Jahr 2012 analysierten Programme des SWR und des NDR betrachtet (Tabelle 4.4).

So hat etwa der MDR mit 26 Prozent den höchsten Anteil für fiktionale Unterhaltungsangebote, also Filme und Serien, im Programm. Zum Vergleich: Beim Dritten Fernsehprogramm des WDR liegt dieser Wert dagegen lediglich bei 15 Prozent und bei SWR und NDR lagen diese Werte (im Jahr 2012) jeweils bei etwa 19 Prozent. Im nonfiktionalen Bereich übrigens, also den Unterhaltungssendungen im Show-, Quiz- und Spielformat, liegen beide aktuell untersuchten Programme bei sechs Prozent der täglichen Sendezeit und damit etwa auf dem Niveau der bisher untersuchten ARD-Dritten und des Ersten Programms.

Die hohe Gewichtung der Filme und Serien im MDR hat Folgen für den Umfang der Formate, die im Rahmen dieser Analyse als Fernsehpublizistik bezeichnet werden, also Sendungen, die im weitesten Sinne der journalistischen Themenbehandlung (Nachrichten, Magazine, Talk-Shows, Dokumentationen und Reportagen) zuzurechnen sind.

Mit 64 Prozent der Sendezeit liegt der Wert für fernsehpublizistische Formate an einem durchschnittlichen Sendetag im Programm des MDR vergleichsweise deutlich unter dem des WDR (77 Prozent) und auch noch deutlich unter den im Jahr 2012 gemessenen Werten für den SWR und den NDR.

► **Tabelle 4.4:**

Programmstruktur/Gesamtsendezeit

Sendungsanalyse
(in Prozent)¹

Programmcharakteristik	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR	MDR	ARD	ZDF	SWR	NDR
Sendungen	98,0	96,5	95,6	96,0	98,0	97,4
Fernsehpublizistik	76,8	63,6	46,6	46,7	73,8	72,3
<i>Schulfernsehen</i>	-	-	-	-	4,0	0,6
<i>Sonstige fernsehpublizistische Formate</i>	76,8	63,6	46,6	46,7	69,8	71,7
Fiktionale Unterhaltung	14,7	26,4	39,9	37,6	19,1	18,6
Nonfiktionale Unterhaltung	6,0	5,9	5,6	10,3	4,1	5,3
Sonstige Sendungen	0,5	0,6	3,5	1,4	1,0	1,2
<i>Nonfiktionale Kindersendungen</i>	0,5	-	3,5	1,0	1,0	1,2
<i>Religiöse Sendungen</i>	-	0,6	0,0	0,4	-	-
Programmtrailer etc.	2,0	3,4	2,8	2,3	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	-	0,1	1,6	1,7	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Aber auch für den MDR gilt wie für alle Dritten der ARD: Der Umfang fernsehpublizistischer Programmsparten ist deutlich höher als in den bundesweiten Programmen der ARD und des ZDF (jeweils 47 Prozent). Übrigens: Die ehemalige Domäne und Schwerpunktsetzung der Dritten, das klassische Schul- und Telekolleg-Fernsehen findet in keinem der zwei aktuell untersuchten Dritten Programme der ARD statt. Und noch eine Besonderheit: Eine explizit als religiös einzustufende Sendung gibt es ausschließlich im Dritten Programm des MDR (*Freikirchlicher Gottesdienst aus Weimar*).

In der Zeit zwischen 18 und 23 Uhr, in der in Deutschland die meisten Zuschauer dem linearen Fernsehen folgen, verhalten sich die Dritten grundsätzlich anders als die öffentlich-rechtlichen, bundesweiten Vollprogramme (Tabelle 4.5). Während ARD und ZDF in dieser Zeit die

Anteile für Filme und Serien deutlich steigern, werden Sie in den Dritten stark zurückgefahren. So sinkt der Anteil für fiktionale Formate im Programm des MDR um mehr als die Hälfte im Vergleich zur Gesamtsendezeit (von 26 auf 12 Prozent). Beim WDR ist der Rückgang weniger stark, aber auch deutlich erkennbar (von 15 auf 11 Prozent). Das Ziel dieser Verlagerung ist in beiden aktuell untersuchten Dritten übrigens sehr unterschiedlich definiert. Während der MDR sein Show-Programm in der Prime Time auf bis zu einem Fünftel der Sendezeit hochfährt (21 Prozent der Sendezeit) und die fernsehpublizistischen Formate auf dem Niveau des Tagesdurchschnitts konstant hält (64 Prozent), steigen beim WDR sowohl die Anteile für Shows und Spiele (von 6 auf 8 Prozent) als auch für fernsehpublizistische Sparten (von 77 auf 79 Prozent) leicht an (um jeweils 2 Prozentpunkte).

Will man noch ein Stück weiter auf die originären Programmleistungen der untersuchten Sender fokussieren, kann man die Programmstrukturen auch ohne die oben beschriebenen Wiederholungen aus dem eigenen oder anderen ARD-Programmen ausweisen (Tabelle 4.6).¹⁶

► **Tabelle 4.5:**

Programmstruktur/Prime Time

Sendungsanalyse
(in Prozent)¹

Programmcharakteristik	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR	MDR	ARD	ZDF	SWR	NDR
Sendungen	97,9	97,1	92,2	90,8	98,2	98,2
Fernsehpublizistik	79,1	63,8	37,6	28,6	76,5	80,0
<i>Schulfernsehen</i>	-	-	-	-	-	-
<i>Sonstige fernsehpublizistische Formate</i>	79,1	63,8	37,6	28,6	76,5	80,0
Fiktionale Unterhaltung	10,5	12,2	46,8	53,4	20,3	12,0
Nonfiktionale Unterhaltung	8,3	20,9	7,8	8,8	1,4	6,2
Sonstige Sendungen	-	0,2	-	-	-	-
Programmtrailer etc.	2,1	2,7	2,5	2,8	1,8	1,8
Werbung und Sponsoring	-	0,2	5,3	6,4	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 5 Stunden pro Tag (18 - 23 Uhr)
Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

Quelle: eigene Darstellung

¹⁶ Mit „kurzfristigen“ Wiederholungen werden in dieser Programmanalyse nur solche Sendungen erfasst, die innerhalb von 24 Stunden bzw. max. 7 Tagen wiederholt werden. Die Ausstrahlung älterer, bereits mehrfach gesendeter Filme und Serien bleibt davon unberührt.

Hier zeigt sich, dass Sendungen, die wiederholt werden, sich vor allem aus den fernsehpublizistischen Formaten rekrutieren. Insbesondere im Programm des WDR sinkt der Anteil der Sendezeit für Nachrichten, Magazine, Dokumentationen etc. auf deutlich unter die Hälfte der Tages-Gesamtsendezeit (46 Prozent), wenn man die Wiederholungen gesondert betrachtet. Und auch im MDR Fernsehen geht der Anteil der im weitesten Sinne journalistischen Berichterstattung auf 37 Prozent der Gesamtsendezeit zurück. Mit anderen Worten: Mehr als ein Viertel der fernsehpublizistischen Sendezeit des MDR besteht aus kurzfristigen Wiederholungen (die vor allem in der Nacht ausgestrahlt werden).

Im Übrigen rücken so die bisher untersuchten Dritten Programme wieder enger zusammen. Die Programmanteile für fernsehpublizistische Erstsendungen variieren 2012 (SWR und NDR) zwischen 42 und 43 Prozent und 2014 (MDR und WDR) zwischen 37 und 46 Prozent.

Spielfilme und Serienfolgen werden kaum in kurzfristigen Intervallen wiederholt. Der Anteil für fiktionale Unterhaltung im Dritten Programm des WDR sinkt von 15 auf 14 Prozent nur leicht, der des MDR Fernsehens fällt bei Berücksichtigung der Wiederholungen im Untersuchungszeitraum von 26 auf 19 Prozent.

► **Tabelle 4.6:**

Programmstruktur ohne kurzfristige Wiederholungen

Sendungsanalyse
(in Prozent)¹

Programmcharakteristik	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR	MDR	ARD	ZDF	SWR	NDR
Erstsendungen	65,8	61,4	79,9	82,7	59,4	59,8
Fernsehpublizistik	45,8	37,4	39,1	42,2	43,0	41,7
<i>Schulfernsehen</i>	-	-	-	-	4,0	0,6
<i>Sonstige fernsehpublizistische Formate</i>	45,8	37,4	39,1	42,2	39,0	41,1
Fiktionale Unterhaltung	14,3	18,6	32,5	30,7	12,2	11,9
Nonfiktionale Unterhaltung	5,2	4,8	5,1	8,4	4,0	5,3
Sonstige Sendungen	0,5	0,6	3,2	1,4	0,2	0,9
<i>Nonfiktionale Kindersendungen</i>	0,5	-	3,2	1,0	0,2	0,9
<i>Religiöse Sendungen</i>	-	0,6	0,0	0,4	-	-
Kurzfristige Wiederholungen	32,2	35,1	15,7	13,3	38,6	37,6
Programmtrailer etc.	2,0	3,4	2,8	2,3	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	-	0,1	1,6	1,7	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3 – 3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15. – 21.10.2012) und im Herbst 2014 (13. – 19.10.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Fernsehpublizistik

Die wichtigsten fernsehpublizistischen Formate der zwei untersuchten Programme sind Magazine (Tabelle 4.7). Im WDR Fernsehen sind in 42 Prozent des 24-Stunden-Tages Magazine zu sehen – und hier vor allem die oben beschriebenen Sendungen aus den Regionalstudios in ganz Nordrhein-Westfalen. Allein diese – hier aus Vergleichsgründen und in Abgrenzung zu den auf das Bundesland bezogenen Sendungen als Lokalmagazine bezeichneten – Sendungen füllen mit 22 Prozent mehr als ein Fünftel der Sendezeit des WDR. Hinzu treten dann noch 12 Prozent für die auf Nordrhein-Westfalen bezogenen Magazinformaten (*Westpol, Aktuelle Stunde, daheim+unterwegs, West ART*).

► **Tabelle 4.7:**

Formate der Fernsehpublizistik

Sendungsanalyse
(in Prozent)¹

Programmcharakteristik	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR	MDR	ARD	ZDF	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	76,8	63,6	46,6	46,7	73,8	72,3
Nachrichtensendungen ²	3,6	5,2	9,0	8,1	4,7	5,1
Magazine	42,3	36,4	20,7	21,9	31,9	27,2
<i>Tageszeitmagazine</i> ³	-	-	12,2	12,2	5,3	2,9
<i>Regionalmagazine</i>	11,8	20,2	-	2,4	15,0	18,7
<i>Lokalmagazine</i> ⁴	21,9	-	-	-	-	-
<i>Boulevardmagazine</i>	-	4,3	4,4	4,2	2,3	1,0
<i>Sonstige Magazine</i>	8,6	11,9	4,1	3,1	9,3	4,6
Reportagen, Dokumentationen	12,5	6,9	3,8	3,5	13,8	19,6
Interview-, Talkformate	4,8	6,5	6,1	6,2	9,8	6,1
Sportsendungen	2,8	4,9	1,2	1,4	1,3	0,6
Reality-TV-Formate (Doku-Soaps)	7,2	3,8	3,6	0,8	3,4	4,7
Schulfernsehen	-	-	-	-	4,0	0,6
Sonstige fernsehpublizistische Formate	3,6	-	2,2	4,8	4,9	8,4
Sonstige Sendungen	21,2	32,9	49,0	49,3	24,2	25,1
Programmtrailer etc.	2,0	3,4	2,8	2,3	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	-	0,1	1,6	1,7	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

2 Einschließlich Nachrichtensendungen innerhalb des Frühstücksfernsehens und Übernahme der 20-Uhr-Tagesschau.

3 Einschließlich Frühstücksfernsehen.

4 Wurde ausschließlich in der Herbststichprobe 2014 erhoben.

Quelle: eigene Darstellung

Im Programm des MDR liegt der Vergleichswert für Berichterstattung in Magazinen bei 36 Prozent. Als Mehrländeranstalt für drei Bundesländer liegt hier im Hinblick auf die regionale Ausrichtung der Magazine eine vollständig andere Struktur vor. Beim MDR wird nicht lokalisiert, sondern regionalisiert: Auseinandersetzungen betreffen hier nicht die lokale Ebene innerhalb des Bundeslandes, sondern die drei Bundesländer im Sendegebiet. 20 Prozent der Gesamtsendezeit nehmen Regionalmagazine wie beispielsweise *MDR Sachsen-Anhalt heute*, *MDR Thüringen Journal* oder *MDR Sachsenspiegel* in Anspruch. Allerdings bleibt festzuhalten, dass ein weiterer großer Teil der Magazinformaten nicht der ausgewiesenen Regionalberichterstattung zuzurechnen ist, sondern Service- und Boulevardmagazine beinhaltet (12 bzw. 4 Prozent).

Die ausgewiesenen Nachrichtenformate nehmen rein quantitativ keinen besonders großen Raum ein. Der MDR liegt mit 5 Prozent der Gesamtsendezeit für Nachrichtensendungen etwa auf dem Niveau von SWR und NDR (2012, jeweils 5 Prozent), der WDR mit 4 Prozent nur geringfügig dahinter. Dafür werden im WDR Fernsehen vergleichsweise häufig (13 Prozent) Reportagen und Dokumentationen gezeigt, die im MDR Fernsehen mit 7 Prozent dagegen deutlich untergewichtet werden. An die Werte des NDR Fernsehens, die 2012 gemessen wurden (20 Prozent für Reportagen, Dokumentationen), reichen an beide aktuell analysierten Programme nicht heran.

Sportsendungen spielen in beiden Programmen mit 3 bzw. 5 Prozent der täglichen Sendezeit eine vergleichsweise untergeordnete Rolle. Dennoch erzielen WDR und MDR im Vergleich zu den im Jahr 2012 untersuchten Programmen (jeweils 1 Prozent) deutlich höhere Werte. Talk- und Interviewformate nehmen mit 5 Prozent (WDR) und 7 Prozent (MDR) dagegen mehr Sendezeit in Anspruch, liegen aber im Verhältnis zu den anderen Programmen eher im Mittelfeld.

Schulfernsehen findet in beiden Programmen im Jahr 2014 nicht mehr statt. Dafür haben beide Landesrundfunkanstalten Reality-TV-Formate im Programm, die als Doku-Soaps kategorisiert wurden. Hierbei handelt es sich fast ausschließlich um Zoo- oder Tierdokumentationen wie *Die WG der wilden Tiere* (WDR) oder *Elefant, Tiger & Co.* (MDR).

Tabelle 4.8 zeigt noch einmal genauer, auf welche Sendungstypen sich die Nachrichtenformate in den zwei Programmen verteilen.

Im WDR sind (auch durch die Übernahme der 20-Uhr-Tagesschau des Ersten Programms der ARD) alle regionalen Strukturen vertreten. Von den bundesweiten, überregionalen Nachrichten (1 Prozent) über die ausgewiesenen auf Nordrhein-Westfalen bezogenen Regionalnachrichten (2 Prozent) bis hinunter zur lokalen Ebene der Nachrichten aus den Regionalstudios im ganzen Land (0,2 Prozent).

Der MDR, der die Tagesschau um 20 Uhr nicht übernimmt, legt seinen Schwerpunkt auf die auf das Bundesland (hier Sachsen-Anhalt) bezogenen Regionalnachrichten (4 Prozent), flankiert von einem täglichen Kurznachrichtenblock und den eigenständig ausgestrahlten Wetternachrichten.

► **Tabelle 4.8:**

Nachrichtenformate

Sendungsanalyse
(in Prozent)¹

Programmcharakteristik	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR	MDR	ARD	ZDF	SWR	NDR
Nachrichtensendungen²	3,6	5,2	9,0	8,1	4,7	5,1
Universelle Nachrichtensendungen	1,0	0,5	8,8	6,5	1,0	1,0
<i>Nachrichten³</i>	1,0	-	4,4	2,3	1,0	1,0
<i>Nachrichtenmagazine</i>	-	-	2,7	2,5	-	-
<i>Schlagzeilen, Kurznachrichten⁴</i>	-	0,5	1,7	1,7	-	-
Regionale Nachrichten	2,4	4,7	-	0,8	3,7	4,1
<i>Nachrichten³</i>	2,1	3,6	-	0,8	2,8	3,5
<i>Nachrichtenmagazine</i>	-	-	-	-	0,3	0,3
<i>Schlagzeilen, Kurznachrichten⁴</i>	0,3	0,5	-	-	0,6	0,3
<i>Wetternachrichten⁵</i>	-	0,6	-	-	-	-
Lokale Nachrichten	0,2	-	-	-	-	-
<i>Schlagzeilen, Kurznachrichten⁴</i>	0,2	-	-	-	-	-
Themenspezifische Nachrichtensendungen	-	-	0,2	0,8	-	-
<i>Wetternachrichten</i>	-	-	0,1	0,1	-	-
<i>Verkehrsnachrichten</i>	-	-	-	0,1	-	-
<i>Wirtschaftsnachrichten</i>	-	-	0,1	-	-	-
<i>Sonstige themenspezifische Nachrichten</i>	-	-	-	0,6	-	-
Sonstige Sendungen	94,4	91,3	86,6	87,9	93,3	92,3
Programmtrailer etc.	2,0	3,4	2,8	2,3	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	-	0,1	1,6	1,7	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100

- 1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).
Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).
- 2 Einschließlich Nachrichtensendungen innerhalb des Frühstücksfernsehens und Übernahme der 20-Uhr-Tagesschau.
- 3 Sendungsdauer: mindestens 6 Minuten.
- 4 Sendungsdauer: weniger als 6 Minuten.
- 5 Wurde nur in der Herbststichprobe 2014 erhoben.

Quelle: eigene Darstellung

4.2 Informations- und Thematisierungsleistungen

Der zweite Schritt der Programmanalyse besteht aus der Untersuchung der fernsehpublizistischen Beiträge in Nachrichtensendungen, Magazinen, Reportagen, Dokumentationen, Do-ku-Soaps sowie Talk- und Interviewformaten (Tabelle 4.9).

► **Tabelle 4.9:**

Zeitungsumfang der Basiselemente der Beitragsanalyse

Beitragsanalyse
(in Std.:Min. pro Sendetag)¹

Basiselemente	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR	MDR	ARD	ZDF	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	18:26	15:17	11:11	11:13	17:44	17:21
Thematisch klassifizierbare Beiträge ²	17:40	14:36	10:37	10:35	16:43	16:30
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge ³	0:46	0:41	0:34	0:38	1:01	0:51
Sonstige Sendungen	5:06	7:53	11:45	11:50	5:48	6:02
Programmtrailer etc.	0:28	0:49	0:41	0:32	0:28	0:37
Werbung und Sponsoring	-	0:01	0:23	0:25	0:00	0:00
Gesamt	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00

1 Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

2 Die Untersuchungseinheiten der Beitragsanalyse sind thematisch unterscheidbare Beiträge. Ihre Festlegung erfolgt anhand einer in zwölf Themenbereiche gegliederten Klassifikationsvariablen.

3 In den untersuchten Sendungen integrierte Moderationen (Aussagen, Einspielungen etc., die eine Übersicht über die Sendung bzw. Teile der Sendung geben), Unterhaltungsbeiträge (Filmausschnitte, Sketche, Musik etc.), Gewinnspiele

Quelle: eigene Darstellung

Dafür wurden insgesamt 18 Stunden und 26 Minuten des WDR-Programms und 15 Stunden und 17 Minuten des MDR-Programms in der Untersuchungswoche vertieft untersucht. Das sind alle Sendungen, in denen nach dem Modell der kontinuierlichen Programmforschung die Chance für eine journalistische Themenberichterstattung besteht. Ausgeschlossen werden aus diesem Analyseschritt alle fiktionalen Sendungen wie Filme und Fernsehserien sowie alle nonfiktionalen Unterhaltungsangebote wie Shows und Spiele. Die Analyse selbst findet auf der Ebene der journalistischen Beiträge statt und fokussiert sich auf die Aktualität und die Themenstruktur der Berichterstattung in den Informationsformaten sowie auf Form und Inhalt der Regionalberichterstattung.

Aktualität

Schon im Bericht über die Analyse der Fernsehprogramme des SWR und des NDR hatten wir 2012 festgestellt, dass insbesondere die tagesaktuelle Berichterstattung der Dritten deutlich hinter den bundesweiten öffentlich-rechtlichen Programmen von ARD und ZDF zurückbleibt (Trebbe 2013). Diesen Befund kann man auch für die 2014 neu untersuchten Programme des WDR Fernsehens und des MDR Fernsehens beibehalten (Tabelle 4.10). Im engeren Sinne tagesaktuell, also explizit auf ein Ereignis des Sendetages plus/minus 24 Stunden bezogen und ohne Wiederholungen, ist im WDR etwa 9 Prozent der täglichen Sendezeit. Beim MDR liegt dieser Wert bei 13 Prozent. Damit liegen die zwei aktuell untersuchten Dritt-Programme mit ihren Werten etwas über den Aktualitätsquoten für den SWR (2012: 7 Prozent) bzw. NDR (2012: 12 Prozent) und wiederum deutlich unter den entsprechenden aktuellen Vergleichswerten für ARD/ Das Erste (20 Prozent) und ZDF (22 Prozent).

Dass Fernsehberichterstattung, wenn sie aktuell ist, fast immer tagesaktuelle Ereignisse aufgreift, zeigt im Übrigen der Blick auf die Thematisierung des Geschehens, das bis zu sieben Tage zurückliegt. Die Werte schwanken zwischen 2 und 3 Prozent und spielen so in der fernsehpublizistischen Sendezeit so gut wie keine Rolle.

► **Tabelle 4.10:**

Aktualität der Fernsehpublizistik

Beitragsanalyse
(in Prozent)¹

Aktualität	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR	MDR	ARD	ZDF	SWR	NDR
Fernsehpublizistik: Erstsendungen	45,9	37,4	39,1	42,2	43,0	41,7
Tagesaktuelle Berichterstattung	8,7	12,5	19,6	21,7	6,7	11,5
Wochenaktuelle Berichterstattung	0,4	0,7	2,4	0,8	1,6	0,6
Kein aktueller Beitragsanlass	35,0	22,3	14,9	17,2	32,1	27,8
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	1,8	1,9	2,2	2,5	2,6	1,8
Fernsehpublizistik: Kurzfristige Wiederholungen	30,8	26,3	7,5	4,5	30,8	30,6
Restliches Programm	23,3	36,3	53,4	53,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).
Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Der nicht tagesaktuelle Teil der Berichterstattung überwiegt in allen bisher mit diesem Instrument untersuchten Dritten Programmen. Beim WDR Fernsehen haben mehr als ein Drittel (35 Prozent) der fernsehpublizistischen Beiträge in den Erstsendungen keinen aktuellen Beitragsanlass, sondern sind ganz allgemein sach-, service- oder problemorientiert und damit nicht zwingend Teil der jeweils momentanen Nachrichtenlage. Beim MDR liegt der entsprechende Wert mit 22 Prozent deutlich darunter – was vor allem auf die höhere Gewichtung von, in der Regel nicht tagesaktuellen, Reportagen und Dokumentationen im Programm des WDR zurückzuführen sein dürfte.

Fernsehpublizistische Themenstruktur

Auch für das Fernsehprogramm des WDR und des MDR gilt: Journalistische Berichterstattung ist die Domäne der Dritten Programme der ARD. 77 Prozent der täglichen Sendezeit des WDR gilt fernsehpublizistischen Inhalten. Das ist im Vergleich zu den im Jahr 2012 untersuchten Programmen von SWR (74 Prozent) und NDR (72 Prozent) noch einmal ein deutlich höherer Wert. Das gilt allerdings nicht für das Programm des MDR. Bedingt durch den hohen Anteil fiktionaler Sendungen ist der Anteil der fernsehpublizistischen Sendungen (und damit auch des Untersuchungskorpus der Beitragsanalyse) mit 64 Prozent vergleichsweise unterdurchschnittlich ausgeprägt (Tabelle 4.11).

Ein besonders kontrovers diskutierter Befund der SWR/NDR-Studie aus dem Jahr 2012 betraf damals die Themenstruktur der untersuchten Programme.¹⁷ Unter anderem wurde der vergleichsweise hohe Anteil von Human-Touch-Themen, d.h. Berichterstattung über Stars und Sternchen, Sex and Crime etc., intensiv diskutiert und auch unter methodischen Gesichtspunkten kritisiert (SWR 2012: 15 Prozent, NDR 2012: 21 Prozent). Die aktuellen Daten für die Fernsehprogramme des WDR und des MDR zeigen nun relativ deutlich, dass die damaligen Befunde keine Spezifika der dort untersuchten Programme waren. Auch in der aktuellen Untersuchung wurden für die Gruppe dieser „weichen“ journalistischen Themen vergleichbare Werte ermittelt. So kann man im Programm des WDR Fernsehens etwa 18 Prozent der Sendezeit diesen Themen zuordnen, beim MDR sind es 17 Prozent. In beiden Programmen bezieht sich der größte Teil dieser Human-Touch-Berichterstattung auf die eher belanglosen Zerstreuthemen wie Stars und Prominenz und weniger auf Angstthemen wie Kriminalität, Unfälle und Katastrophen.

Human-Touch-Berichterstattung stellt weder beim WDR noch beim MDR das größte Themensegment dar. Dies ist in beiden Fällen jeweils die Berichterstattung über Sachthemen aus allen möglichen Bereichen der Gesellschaft, hier vor allem aus Kultur und Gesellschaft (WDR: 23 Prozent, MDR: 17 Prozent), aber auch aus dem Bereich Verbraucher/Gesundheit/

¹⁷ Vgl. dazu die Dokumentation Debatte um die Studie auf der Website der Otto Brenner Stiftung, <https://www.otto-brenner-stiftung.de/otto-brenner-stiftung/aktuelles/zwischen-boulevard-und-ratgeber-tv.html> [15.05.15].

Service (WDR: 12 Prozent, MDR: 5 Prozent). Im Bereich Sport profiliert sich besonders das Programm des MDR mit 7 Prozent der täglichen Sendezeit – das ist mehr als doppelt so viel wie in allen anderen ausgewiesenen Programmen. SWR und NDR zeigten 2012 sogar weitaus geringere Anteilswerte an Sportberichterstattung (2 bzw. 1 Prozent).

Kontroverse, im weiteren Sinne gesellschaftlich relevante Themen, sind bei WDR und MDR auf dem dritten Platz der Themenrangliste. Insgesamt 16 Prozent der täglichen Sendezeit wird im WDR Fernsehen über gesellschaftliche Streitfragen berichtet – und damit häufiger als im ZDF und in den im Jahr 2012 analysierten Fernsehprogrammen von SWR und NDR. Der MDR liegt mit 14 Prozent ebenfalls über den damaligen Werten für die Schwesterprogramme aus Rheinland-Pfalz bzw. Niedersachsen.

► **Tabelle 4.11:**

Themenstruktur der Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit

Beitragsanalyse
(in Prozent)¹

Themenbereiche	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR	MDR	ARD	ZDF	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	76,7	63,7	46,6	46,7	73,8	72,3
Kontroverse Themen	15,6	13,9	21,6	14,7	10,3	12,6
<i>Politik</i>	7,1	10,4	15,9	9,9	4,9	9,5
<i>Wirtschaft und Gesellschaft</i>	8,5	3,5	5,7	4,8	5,4	3,1
Sach- und Ratgeberthemen	36,8	23,5	10,7	15,6	42,4	34,4
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	22,9	16,5	4,5	9,9	25,4	22,2
<i>Bildung, Wissen und Forschung</i>	1,3	1,8	0,4	0,5	4,9	0,8
<i>Natur und Umwelt</i>	0,5	0,3	0,6	0,9	2,1	4,5
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	9,7	3,6	3,7	3,1	8,0	4,9
<i>Servicethemen</i>	2,4	1,3	1,5	1,2	2,0	2,0
Human-Touch-Themen	17,9	16,6	8,4	10,3	15,0	20,8
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	14,0	10,6	6,7	7,6	13,4	16,6
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	2,8	4,8	0,8	1,9	1,3	2,9
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	1,1	1,2	0,9	0,8	0,3	1,3
Sport	3,2	6,9	3,5	3,5	1,9	1,0
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,2	2,8	2,4	2,6	4,2	3,5
Restliches Programm	23,3	36,3	53,4	53,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Fokussiert man auf die politische Berichterstattung im engeren Sinne, also die Thematisierung politischer Akteure und politischer Entscheidungen, ändert sich das Bild noch einmal etwas. Unter den bisher analysierten Dritten Programmen räumt der MDR mit 10 Prozent der täglichen Sendezeit der Politikberichterstattung den größten Raum ein, im WDR Fernsehen liegt der Vergleichswert mit 7 Prozent ziemlich genau zwischen den in 2012 gemessenen Werten für den SWR (5 Prozent) und den NDR (10 Prozent).

► **Tabelle 4.12:**

Themenstruktur der tagesaktuellen Fernsehpublizistik

Beitragsanalyse
(in Prozent)¹

Themenbereiche	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR	MDR	ARD	ZDF	SWR	NDR
Tagesaktuelle Fernsehpublizistik²	8,7	12,5	19,6	21,7	6,7	11,5
Kontroverse Themen	3,7	3,4	11,3	11,3	2,7	3,3
<i>Deutsche Politik³</i>	1,4	1,7	5,3	5,7	2,0	2,3
<i>Sonstige Politik</i>	0,3	0,3	3,0	2,2	0,3	0,3
<i>Wirtschaft</i>	1,5	1,1	2,1	2,3	0,2	0,3
<i>Gesellschaft</i>	0,5	0,3	0,9	1,1	0,2	0,4
Sach- und Ratgeberthemen	2,0	2,2	3,4	4,0	2,4	5,0
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	1,1	1,2	1,3	1,8	1,0	2,9
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	0,0	0,1	0,3	0,8	0,2	0,1
<i>Servicethemen</i>	0,6	0,8	1,5	1,2	0,8	0,6
<i>Sonstige unpolitische Sachthemen</i>	0,3	0,1	0,3	0,2	0,4	1,4
Human-Touch-Themen	1,1	2,8	2,1	3,0	0,7	2,7
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	0,3	0,6	1,0	1,7	0,3	1,3
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	0,4	1,4	0,3	0,6	0,3	0,9
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	0,4	0,8	0,8	0,7	0,1	0,5
Sport	1,9	4,1	2,8	3,4	0,9	0,5
Sonstige Fernsehpublizistik⁴	68,0	51,2	27,0	25,0	67,1	60,8
Restliches Programm	23,3	36,3	53,4	53,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

2 Ohne kurzfristige Wiederholungen.

3 Einschließlich deutscher Außenpolitik.

4 Nicht tagesaktuelle Fernsehpublizistik, thematisch nicht klassifizierbare Beiträge und kurzfristige Wiederholungen von fernsehpublizistischen Sendungen.

Quelle: eigene Darstellung

Tagesaktuelle Fernsehpublizistik

Was wird durch die Redaktionen im tagesaktuellen Berichterstattungsgeschäft als relevant und berichtenswert eingeschätzt? Diese Frage versucht Tabelle 4.12 zu beantworten. Die Daten zeigen die Themenstruktur der Beiträge, die sich auf den entsprechenden Sendetag erstmals mit einem Ereignis oder Sachverhalt beschäftigen. Die Daten zeigen sehr gut, wie ähnlich die professionellen Selektions- und Gewichtungskriterien im Tagesgeschäft bei WDR und MDR funktionieren. Insbesondere die Berichterstattung über gesellschaftlich kontroverse Themen liegt in beiden Programmen auf dem ersten bzw. zweiten Rang der senderinternen Themenagenda (WDR: 4 Prozent, MDR 3 Prozent). Im WDR Fernsehen folgen dann unpolitische Sach- und Ratgeberthemen (2 Prozent), die Sportberichterstattung (2 Prozent) und Human-Touch-Themen (1 Prozent).

Im MDR wird Human-Touch (3 Prozent) im tagesaktuellen Bereich höher gewichtet als die Sachthemenberichterstattung (2 Prozent), am häufigsten wird über Sportthemen (4 Prozent) berichtet.

Die Themenstruktur der Nachrichtensendungen

Nachrichten haben innerhalb der journalistischen Berichterstattung einen besonderen Stellenwert. Sie sind für Fernsehzuschauer ein berechenbares Gefäß für das Wichtigste der aktuellen Nachrichtenlage. Tabelle 4.13 zeigt – hier einmal auf die Sendezeit für Nachrichtenbeiträge prozentuiert – die Themengewichtung.

Politik im engeren Sinne und in erster Linie auf Deutschland bezogen, steht in beiden Programmen an erster Stelle der Berichterstattung in Nachrichtensendungen. Im WDR mit 28 Prozent noch deutlicher als im MDR Fernsehen mit 23 Prozent. Beide Programme liegen damit übrigens deutlich hinter den Daten für die SWR- und die NDR-Nachrichten aus dem Jahr 2012. Insbesondere der WDR legt dafür besonderen Wert auf gesellschaftlich-relevante Wirtschaftsberichterstattung, also öffentliche Streitfragen mit ökonomischem Schwerpunkt, die nicht (oder noch nicht) im politisch-administrativen Sektor angekommen sind, aber dennoch öffentlich diskutiert werden. So gesehen herrschen zwischen den zwei Programmen vergleichsweise große Unterschiede: Kontroverse Themen im weiteren Sinne werden in 62 Prozent der Nachrichten im WDR zum Thema gemacht, beim MDR Fernsehen sind es 42 Prozent.

Bei WDR und MDR auf dem zweiten Rang, aber in der konkreten Ausprägung ebenfalls unterschiedlich, rangieren die unpolitischen Sachthemen, also Nachrichten aus allen möglichen gesellschaftlichen Sektoren wie Kultur, Medien, Kirche etc. Der MDR setzt hier mit insgesamt 27 Prozent für Sachthemen und einem Serviceanteil von 15 Prozent einen deutlichen Schwerpunkt innerhalb der Nachrichtengebung. Die Nachrichten im WDR Fernsehen liegen mit 18 Prozent (Servicethemen: 7 Prozent) deutlich dahinter.

Der drittgrößte Themenbereich der Nachrichtenbeiträge ist im MDR der Sport. Sportbeiträge nehmen in den Nachrichten des MDR Fernsehens 14 Prozent der Sendezeit in Anspruch. Das ist erheblich mehr als in allen anderen hier zum Vergleich stehenden Programmen. Der WDR liegt dagegen mit einem Sportanteil von 2 Prozent etwa auf dem Niveau des NDR (2012: 2 Prozent).

Und auch Human-Touch-Themen werden offensichtlich auch in den Nachrichtenredaktionen von WDR und MDR als relevante Berichterstattungsgegenstände bewertet. Mit 14 Prozent (WDR)

► **Tabelle 4.13:**

Themenstruktur der Nachrichtensendungen

Beitragsanalyse
(in Prozent)¹

Themenbereiche	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR t=0:53	MDR t=1:15	ARD t=2:10	ZDF t=1:57	SWR t=1:08	NDR t=1:13
Kontroverse Themen	61,6	41,7	74,6	68,7	47,7	50,4
Deutsche Politik ²	27,5	22,8	32,9	29,1	40,3	35,4
Sonstige Politik	8,6	3,9	24,3	17,7	4,8	5,2
Wirtschaft	22,1	11,6	14,5	15,8	1,8	5,9
Gesellschaft	3,4	3,4	2,9	6,1	0,8	3,9
Sach- und Ratgeberthemen	17,8	27,2	11,0	12,3	28,0	18,9
Kultur und Gesellschaft	8,2	10,4	2,0	6,3	14,0	10,1
Verbraucher- und Gesundheitsthemen	0,6	0,0	0,3	0,7	0,3	1,5
Servicethemen	7,4	15,0	6,3	3,4	11,1	5,6
Sonstige unpolitische Sachthemen	1,6	1,8	2,4	1,9	2,6	1,7
Human-Touch-Themen	14,3	10,2	3,7	8,2	10,9	24,4
Prominente, Menschen, Emotionen	1,3	0,6	1,0	2,6	3,6	2,6
Verbrechen, Unfälle	7,2	2,8	0,7	0,7	5,8	14,4
Besondere Schadensereignisse	5,8	6,8	2,0	4,9	1,5	7,4
Sport	2,1	13,6	4,4	5,0	7,7	2,2
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,2	7,3	6,3	5,8	5,7	4,1
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: Jeweiliger Zeitumfang der in den Programmen als Nachrichtensendungen klassifizierten Sendungen in Std.:Min. pro Sendetag. Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

2 Einschließlich deutscher Außenpolitik.

Quelle: eigene Darstellung

und 10 Prozent (MDR) zeigen beide Programme, dass die im Jahr 2012 für SWR (11 Prozent) und NDR (24 Prozent) ausgewiesenen Werte in der Tendenz *keine* programmspezifischen oder ereignisbedingten Ausreißer waren. Darüber hinaus wird erkennbar, dass Human-Touch-Berichterstattung in den Nachrichten etwas anderes ist als Human-Touch-Berichterstattung in anderen fernsehpublizistischen Formaten. In den Nachrichten geht es nicht in erster Linie um Klatsch und Tratsch aus der Welt der Stars und Sternchen (je 1 Prozent), sondern um Verbrechen, Unfälle und große Schadensereignisse wie Großbrände, Naturkatastrophen etc.

► **Tabelle 4.14:**

Themenstruktur der Magazinsendungen

Beitragsanalyse
(in Prozent)¹

Themenbereiche	Herbst 2014				Herbst 2012	
	WDR t=10:07	MDR t=8:44	ARD t=4:58	ZDF t=5:16	SWR t=7:39	NDR t=6:32
Kontroverse Themen	23,7	19,1	34,6	27,5	7,3	24,3
Politik	10,0	14,9	23,1	17,8	3,5	17,4
Wirtschaft und Gesellschaft	13,7	4,2	11,5	9,7	3,8	6,9
Sach- und Ratgeberthemen	53,4	45,5	31,7	32,1	64,6	46,4
Kultur und Gesellschaft	29,8	28,8	20,5	20,1	34,5	24,2
Verbraucher- und Gesundheitsthemen	14,2	9,9	5,6	5,1	15,5	12,3
Servicethemen	5,1	1,4	4,3	4,1	3,9	5,7
Sonstige unpolitische Sachthemen	4,3	5,4	1,3	2,8	10,7	4,2
Human-Touch-Themen	16,5	26,9	19,3	26,2	20,2	21,5
Prominente, Menschen, Emotionen	8,3	14,0	13,1	17,1	16,6	10,9
Verbrechen, Unfälle	6,0	10,5	3,5	7,1	3,2	7,6
Besondere Schadensereignisse	2,2	2,4	2,7	2,0	0,4	3,0
Sport	1,6	3,7	9,4	8,8	1,1	1,6
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,8	4,8	5,0	5,4	6,8	6,2
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: Jeweiliger Zeitumfang der in den Programmen als Magazinsendungen klassifizierten Sendungen in Std.:Min. pro Sendetag. Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Die Themenstruktur der Magazinsendungen

In den Magazinsendungen der untersuchten Programme rückt die Politikberichterstattung stärker in den Hintergrund (Tabelle 4.14).

Unpolitische Sach- und Ratgeberthemen nehmen 53 Prozent (WDR) bzw. 46 Prozent (MDR) der genrespezifischen Sendezeit in Anspruch und liegen damit vor den Beiträgen über kontroverse und politische Themen mit 24 Prozent (WDR) und 19 Prozent (MDR). Der MDR setzt darüber hinaus einen deutlichen Akzent auf die Human-Touch-Berichterstattung (z.B. *Brisant*), die mit 27 Prozent der Sendezeit für Magazinbeiträge den zweiten Rang einnimmt (WDR: 17 Prozent, dritter Rang). Sport rangiert in beiden Programmen in diesem Genre unter ferner liefen (WDR 2 bzw. MDR 4 Prozent).

► **Tabelle 4.15:**

Zeitungsfang der Basiselemente der Regionalanalyse

Regionalanalyse
(in Std.:Min. pro Sendetag)¹

Basiselemente	Herbst 2014		Herbst 2012	
	WDR	MDR	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	18:26	15:17	17:44	17:21
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland ²	8:06	2:20	4:16	2:43
Fernsehpublizistik mit Bezug zum lokalen Ballungsraum ³	2:04	-	-	-
Restliche Fernsehpublizistik	7:30	12:16	12:27	13:47
<i>Mit Bezug zum Sendegebiet⁴</i>	-	7:03	4:08	6:02
<i>Ohne Bezug zum Sendegebiet⁴</i>	7:30	5:13	8:19	7:45
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge ⁵	0:46	0:41	1:01	0:51
Restliches Programm	5:34	8:43	6:16	6:39
Sonstige Sendungen	5:06	7:53	5:48	6:02
Programmtrailer, Sponsoring etc.	0:28	0:50	0:28	0:37
Gesamt	24:00	24:00	24:00	24:00

1 Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

2 Das betrifft beim WDR Nordrhein-Westfalen, beim MDR Sachsen-Anhalt, beim SWR Rheinland-Pfalz und beim NDR Niedersachsen.

3 Das betrifft beim WDR den Ballungsraum Köln.

4 Das betrifft beim WDR Nordrhein-Westfalen, beim MDR Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen, beim SWR Baden-Württemberg und das Saarland, beim NDR Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein.

5 In den untersuchten Sendungen integrierte Moderationen (Aussagen, Einspielungen etc., die eine Übersicht über die Sendung bzw. Teile der Sendung geben), Unterhaltungsbeiträge (Filmausschnitte, Sketche, Musik etc.), Gewinnspiele und Votings.

Quelle: eigene Darstellung

4.3 Regionalberichterstattung

4.3.1 Die Regionalberichterstattung im Gesamtprogramm

Die Struktur der regionalen Publizistik ist in beiden hier im Zentrum der Betrachtung stehenden Dritten Programmen sehr unterschiedlich. Deshalb war es für detaillierte Analysen der Regionalberichterstattung auch vergleichsweise schwierig, einen vergleichbaren Rahmen für beide Programme zu finden, der in etwa dem empirischen Bezugsrahmen der Untersuchungen aus dem Jahr 2012 entspricht.¹⁸

Der MDR muss als Dreiländeranstalt die regionalen Geschehnisse in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen im Blick haben. Damit ähnelt er dem Format des NDR (ohne die Sonderproblematik der Stadtstaaten) und des SWR (ohne die gewachsenen Traditionen von SWF und SR). Die Analysen, die wir hier beschreiben, beziehen sich auf *eine* Landesversion des Programms; diejenige, die in Sachsen-Anhalt ausgestrahlt und im Regionalprogramm für dieses Bundesland auseinandergeschaltet wird. Analog zur SWR/NDR-Studie werden deshalb im Folgenden Untersuchungen zu der auf das Bundesland Sachsen-Anhalt bezogenen Berichterstattung dargestellt (Tabelle 4.15).

Dieses Sendevolumen entspricht im Untersuchungszeitraum der Querschnittanalyse (eine Kalenderwoche) insgesamt 2 Stunden und 20 Minuten. Beiträge ohne Bezug zu Sachsen-Anhalt, auch wenn sie sich auf das restliche Sendegebiet (Sachsen, Thüringen) beziehen, wurden in diesem Analyseschritt nicht weiter berücksichtigt.

Der WDR ist für das bevölkerungsreichste Bundesland zuständig und hat im Hinblick auf seine regionale Berichterstattung eine vollständig andere Konstitution. Neben der Zentralredaktion in Köln existieren insgesamt 11 sogenannte Regionalstudios, die die großen lokalen Ballungsräume in Nordrhein-Westfalen abdecken und weit unterhalb der das Bundesland betreffenden Aufmerksamkeitsschwelle recherchieren und berichten können. Insgesamt kommen so zu insgesamt 8 Stunden wöchentlich, die wir mit direktem Bezug zu Nordrhein-Westfalen als Bundesland identifizieren konnten, wöchentlich noch mehr als 2 Stunden hinzu, die wir im engeren Sinne als Berichterstattung über den lokalen Ballungsraum des Regionalstudios Köln bezeichnen. Da die lokale Berichterstattung in ihrer Gesamtheit aber unzweifelhaft zur Regionalberichterstattung des WDR beiträgt, wurde sie in diesem Analyseschritt zunächst mit berücksichtigt – auch wenn dies für die im Folgenden dargestellten Analysen und Tabellen ein vergleichsweise großes Ungleichgewicht der empirischen Bezüge zur Folge hat (Tabelle 4.16). So sprechen wir im Folgenden über mehr als 42 Prozent (10 Stunden und 10 Minuten) der fernsehpublizistischen Sendezeit des WDR und über etwa 10 Prozent (2 Stunden und 20 Minuten) der fernsehpublizistischen Sendezeit des MDR.

¹⁸ Vgl. dazu auch die Ausführungen in Abschnitt 3 zur Auswahl der Sendeformate für die Regionalanalysen.

► **Tabelle 4.16:****Basiselemente der Regionalanalyse/Gesamtsendezeit**Regionalanalyse
(in Prozent)¹

Basiselemente	Herbst 2014		Herbst 2012	
	WDR	MDR	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	76,7	63,7	73,8	72,3
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland ²	33,7	9,8	17,8	11,3
Fernsehpublizistik mit Bezug zum lokalen Ballungsraum ³	8,6	-	-	-
Restliche Fernsehpublizistik	31,2	51,1	51,8	57,5
<i>Mit Bezug zum Sendegebiet⁴</i>	-	29,4	17,2	25,2
<i>Ohne Bezug zum Sendegebiet⁴</i>	31,2	21,7	34,6	32,3
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge ⁵	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	23,3	36,3	26,2	27,7
Sonstige Sendungen	21,3	32,8	24,2	25,1
Programmtrailer, Sponsoring etc.	2,0	3,5	2,0	2,6
Gesamt	100	100	100	100

1 Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

2 Das betrifft beim WDR Nordrhein-Westfalen, beim MDR Sachsen-Anhalt, beim SWR Rheinland-Pfalz und beim NDR Niedersachsen.

3 Das betrifft beim WDR den Ballungsraum Köln.

4 Das betrifft beim WDR Nordrhein-Westfalen, beim MDR Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen, beim SWR Baden-Württemberg und das Saarland, beim NDR Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein.

5 In den untersuchten Sendungen integrierte Moderationen (Aussagen, Einspielungen etc., die eine Übersicht über die Sendung bzw. Teile der Sendung geben), Unterhaltungsbeiträge (Filmausschnitte, Sketche, Musik etc.), Gewinnspiele und Votings.

Quelle: eigene Darstellung

Formate

Ganz unabhängig von den unterschiedlichen Konstellationen für die Regionalberichterstattung kann man festhalten, dass in beiden Programmen mehr als zwei Drittel der Beiträge auf das jeweils im Fokus stehende Bundesland in Magazinen stattfindet (Tabelle 4.17).

Im WDR Fernsehen sind das 30 Prozent der Gesamtsendezeit eines durchschnittlichen Sendetages, im MDR Fernsehen 6 Prozent. Reportagen und Dokumentationen aus der Region rangieren in beiden Programmen an zweiter Stelle (WDR: 6 Prozent, MDR: 2 Prozent), gefolgt von den Nachrichten (2 bzw. 1 Prozent). Beide Programme bedienen den regionalen Sport mit eigenen Sendungen (2 bzw. 1 Prozent).

► **Tabelle 4.17:**

Formate der regionalen Fernsehpublizistik

Regionalanalyse
(in Prozent)¹

Programmcharakteristik	Herbst 2014		Herbst 2012	
	WDR	MDR	SWR	NDR
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	42,3	9,8	17,8	11,3
Nachrichtensendungen	2,0	1,1	2,8	1,8
Magazine	30,0	6,1	10,1	6,2
Reportagen, Dokumentationen	6,2	1,8	3,6	1,8
Interview-, Talkformate	0,5	-	0,1	0,3
Sportsendungen	2,3	0,8	0,5	0,2
Reality-TV-Formate (Doku-Soaps)	0,7	-	-	0,4
Schulfernsehen	-	-	0,1	-
Sonstige fernsehpublizistische Formate	0,6	-	0,6	0,6
Restliche Fernsehpublizistik	31,2	51,1	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).
Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Themenstruktur

Worum geht es in den Beiträgen, die sich auf das Bundesland als Sendegebiet des WDR bzw. des MDR Fernsehens beziehen (Tabelle 4.18)?

An erster Stelle der Themenstruktur stehen nicht – und das ist eine Konstante mit Blick auf die Analysen der Jahre 2012 und 2014 – die gesellschaftlichen Kontroversen oder gar Politik im engeren Sinne. An erster Stelle stehen die unpolitischen Sachthemen aus allen möglichen gesellschaftlichen Teilbereichen. Im WDR Fernsehen sind das insgesamt 25 Prozent der Gesamt-sendezeit und damit klar mehr als die Hälfte der regionalen und lokalen Fernsehpublizistik (42 Prozent der täglichen Sendezeit). Beim MDR Fernsehen liegt der Wert bei 4 Prozent, nicht ganz die Hälfte der regionalen Fernsehpublizistik (10 Prozent), aber quantitativ gesehen die größte Themengruppe innerhalb der Beiträge mit Regionalbezug in der Untersuchungswoche.

► **Tabelle 4.18:****Themenstruktur der regionalen Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit**Regionalanalyse
(in Prozent)¹

Themenbereiche	Herbst 2014		Herbst 2012	
	WDR	MDR	SWR	NDR
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	42,3	9,8	17,8	11,3
Kontroverse Themen	9,5	2,3	3,2	3,6
<i>Politik</i>	3,1	1,7	2,5	2,5
<i>Wirtschaft</i>	3,4	0,6	0,1	0,3
<i>Gesellschaft</i>	3,0	0,0	0,6	0,8
Sach- und Ratgeberthemen	24,7	4,2	11,4	3,8
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	16,4	3,0	7,9	2,2
<i>Bildung, Wissen und Forschung</i>	1,3	0,3	0,4	0,1
<i>Natur und Umwelt</i>	0,4	0,1	0,2	0,2
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	4,3	0,1	1,7	0,8
<i>Servicethemen</i>	2,3	0,7	1,2	0,5
Human-Touch-Themen	5,5	1,9	2,5	3,8
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	2,2	0,9	2,1	2,2
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	2,5	0,9	0,4	0,8
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	0,8	0,1	-	0,8
Sport	2,6	1,4	0,7	0,1
Restliche Fernsehpublizistik	31,2	51,1	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100

1. Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Kontroverse Themen mit Regional- oder Lokalbezug erreichen beim WDR Fernsehen einen Anteil von 10 Prozent am durchschnittlichen Sendetag, davon sind etwa 3 Prozentpunkte den politischen Themen zuzuordnen. Beim MDR sind 2 Prozent der Gesamtsendezeit den gesellschaftlichen Streitfragen gewidmet, und mit großer Mehrheit dominiert in diesem Themensegment auch die politische Berichterstattung (2 Prozentpunkte).

Human-Touch-Themen stehen in beiden aktuell untersuchten Programmen an dritter Stelle (6 bzw. 2 Prozent der täglichen Sendezeit), wobei man hier die Relationen betrachten muss. Beim WDR handelt es sich um etwa 13 Prozent der regionalen Beiträge, beim MDR sind es etwa 20 Prozent, die sich um die Themen Prominenz, Emotionen, Sex and Crime etc. drehen.

Beiträge zum regionalen Sport sind im WDR in etwa 3 Prozent der täglichen Sendezeit zu finden, beim MDR liegt dieser Vergleichswert bei etwas mehr als 1 Prozent.

Regionale Bezugnahme, Themen und Akteure

Regionale Bezüge werden überwiegend durch Personen und Institutionen aus der Region hergestellt (Tabelle 4.19).

Im WDR Fernsehen ist in mehr als jeder dritten Sendeminute eines durchschnittlichen Tages im Herbst 2014 eine Person oder Institution mit regionalem Bezug oder Funktionskontext zu sehen gewesen (38 Prozent). Im MDR Fernsehen traf dies auf etwas weniger als jede zehnte Sendeminute zu (9 Prozent). Darüber hinaus ist regionale Berichterstattung in den untersuchten Dritten ereignisabhängig. Mehr als die Hälfte aller regionalen Beiträge thematisieren ein regionales oder lokales Ereignis im WDR Fernsehen (27 Prozent der Gesamtsendezeit), beim MDR sind es knapp 5 Prozent.

Spezifische regionale Themen (Infrastruktur, regionale Wirtschaftszweige) und die „Herunterbrechung“ eigentlich auf einer höheren geografischen Ebene spielenden Themen fallen dagegen stark ab. Im Verhältnis zu den Akteuren und Ereignissen liegen solche Themenbezüge

► **Tabelle 4.19:**

Struktur der Regionalbezüge

Regionalanalyse
(in Prozent – Mehrfachnennung)¹

Regionalbezüge	Herbst 2014		Herbst 2012	
	WDR	MDR	SWR	NDR
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	42,3	9,8	17,8	11,3
Regionales/lokales Thema	9,7	3,4	9,4	3,6
Regionale/lokale Themenkonkretisierung	7,5	1,2	2,1	1,8
Regionales/lokales Ereignis	27,2	4,5	5,9	6,3
Regionaler/lokaler Akteur	38,4	8,8	17,0	10,3
Restliche Fernsehpublizistik	31,2	51,1	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).
Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

Quelle: eigene Darstellung

zwischen einem Viertel und einem Drittel der regionalen Bezugnahmen in der einschlägigen Fernsehpublizistik (zwischen 1 Prozent und 10 Prozent der durchschnittlichen täglichen Sendezeit).

Es lassen sich drei Themengruppen der regionalen Fernsehpublizistik identifizieren, die in den Dritten vergleichsweise stärker vertreten sind. Auch wenn hier insgesamt die Quantitäten und Prozentwerte gering sind, zeigen sich doch für beide untersuchten Programme ähnliche strukturelle Tendenzen (Tabelle 4.20).

Tradition, Brauchtum, Heimat und regionale Ratgeberthemen stellen im WDR Fernsehen jeweils etwa ein Drittel der regionalen/lokalen Themen (jeweils etwa 3 Prozentpunkte von insgesamt 10 Prozent der Gesamtsendezeit). An dritter Stelle folgt die regionale/lokale Politik (2 Prozentpunkte). Im MDR spielt das lokale Brauchtum eher eine untergeordnete Rolle, die zwei vergleichsweise dominanten Themen sind hier ebenfalls die regionale Politik (2 Prozentpunkte) und die regionalen Sach- und Ratgeberthemen (1 Prozent).

► **Tabelle 4.20:**

Struktur der regionalen Themen

Regionalanalyse
(in Prozent)¹

Themenbereiche	Herbst 2014		Herbst 2012	
	WDR	MDR	SWR	NDR
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	42,3	9,8	17,8	11,3
Regionales/lokales Thema	9,7	3,4	9,4	3,6
Regionale/lokale Politik und Verwaltung	2,2	1,5	2,3	2,0
Wirtschaft in der Region	0,1	0,3	1,6	0,3
Soziales Zusammenleben in der Region	0,3	-	0,0	0,1
Traditionen, Brauchtum, Heimat	3,5	0,4	2,8	0,1
Regionale/lokale Sach- und Ratgeberthemen	3,4	1,0	2,4	0,8
Regionale/lokale Human-Touch-Themen	0,2	0,2	-	-
Regionale/lokale Sportthemen	0,0	-	0,3	0,3
Kein regionales/lokales Thema	32,6	6,4	8,4	7,7
Restliche Fernsehpublizistik	31,2	51,1	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Auch bei den regionalen Akteuren, die die regionale Berichterstattung bestimmen, zeigen sich stabile Strukturen im Vergleich zu den im Jahr 2012 analysierten Programmen des SWR und des NDR (Tabelle 4.21). Damals wie auch bei der aktuellen Analyse des WDR und des MDR ist die häufigste Akteursgruppe diejenige der „normalen“ Leute, der Menschen aus dem Sendegebiet.

► **Tabelle 4.21:**

Struktur der regionalen Akteure¹

Regionalanalyse
(in Prozent – Mehrfachnennung)²

Akteure	Herbst 2014		Herbst 2012	
	WDR	MDR	SWR	NDR
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	42,3	9,8	17,8	11,3
Politik und Verwaltung	14,3	2,6	3,9	5,0
<i>Regierung/Regierungsparteien (Landtag)</i>	2,7	0,7	2,1	3,0
<i>Opposition/Oppositionsparteien (Landtag)</i>	0,6	0,2	0,4	1,4
<i>Sonstige Politik</i>	7,4	1,1	1,7	1,4
<i>Judikative</i>	2,2	0,0	1,1	0,6
<i>Verwaltung, Polizei</i>	6,1	1,0	1,5	1,6
Wirtschaft	16,3	3,6	8,8	5,4
<i>Gewerkschaften</i>	0,8	0,1	-	0,5
<i>Sonstige Wirtschaft</i>	15,9	3,5	8,8	5,4
Soziokulturelle Gruppen	16,2	4,6	6,8	3,7
<i>Zivilgesellschaftliche Gruppen</i>	4,8	0,7	2,0	0,7
<i>Bildung, Wissenschaft, Kunst, Kultur</i>	6,3	2,2	4,0	1,0
<i>SportlerInnen</i>	5,7	2,0	2,4	0,4
<i>Feuerwehr, Rettungsdienst</i>	1,3	0,1	0,3	1,7
BürgerInnen	25,1	5,3	10,7	6,0
Sonstige regionale/lokale Akteure	5,9	1,0	2,0	0,6
Keine regionalen/lokalen Akteure	4,0	1,2	0,8	1,0
Restliche Fernsehpublizistik	31,2	51,1	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100

1 Beiträge, in denen mind. ein Akteur aus der jeweiligen gesellschaftlichen Gruppe erwähnt wird oder zu Wort kommt.

2 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).

Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15. – 21.10.2012) und im Herbst 2014 (13.–19.10.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Im WDR Fernsehen sind sie in mehr als der Hälfte der regionalspezifischen Sendezeit vertreten (25 Prozentpunkte), im MDR ist das Verhältnis vergleichbar: 5 Prozentpunkte von 10 Prozent. An zweiter Stelle rangieren im WDR Fernsehen handelnde oder zu Wort kommende Personen aus der Wirtschaft und soziokulturellen Gruppen (jeweils 16 Prozent), gefolgt von Akteuren aus Politik und Verwaltung (14 Prozent). Eine ähnliche Rangfolge gilt für die handelnden Personen beim MDR Fernsehen: 4 Prozent Wirtschaft, 5 Prozent soziokulturelle Gruppierungen, 3 Prozent Politik und Verwaltung.

4.3.2 Die Regionalberichterstattung im Längsschnitt

Wie in Abschnitt 3 beschrieben, soll im Rahmen dieser Studie noch einmal die Perspektive verändert werden. Die Analysen im vorstehenden Abschnitt haben gezeigt, dass die Struktur in den beiden in dieser Studie untersuchten Programmen sehr unterschiedlich ist. Auf der einen Seite der WDR mit seiner – zusätzlich zu der auf das Bundesland Nordrhein-Westfalen ausgerichteten Regionalberichterstattung im engeren Sinne – stark an den lokalen Ballungsräumen orientierten Magazin- und Nachrichtenstruktur. Und auf der anderen Seite der MDR als Mehrländeranstalt, der in der Prime Time seine Regionalmagazine jeweils für die drei Länderversionen im Sendegebiet auseinanderschaltet.

Um dieser Struktur Rechnung zu tragen und einen tragfähigen Vergleich der Regionalberichterstattung zu ermöglichen, wurden für jedes Programm zwei ausgewählte Sendungen über einen Zeitraum von vier Kalenderwochen kontinuierlich beobachtet. Diese werden im Folgenden gegenübergestellt und verglichen (Tabelle 4.22).

► **Tabelle 4.22:**

Struktur der Regionalbezüge

Längsschnittanalyse¹

Sendungsformate	WDR				MDR					
	Sendungstitel	Ausstrahlung	n	t	Sendungstitel	Ausstrahlung	n	t		
Regional- und Lokalnachrichten	Lokalzeit aus Köln	Mo-Fr, 18.00-18.05 Uhr	20	1:40	MDR Aktuell	täglich, 19.30-19.50 Uhr	28	8:39		
Regionalmagazin	Aktuelle Stunde	täglich, 18.50-19.30 Uhr	28	17:10	MDR Sachsen-Anhalt heute	täglich, 19.00-19.30 Uhr	28	13:26		
Gesamt	<i>Bezugsrahmen der Längsschnittanalyse:</i>			48	18:50	<i>Bezugsrahmen der Längsschnittanalyse:</i>			56	22:05

1 Stichprobe: Vier Kalenderwochen im Herbst 2014 (13.10.–09.11.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Im Kern geht es dabei um die zwei Regionalmagazine, die sich am stärksten auf das jeweilige Bundesland beziehen. Im MDR Fernsehen ist das die Sendung *MDR Sachsen-Anhalt heute*, die täglich zwischen 19.00 und 19.30 Uhr als regionale Auseinanderschaltung ausgestrahlt wird. Beim WDR ist das die Sendung *Aktuelle Stunde*, die (im Gegensatz zu den auseinandergeschalteten) *Lokalzeit*-Magazinen aus den Regionalmagazinen eher auf das Bundesland Nordrhein-Westfalen als Ganzes ausgerichtet ist und täglich zwischen 18.50 und 19.30 Uhr ausgestrahlt wird.

Um jedoch die regionalen Auseinandersetzungen zu berücksichtigen und dabei die Vergleichsmöglichkeit mit den 2012 untersuchten Programmen SWR und NDR sowie dem 2014 untersuchten Programm des MDR zu gewährleisten, wurde die *Lokalzeit aus Köln* als Nachrichtensendung mit lokalem Fokus in die Längsschnittanalyse mit aufgenommen (Montag bis Freitag von 18.00 bis 18.05 Uhr). Die Magazinausgabe der *Lokalzeit* wird ebenfalls lokal auseinandergeschaltet, ist aber mit den Regionalmagazinen *Aktuelle Stunde* und *MDR Sachsen-Anhalt heute* eher verwandt als mit der Nachrichtensendung *MDR aktuell*. Insgesamt wurden so für das WDR Fernsehen im Untersuchungszeitraum 48 Sendungen bzw. 18 Stunden und 50 Minuten und für das MDR Fernsehen 56 Sendungen bzw. 22 Stunden und 5 Minuten als empirischer Bezugsrahmen für die Längsschnittanalyse der Regionalberichterstattung ausgewählt.

Die regionale Bezugnahme ist dabei in den untersuchten Programmen durchaus unterschiedlich (Tabelle 4.23). Insgesamt ist in den Regionalsendungen des MDR etwa 59 Prozent der analysierten Sendezeit mit einem Bezug auf Sachsen-Anhalt versehen, in den Sendungen des WDR sind es 77 Prozent. In diesem Vergleich machen die Nachrichten tatsächlich den Unterschied. Während insbesondere die Kölner Ausgabe der *Lokalzeit* mit 86 Prozent sehr stark auf den gewählten Ballungsraum fokussiert ist, enthält die Nachrichtensendung des MDR etwa 18 Prozent regionale Bezüge auf Sachsen-Anhalt und ist stärker auf das gesamte Sendegebiet ausgerichtet. Die Daten bilden an dieser Stelle sehr gut die unterschiedlichen Strukturen der regionalen (lokalen bzw. überregionalen) Thematisierungsstrategien und Senderkonstellationen ab.

In beiden Programmen ist darüber hinaus die Trennung zwischen (Kurz-)Nachrichtenbeiträgen in Nachrichtensendungen und Hintergrundbeiträgen in Magazinen nicht strikt. In den Lokalnachrichten im WDR liegt die Quote der Hintergrundbeiträge (= Filmbeiträge mit vergleichsweise größerer Dauer ab ca. 60 Sekunden) bei 36 Prozent; und auch bei *MDR aktuell*, dem formal engeren Nachrichtenformat, liegt diese Quote bei 14 Prozent. Insgesamt betrachtet, liegt der Nachrichtenanteil an der Regionalberichterstattung bei 11 Prozent im WDR und bei 9 Prozent im MDR Fernsehen. Ausgesprochene Kommentare kommen im WDR gar nicht und im MDR sehr selten vor (1 Prozent). Interviews sind beim WDR nur in der *Aktuellen Stunde* (3 Prozent) und beim MDR in beiden analysierten Formaten vertreten (jeweils 2 Prozent). Der MDR verfügt über ein selbstständiges geschlossenes Wetterformat, das zu vergleichsweise geringeren Anteilen für Wetterberichte (insgesamt 2 Prozent) als im WDR Fernsehen (insgesamt 8 Prozent) führt.

► **Tabelle 4.23:****Journalistische Formen der Beiträge**

Längsschnittanalyse
(Zeitungsumfang in Prozent - Mehrfachnennung)¹

Journalistische Form	WDR			MDR		
	Nachr. t=1:40	Mag. t=17:10	Gesamt t=18:50	Nachr. t=8:39	Mag. t=13:26	Gesamt t=22:05
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	86,4	76,5	77,4	18,4	85,5	59,2
Nachrichtenfilme/Meldungen ²	40,8	8,4	11,3	5,3	10,6	8,5
Magazin-/Hintergrundbeiträge ³	35,6	61,5	59,2	13,5	72,5	49,4
Kommentare	-	-	-	-	0,6	0,4
Interviews, Talk	-	2,8	2,6	2,0	2,0	2,0
Wetterberichte	10,0	7,8	8,0	0,5	2,4	1,7
Restliche Fernsehpublizistik	1,5	19,9	18,3	74,4	5,0	32,2
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	12,1	3,6	4,3	7,2	9,5	8,6
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 In einem thematischen Beitrag können mehrere journalistische Formen enthalten sein.

Stichprobe: Vier Kalenderwochen im Herbst 2014 (13.10.–09.11.2014).

2 Sprechermeldung und „NIF“ (Nachrichten im Film), Dauer in der Regel unter einer Minute.

3 Filmbeiträge mit längerer Dauer.

Quelle: eigene Darstellung

Themenstruktur

Die Themenschwerpunkte werden in beiden Programmen sehr unterschiedlich gesetzt (Tabelle 4.24). Im Regionalprogramm des WDR dominiert lokale/regionale Politik (21 Prozent) bzw. die Thematisierung gesellschaftlich kontroverser Debatten (36 Prozent), gefolgt von Sach- und Ratgeberthemen (27 Prozent), insbesondere aus Kultur und Gesellschaft (14 Prozent) und einem vergleichsweise hohen Anteil Soft-News bzw. Human-Touch-Themen (13 Prozent).

Im Regionalprogramm des MDR stehen die unpolitischen Sach- und Ratgeberthemen an erster Stelle (31 Prozent), auch hier in erster Linie Kultur und Gesellschaft. Regionale Politik (7 Prozent) bzw. kontroverse Themen insgesamt (14 Prozent) folgen an zweiter Stelle in der auf Sachsen-Anhalt bezogenen Sendezeit. Human-Touch-Themen sind dagegen mit 6 Prozent weniger häufig als z. B. der Sport (9 Prozent) vertreten.

Tabelle 4.25 zeigt noch einmal genauer die spezifisch auf Nordrhein-Westfalen bzw. Sachsen-Anhalt bezogenen Themenstrukturen. Dabei dominieren in beiden Programmen vor allem zwei Ausprägungen: regionale Politik und unpolitische Sach- und Ratgeberthemen. Beim MDR

liegt der Anteil der auf Sachsen-Anhalt bezogenen Themen im Regionalmagazin bei 25 Prozent und in den Nachrichten bei 5 Prozent – das zeigt noch einmal die eher auf das gesamte Sendeggebiet bezogene regionale Ausrichtung von *MDR aktuell*. Beim WDR sind die Bezüge auf den Ballungsraum Köln bzw. das Bundesland Nordrhein-Westfalen in den Nachrichten der *Lokalzeit* und in der *Aktuellen Stunde* mit 27 bzw. 28 Prozent vergleichbar hoch.

► **Tabelle 4.24:**

Themenstruktur der Längsschnittanalyse

Längsschnittanalyse
(in Prozent)¹

Themenbereiche	WDR			MDR		
	Nachr. t=1:40	Mag. t=17:10	Gesamt t=18:50	Nachr. t=8:39	Mag. t=13:26	Gesamt t=22:05
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	86,4	76,5	77,4	18,4	85,5	59,2
Kontroverse Themen	33,1	35,8	35,6	7,9	17,3	13,6
<i>Politik</i>	15,3	21,3	20,7	5,3	8,4	7,2
<i>Wirtschaft</i>	12,3	10,8	11,0	2,6	6,8	5,2
<i>Gesellschaft</i>	5,5	3,7	3,9	-	2,1	1,2
Sach- und Ratgeberthemen	33,3	26,9	27,4	4,3	48,4	31,1
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	20,7	13,5	14,1	3,1	37,9	24,3
<i>Bildung, Wissen und Forschung</i>	1,9	2,3	2,3	0,1	2,1	1,3
<i>Natur und Umwelt</i>	-	0,3	0,3	0,1	1,3	0,8
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	-	2,7	2,4	0,4	2,4	1,6
<i>Servicethemen</i>	10,7	8,1	8,3	0,6	4,7	3,1
Human-Touch-Themen	17,5	12,9	13,3	2,5	8,1	5,9
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	2,7	2,1	2,2	-	3,8	2,3
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	14,8	7,2	7,8	1,4	2,4	2,0
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	-	3,6	3,3	1,1	1,9	1,6
Sport	2,5	0,9	1,1	3,7	11,7	8,6
Restliche Fernsehpublizistik	1,5	19,9	18,3	74,4	5,0	32,2
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	12,1	3,6	4,3	7,2	9,5	8,6
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Stichprobe: Vier Kalenderwochen im Herbst 2014 (13.10.–09.11.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Dazu kommt ein relativ hoher Anteil an politischen Themen mit regionalem Bezug bei den Formaten des WDR (16 und 19 Prozent). Die regionalen Nachrichten des MDR haben ebenfalls einen, gemessen am Gesamtumfang der spezifisch regionalen Themen, hohen Anteil an regionaler Politik (3 Prozent). Daneben sind bei *MDR Sachsen-Anhalt heute* lediglich ein Drittel der regionalen Themen dem politischen Feld zuzuordnen.

► Tabelle 4.25:

Struktur der regionalen ThemenLängsschnittanalyse
(in Prozent)¹

Themenbereiche	WDR			MDR		
	Nachr. t=1:40	Mag. t=17:10	Gesamt t=18:50	Nachr. t=8:39	Mag. t=13:26	Gesamt t=22:05
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	86,4	76,5	77,4	18,4	85,5	59,2
Regionales/lokales Thema	27,2	28,4	28,3	4,6	24,8	16,8
Regionale/lokale Politik und Verwaltung	15,9	19,2	18,9	3,0	7,2	5,5
Wirtschaft in der Region	-	0,0	0,0	0,4	0,8	0,6
Soziales Zusammenleben in der Region	-	0,4	0,3	-	-	-
Traditionen, Brauchtum, Heimat	-	0,4	0,3	-	6,6	4,1
Regionale/lokale Sach- und Ratgeberthemen	10,6	8,4	8,7	1,2	9,8	6,4
Regionale/lokale Human-Touch-Themen	-	-	-	-	0,4	0,2
Regionale/lokale Sportthemen	0,7	-	0,1	-	-	-
Kein regionales/lokales Thema	59,2	48,1	49,1	13,8	60,7	42,4
Restliche Fernsehpublizistik	1,5	19,9	18,3	74,4	5,0	32,2
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	12,1	3,6	4,3	7,2	9,5	8,6
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Stichprobe: Vier Kalenderwochen im Herbst 2014 (13.10.–09.11.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Für die unpolitischen Sach- und Ratgeberthemen aus der Region kann man eine ähnliche Verteilung beobachten. Beim MDR finden solche Themen mit Bezug zu Sachsen-Anhalt vor allem bei *MDR Sachsen-Anhalt heute* statt (10 Prozent) und weniger in den regionalen Nachrichten (1 Prozent), während beim WDR durch die kleinteiligere Fokussierung der lokalen Nachrichten aus Köln, die Anteile bei *Lokalzeit* (11 Prozent) und *Aktuelle Stunde* (8 Prozent) auf einem vergleichbaren Niveau sind.

Eine Besonderheit zeigt sich auch für die regionale Thematisierungsstrategie des MDR: Hier wird im Vergleich zum WDR Fernsehen mehr Wert auf die Berichterstattung über regionales Brauchtum und Heimattraditionen gelegt. Im Regionalmagazin *MDR Sachsen-Anhalt heute* sind im Durchschnitt 7 Prozent der Sendezeit für solche Themen reserviert – in den regionalen Sendungen des WDR laufen sie mit deutlich weniger als 1 Prozent nur unter ferner liefen.

Regionale Akteure

Abschließend noch ein Blick auf diejenigen, die in den Programmen zu Wort kommen, zitiert werden oder als handelnde Personen thematisiert werden (Tabelle 4.26). Wie in der Querschnitt-

analyse des Gesamtprogramms zeigt sich auch in der Längsschnittanalyse der spezifisch auf die Region ausgerichteten Sendungen die Dominanz der Zuschauer, Bürger, Einwohner in beiden Programmen. Beim WDR rangiert diese Gruppe mit 35 Prozent knapp vor den Akteuren aus Politik und Verwaltung (33 Prozent). Im MDR ist sie insgesamt gesehen mit 28 Prozent die zweitgrößte Gruppe, hinter den soziokulturellen Gruppierungen (30 Prozent), tritt aber (analog zu den regionalen Themenstrukturen oben) vor allem in den Magazinsendungen auf – dort liegen sie ebenfalls mit 44 Prozent knapp hinter den Vertretern organisierter soziokultureller Gruppen (46 Prozent).

► **Tabelle 4.26:**

Struktur der regionalen Akteure

Längsschnittanalyse
(in Prozent – Mehrfachnennung)¹

Akteure	WDR			MDR		
	Nachr. t=1:40	Mag. t=17:10	Gesamt t=18:50	Nachr. t=8:39	Mag. t=13:26	Gesamt t=22:05
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	86,4	76,5	77,4	18,4	85,5	59,2
Politik und Verwaltung	40,6	32,4	33,1	4,4	30,6	20,4
<i>Regierung/Regierungsparteien (Landtag)</i>	4,4	15,0	14,0	1,4	9,0	6,0
<i>Opposition/Oppositionsparteien (Landtag)</i>	0,9	3,8	3,5	1,0	3,7	2,6
<i>Sonstige Politik</i>	15,1	10,2	10,6	1,2	13,9	8,9
<i>Judikative</i>	5,2	7,3	7,1	0,1	1,3	0,8
<i>Verwaltung, Polizei</i>	22,9	14,4	15,2	0,9	10,9	7,0
Wirtschaft	21,2	26,7	26,2	2,3	14,8	9,9
<i>Gewerkschaften</i>	0,6	6,6	6,1	0,1	1,1	0,7
<i>Arbeitgeberverbände</i>	-	-	-	-	-	-
<i>Sonstige Wirtschaft</i>	21,2	22,6	22,5	2,3	14,1	9,5
Soziokulturelle Gruppen	20,8	20,5	20,5	6,0	45,5	30,0
<i>Zivilgesellschaftliche Gruppen</i>	2,9	8,5	8,0	0,2	10,6	6,5
<i>Bildung, Wissenschaft, Kunst, Kultur</i>	6,9	8,0	7,9	2,0	20,0	12,9
<i>SportlerInnen</i>	4,1	2,4	2,5	3,3	17,1	11,7
<i>Feuerwehr, Rettungsdienst</i>	7,6	3,3	3,6	0,3	2,0	1,3
BürgerInnen	31,0	35,8	35,4	3,8	44,1	28,3
Sonstige regionale Akteure	10,8	13,9	13,6	0,7	11,3	7,1
Keine regionale Akteure	21,2	12,5	13,3	3,5	6,9	5,6
Restliche Fernsehpublizistik	1,5	19,9	18,3	74,4	5,0	32,2
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	12,1	3,6	4,3	7,2	9,5	8,6
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Beiträge, in denen mind. ein Akteur aus der jeweiligen gesellschaftlichen Gruppe erwähnt oder zu Wort kommt.
Stichprobe: Vier Kalenderwochen im Herbst 2014 (13.10.–09.11.2014).

Quelle: eigene Darstellung

Wirtschaft ist vor allem im WDR ein Thema, wenn es um die handelnden Personen im Programm geht. In 26 Prozent der Sendezeit in den hier analysierten Sendungen werden ökonomische Akteure thematisiert (Nachrichten: 21 Prozent; *Aktuelle Stunde*: 27 Prozent). Dabei fällt auf, dass Gewerkschaften als besonders relevante Player im Wirtschaftssektor besonders umfangreich im Programm des WDR vertreten sind (7 Prozent), während dieser Wert im MDR-Regionalprogramm vergleichsweise gering ausfällt (1 Prozent) – die tarifpolitischen Gegenspieler, die regionalen Arbeitgeberverbände, konnten wir im Übrigen im Untersuchungszeitraum überhaupt nicht identifizieren, diese scheinen außerhalb konkreter Tarifverhandlungen (die im Untersuchungszeitraum nicht stattfanden), keine Rolle in der alltäglichen Berichterstattung zu spielen.

5 Zusammenfassung und Diskussion

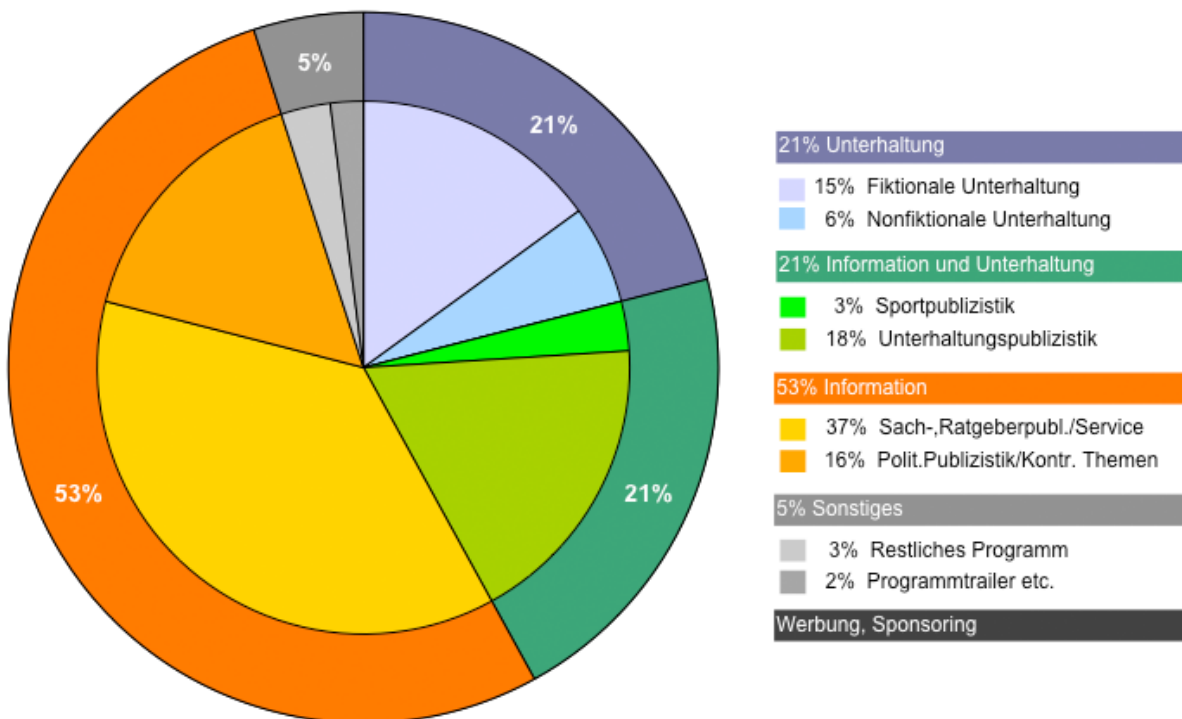
Mit der vorliegenden Studie sollen Daten fortgeschrieben und vervollständigt werden, die für zwei der Dritten Programme der ARD im Jahr 2012 erhoben und in Zusammenarbeit mit der Otto Brenner Stiftung im Jahr 2013 veröffentlicht wurden. Die damalige Studie betraf die Landesversion Rheinland-Pfalz des Südwestrundfunks und die Niedersachsen-Version des NDR Fernsehens. Bei den aktuell in der 42. Kalenderwoche 2014 analysierten Programmen handelt es sich um den Westdeutschen Rundfunk (WDR Fernsehen) aus Köln und die Landesversion Sachsen-Anhalt des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR Fernsehen).

In diesem Abschnitt werden die wichtigsten Ergebnisse der aktuellen Programmanalysen kurz zusammenfasst und im Hinblick auf strukturelle Ähnlichkeiten mit den Befunden der Vorgängerstudie verglichen. Dafür muss voraus geschickt werden, dass es bei so einer Gegenüberstellung tatsächlich nur um strukturelle Ähnlichkeiten gehen kann. Denn erstens sind zwei Jahre in der Entwicklung des Fernsehens und der Programme eine Ewigkeit – allein der SWR

► **Abbildung 1:**

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im WDR Fernsehen

42. Kalenderwoche 2014



Quelle: eigene Darstellung

hat in der Zwischenzeit mehrere grundlegende Programmreformen auf den Weg gebracht. Und zweitens werden die Programme natürlich in ihren spezifischen Konstellationen (etwa was die Verbreitung und die regionale Ausrichtung in den Ländern betrifft) organisiert und produziert, die bei einem Vergleich berücksichtigt werden müssen.

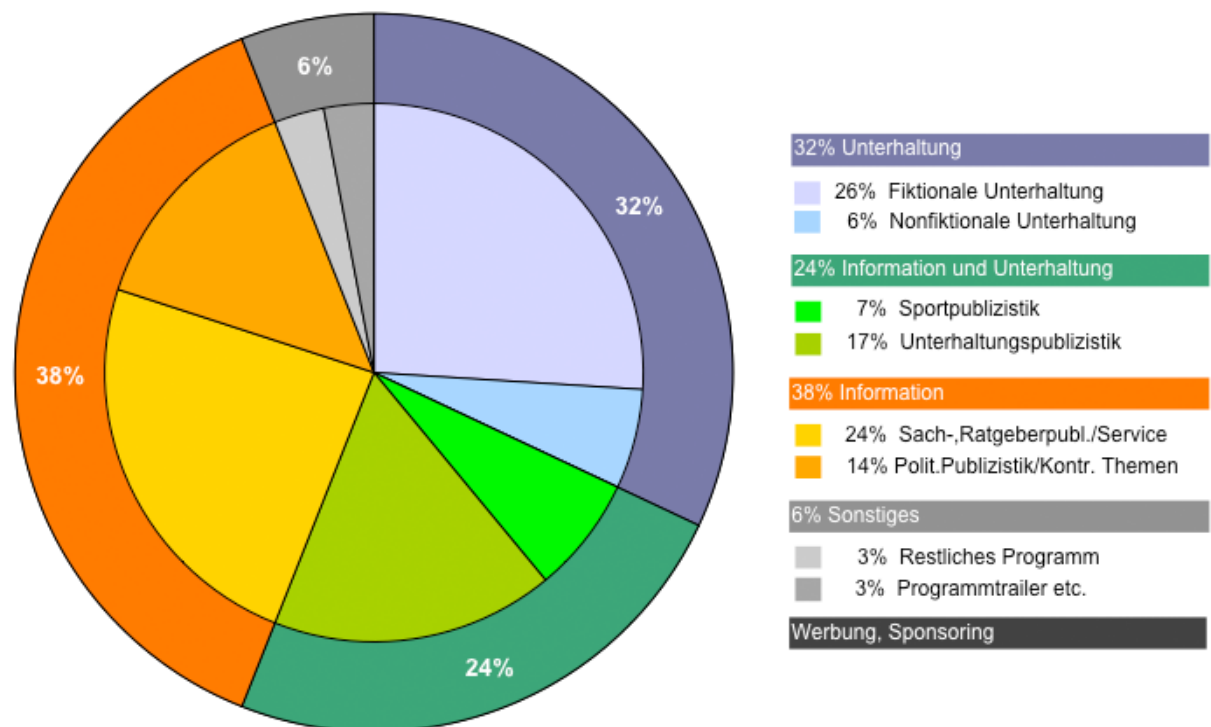
Für die Darstellung der Strukturvergleiche verknüpfen wir im Folgenden die Sendungs- und Beitragsdaten der Querschnittanalyse. Die Kreisdiagramme zeigen im äußeren Ring jeweils die groben Kategorien für die Programmsparten der Sendungen und in den inneren Kreissegmenten die Kategorien für die Themenanalysen der Beiträge.

Dabei zeigt sich etwa für den WDR (Abbildung 1) und für den MDR (Abbildung 2) ein Befund, der auch schon in den vorangegangenen Analysen für den SWR (2012, Abbildung 3) und den NDR (2012, Abbildung 4) sehr eindeutig getroffen werden konnte: Konventionelle, vor allem fiktionale Unterhaltung spielt – etwa im Vergleich zu den bundesweiten öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen – in den Dritten der ARD eine sehr untergeordnete Rolle. Zusammen mit den klassischen nonfiktionalen Spiel- und Showformaten liegen die Werte für die aktuell analysierten Programme zwischen 21 Prozent (WDR) und 32 Prozent (MDR) und markieren damit gleichzeitig

► Abbildung 2:

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote vom MDR

42. Kalenderwoche 2014



Quelle: eigene Darstellung

die äußeren Grenzen für alle bisher untersuchten vier Programme (NDR, SWR 2012: jeweils 24 Prozent). Der MDR ist in diesem Vergleich eindeutig das am stärksten unterhaltungsorientierte Dritte – was sich vice versa natürlich auch in den Anteilen für Informationssendungen niederschlägt.

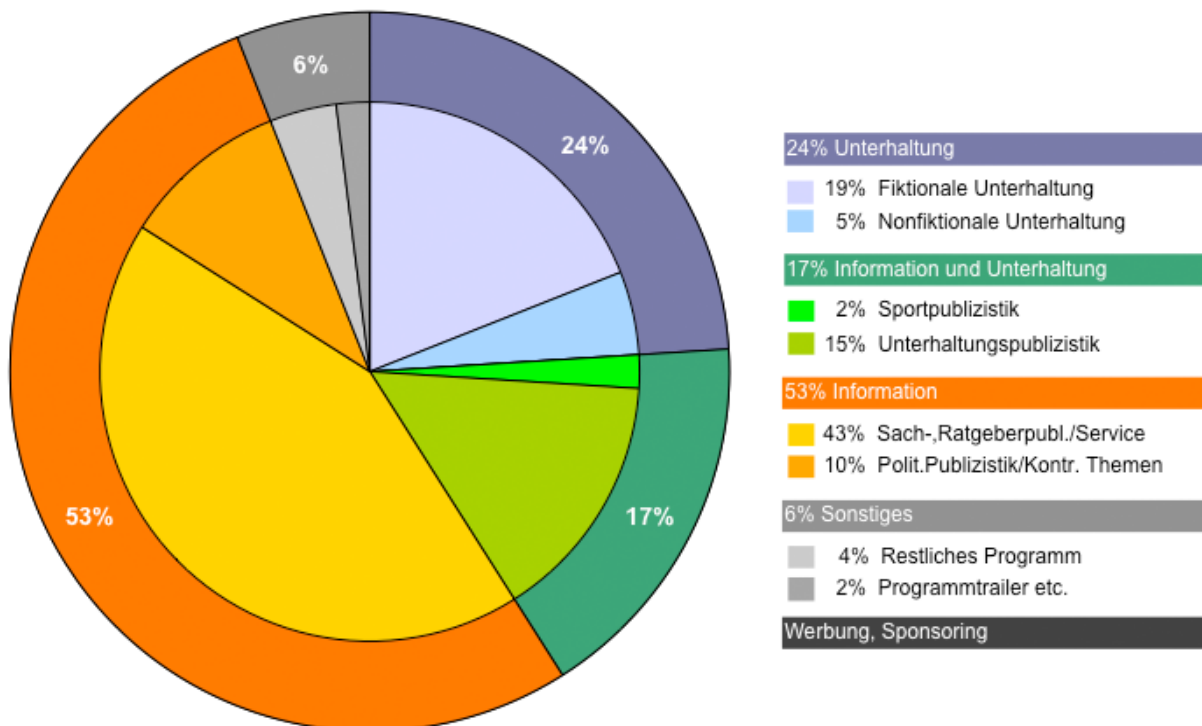
Der größte Teil des Programmtages wird in den Dritten Programmen mit Informationssendungen bestückt. Auf der Ebene der Programmsparten liegen die Werte zwischen 38 Prozent beim MDR und 53 Prozent beim WDR (NDR 2012: 49 Prozent, SWR 2012: 53 Prozent). Hinzu kommen dann für alle vier Programme noch vergleichbare Anteilswerte für Sendungen, die man unter dem Begriff Information und Unterhaltung subsumieren kann, da die Beiträge in diesen Sendungen thematisch eher im Bereich der Unterhaltungspublizistik zu verorten sind. Dazu werden in dieser Darstellung auch die Berichte, Beiträge und Sendungen zum Thema Sport gezählt. Das Spektrum reicht hier von 17 Prozent (2012 SWR) bis zu 24 Prozent (MDR) – strukturell gesehen sind das sehr ähnliche Anteilswerte für alle hier untersuchten Programme.

Schaut man an dieser Stelle noch einmal genauer hin, zeigt sich insbesondere für die Human-Touch-Berichterstattung eine hohe Konstanz in den Thematisierungsstrategien der Dritten Programme der ARD. Die Werte für Beiträge zu diesen weichen Themen, wie Prominenz, Stars

► **Abbildung 3:**

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote von SWR

42. Kalenderwoche 2012



Quelle: eigene Darstellung

und Sternchen, Verbrechen und Unfälle liegen in allen Programmen sehr nah beieinander. MDR und WDR liegen mit Anteilswerten von 17 bzw. 18 Prozent etwa auf dem gleichen Niveau und ziemlich genau zwischen den zwei im Jahr 2012 untersuchten Programmen vom SWR (15 Prozent) und NDR (21 Prozent).

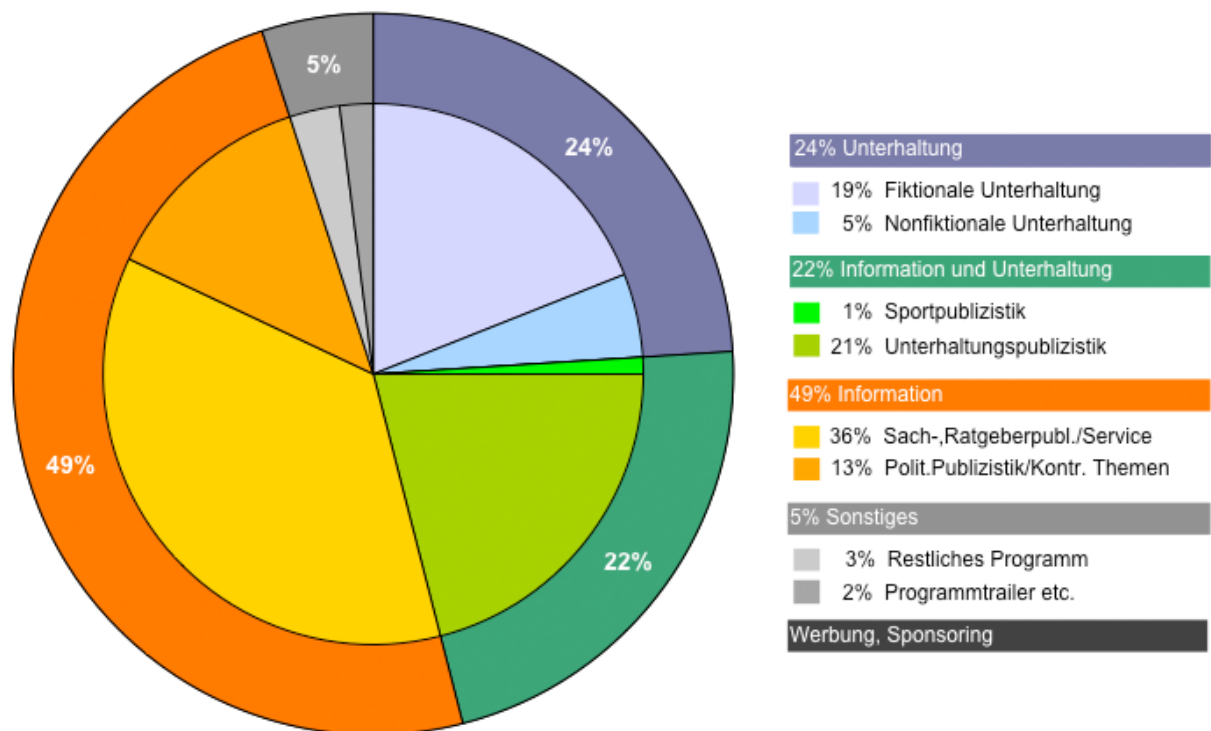
Politische und gesellschaftliche Kontroversen liegen übrigens in beiden aktuell untersuchten Programmen knapp hinter den Human-Touch-Themen. Beim MDR sind es 14 Prozent, im WDR Fernsehen sind es 16 Prozent, die an einem durchschnittlichen Sendetag für diese aus der Perspektive der öffentlichen Kommunikation besonders relevanten Themen reserviert werden. Zum Vergleich: Beim SWR wurden damals 10 Prozent gemessen, beim NDR waren es 13 Prozent.

Abschließend noch ein kurzer Blick auf die Struktur der Regionalberichterstattung in den untersuchten Programmen. Hier schlagen sich vor allem Unterschiede in der regionalen Ausrichtung der Programme auf ihre Sendegebiete nieder. Hier stellt der WDR mit seiner bis auf die lokale Ebene reichenden Regionalisierung eine Besonderheit dar. Als Anstalt für das bevölkerungsreichste deutsche Bundesland (und den entsprechenden Gebühreneinnahmen) kann und muss der WDR

► Abbildung 4:

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote vom NDR

42. Kalenderwoche 2012



Quelle: eigene Darstellung

mit der Thematisierung der Ballungsräume in Nordrhein-Westfalen ganz anders umgehen als die Mehrländeranstalt des MDR, die unter dem Stichwort Regionalisierung vor allem die gesonderte Behandlung der drei im Sendegebiet liegenden Bundesländer im Blick haben muss.

Ein Fazit

In der Zusammenschau wird deutlich, dass es unter den Dritten Programmen der ARD eine ganze Reihe struktureller Ähnlichkeiten gibt, die unabhängig von den konkreten Gegebenheiten und Rahmenbedingungen der einzelnen Landesrundfunkanstalten identifiziert werden können.

Dazu gehören etwa die Wiederholungsquoten im Tagesintervall, die Dominanz der Berichterstattung im Vergleich zur fiktionalen und nonfiktionalen Unterhaltung sowie die Bedeutung der unpolitischen Sachthemen in Dokumentationen und Reportagen; aber auch die vergleichsweise intensive Thematisierung von Boulevard- und Human-Touch-Themen im Verhältnis zur politischen Publizistik.

Man kann den untersuchten Programmen durchaus ansehen, dass sie aus der gleichen Familie stammen. Die Programmierungsstrategien außerhalb der expliziten Regionalberichterstattung ähneln sich sehr stark. Übernahmen aus den jeweils anderen Dritten und dem Ersten Programm der ARD sind ein wesentlicher Bestandteil dieser Strategien und gehören für alle bisher durch uns analysierten Programme zum Tagesgeschäft. Besonders der extrem breite Vorrat an fernsehpublizistischen Sendungen und Formaten im Programmverbund der ARD wird in den Dritten sichtbar – hier wird er intensiv und mehrfach verwertet.

Unterschiede treten dagegen vor allem im Hinblick auf die Strukturierung der Regionalberichterstattung, insbesondere der regionalen Auseinandersetzungen, der regionalen Bezugnahme (vom Bundesland bis zum lokalen Ballungsraum) und der Ausgestaltung der regionalen Themen auf. Diese hängen doch sehr stark von der Größe und Struktur des Sendegebiets der Landesrundfunkanstalt ab.

Hier hat insbesondere der Vergleich zwischen der auf ein Bundesland bezogenen Version des WDR Fernsehen mit der Mehrländerversion des MDR Fernsehen gezeigt, dass Regionalberichterstattung sehr unterschiedliche, kaum vergleichbare Ausprägungen annehmen kann. Während der WDR in der Lage ist, bis in die lokalen Ballungsräume zu gehen und so das regionale Bild durch viele Blicke auf kleinere Gebiete zusammensetzen kann, wird im MDR (ebenso wie in den 2012 analysierten Mehrländerprogrammen von NDR und SWR) das Sendegebiet durch Regionen konstruiert, die ganze Bundesländer abdecken (müssen) – und in der Folge selbstverständlich nicht so stark auf die lokalen Ballungsräume fokussieren kann.

Es wird spannend sein, in einer weiteren Studie etwa die Programme des HR oder des BR genauer unter die Lupe zu nehmen, nicht zuletzt, um dann auch stärker auf Unterschiede und Eigenarten zwischen den großen westdeutschen Einländeranstalten eingehen zu können.

Literatur

- ARD-Gremienvorsitzende (2001): Zum Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – eine medienpolitische Standortbestimmung der Gremienvorsitzenden der ARD. URL: www.wdr.de/unternehmen/gremien/rundfunkrat/pdf/resolution/Funktionsauftrag_Papier_2001.pdf [07.05.2015].
- br-online.de (2015a): Marktanteil 2014 in Prozent, Stand: 07.01.2015. URL: <http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/fernsehnutzung/marktanteile/> [07.05.2015].
- br-online.de (2015b): Marktanteile der Dritten Programme in ihren Sendegebieten 2014. URL: <http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/fernsehnutzung/marktanteile/marktanteile2.shtml> [07.05.2015].
- br-online.de (2015c): Marktanteile der Dritten Programme, kumuliert vom 01.-08.05.2015. URL: <http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/aktuell/mak/mak20150508.shtml> [07.05.2015].
- die medienanstalten (Hrsg.) (2015): Programmbericht. Fernsehen in Deutschland 2014, Berlin.
- GöfaK Medienforschung GmbH (2014): Fernsehprogrammanalyse der Medienanstalten. Stichprobenbericht Herbst 2014. Potsdam. URL: <http://www.die-medienanstalten.de/themen/sender/fernsehen/tv-programmforschung.html> [07.05.2015].
- Kolb, Steffen/Baeva, Gergana/Schwotzer, Bertil (Hrsg.) (2013): Gebühren gleich Qualität? Inhaltsanalyse der Schweizer Regionalfernsehprogramme. Zürich/Chur.
- Krüger, Udo Michael (2015): Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung. Programmanalyse 2014 – Teil 1: Sparten und Formen. In: Media Perspektiven 3/2015, S. 145-163.
- Trebbe, Joachim (1998): Lokale Medienleistungen im Vergleich. Untersuchungen zur publizistischen Vielfalt an den bayerischen Senderstandorten Augsburg, Landshut und Schweinfurt. BLM-Schriftenreihe, Bd. 47. München.
- Trebbe, Joachim/Maurer, Torsten (1999): Hörfunklandschaft Niedersachsen 1998. Eine vergleichende Analyse. Schriftenreihe der Niedersächsischen Landesmedienanstalt, Bd. 6. Berlin.
- Trebbe, Joachim (2013): Zwischen Boulevard und Ratgeber-TV. Eine vergleichende Programmanalyse von SWR und NDR. OBS-Arbeitspapier Nr.12, Frankfurt a.M.
- Trebbe, Joachim/Beier, Anne (2014): Konzeption, Methode und Basisdaten der ALM-Studie 2012/2013. In: Programmbericht der Medienanstalten 2013, S. 191-242.
- Volpers, Helmut/Schnier, Detlef/Bernhard, Uli (2012): Die Entwicklung der Regionalfenster von RTL und Sat.1 (2005-2011). Ergebnisse der kontinuierlichen Programmanalyse. In: Programmbericht der Medienanstalten 2011, S. 161-168.
- Weiß, Hans-Jürgen/Beier, Anne/Wagner, Matthias (2015): Konzeption, Methode und Basisdaten der ALM-Studie 2013/2014. In: Programmbericht der medienanstalten 2014, S. 221-273.

Über die Autoren:

Joachim Trebbe, Studium der Sozialwissenschaften in Göttingen, Promotion und Habilitation an der Freien Universität Berlin.

Seit 2001 wissenschaftlicher Leiter der GöfaK Medienforschung GmbH, 2003-2011 Professor für empirische Kommunikationsforschung an der Université de Fribourg/Schweiz. Seit 2011 Professor und Leiter der Arbeitsstelle Medienanalyse und Forschungsmethoden am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin.

Forschungsschwerpunkte: Fernsehprogrammforschung, Migration und Medien, Forschungsmethoden.

Anne Beier ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin. Ihr Arbeitsschwerpunkt sind Medienanalysen, insbesondere innerhalb der Fernsehprogrammforschung.

Matthias Wagner arbeitet als Projektleiter bei der GöfaK Medienforschung GmbH und führt dort Studien durch, in denen medienpraktische und medienpolitische Problemstellungen mit sozialwissenschaftlichen Konzepten und Forschungsmethoden analysiert werden.

Arbeitspapiere der Otto Brenner Stiftung

Die Ergebnisse von Kurzstudien veröffentlichen wir in der OBS-Reihe „Arbeitspapiere“, inzwischen liegen 17 Arbeitspapiere vor. Sie erscheinen nur online.

Infos und download: www.otto-brenner-stiftung.de

- Nr. 17 Information oder Unterhaltung? – Eine Programmanalyse von WDR und MDR
(Joachim Trebbe, Anne Beier, Matthias Wagner)
- Nr. 16 Politische Beteiligung: Lage und Trends
(Rudolf Speth)
- Nr. 15 Der junge Osten: Aktiv und Selbstständig – Engagement Jugendlicher in Ostdeutschland
(Jochen Roose)
- Nr. 14 Wettbewerbspopulismus – Die Alternative für Deutschland und die Rolle der Ökonomen
(David Bebnowski und Lisa Julika Förster)
- Nr. 13 Aufstocker im Bundestag – Nebeneinkünfte und Nebentätigkeiten der Abgeordneten zu Beginn der 18. Wahlperiode
(Herbert Hönigsberger)
- Nr. 12: Zwischen Boulevard und Ratgeber-TV. Eine vergleichende Programmanalyse von SWR und NDR
(Joachim Trebbe)
- Nr. 11: Die sechste Fraktion. Nebenverdiener im Deutschen Bundestag
(Herbert Hönigsberger)
- Nr. 10: Chancen der Photovoltaik-Industrie in Deutschland
(Armin Räuber, Werner Warmuth, Johannes Farian)
- Nr. 9: Logistik- und Entwicklungsdienstleister in der deutschen Automobilindustrie – Neue Herausforderungen für die Gestaltung der Arbeitsbeziehungen
(Heinz-Rudolf Meißner)
- Nr. 8: Wirtschaftsförderung und Gute Arbeit – Neue Herausforderungen und Handlungsansätze
(Martin Grundmann und Susanne Voss unter Mitarbeit von Frank Gerlach)
- Nr. 7: Wahlkampf im medialen Tunnel – Trends vor der Bundestagswahl 2013
(Thomas Leif und Gerd Mielke)
- Nr. 6: Wer sind die 99%? Eine empirische Analyse der Occupy-Proteste
(Ulrich Brinkmann, Oliver Nachtwey und Fabienne Décieux)
- Nr. 5: Wie sozial sind die Piraten?
(Herbert Hönigsberger und Sven Osterberg)
- Nr. 4: Solarindustrie: Photovoltaik. Boom – Krise – Potentiale – Fallbeispiele
(Ulrich Bochum und Heinz-Rudolf Meißner)
- Nr. 3: Gewerkschaftliche Netzwerke stärken und ausbauen
(Anton Wundrak)
- Nr. 2: Werkverträge in der Arbeitswelt
(Andreas Koch)
- Nr. 1: Soziale Ungleichheit und politische Partizipation in Deutschland
(Sebastian Bödeker)

Wer über laufende Projekte, aktuelle Arbeitspapiere und neue Arbeitshefte informiert werden will, wer auf wichtige Termine und interessante Veranstaltungen regelmäßig und frühzeitig hingewiesen werden sowie über die Arbeit der Stiftung und spannende Kooperationsprojekte auf dem Laufenden gehalten werden möchte, sollte unseren Newsletter abonnieren, der bis zu fünf Mal im Jahr erscheint.

Infos und Abo unter: www.otto-brenner-stiftung.de/presse/newsletter/archiv.html

Die Otto Brenner Stiftung ...

... ist die gemeinnützige Wissenschaftsstiftung der IG Metall. Sie hat ihren Sitz in Frankfurt am Main. Als Forum für gesellschaftliche Diskurse und Einrichtung der Forschungsförderung ist sie dem Ziel der sozialen Gerechtigkeit verpflichtet. Besonderes Augenmerk gilt dabei dem Ausgleich zwischen Ost und West.

... initiiert den gesellschaftlichen Dialog durch Veranstaltungen, Workshops und Kooperationsveranstaltungen (z. B. im Herbst die OBS-Jahrestagungen), organisiert internationale Konferenzen (Mittel-Ost-Europa-Tagungen im Frühjahr), lobt jährlich den „Brenner-Preis für kritischen Journalismus“ aus, fördert wissenschaftliche Untersuchungen zu sozialen, arbeitsmarkt- und gesellschaftspolitischen Themen, vergibt Kurzstudien und legt aktuelle Analysen vor.

... macht die Ergebnisse der Projekte öffentlich zugänglich.

... veröffentlicht die Ergebnisse ihrer Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“ oder als Arbeitspapiere (nur online). Die Arbeitshefte werden, wie auch alle anderen Publikationen der OBS, kostenlos abgegeben. Über die Homepage der Stiftung können sie auch elektronisch bestellt werden. Vergriffene Hefte halten wir als PDF zum Download bereit.

... freut sich über jede ideelle Unterstützung ihrer Arbeit. Aber wir sind auch sehr dankbar, wenn die Arbeit der OBS materiell gefördert wird.

... ist zuletzt durch Bescheid des Finanzamtes Frankfurt am Main V (-Höchst) vom 9. April 2015 als ausschließlich und unmittelbar gemeinnützig anerkannt worden. Aufgrund der Gemeinnützigkeit der Otto Brenner Stiftung sind Spenden steuerlich absetzbar bzw. begünstigt.

Unterstützen Sie unsere Arbeit, z. B. durch eine zweckgebundene Spende

Spenden erfolgen nicht in den Vermögensstock der Stiftung, sie werden ausschließlich und zeitnah für die Durchführung der Projekte entsprechend dem Verwendungszweck genutzt.

Bitte nutzen Sie folgende Spendenkonten:

Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zum Schwerpunkt:

- Förderung der internationalen Gesinnung und des Völkerverständigungsgedankens

Konto: 905 460 03	161 010 000 0
BLZ: 500 500 00	oder 500 101 11
Bank: HELABA Frankfurt/Main	SEB Bank Frankfurt/Main
IBAN: DE11 5005 0000 0090 5460 03	DE81 5001 0111 1610 1000 00
BIC: HELA DE FF	ESSE DE 5F

Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zu den Schwerpunkten:

- Angleichung der Arbeits- und Lebensverhältnisse in Ost- und Westdeutschland (einschließlich des Umweltschutzes)
- Entwicklung demokratischer Arbeitsbeziehungen in Mittel- und Osteuropa
- Verfolgung des Zieles der sozialen Gerechtigkeit

Konto: 905 460 11	198 736 390 0
BLZ: 500 500 00	oder 100 101 11
Bank: HELABA Frankfurt/Main	SEB Bank Berlin
IBAN: DE86 5005 0000 0090 5460 11	DE11 1001 0111 1987 3639 00
BIC: HELA DE FF	ESSE DE 5F 100

Geben Sie bitte Ihre vollständige Adresse auf dem Überweisungsträger an, damit wir Ihnen nach Eingang der Spende eine Spendenbescheinigung zusenden können. Oder bitten Sie in einem kurzen Schreiben an die Stiftung unter Angabe der Zahlungsmodalitäten um eine Spendenbescheinigung. Verwaltungsrat und Geschäftsführung der Otto Brenner Stiftung danken für die finanzielle Unterstützung und versichern, dass die Spenden ausschließlich für den gewünschten Verwendungszweck genutzt werden.

Aktuelle Ergebnisse der Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“

- **OBS-Arbeitsheft 81**
Bernd Gäbler
„... den Mächtigen unbequem sein“
Anspruch und Wirklichkeit der TV-Politikmagazine
- **OBS-Arbeitsheft 80**
Wolfgang Merkel
Nur schöner Schein?
Demokratische Innovationen in Theorie und Praxis
- **OBS-Arbeitsheft 79***
Fabian Virchow, Tanja Thomas, Elke Grittmann
„Das Unwort erklärt die Untat“
Die Berichterstattung über die NSU-Morde – eine Medienkritik
- **OBS-Arbeitsheft 78***
Hans-Jürgen Arlt, Wolfgang Storz
Missbrauchte Politik
„Bild“ und „BamS“ im Bundestagswahlkampf 2013
- **OBS-Arbeitsheft 77***
Werner Rügemer, Elmar Wigand
Union-Busting in Deutschland
Die Bekämpfung von Betriebsräten und Gewerkschaften als professionelle Dienstleistung
- **OBS-Arbeitsheft 76***
Marvin Oppong
Verdeckte PR in Wikipedia
Das Weltwissen im Visier von Unternehmen
- **OBS-Arbeitsheft 75***
Olaf Hoffjann, Jeannette Gusko
Der Partizipationsmythos
Wie Verbände Facebook, Twitter & Co. nutzen
- **OBS-Arbeitsheft 74***
Alexander Hensel, Stephan Klecha
Die Piratenpartei
Havarie eines politischen Projekts?
- **OBS-Arbeitsheft 73**
Fritz Wolf
Im öffentlichen Auftrag
Selbstverständnis der Rundfunkgremien, politische Praxis und Reformvorschläge
- **OBS-Arbeitsheft 72***
Bernd Gäbler
Hohle Idole
Was Bohlen, Klum und Katzenberger so erfolgreich macht
- **OBS-Arbeitsheft 71***
Hans-Jürgen Arlt, Wolfgang Storz
„Bild“ und Wulff – Ziemlich beste Partner
Fallstudie über eine einseitig aufgelöste Geschäftsbeziehung
- **OBS-Arbeitsheft 70***
Andreas Kolbe, Herbert Hönigsberger, Sven Osterberg
Marktordnung für Lobbyisten
Wie Politik den Lobbyeinfluss regulieren kann

* Printfassung leider vergriffen; Download weiterhin möglich.

OBS-Arbeitspapier 17

Information oder Unterhaltung?

Eine Programmanalyse von WDR und MDR