

Joachim Trebbe/Eva Spittka



Krimis, Kontroversen, Kochrezepte

Das Regionale in den Dritten der ARD –
mit aktuellen Programmanalysen von rbb und SWR

Ein Projekt der Otto Brenner Stiftung
Frankfurt am Main 2019

OBS-Arbeitspapier 36

OBS-Arbeitspapier 36
ISSN: 2365-1962 (nur online)

Herausgeber:

Otto Brenner Stiftung

Jupp Legrand

Wilhelm-Leuschner-Straße 79

D-60329 Frankfurt am Main

Tel.: 069-6693-2810

Fax: 069-6693-2786

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

www.otto-brenner-stiftung.de

Autor*innen:

Joachim Trebbe/Eva Spittka

Freie Universität Berlin

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Arbeitsstelle Medienanalyse und Forschungsmethoden

Garyastraße 55

D-14195 Berlin

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

Telefon: 030-83857875

Redaktion:

Lilian Emonds (OBS)

Satz und Gestaltung:

think and act –

Agentur für strategische Kommunikation

Titelbild:

Collage: think and act unter Verwendung von Bildern
von Falko Matte/Adobe Stock und karepa/Adobe Stock

Redaktionsschluss:

15.04.2019

Wir danken der Hans-Böckler-Stiftung
für die Unterstützung bei der Veröffentlichung
der Publikation.

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 die 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

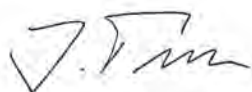
Geleitwort

Vor mittlerweile sechs Jahren erschien das OBS-Arbeitspapier Nr. 12 „Zwischen Boulevard und Ratgeber-TV. Eine vergleichende Programmanalyse von SWR und NDR“. Nach zwei weiteren Ausgaben in den Jahren 2015 und 2017, die sich mit den Programmstrukturen und -inhalten des MDR und WDR (AP 17) bzw. des BR und hr (AP 25) beschäftigten, liegt nun die vorerst letzte Studie der Reihe vor, die sich mit den Programmangeboten des RBB und (erneut) des SWR-Fernsehens auseinandersetzt.

Die Studien waren keine Auftragsforschung – auch wenn das vielfach so verstanden und kolportiert wurde –, sondern sind in Kooperation der Arbeitsstelle Medienanalyse der Freien Universität Berlin und der Otto Brenner Stiftung entstanden. Für das regionale Fernsehen in Deutschland waren objektivierbare Programm- daten Mangelware. Die „großen“ öffentlich-rechtlichen und privaten Programme wurden regelmäßig von den Landesmedienanstalten auf der einen und der ARD/ ZDF-Medienkommission auf der anderen Seite untersucht und im Hinblick auf ihre Inhalte und Programmstrukturen zur fachlichen und öffentlichen Diskussion gestellt. Das war für die Dritten Programme der ARD schon lange nicht mehr der Fall gewesen. Es bestand Informations- und Forschungsbedarf.

Es ist das Verdienst der Otto Brenner Stiftung, diese Forschung unterstützt, publiziert und damit möglich gemacht zu haben. Die Studien sind in Zeiten entstanden, in denen der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht nur unter hohem ökonomischem Legitimationsdruck stand (und steht), sondern auch rechtspopulistischen Angriffen und Diffamierungen ausgesetzt war. Dies erklärt vielleicht zum Teil, dass die Rezeption der Studien mehr durch PR-Schlachten mit den öffentlich-rechtlichen Pressestellen als durch eine Reflexion der Ergebnisse gekennzeichnet war. Hier und da gab es aber dennoch einen konstruktiven Austausch zwischen den Autor*innen und den Macher*innen in den Redaktionen. Die Studienergebnisse zeigen ein öffentlich-rechtliches Programmangebot, das sich deutlich regional und informationsorientiert profiliert – auch wenn diese Profilbildung häufig nicht gemeinsam auftritt. Außerdem sind Programmübernahmen und Wiederholungen aus dem Ersten Programm der ARD aus der Perspektive der Programmökonomie nachvollziehbar, im Zuge der De-Linearisierung des Fernsehens aber ein Anachronismus.

Der Dank der Autorinnen und Autoren der Reihe gilt der Otto Brenner Stiftung verbunden mit der Hoffnung und der Bitte, auf diesem medienpolitischen Forschungsfeld weiterhin aktiv zu bleiben.



Prof. Dr. Joachim Trebbe

Freie Universität Berlin

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Berlin, im April 2019

Vorwort

Krimis, Kontroversen, Kochrezepte – die Dritten Programme der ARD sind vielfältig. Politische Entwicklungen und gesellschaftliche Kontroversen werden in Nachrichten- und Magazinbeiträgen abgebildet und Zuschauer*innen mit Kochshows und Produkttests für den Alltag beraten, während Krimis und Quizshows für Unterhaltung sorgen. In welcher Zusammensetzung und mit welcher Priorisierung die öffentlich-rechtlichen Programme diese drei Themenfelder jedoch abdecken (sollten), hat in der Vergangenheit immer wieder zu Debatten geführt. Die seit 2013 von der Otto Brenner Stiftung veröffentlichten Studien zur programmstrukturellen und inhaltlichen Ausrichtung der Dritten Programme waren dabei oftmals der Auslöser – konnten sie doch andeuten, dass das politische Informationsangebot immer wieder der leichten Unterhaltung geopfert wurde.

Jetzt wird mit der Untersuchung des rbb und einer wiederholten Analyse des SWR-Programmes durch die profilierten und routinierten Kommunikationswissenschaftler*innen Joachim Trebbe und Eva Spittka unsere Reihe abgeschlossen. Die Ergebnisse bleiben ambivalent. Einerseits kann konstatiert werden: Der SWR hat Reformen durchgeführt, die messbar einige Kritikpunkte der früheren Studie (2013) abgemildert haben. So wurden im Jahr 2018 deutlich weniger Wiederholungen gesendet, während der Anteil der tagesaktuellen Information in fernsehpublizistischen Erstsendungen verdoppelt wurde. Andererseits bleibt die Frage, ob knapp fünf Prozent Sendezeit (rbb: 12,2 %) für kontroverse Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ausreichen, um den Programmauftrag der „Information und Bildung“ zur „freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung“ (Staatsvertrag SWR) zu erfüllen? Auch die von den Autor*innen im Zeitverlauf der Untersuchungen konstatierte Tendenz zur Verschiebung der Programmanteile in Richtung Unterhaltung (rbb: 34 %, SWR: 37 %) muss unter diesem Aspekt diskutiert werden.

Um eine produktive Diskussion zu ermöglichen, ist es aus Sicht von Stiftung und Autor*innen allerdings notwendig, dass die Verantwortlichen in den Sendern ihre aggressive Verteidigungshaltung bei jeglicher Programmkritik ablegen und ihre zugeknöpfte Informationspolitik aufgeben. Konkurrenzangebote und Nutzungsgewohnheiten verändern das Fernsehen und verlangen Reaktionen. Eine breite öffentliche Debatte über weitere Reformen sollte dabei – mit Blick auf die Akzeptanz in der Bevölkerung – auch im Eigeninteresse der Sender liegen.



Jupp Legrand

Geschäftsführer der Otto Brenner Stiftung

Frankfurt a. M., im April 2019

Inhalt

1	Einführung	6
2	Fragestellung und Forschungskontext	7
3	Konzeption und Methode	10
	3.1 Untersuchungsobjekte	11
	3.2 Untersuchungszeitraum.....	13
	3.3 Untersuchungsinstrumente	14
	3.4 Durchführung der Codierung	16
	3.5 Validität und Reliabilität	16
	3.6 Analyseperspektiven und Aufbau des empirischen Teils	18
4	Die Dritten ARD-Programme des rbb und des SWR	19
	4.1 Produktionscharakteristika und Programmstruktur	19
	4.2 Informations- und Thematisierungsleistungen	28
	4.3 Regionalberichterstattung	36
	4.3.1 Die Regionalberichterstattung im Gesamtprogramm	36
	4.3.2 Die Regionalberichterstattung im Längsschnitt.....	44
5	Exkurs: Der SWR im Vergleich	50
6	Zusammenfassung und Diskussion	60
7	Fazit.....	67
	Anhang	68
	Hinweise zu den Autor*innen	68
	Literatur	69
	Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	71

1 Einführung

Seit 2012 werden an der Arbeitsstelle Medienanalyse/Forschungsmethoden der Freien Universität Berlin in regelmäßigen Abständen Studien zu den Programmleistungen der Dritten Programme der ARD durchgeführt. Die hier vorgelegte Untersuchung gehört in diese Reihe und komplettiert die Untersuchung der Regionalprogramme als Gegenstand inhaltsanalytischer Struktur- und Themenanalysen.

An die teilweise kontrovers diskutierte Befunde der Vorgängerstudien soll mittels der hier vorgelegten Untersuchung des Rundfunks Berlin-Brandenburg (rbb) und des Südwestrundfunks Rheinland-Pfalz (SWR) angeknüpft werden. Im Fokus der bisherigen Analysen stand 2012 schon einmal das Programmangebot des Südwestrundfunks, verbunden mit dem Blick auf den Norddeutschen Rundfunk (NDR). 2014 wurden der Mitteldeutsche Rundfunk (MDR) und der Westdeutsche Rundfunk (WDR) analysiert, eine dritte Publikation bezog sich 2016 auf den Bayerischen Rundfunk (BR) und den Hessischen Rundfunk (hr) (vgl. Trebbe 2013, Trebbe et al. 2015, Spittka et al. 2017).¹ Alle diese Untersuchungen sind ähnlich konzipiert, um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten. Es handelt sich bei den Studien um quantitative und vergleichende Inhaltsanalysen.

In der aktuellen Untersuchung wurden jeweils eine Landesversion, rbb Brandenburg und SWR Rheinland-Pfalz, im April 2018 innerhalb einer natürlichen Kalenderwoche aufgezeichnet und mit dem gleichen inhaltsanalyti-

schen Instrument untersucht, das bereits bei der Analyse der anderen Dritten Programme zum Einsatz kam. Darüber hinaus wurden einschlägige Regionalnachrichtenmagazine und -nachrichtensendungen dieser zwei Landesprogramme ausgewählt, während dreier weiterer, also insgesamt vier, Kalenderwochen aufgezeichnet und vertieft untersucht. In dieser Längsschnittanalyse liegt der Schwerpunkt auf den regionalen Themenbeiträgen.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Untersuchung detailliert dargestellt und interpretiert. Strukturelle Gemeinsamkeiten, Unterschiede und etwaige aktuelle Trends werden durch die Vergleiche mit den Vorgängerstudien herausgearbeitet.

Nach dieser Einführung werden im zweiten Kapitel zunächst die konkrete Fragestellung und der Forschungskontext erläutert. Die Darstellung der Untersuchungskonzeption und der inhaltsanalytischen Methode folgen im dritten Kapitel. Im Mittelpunkt dieses Berichts steht die vergleichende Darstellung der Ergebnisse. Programmstrukturen, Informations- und Thematisierungsleistungen werden in Kapitel 4 ebenso ausführlich skizziert wie die Regional- und Lokalberichterstattung. Neben der Diskussion der aktuellen Daten liegt ein weiterer Fokus auf dem Vergleich der beiden SWR-Erhebungen (Kapitel 5). In Kapitel 6 werden die wichtigsten Ergebnisse noch einmal zusammengefasst und diskutiert. Den Abschluss bildet ein kurzes Fazit in Kapitel 7.

¹ Die Datenerhebungen fanden in den Jahren 2012, 2014 sowie 2016 statt. Die Publikationen erfolgten jeweils im darauffolgenden Jahr.

2 Fragestellung und Forschungskontext

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist derzeit – nicht nur in Deutschland – einer Diskussion über seine Notwendigkeit ausgesetzt. Es ist eine Debatte darüber entbrannt, welchen Mehrwert („Public Value“) das duale Rundfunksystem einer Gesellschaft bietet und ob die Kosten auch in Einklang mit dem Nutzen stehen. Die Programmanbieter stehen unter „Rechtfertigungsdruck, und ein Ende der Debatte ist nicht abzusehen“ (Aigner 2018: 3). Zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk zählen auch die Dritten Programme der ARD: der Bayerische Rundfunk (BR), der Hessische Rundfunk (hr), der Mitteldeutsche Rundfunk (MDR), der Norddeutsche Rundfunk (NDR), der Westdeutsche Rundfunk (WDR) sowie der Rundfunk Berlin Brandenburg (rbb) und der Südwestrundfunk (SWR).

Im Juni 2018 startete die ARD unter dem Motto „Wir sind Deins. ARD“ eine deutschlandweite Public-Value-Aktion (ARD 2018) mit Spots in Fernsehen, Radio und Internet. Als Reaktion auf die öffentliche Debatte soll auch in Zukunft der Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks deutlicher kommuniziert werden. Karola Wille, MDR-Intendantin und ARD-Vorsitzende in den Jahren 2016 und 2017, erklärt den Gedanken hinter dieser Aktion wie folgt: „Unser gemeinsamer freier Rundfunk leistet einen wichtigen Beitrag für unser Gemeinwesen und unsere Demokratie. Genau darüber wollen wir mit den Menschen, die unseren Rundfunk solidarisch finanzieren, ins Gespräch kommen“ (ARD 2018).

Trotz aller Diskussionen und einer stetig wachsenden digitalen Konkurrenz, „hat die

klassische Fernsehnutzung bezogen auf die Gesamtbevölkerung nichts an ihrer Attraktivität eingebüßt“ (Zubayr/Gerhard 2018: 102). In einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Westdeutschen Rundfunks gaben 65 Prozent der Wahlberechtigten in Deutschland das Fernsehen als Hauptquelle für politische Informationen an, auf dem zweiten Platz folgten mit 50 Prozent Tageszeitungen und das Internet im Allgemeinen (35 Prozent) (Infratest dimap 2018: 33). Werden Reichweiten und Marktanteile als Maßstab genommen, gehören die Dritten Programme nach wie vor zu den beliebtesten und erfolgreichsten TV-Sendern. 2017 ist der Marktanteil aller Dritten – im Vergleich zum vorangegangenen Jahr – gestiegen, und zwar auf 12,8 Prozent. Die acht größten Fernsehvollprogramme, ARD/Das Erste, ZDF, RTL, RTL II und VOX, Sat.1, ProSieben sowie kabel eins, haben dagegen allesamt Marktanteile verloren (Zubayr/Gerhard 2018: 107). Nicht so die Dritten Programme – in der Mediennutzungsforschung gilt die Regionalität, das Interesse an Nachrichten aus dem direkten Umfeld, als wichtiges Motiv für die Fernsehnutzung.

Der gesellschaftliche Auftrag ist in den Rundfunkgesetzen und im Rundfunkstaatsvertrag verankert. Die Programmanbieter sollen „durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung“ (RStV 2018) mitwirken. Dieser Auftrag ist ebenso Ausgangspunkt der hier vorgelegten Analyse wie auch der bereits 2001 selbst von den Programmveranstaltern formulierte Anspruch an die Dritten Programme: „Sie ver-

mitteln den Menschen in den Regionen, dass ihr Sender ihre Sorgen, Nöte und Freuden, die Lebensbedingungen, Eigenarten, Traditionen und historisch gewachsenen 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). Gerade vor dem Hintergrund eines föderalen Staates und der deutsch-deutschen Trennungs- und Wiedervereinigungsgeschichte kann regionales Fernsehprogramm als ein zentraler Faktor nationaler politischer Integration gesehen werden (Rost 2004). Folglich ist es eine normative Betrachtungsweise, die folgendem Forschungsinteresse zugrunde liegt: In welcher Weise und in welchem Umfang erfüllen die Dritten Programme der ARD ihren Leistungsauftrag?

Als 2012 mit dieser Studienreihe begonnen wurde, musste in Bezug auf aktuelle, inhaltsanalytisch gewonnene Zahlen zum Programmangebot der Dritten ein Forschungsdesiderat festgestellt werden (Trebbe 2013). Die ARD/ZDF-Medienkommission gibt zwar eine Fernsehprogrammforschung in Auftrag (zuletzt Krüger 2018), diese schließt aber die Dritten Programme nicht mit ein.

Mit der hier vorgelegten, vierten Inhaltsanalyse der Regionalprogramme der ARD sind nun alle Dritten Programme einmal (im Fall des SWR sogar wiederholt) untersucht worden, sodass verlässliche und vergleichbare

Daten zur Angebotsstruktur vorliegen. Das Instrumentarium ist anschlussfähig an die bis zum Jahr 2018 kontinuierlich durchgeführte Fernsehprogrammforschung der deutschen Landesmedienanstalten.² Hier wurden seit 1998 die acht reichweitenstärksten deutschen Fernsehvollprogramme auf der Ebene von Sendungen und Beiträgen untersucht (zuletzt GöfaK Medienforschung GmbH 2018). Das Forschungsdesign erlaubt vor allem die Erhebung und den Vergleich struktureller und inhaltlicher Ähnlichkeiten und spezifischer Programmprofile. Bei der hier durchgeführten Anwendung auf die Dritten Programme liegt der Fokus in besonderer Weise auf den regionalspezifischen Programm- und Thematisierungsleistungen.

Sowohl beim Rundfunk Berlin Brandenburg (rbb) als auch beim Südwestdeutschen Rundfunk (SWR) handelt es sich um Mehrländeranstalten. Der rbb erreicht bundesweit einen Marktanteil von 1,3 Prozent, das ist im Vergleich aller Dritten der vorletzte Platz. Der SWR dagegen liegt mit 1,9 Prozent an vierter Stelle (Zubayr/Gerhard 2018). Wird die Region Berlin-Brandenburg betrachtet, erzielte der rbb im vergangenen Jahr 2017 einen Marktanteil von 5,9 Prozent (rbb 2018). Der Marktanteil beim SWR liegt in Baden-Württemberg bei 6,1 Prozent, in Rheinland-Pfalz bei 7,3 Prozent und für das gesamte Sendegebiet (inklusive Saarland) bei 6,5 Prozent (SWR 2018).

Im Herbst 2017 startete der rbb eine umfassende Programmreform, es soll „mehr und

² Die Landesmedienanstalten haben in der Zwischenzeit entschieden, die privaten Fernsehvollprogramme in Deutschland nicht mehr kontinuierlich untersuchen zu lassen.

attraktiveres Programm“ gesendet werden, wie Programmdirektor Jan Schulte-Kellinghaus erklärte (rbb 2017). Die starke regionale Fokussierung bleibt bestehen: „Wir senden von September an vier von fünf Werktagen zur Hauptsendezeit ein eigenes Programm aus unserer Region für die Menschen in unserem Sendegebiet“ (rbb 2017). Auch der Schwerpunkt des SWR liegt erklärtermaßen auf und in der Region, wie anhand der Eigenbeschreibung deutlich wird: „Aktualität und Regionalität stehen im Fokus aller SWR Programmangebote – in Radio, Fernsehen und im Web. Sie stellen die Menschen im Südwesten in den Mittelpunkt, erzählen ihre Geschichten und bilden ihr Lebensgefühl ab“ (SWR 2018). Bereits im Juli 2013 kündigte der SWR-Intendant Peter Boudgoust eine Programmreform an, im Zuge

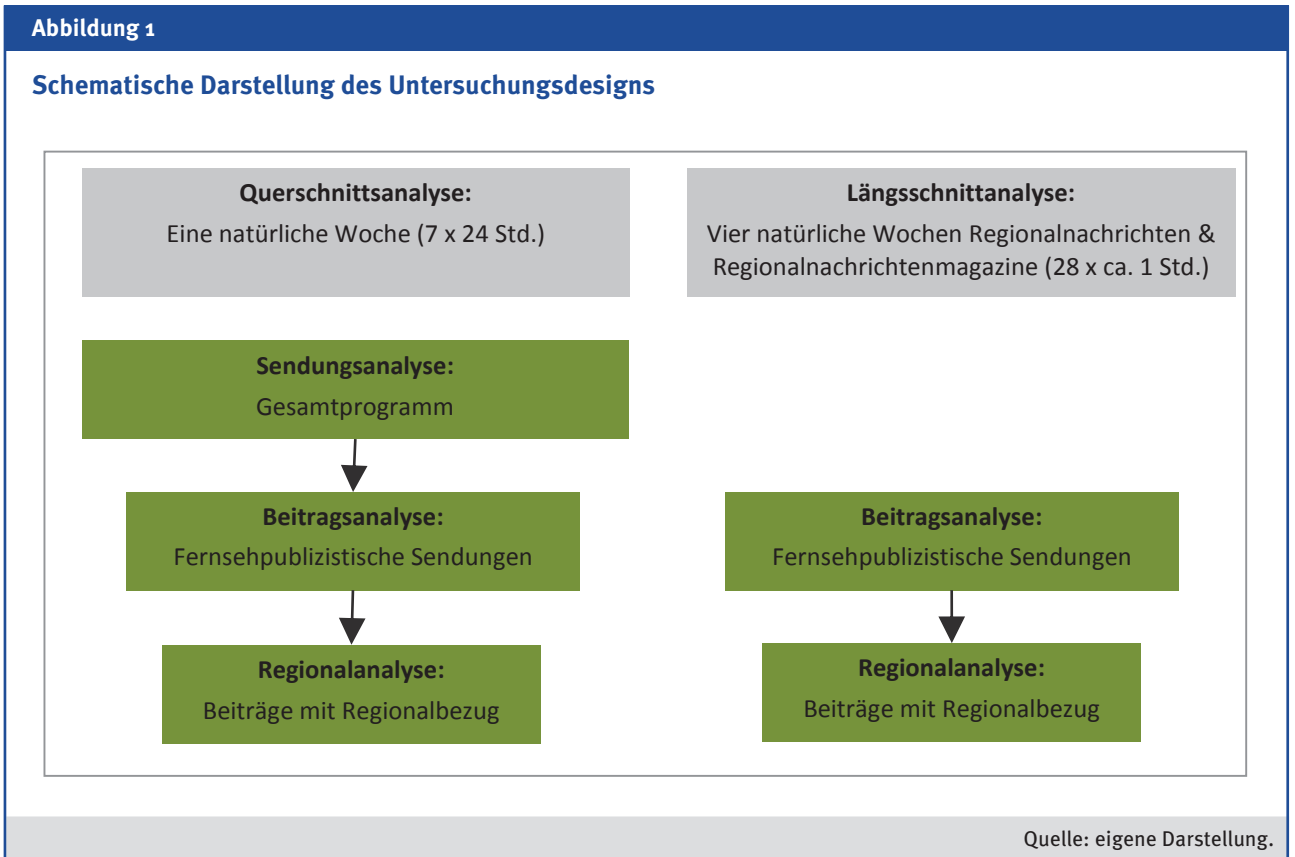
derer das SWR Fernsehen „regionaler, klarer, verständlicher und moderner“ (SWR 2013) werden sollte. Der Fokus lag auf der Schärfung des regionalen Profils (SWR 2013). Hier wird es im Folgenden besonders interessant sein, die Zahlen aus 2012 mit denen der aktuellen Erhebung zu vergleichen (vgl. Kapitel 5).

Ziel dieser Untersuchung ist es, die Positionierung von rbb und SWR mit ihrem jeweiligen Programmangebot herauszuarbeiten. Neben der Erhebung der Programmstruktur und Analyse der fernsehpublizistischen, also allen potenziell informierenden, Formate liegt das besondere Augenmerk auf der Thematisierung regionaler Themen, Ereignisse und Akteure. Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu den Ergebnissen der Vorgängerstudien werden ebenfalls in den Blick genommen.

3 Konzeption und Methode

Beim Untersuchungsdesign handelt es sich, wie auch bei den vorangegangenen Studien, um quantitative Inhaltsanalysen vollständiger, 24 Stunden umfassender Programmtage, die im Rahmen natürlicher Kalenderwochen erhoben wurden.³ Das Untersuchungsmaterial stammt aus jeweils zwei miteinander verschränkten Untersuchungszeiträumen und wird in einem dreistufigen Verfahren kategorisiert (vgl. Abb. 1).

Dabei ist zunächst zwischen der Quer- und der Längsschnittanalyse zu unterscheiden. Die Querschnittanalyse umfasst das gesamte gesendete Programm einer natürlichen Woche, folglich insgesamt pro Sender 168 Stunden Fernsehmaterial. Bei der Längsschnittanalyse werden in einem Zeitraum von vier Wochen je Programm jeweils zwei bewusst ausgewählte Sendungen der regionalen Fernsehpublizistik täglich vertieft untersucht.



³ Die Vergleichsdaten der aktuellen und der Vorgängerstudien stammen naturgemäß aus unterschiedlichen Untersuchungszeiträumen (2012–2018). Sie unterscheiden sich im Hinblick auf die jeweils aktuelle Nachrichtenlage, die zwischenzeitlich durchgeführten Programmareformen und die jeweils aktuellen Marktconstellations. Das identische, wiederholt eingesetzte Untersuchungsinstrumentarium erlaubt vor allem die Erhebung und Beschreibung struktureller Gemeinsamkeiten und Unterschiede der untersuchten Programme.

Die erste Untersuchungsstufe bildet die Sendungsanalyse. Das Gesamtangebot der Programme wird in Hinblick auf Struktur und Produktionscharakteristika erfasst. Die Kategorisierung erfolgt anhand von Format-, Genre- und Produktionsaspekten. Im Ergebnis steht eine Zuordnung zu den Programmsparten fiktionale Fernsehunterhaltung (Filme und Serien), nonfiktionale Fernsehunterhaltung (Shows und Spiele) sowie Fernsehpublizistik (Sendungen mit der Chance auf journalistische Berichterstattung und Information) (Weiß et al. 2018: 59 f.).

Diejenigen Programmangebote, die als Fernsehpublizistik, also potenziell informierend, eingestuft wurden, werden innerhalb der Beitragsanalyse thematisch weitergehend untersucht. Für die Stufe der Regionalanalyse wird eine weitere Selektion vorgenommen. Diejenigen Beiträge, die innerhalb der Fernsehpublizistik einen Regionalbezug aufweisen, sich also über Themen, Akteure oder Ereignisse in irgendeiner Form auf Orte in Brandenburg oder Rheinland-Pfalz beziehen, werden in Hinblick auf diese, im Kontext des jeweiligen Bundeslandes besondere Thematisierungsleistung genauer analysiert.

3.1 Untersuchungsobjekte

Die inhaltsanalytische Untersuchung bezieht sich auf das Programmangebot des Rundfunks Berlin Brandenburg (in der Landesversion für Brandenburg) und das Angebot des Südwestfunks (in der Landesversion für Rheinland-Pfalz). Aufgrund struktureller Parallelen

und Gemeinsamkeiten eignen sich diese Sender für eine vergleichende Analyse.

Zum einen handelt es sich sowohl beim rbb als auch beim SWR um Dritte Programme der ARD, folglich um regionale Fernsehvollprogramme. rbb und SWR sind Mehrländeranstalten. Der rbb macht Programm für Berlin und Brandenburg. Der SWR sendet für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. Hier kommt noch eine Besonderheit hinzu: Eine weitere Landesrundfunkanstalt, der Saarländische Rundfunk, ist beteiligt. Der SR ist aufgrund seiner Größe nicht dazu in der Lage, ein eigenes Fernsehvollprogramm zu bieten.

Das grundlegende Programmformat ähnelt sich in entscheidenden Punkten. rbb und SWR senden beide ein Mantelprogramm, das zeitgleich in den beteiligten Bundesländern empfangbar ist. In den Landesversionen werden regionale Auseinandersetzungen aus den verschiedenen Regionalstudios gesendet. Aus diesen Gegebenheiten ergibt sich eine grundlegende Frage dieser Studie: Wie (bzw. aus welchen Anteilen aus dem gemeinsamen Programm und den regionalen Auseinandersetzungen) setzen sich die Programmleistungen von rbb und SWR zusammen?

Die Untersuchung ist als Quer- und Längsschnittstudie aufgebaut. In der Querschnittanalyse wird das gesamte Programmangebot des rbb (Landesversion Brandenburg) und des SWR (Landesversion Rheinland-Pfalz) systematisch kategorisiert. Das Gesamtprogramm umfasst neben Sendungen auch alle Programmelemente, die über den Tag ausgestrahlt werden, also auch Werbung, Programm-

eigenwerbung in Form von Trailern oder andere unterbrechende Füllteile. Bei der Längsschnittstudie erfolgt ein fokussierter, längerfristiger Blick auf jeweils zwei bewusst und mehrstufig ausgewählte Sendungsformate der gewählten Regionalversion. Diese werden in einem zu-

sammenhängenden Zeitraum von vier Wochen aufgezeichnet und analysiert. Dabei wird aus Gründen der Vergleichbarkeit mit den Vorgängerstudien darauf geachtet, dass die Anzahl der Sendungen, der Sendepplatz und die Sendezeit sowie das Format der Sendungen überein-

Tabelle 1

Die Struktur des Nachmittags- und Vorabendprogramms des rbb und SWR

rbb			SWR		
Sendung	Ausstrahlung ^a (in hh:mm)	Format	Sendung	Ausstrahlung ^a (in hh:mm)	Format
rbb aktuell ^{b/d}	16:00	Regionalnachrichten	SWR Aktuell Rheinland-Pfalz ^c	16:00	Regionale Schlagzeilen
Wer weiß denn sowas?	16:15	Quizsendung	Kaffee oder Tee	16:05	Sonstiges fernsehpublizistisches Format
rbb aktuell ^b	17:00	Regionale Schlagzeilen	SWR Aktuell Rheinland-Pfalz ^c	17:00	Regionalnachrichten
Nashorn, Zebra & Co.	17:05	Doku-Soap	Kaffee oder Tee	17:05	Sonstiges fernsehpublizistisches Format
Sandmännchen	17:55	Kindersendung	SWR Aktuell Rheinland-Pfalz ^{c/d}	18:00	Regionalnachrichten
rbb UM6	18:00	Regionalmagazin	Rheinland-Pfalz Wetter	18:10	Regionale Wetternachrichten
rbb Wetter	18:27	Regionale Wetternachrichten	Mensch, Leute!	18:15	Dokumentation
zibb	18:30	Regionalmagazin	Landesschau Rheinland-Pfalz ^c	18:45	Regionalmagazin
rbb Wetter	19:27	Regionale Wetternachrichten	SWR Aktuell Rheinland-Pfalz ^{c/d}	19:30	Regionalnachrichtensmagazin
Brandenburg aktuell ^{c/d}	19:30	Regionalnachrichtensmagazin	Rheinland-Pfalz Wetter ^b	19:57	Regionale Wetternachrichten

a Ausstrahlungsdatum: 23.04.2018.

b Seit dem 01. September 2018 wird auf den Sendepätzen 16:00 und 17:00 Uhr die 15- bzw. 5-minütige Nachrichtensendung *rbb24* ausgestrahlt.

c Regionale Auseinanderschaltung.

d Format der Längsschnittstudie.

Quelle: eigene Darstellung.

stimmt.⁴ Tabelle 1 stellt schematisch einen typischen Programmablauf für den Nachmittag und Vorabend an einem Wochentag von 16.00 bis 20.00 Uhr des rbb und SWR dar.

Für die Längsschnittanalyse wurden je eine regionale Nachrichtensendung und ein Regionalnachrichtenmagazin ausgewählt. Dabei handelt es sich um Formate, deren Fokus erstens auf regionaler Berichterstattung liegt und die zweitens vor allem aktuelle, politische Themen behandeln.

Dies betrifft folgende Sendungen und Ausstrahlungszeiten:

rbb

- rbb aktuell (Montag bis Freitag, 16.00 bis 16.15 Uhr)
- Brandenburg aktuell (täglich, 19.30 bis 20.00 Uhr)

SWR⁵

- SWR aktuell Rheinland-Pfalz (täglich, 18.00 bis 18.10 Uhr)
- SWR aktuell Rheinland-Pfalz (Montag bis Samstag, 19.30 bis 20.00 Uhr)

Ähnlich wie im Bayerischen Rundfunk (Spittka et al. 2017: 9 ff.) beginnt das Regionalnachrichten-Angebot des rbb schon vor dem traditionellen Vorabendprogramm. Möglicherwei-

se werden in den jüngeren Untersuchungen der Dritten auch Sendezeitreformen deutlich. Für inhaltliche vergleichende Darstellungen ist die Formatähnlichkeit entscheidender als der Sendeplatz. Aus diesem Grund wurde beim rbb als klassische, universelle Nachrichtensendung mit regionalem Schwerpunkt ein Format aus dem Nachmittagsprogramm gewählt, beim SWR das entsprechende Format im Vorabendprogramm.

3.2 Untersuchungszeitraum

Bei der Querschnittanalyse handelt es sich um die Untersuchung einer natürlichen Woche, das heißt, von sieben aufeinanderfolgenden Tagen. Sowohl für den rbb als auch für den SWR werden insgesamt 168 Programmstunden (7 Tage x 24 Stunden) Fernsehmaterial ausgewertet. Wie in der Vorgängeruntersuchung des BR und des hr wurde eine Woche aus dem April gewählt, es handelt sich dabei um die 17. Kalenderwoche, beginnend am Montag, 23. April 2018, und endend am Sonntag, 29. April 2018.⁶

Für die Längsschnittanalyse, in der die Regionalformate längerfristig beobachtet werden, wird ein Zeitraum von vier Wochen, also 28 aufeinanderfolgenden Tagen, untersucht. Es

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

⁵ Das 2012 analysierte 15-minütige Nachrichtenformat *Landesschau Rheinland-Pfalz aktuell* läuft in der Erhebungswoche 2018 nicht mehr. Dafür wurde die regionale Nachrichtensendung *SWR aktuell Rheinland-Pfalz* codiert. Analog zum Regionalnachrichtenmagazin *Brandenburg aktuell* wurde in der Stichprobe 2018 *SWR Aktuell Rheinland-Pfalz* untersucht. Bei der in der Stichprobe 2012 codierten *SWR Landesschau Rheinland-Pfalz* handelte es sich um ein Regionalmagazin ohne Nachrichtenblock. Da der Fokus der Analyse vor allem auf der aktuellen politischen Berichterstattung liegt (vgl. hierzu Spittka et al. 2017: 9) und die vergleichende Perspektive die Auswertungen der Querschnittanalyse dominiert, wurde hier die Auswahl angepasst.

⁶ Ein Sendetag beginnt, gemäß der Konvention der AGF Videoforschung, um 3 Uhr und endet um 3 Uhr des Folgetages.

handelt sich dabei um die Kalenderwochen 17 bis 20 im Jahr 2018 bzw. den Zeitraum 23. April 2018 bis 20. Mai 2018. Die erste der untersuchten Wochen entspricht dem Untersuchungszeitraum der Querschnittstudie. Drei Feiertage (Maifeiertag, Himmelfahrt, Pfingstsonntag) wurden mit den entsprechenden Wochentagen der Folgeweche (KW 21) ersetzt, um die Verzerrung der Stichprobe durch programmexterne Ereignisse zu vermeiden.

3.3 Untersuchungsinstrumente

Das Untersuchungsdesign besteht aus den drei Stufen Sendungs-, Beitrags- und Regionalanalyse.

Sowohl für die Sendungs- als auch für die Beitragsanalyse wurde ein Untersuchungsinstrument entwickelt, das auf der Basis der Methode der kontinuierlichen Programmforschung der Landesmedienanstalten – kurz „ALM-Studie“ – (GöfaK Medienforschung GmbH 2018) für die spezifischen Angebote und Programmformate der Dritten Programme der ARD angepasst wurde. Für die Untersuchung der regionalen Thematisierungsleistungen, der dritten Stufe, wurde das vorhandene Instrument aus den Vorgängerstudien für die Programme von SWR und NDR, WDR und MDR sowie BR und hr erneut verwendet, um die Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten. Das für die dritte Stufe genutzte Codebuch ist aus den Ergebnissen von Vorgängerstudien entstanden (vgl. u. a. Kolb et al. 2013; Volpers et al. 2012; Trebbe/Maurer 1999; Trebbe 1998).

Bei den drei Analyseebenen wird jeweils trichterförmig vorgegangen. Auf der Ebene der Sendungsanalyse werden Daten erhoben, mittels derer Aussagen über die strukturelle Vielfalt des Programmangebots getroffen werden können. Ziel ist hier die Erfassung der Programmstrukturmerkmale ebenso wie der Produktionscharakteristika. Untersuchungseinheiten auf dieser Stufe sind neben den Sendungen (bzw. Sendungsteilen) auch Werbeblöcke, Programmtrailer oder Sponsorhinweise. Für die Erhebung der Produktionscharakteristika werden Programmübernahmen zwischen Sendern, mögliche Lizenzprogramme, kurzfristige Wiederholungen, die Sendefrequenz sowie Produktionsdaten (Eigen- oder Kaufproduktion, Herkunft, Alter) erfasst. Vor allem aber werden Variablen abgefragt, die auf die Spezifika der Regionalprogramme ausgerichtet sind. Neben den regionalen Auseinandersetzungen sind das Übernahmen, Wiederholungen bzw. zeitversetzte Übernahmen aus dem Ersten Programm oder aus den Sendungen anderer Regionalfenster (vgl. Kapitel 4.1) und besondere Sendungsformen, die typischerweise nur in den Dritten Programmen vorkommen. Dazu zählen z. B. fremdsprachige Sendungen oder Sendungen für Gehörlose. Zudem erfolgt die Kategorisierung der Sendungen in drei große Programmsparten. Zum einen handelt es sich dabei um die fiktionale Fernsehunterhaltung (u. a. Kinospielefilme, Fernsehfilme, Fernsehserien oder gesciptete Reality-TV-Formate), zum anderen die nonfiktionale Fernsehunterhaltung (u. a. Unterhaltungsshow oder Cas-

ting-/Coaching-/Improvementformate)⁷. Für die Informationsleistung zentral ist schließlich die Kategorie der Fernsehpublizistik. Das verwendete Codebuch ermöglicht, die Sendungen sehr genau zu differenzieren. Beispielsweise sind Aussagen darüber möglich, ob es sich um eine Hauptnachrichtensendung oder eine Nachrichtensendung mit spezifischem Themenschwerpunkt handelt oder welchem Genre (Komödie, Drama etc.) ein fiktionales Programmangebot zuzuordnen ist.

Die klassifizierten fernsehpublizistischen Programmangebote werden dann auf der Ebene der Beitragsanalyse weiter untersucht. Dabei handelt es sich um potenziell informierende Formate wie Nachrichten und Magazine, Reportagen und Dokumentationen, Talkformate sowie Sportsendungen etc. Erhoben werden hier sowohl die inhaltlich-thematische Vielfalt als auch Indikatoren für die gesellschaftliche Relevanz. Die meisten dieser Formate bestehen aus mehreren thematisch oder formal zu trennenden Beiträgen, diese bilden die einzelnen Untersuchungseinheiten der Beitragsanalyse. Das Ergebnis ist eine detaillierte Darstellung der Themenstruktur auf der Ebene einzelner Formate und für das jeweilige Gesamtprogramm.

Unterschieden werden in der Kategorie Fernsehpublizistik im Grundsatz also drei The-

mensegmente, die auf verschiedene, normativ begründete Funktionsbereiche verweisen:

- Politik und gesellschaftliche Kontroversen (Funktionsbereich: Information/Meinungsbildung),
- Sach- und Ratgeberpublizistik (Funktionsbereich: Information/Bildung/Beratung) sowie
- Unterhaltungspublizistik (Funktionsbereich: Information und Unterhaltung).

Die thematische Codierung erfolgt anhand von 14 Erhebungsdimensionen. Neben der detaillierten Erfassung der Themenstruktur werden auch formale und inhaltliche Kategorien (z. B. Aktualität, journalistische Darstellungsformen, Beratungselemente) erhoben.

Auf der Ebene der Regionalanalyse werden ausschließlich die innerhalb der Fernsehpublizistik als thematisch klassifizierbaren Beiträge mit einem inhaltlichen Bezug zum jeweiligen Bundesland, Brandenburg bzw. Rheinland-Pfalz, vertiefend untersucht.⁸ Wie bei der Beitragsanalyse bilden auch hier thematisch voneinander zu unterscheidende Beiträge die einzelnen Untersuchungseinheiten. Als Erstes steht immer die Frage, über welche Thematisierungsleistung der Regionalbezug hergestellt wird.

⁷ Bei Coaching- und Improvementformaten handelt es sich um Sendungen, die nach dem Makeover-Prinzip aufgebaut sind. Typischerweise handelt es sich hierbei um die Themen Gesundheit, Alltag oder „Schöner Wohnen“ (Weiß/Ahrens 2012: 74).

⁸ Kreuzwiederholungen aus dem Ersten Programm der ARD wurden aus der Regionalanalyse ausgeschlossen, d. h. Sendungen, die innerhalb von sieben Tagen vor ihrem Ausstrahlungszeitpunkt im Programm von rbb bzw. SWR im Ersten Programm der ARD ausgestrahlt wurden, wurden nicht auf inhaltliche Regionalbezüge untersucht. Ziel ist es, die originäre regionale Programmleistung der untersuchten Dritten Programme zu erfassen.

Es werden vier Varianten unterschieden:

- regionale Ereignisse,
- regionale Akteure,
- regionale Themen sowie
- 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* (Berichterstattung über Angst- und Zerstreuthemen).

3.4 Durchführung der Codierung

Die digitale Aufzeichnung des Untersuchungsmaterials via Satellit erfolgt an der Arbeitsstelle Medienanalyse/Forschungsmethoden an der Freien Universität Berlin. Durch einen Datums- und Zeitcode ist die sekundengenaue Vermessung der untersuchten Sendungen und Beiträge möglich. Das Codierteam bestand aus zwei Studierenden⁹, die bereits Erfahrung in der kontinuierlichen Programmforschung der Medienanstalten bzw. dem Pendant für das Schweizer Fernsehen gesammelt haben. Das Untersuchungsmaterial wurde gleichmäßig und nicht programmspezifisch verteilt. Neben analogem Hilfsmaterial (Programmankündigungen und Fernsehprogrammzeitschriften) wurde den Codiererinnen und Codierern eine Wissensdatenbank inklusive Diskussions-

forum (Wiki) zur Verfügung gestellt, so war ein zeitnaher und intensiver Austausch aller am Projekt beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter möglich. Die Datenerhebung nahm dabei auf jeder Untersuchungsstufe jeweils rund acht Wochen ein (drei Wochen Codierschulung, eine Woche Codierung des Reliabilitätstests, vier Wochen Codierung des Materials).

3.5 Validität und Reliabilität

In der empirischen Sozialforschung sind Validität und Reliabilität wichtige Gütekriterien für die Aussagekraft eines Forschungsdesigns bzw. Untersuchungsinstrumentes. Die Frage ist, ob die angewandte Methode die Gewinnung zuverlässiger und objektivierbarer Daten im Sinne der Forschungsfrage erlaubt.

Das eingesetzte Codebuch ist langjährig erprobt, kontinuierlich weiterentwickelt worden und im Rahmen der Fernsehprogrammforschung als Methode zur Analyse von Programmstrukturen und Themenvielfalt anerkannt. Zudem ist es auf die spezifischen Anforderungen der dieser Studie zugrunde liegenden Fragestellungen angepasst. Wie beschrieben (vgl. Abschnitt 3.3), wurde das Instrument für die Erhebung regionaler Fernsehpublizistik erweitert, sodass die spezifischen Thematisierungsleistungen der Dritten Programme erfasst werden können. Das Untersuchungsinstrument hat sich in den Vorgängerstudien (vgl. Trebbe 2013; Trebbe et al. 2015 sowie Spittka et al. 2017) bewährt und wurde unverändert verwendet.

⁹ Wir bedanken uns bei Leonard Kamps und Chiara Siewert für die engagierte Mitarbeit.

Auch die Längsschnittanalyse trägt zur Sicherung der Zuverlässigkeit und Gültigkeit der Daten bei. Durch die längerfristige Beobachtung (Zeitraum von vier Wochen) der Regionalberichterstattung steigt die Unabhängigkeit der Ergebnisse von programmexternen Ereignissen oder spezifischen Thematisierungen innerhalb des Untersuchungszeitraums.

Die Erfahrungen nicht nur, aber auch innerhalb der Studien zu den Dritten Programmen haben gezeigt, dass umfangreiche Schulungen maßgeblich sind für die Reliabilität der Untersuchung. Es werden sowohl vor der Sendungs- als auch vor der Beitragscodierung intensive Schulungssitzungen durchgeführt. Die Codiererinnen und Codierer lernen die Forschungskonzeption und das konkrete Untersuchungsinstrument kennen. Binnen insgesamt sechs Wochen werden mehrfach Probe-

codierungen durchgeführt und die Ergebnisse im Team diskutiert. Diese Schulungen sind das wichtigste Instrument zur Sicherung der Zuverlässigkeit und Reproduzierbarkeit der erhobenen Daten: Inwieweit werden zuverlässig (von verschiedenen Mitgliedern der Forschungsgruppe und/oder zu verschiedenen Zeitpunkten) identische Ergebnisse erzielt?

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 etwa 45 bis 65 Untersuchungseinheiten umfassen (vgl. Tab. 2), wird dabei überprüft, inwieweit die verschiedenen Codiererinnen und Codierer dasselbe Material identisch verorten bzw. codieren.

Tabelle 2

Übersicht über die Reliabilitätskoeffizienten

Übereinstimmung in Prozent

Testdimensionen	Untersuchungseinheiten	Holsti-Koeffizient ^a
Sendungsanalyse		
Festlegung der Untersuchungseinheiten	49	100,0
Codierung der Untersuchungseinheiten	43	99,6
Beitragsanalyse		
Festlegung der Untersuchungseinheiten	65	98,5
Codierung der Untersuchungseinheiten	62	95,0
Regionalanalyse		
Codierung der Untersuchungseinheiten	53	97,6

a „[D]er Koeffizient [drückt] das Verhältnis der mittleren Übereinstimmung aller paarweisen Codiererkombinationen zur durchschnittlichen Gesamtzahl aller Codierungen [...] aus“ (Früh 2017: 181).

Quelle: eigene Darstellung.

Wie Tabelle 2 zeigt, wurden insgesamt fünf unterschiedliche Tests getrennt voneinander durchgeführt und ausgewertet. 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 Codierenden war. Die identische Codierung lag bei allen fünf Tests bei mindestens 95,0 Prozent und bescheinigt damit allen drei Untersuchungsstufen eine ausgezeichnete Reliabilität.

3.6 Analyseperspektiven und Aufbau des empirischen Teils

Im folgenden Ergebnisteil werden die zentralen Ergebnisse aller Teiluntersuchungen ausführlich vorgestellt – und auch im Hinblick auf die Vorgängerstudien bzw. Vergleichsergebnisse erläutert. In der Querschnittanalyse werden die aktuell erhobenen Programmdaten von rbb und SWR gemeinsam mit den Befunden zu BR und hr aus 2016 (Spittka et al. 2017), WDR und MDR aus 2014 (Trebbe et al. 2015) und SWR und NR aus 2012 (Trebbe 2013) aufbereitet und in Beziehung gesetzt.

Zunächst werden die Ergebnisse der Querschnittsanalyse dargestellt, und zwar

aufgeteilt nach den drei bereits erläuterten Untersuchungsstufen. Wie auch bei den bisherigen Analysen bildet der durchschnittliche 24-Stunden-Tag der gesamten Woche, also von Montag bis Sonntag, den empirischen Bezugsrahmen. Dies ist die Basis für alle Berechnungen und Prozentuierungen (Abschnitte 4.1, 4.2 sowie 4.3.1). Sowohl für die erste als auch die zweite Untersuchungsstufe, die Sendungsanalyse (Abschnitt 4.1) und die Beitragsanalyse (Abschnitt 4.2) werden die Daten mit denen der bereits analysierten Dritten Programme in Beziehung gesetzt. So lassen sich Unterschiede und Gemeinsamkeiten herausarbeiten.

Daran anschließend, werden die Ergebnisse der Regionalanalyse (Abschnitt 4.3.1) skizziert. Auch hier bildet der durchschnittliche Sendetag im Querschnitt einer gesamten Woche den empirischen Bezugsrahmen, ebenso dienen die Vorgängerstudien als Vergleichspunkt.

In Abschnitt 4.3.2 werden die Befunde der regionalanalytischen Längsschnittstudie beschrieben. Basis dieser Analysestufe sind jeweils eine bewusst ausgewählte regionale Nachrichtensendung und ein Regionalnachrichtenmagazin, die über vier Wochen hinweg erfasst und ausgewertet wurden. Die Werte entsprechen also jeweils dem Anteil an den knapp 18 Programmstunden der ausgewählten rbb-Regionalsendungen und den 14,5 Stunden des SWR.

4 Die Dritten ARD-Programme des rbb und des SWR

4.1 Produktionscharakteristika und Programmstruktur

Werden die Basiselemente der Sendungsanalyse (vgl. Tabelle 3) in den Blick genommen, also die Frage beantwortet, wie die Programmveranstalter grundsätzlich die zur Verfügung stehende Sendezeit füllen, zeigen sich Gemeinsamkeiten: Merkmal aller untersuchten Dritten Programme ist die Tatsache, dass kei-

ne Werbung gesendet wird¹⁰; dies ist auch bei rbb (Brandenburg) und SWR (Rheinland-Pfalz) der Fall.

Sponsorhinweise sind nur marginal vertreten. Die Zeit für Programmhinweise unterscheidet sich dagegen deutlich. Der SWR in der aktuellen Stichprobe weist hier mit durchschnittlich 19 Minuten pro Tag mit Abstand den niedrigsten Wert auf, beim rbb werden 53 Minuten der täglichen Sendezeit mit solcherlei

Tabelle 3

Zeitungsumfang der Basiselemente der Sendungsanalyse

Sendungsanalyse
(in Std.:Min. pro Sendetag)^a

Basiselemente	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb ^b	SWR ^c	BR ^d	hr	WDR ^e	MDR ^f	SWR ^c	NDR ^g
Sendungen	23:06	23:40	21:18	23:33	23:32	23:10	23:32	23:23
Programmtrailer etc. ^h	0:53	0:19	2:42	0:27	0:28	0:49	0:28	0:37
Werbung und Teleshopping ⁱ	-	-	-	-	-	-	-	-
Sponsoring ^j	0:01	0:01	0:00	0:00	-	0:01	0:00	0:00
Gesamt	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00

a Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

b Es handelt sich um die Landesversion Brandenburg des rbb Fernsehens.

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

d Es handelt sich um die Regionalversion Altbayern und Franken des BR Fernsehens.

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

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

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

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

i Vgl. §§ 2, 7, 7a, 16, 18, 45 und 45a RStV (2018).

j Vgl. §§ 2, 8 und 16 RStV (2018).

Quelle: eigene Darstellung.

¹⁰ Zum Werbeverbot für die Dritten Programme vgl. §§ 16 RStV (2018).

Programmhinweisen und -überbrückungen gefüllt. Das ist in der Rangfolge der untersuchten Dritten Programme über alle Stichproben hinweg gesehen der zweite Platz.¹¹ Beispiele für Programmverbindungen oder redaktionelle Füllteile sind Trailer, Eigenpromotion der Sender oder Surftipps. Zum Vergleich die Werte der öffentlich-rechtlichen Sender: ARD/Das Erste füllt an einem durchschnittlichen 24-Stunden-Tag 35 Minuten der Senderzeit mit Programm- und Senderpromotion, beim ZDF sind es 29 Minuten (vgl. GöfaK Medienforschung GmbH 2018).

Regionale Auseinandersaltungen

Deutliche Unterschiede der verschiedenen Landesversionen der Dritten Programme zeigen sich auch beim Blick auf die regionalen Auseinandersaltungen (vgl. Tabelle 4). Zwar handelt es sich sowohl beim rbb als auch beim SWR jeweils um Mehrländeranstalten, die Werte für länderspezifische Auseinandersaltungen divergieren aber stark: Beim SWR werden 14 Prozent (auch im Vergleich zur Stichprobe 2012 eine klare Steigerung) des Gesamtprogramms regional auseinandergeschaltet, beim rbb liegt der Wert dagegen bei nicht ganz 2 Pro-

Tabelle 4

Drittprogramme, Regionalfenster, Programmkooperationen

Sendungsanalyse
(in Prozent)^a

Produktionscharakteristik	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Sendungen	96,2	98,6	88,7	98,1	98,0	96,5	98,0	97,4
Eigenprogramm	93,7	83,6	85,7	97,1	93,6	94,4	87,0	93,6
Regionale Auseinandersetzung ^b	1,5	14,0	2,0	-	3,4	2,1	10,0	2,8
Programmübernahme ^c	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	-	1,0	1,0
Programmtrailer etc.	3,7	1,3	11,3	1,9	2,0	3,4	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	0,1	0,1	0,0	0,0	-	0,1	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

b Programm, welches von den unterschiedlichen Regionalstudios produziert wird.

c 20-Uhr-Tagesschau.

Quelle: eigene Darstellung.

¹¹ Mit großem Abstand die meiste Sendezeit mit Programmüberbrückungen füllt der BR, dies liegt vor allem an Überbrückungsformaten wie *Space Night*, die in den Nachtstunden gesendet werden. Auch der hohe Wert beim rbb ist auf das halbstündige Format *Potsdam erwacht* zurückzuführen, das täglich in den frühen Morgenstunden läuft.

zent. Im Vergleich aller Dritten Programme sind das die höchsten und die niedrigsten Zahlen, wobei der SWR mit Abstand am häufigsten regional auseinanderschaltet.

Sowohl rbb als auch SWR übernehmen jeweils die Hauptausgabe der Tagesschau aus dem Ersten Programm um 20.00 Uhr, das entspricht etwa 1 Prozent des 24-Stunden-Tages. Nach wie vor bildet der MDR hier eine Ausnahme: Auf die Tagesschau-Übernahme wird verzichtet.

Wiederholungen

Bei allen Dritten Programmen sind kurzfristige Wiederholungen ein wichtiger Baustein des

täglichen Programms, so werden Synergien innerhalb der ARD-Gemeinschaft genutzt (vgl. Tabelle 5). Der rbb weist mit 39 Prozent kurzfristiger Wiederholungen den höchsten Wert auf, der SWR belegt in der Rangreihe der Dritten Programme mit 27 Prozent den vorletzten Platz und hat die Quote im Vergleich zur Stichprobe 2012 um fast 12 Prozent reduziert. Hier wurde vor allem an Kreuzwiederholungen (das sind kurzfristige, zeitversetzte Übernahmen) von ARD/ Das Erste sowie von Regionalfenstern (regionale Auseinandersetzungen) gespart. Das spricht für einen stärkeren regionalen Fokus, der vom SWR-Rundfunkrat in Form einer Programmreform im Jahr 2013 angekündigt wur-

Tabelle 5

Kurzfristige Programmwiederholungen

Sendungsanalyse
(in Prozent)^a

Produktionscharakteristik	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Sendungen	96,2	98,6	88,7	98,1	98,0	96,5	98,0	97,4
Erstsendungen	57,3	71,7	68,2	60,4	65,8	61,5	59,4	59,8
Kurzfristige Wiederholungen	38,9	26,9	20,5	37,7	32,2	35,0	38,6	37,6
<i>Wiederholungen im Tagesintervall</i>	21,7	14,9	15,2	20,1	9,7	15,8	12,1	9,6
<i>Wiederholungen im Wochenintervall</i>	6,1	7,2	2,9	8,4	3,6	5,0	7,5	5,2
<i>Kreuzwiederholungen von ARD/Das Erste^b</i>	8,8	3,4	2,4	9,2	1,6	10,1	10,8	10,1
<i>Kreuzwiederholungen von Regionalfenstern^c</i>	2,3	1,4	-	-	17,3	4,1	8,2	12,7
Programmtrailer etc.	3,7	1,3	11,3	1,9	2,0	3,4	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	0,1	0,1	0,0	0,0	-	0,1	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).
b Erstausstrahlung im Ersten Programm der ARD.
c Erstausstrahlung in einem anderen Regionalfenster.

Quelle: eigene Darstellung.

de. Beim rbb speist sich die Zahl vor allem aus Kreuzwiederholungen des Ersten Programms der ARD (9 Prozent). Kreuzwiederholungen von Regionalfenstern kamen dabei relativ selten vor (rbb: 2 Prozent; SWR: 1 Prozent).

Beim Umgang mit kurzfristigen Wiederholungen werden ebenfalls deutliche Unterschiede zu den bundesweiten öffentlich-rechtlichen Vollprogrammen ersichtlich. Beim Ersten Programm liegt die Quote der kurzfristigen Wiederholungen bei 14 Prozent, beim ZDF bei 11 Prozent – die Dritten liegen klar darüber.

Programmstruktur

Bei der Analyse der Programmstruktur wird zwischen drei Basiselementen des redaktionellen

Programms unterschieden. Zum einen wird fiktionale Unterhaltung erfasst; hier handelt es sich um klassische Film- und Serienformate. Zum anderen werden mit dem Begriff der nonfiktionalen Unterhaltung all jene Formate erhoben, die den Genres Show, Quiz und Spiel angehören. Das dritte Element ist die sogenannte Fernsehpublizistik, dabei handelt es sich um alle potenziell informierenden Formate bzw. die journalistische Berichterstattung (Nachrichten, Magazine, Reportagen etc.).

Die Daten der verschiedenen Stichproben zeigen, dass die untersuchten Sender unterschiedliche Strategien der Programmgestaltung verfolgen (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6

Programmstruktur/Gesamtsendezeit

Sendungsanalyse
(in Prozent)^a

Programmcharakteristik	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Sendungen	96,2	98,6	88,7	98,1	98,0	96,5	98,0	97,4
Fernsehpublizistik	62,0	62,7	44,5	58,8	76,8	63,6	73,8	72,3
<i>Schulfernsehen/fremdsprachige Sendung</i>	0,3	2,1	1,7	-	-	-	4,0	0,6
<i>Sonstige fernsehpublizistische Formate</i>	61,7	60,6	42,8	58,8	76,8	63,6	69,8	71,7
Fiktionale Unterhaltung	26,0	17,5	39,0	32,1	14,7	26,4	19,1	18,6
Nonfiktionale Unterhaltung	8,0	18,4	4,6	7,2	6,0	5,9	4,1	5,3
Sonstige Sendungen	0,2	-	0,6	-	0,5	0,6	1,0	1,2
<i>Nonfiktionale Kindersendungen</i>	0,2	-	-	-	0,5	-	1,0	1,2
<i>Religiöse Sendungen</i>	-	-	0,6	-	-	0,6	-	-
Programmtrailer etc.	3,7	1,3	11,3	1,9	2,0	3,4	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	0,1	0,1	0,0	0,0	-	0,1	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

Bei rbb und SWR sind die Prozentwerte für Fernsehpublizistik (62 bzw. 63 Prozent) zwar ähnlich. Sie liegen im Vergleich aller Dritten Programme damit im Mittelfeld zwischen den Ausreißern BR (45 Prozent) und WDR (77 Prozent). Beim SWR liegt der Anteil der Informationsformate allerdings 10 Prozentpunkte unter dem Wert der Stichprobenwoche 2012: Somit erfolgte eine Verschiebung zugunsten der nonfiktionalen Unterhaltungsformate.

Bei den Unterhaltungsprogrammen werden auch die Unterschiede zwischen rbb und SWR deutlich. Mit 26 Prozent des durchschnittlichen Sendetages setzt der rbb deutlich stärker auf Serien und Filme als der SWR (18 Prozent). Der SWR dagegen wendet inzwischen 18 Prozent

des 24-Stunden-Tages für nonfiktionale Unterhaltung auf, das ist im Vergleich zu den anderen Dritten Programmen mit Abstand der höchste Wert. Beim rbb hingegen sind es 8 Prozent.

Klassisches Schulfernsehen wird von beiden Sendern, rbb und SWR, ausgestrahlt, aber nur in geringem Umfang. Auf religiöse Sendungen, wie zum Beispiel Verkündigungsformate, verzichten die beiden aktuell untersuchten Programme. Geistliche Ansprachen oder religiöse Zeremonien sind nur im Programm des BR und des MDR zu finden.

Auch der Blick auf die Prime Time, also die zuschauerstarke Sendezeit zwischen 18 und 23 Uhr, lohnt sich (vgl. Tabelle 7). Die aktuellen Daten, die für rbb und SWR erhoben wur-

Tabelle 7

Programmstruktur/Prime Time

Sendungsanalyse
(in Prozent)^a

Programmcharakteristik	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Sendungen	98,0	98,9	97,7	98,4	97,9	97,1	98,2	98,2
Fernsehpublizistik	71,9	73,8	65,8	84,7	79,1	63,8	76,5	80,0
<i>Schulfernsehen/fremdsprachige Sendung</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Sonstige fernsehpublizistische Formate</i>	71,9	73,8	65,8	84,7	79,1	63,8	76,5	80,0
Fiktionale Unterhaltung	10,4	18,6	23,0	10,2	10,5	12,2	20,3	12,0
Nonfiktionale Unterhaltung	15,7	6,5	8,9	3,6	8,3	20,9	1,4	6,2
Sonstige Sendungen	-	-	-	-	-	0,2	-	-
Programmtrailer etc.	1,8	1,0	2,3	1,4	2,1	2,7	1,8	1,8
Werbung und Sponsoring	0,2	0,1	0,0	0,1	-	0,2	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: 5 Stunden pro Tag (18–23 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

den, bestätigen die Zahlen der Vorgängerstudien. Alle Dritten Programme verfolgen in der Prime Time eine ähnliche Strategie: Sie senden vermehrt fernsehpublizistische Formate, also Nachrichten- oder Magazinsendungen, Reportagen oder informative Talk- und Diskussionsrunden. Auch die als Regionalmagazine und Regionalnachrichten angekündigten redaktionellen Sendungen fallen in diesen Zeitraum – auch ein Grund für die veränderte Programmstruktur in der Prime Time. Die Anteilswerte für Fernsehpublizistik für rbb und SWR ähneln sich mit 72 bzw. 74 Prozent.

Bei der Frage, wie die Veränderungen in der Prime Time zustande kommen, finden sich bei rbb und SWR gänzlich verschiedene Antworten. Senkt der rbb die Zeit für die fiktionale Unterhaltung (von 26 Prozent auf 10 Prozent in der Prime Time), wie es auch bei den anderen Dritten Programmen der Fall ist, reduziert der SWR dagegen den Anteil der nonfiktionalen Unterhaltung (von 18 Prozent auf 7 Prozent). Der rbb verdoppelt die Sendezeit für Shows, Quiz und Spielsendungen beinahe.

Bei der Analyse der Programmstruktur sind auch die Daten ohne kurzfristige Wieder-

Tabelle 8

Programmstruktur/Gesamtsendezeit ohne kurzfristige Wiederholungen

Sendungsanalyse
(in Prozent)^a

Programmcharakteristik	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Erstsendungen	57,3	71,7	68,2	60,4	65,8	61,4	59,4	59,8
Fernsehpublizistik	34,2	46,2	38,0	33,5	45,8	37,4	43,0	41,7
<i>Schulfernsehen/fremdsprachige Sendungen</i>	-	2,2	1,7	-	-	-	4,0	0,6
<i>Sonstige fernsehpublizistische Formate</i>	34,2	44,0	36,3	33,5	45,8	37,4	39,0	41,1
Fiktionale Unterhaltung	15,8	12,6	25,7	21,4	14,3	18,6	12,2	11,9
Nonfiktionale Unterhaltung	7,1	12,9	3,9	5,5	5,2	4,8	4,0	5,3
Sonstige Sendungen	0,2	-	0,6	-	0,5	0,6	0,2	0,9
<i>Nonfiktionale Kindersendungen</i>	0,2	-	-	-	0,5	-	0,2	0,9
<i>Religiöse Sendungen</i>	-	-	0,6	-	-	0,6	-	-
Kurzfristige Wiederholungen	38,9	26,9	20,5	37,7	32,2	35,1	38,6	37,6
Programmtailer etc.	3,7	1,3	11,3	1,9	2,0	3,4	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	0,1	0,1	0,0	0,0	-	0,1	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: Eigene Darstellung.

holungen (vgl. Tabelle 8) interessant.¹² Dabei handelt es sich um die originäre Programmleistung der Sender, die folglich als Indikator für die strukturelle Programmvielfalt dienen kann.

Ein Trend, der bereits für die untersuchten Dritten zu beobachten war, lässt sich auch anhand der aktuellen Zahlen bestätigen. Der Anteil der fernsehpublizistischen Erstausstrahlungen ist deutlich niedriger: Beim rbb geht der Wert für potenziell informierende Erstsendungen auf rund 34 Prozent (Gesamtsendezeit: 62 Prozent) zurück, beim SWR ist die Abnahme etwas weniger deutlich (von 63 Prozent auf 46 Prozent). Das heißt, kurzfristig wiederholt werden vor allem fernsehpublizistische Sendungen, also Nachrichten, Magazine, Reportagen oder Talksendungen.

In Bezug auf im Untersuchungszeitraum erstausgestrahlte, fiktionale Unterhaltungsformate, also konventionelle Filme und Serien, sinken die Werte für rbb und SWR ebenfalls – beim rbb von 26 Prozent auf 16 Prozent, beim SWR von 18 auf 13 Prozent, also eine Abnahme um 10 bzw. 5 Prozentpunkte. Beim Blick auf die anderen Dritten Programme ist auffällig, dass BR und hr als einzige Anbieter in diesem Genre deutlich mehr Erstsendungen bieten. Allerdings ist dieser Befund auch in Zusammenhang mit der insgesamt stärkeren Schwerpunktlegung auf fiktionale Angebote in der Gesamtsendezeit dieser beiden Sender zu betrachten.

Fernsehpublizistik

Zurück zur Gesamtsendezeit: Wie oben beschreiben, wird als Fernsehpublizistik (vgl. auch Tabelle 9) der potenziell informierende, mit hoher Wahrscheinlichkeit journalistische Themenbeiträge enthaltende Programmsektor verstanden. Diese Programmsparte leitet sich normativ aus den Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages ab, der als theoretischer Ausgangspunkt der hier verwendeten Programmsegmentierung verstanden werden kann (Weiß et al. 2018).

Der Anteil der Fernsehpublizistik liegt beim rbb bei 62 Prozent, beim SWR bei 63 Prozent – und damit im Mittelfeld der Ergebnisse der Vorgängerstudien.

Ein Befund der bisherigen Studien lässt sich durch die aktuell gewonnenen Daten bestätigen: Der größte Anteil der Fernsehpublizistik entfällt erneut auf Magazinsendungen – sie sind also die wichtigsten fernsehpublizistischen Formate in den Dritten Programmen der ARD (rbb: 20 Prozent; SWR: 17 Prozent). Beim Blick auf die Ergebnisse der ersten SWR-Untersuchung im Herbst 2012 zeigt sich aber auch, dass der SWR die Zeit für Magazine im Vergleich deutlich verringert hat. Dies liegt vor allem am Rückgang der Regionalmagazine, die bei den anderen Sendern den größten Anteil der Magazinsendungen ausmachen. Echte, auf einzelne Ballungsräume bezogene Lokalmagazine strahlt dagegen nach wie vor ausschließlich der WDR aus.

¹² Hier sind sowohl Wiederholungen im Tages- oder Wochenintervall als auch Kreuzwiederholungen aus dem Ersten Programm der ARD oder der Regionalfenster gemeint. Längerfristige Wiederholungen wie z. B. die erneute Ausstrahlung von Spielfilmen werden nicht erfasst.

Bei der Gewichtung von Nachrichtensendungen ist beim rbb eine Besonderheit zu beobachten. In 15 Prozent des 24-Stunden-Tages werden Nachrichtenformate gesendet – dieser Wert ist nicht nur höher als beim SWR (8 Prozent), sondern nimmt quantitativ betrachtet auch einen wesentlich größeren

Raum ein als bei allen anderen Dritten Programmen.

Der SWR zeigt dagegen mit 14 Prozent mehr Reportage- oder Dokumentationsformate als der rbb (10 Prozent). Im Ranking der Dritten Programme bewegen sich diese Zahlen im Mittelfeld. Bei Interview- und Talksendungen

Tabelle 9

Formate der Fernsehpublizistik

Sendungsanalyse
(in Prozent)^a

Programmcharakteristik	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	62,0	62,7	44,5	58,8	76,8	63,6	73,8	72,3
Nachrichtensendungen ^b	14,8	7,8	6,0	8,9	3,6	5,2	4,7	5,1
Magazine	20,4	17,3	15,2	23,1	42,3	36,4	31,9	27,2
<i>Tageszeitmagazine^c</i>	-	5,3	-	-	-	-	5,3	2,9
<i>Regionalmagazine</i>	12,8	5,0	8,6	10,7	11,8	20,2	15,0	18,7
<i>Lokalmagazine^d</i>	-	-	-	-	21,9	-	-	-
<i>Boulevardmagazine</i>	0,3	-	-	6,9	-	4,3	2,3	1,0
<i>Sonstige Magazine</i>	7,3	7,0	6,6	5,5	8,6	11,9	9,3	4,6
Reportagen, Dokumentationen	9,9	14,4	12,4	16,2	12,5	6,9	13,8	19,6
Interview-, Talkformate	2,5	3,2	2,1	3,7	4,8	6,5	9,8	6,1
Sportsendungen	0,2	6,3	1,3	2,2	2,8	4,9	1,3	0,6
Reality-TV-Formate (Doku-Soaps)	11,5	6,2	5,3	4,2	7,2	3,8	3,4	4,7
Schulfernsehen	0,3	2,2	1,7	-	-	-	4,0	0,6
Sonstige fernsehpublizistische Formate	2,4	5,3	0,5	0,6	3,6	-	4,9	8,4
Sonstige Sendungen	34,2	35,9	44,2	39,3	21,2	32,9	24,2	25,1
Programmtailer etc.	3,7	1,3	11,3	1,9	2,0	3,4	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	0,1	0,1	0,0	0,0	-	0,1	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).
 b Einschließlich Nachrichtensendungen innerhalb des Frühstücksfernsehens und Übernahme der 20-Uhr-Tagesschau.
 c Einschließlich Frühstücksfernsehen.
 d Wurde ausschließlich in der Herbststichprobe 2014 erhoben.

Quelle: eigene Darstellung.

wurde ein Wert von jeweils rund 3 Prozent festgestellt, nur der BR zeigt diese Formate noch seltener. Auch hier ist beim SWR eine Anpassung der Programmstruktur zu beobachten, da bei der letzten Untersuchung im Herbst 2012 noch durchschnittlich 10 Prozent der täglichen Sendezeit auf dieses Genre entfielen.

Mit 6 Prozent zeigt der SWR in der untersuchten Stichprobenwoche im Frühjahr 2018 im Vergleich zu den Ergebnissen der Vorgängerstudien den höchsten Anteil an Sportsendungen. Dies ist auf die Übertragung des 41. Porsche Tennis Grand Prix zurückzuführen – generelle Schlussfolgerungen auf

Tabelle 10

Nachrichtenformate

Sendungsanalyse
(in Prozent)^a

Programmcharakteristik	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Nachrichtensendungen^b	14,8	7,8	6,0	8,9	3,6	5,2	4,7	5,1
Universelle Nachrichtensendungen	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,5	1,0	1,0
<i>Nachrichten^c</i>	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	-	1,0	1,0
<i>Nachrichtenmagazine</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Schlagzeilen, Kurznachrichten^d</i>	-	-	-	-	-	0,5	-	-
Regionale Nachrichten	13,8	6,8	5,0	7,9	2,4	4,7	3,7	4,1
<i>Nachrichten^e</i>	1,0	1,3	1,9	2,7	2,1	3,6	2,8	3,5
<i>Nachrichtenmagazine</i>	11,5	4,1	2,6	3,8	-	-	0,3	0,3
<i>Schlagzeilen, Kurznachrichten^d</i>	1,0	0,9	0,5	0,3	0,3	0,5	0,6	0,3
<i>Wetternachrichten</i>	0,3	0,5	-	1,1	-	0,6	-	-
Lokale Nachrichten ^e	-	-	-	-	0,2	-	-	-
<i>Schlagzeilen, Kurznachrichten^d</i>	-	-	-	-	0,2	-	-	-
Themenspezifische Nachrichtensendungen	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstige Sendungen	81,4	90,8	82,7	89,2	94,4	91,3	93,3	92,3
Programmtrailer etc.	3,7	1,3	11,3	1,9	2,0	3,4	2,0	2,6
Werbung und Sponsoring	0,1	0,1	0,0	0,0	-	0,1	0,0	0,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

- a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).
b Einschließlich Nachrichtensendungen innerhalb des Frühstückfernsehens und Übernahme der 20-Uhr-Tagesschau.
c Sendungsdauer: mindestens 6 Minuten.
d Sendungsdauer: weniger als 6 Minuten.
e Wurde nur in der Herbststichprobe 2014 erhoben.

Quelle: eigene Darstellung.

eine stärkere Fokussierung auf den Bereich Sport lassen sich hieraus nicht ziehen.

Der rbb setzt jedoch einen Schwerpunkt, der bei den anderen Dritten Programmen nicht zu beobachten ist. Der Wert für Reality-TV-Formate ist mit knapp 12 Prozent mit Abstand am höchsten – und erinnert eher an die Daten, die für private Fernsehvollprogramme typisch sind. Hier schlagen die zahlreichen Doku-Soaps aus dem Zoo- bzw. Tierbereich (*Elefant, Tiger & Co; Nashorn, Zebra & Co; Panda, Gorilla & Co*) sowie die Reise-Doku *Verrückt nach Meer* besonders zu Buche.

Quantitativ betrachtet, spielt klassisches Schulfernsehen (eine explizite, wenn auch unpopulär gewordene Erfüllung des Bildungsauftrages) bei beiden Sendern eine untergeordnete Rolle – im Gegensatz zu hr, WDR und MDR ist es aber nach wie vor im Sendeschema verankert.

Aufschluss über die Nachrichtenstrategie der untersuchten Dritten gibt Tabelle 10. So lassen sich Aussagen darüber treffen, welche Formate in welchem Umfang von den Anbietern zur Nachrichtenvermittlung eingesetzt werden. Die Gewichtung der regionalen Nachrichtensendungen ist dabei durchaus unterschiedlich. Mit Ausnahme des MDR übernehmen alle Dritten Programme, auch rbb und SWR, die *Tageschau* um 20 Uhr aus dem Ersten Programm der ARD und senden somit überregionale bzw. bundesweite Nachrichtensendungen. Auch senden sowohl rbb als auch SWR auf die Region bezogene Nachrichtensendungen, vor allem im Magazinformat. Mit 14 Prozent beim rbb und 7 Prozent beim SWR ist hier eine starke Schwerpunktsetzung auf Regionalnachrichten

zu beobachten, die die bisher gemessenen Werte der Vorgängerstudien – mit Ausnahme des hr – deutlich übersteigen. Lokalnachrichten sind bei beiden Sendern kein Teil des täglichen Programms.

4.2 Informations- und Thematisierungsleistungen

Auf der zweiten Analysestufe werden innerhalb der Fernsehpublizistik einzelne Beiträge in den Blick genommen. Das heißt, dass jeder thematisch eigenständige Beitrag in allen potenziell informierenden Formaten (Nachrichtensendungen, Magazine, Reportagen, Dokumentationen, Doku-Soaps und Talk- sowie Interviewformate) dezidiert auf Aktualität, journalistische Form und Themenstruktur bzw. Inhalt untersucht wird. Beim rbb sind in diesem Analyseschritt insgesamt 14 Stunden und 52 Minuten, beim SWR 15 Stunden und 4 Minuten vertieft untersucht worden (vgl. Tabelle 11). Fiktionale Formate (Filme und Serien) sowie nonfiktionale Unterhaltungsangebote (Shows, Quiz und Spiele) sind dagegen nicht Gegenstand dieser Untersuchungsstufe.

Aktualität

Eines der wichtigen Kriterien in der Diskussion um journalistische Qualität ist die Aktualität der gesendeten Inhalte. In den bisherigen Untersuchungen aus den Jahren 2012, 2014 und 2016 lagen alle Programme, SWR und NDR, WDR und MDR sowie BR und hr, bei der tagesaktuellen Berichterstattung hinter ARD/Das Erste und dem ZDF, also den bundesweiten öffentlich-rechtlichen Programmveranstaltern,

Tabelle 11

Zeitungsumfang der Basiselemente der Beitragsanalyse

Beitragsanalyse
(in Std.:Min. pro Sendetag)^a

Basiselemente	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	14:52	15:04	10:42	14:08	18:26	15:17	17:44	17:21
Thematisch klassifizierbare Beiträge ^b	14:00	14:03	10:07	13:33	17:40	14:36	16:43	16:30
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge ^c	0:52	1:01	0:35	0:35	0:46	0:41	1:01	0:51
Sonstige Sendungen	8:14	8:36	10:36	9:25	5:06	7:53	5:48	6:02
Programmtrailer etc.	0:53	0:19	2:42	0:27	0:28	0:49	0:28	0:37
Werbung und Sponsoring	0:01	0:01	0:00	0:00	-	0:01	0:00	0:00
Gesamt	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00

- a Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).
- b Die Untersuchungseinheiten der Beitragsanalyse sind thematisch unterscheidbare Beiträge. Ihre Festlegung erfolgt anhand einer in zwölf Themenbereiche gegliederten Klassifikationsvariablen.
- c In die 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.

Tabelle 12

Aktualität der Fernsehpublizistik

Beitragsanalyse
(in Prozent)^a

Aktualität	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Fernsehpublizistik: Erstsendungen	34,2	46,2	37,9	33,5	45,9	37,4	43,0	41,7
Tagesaktuelle Berichterstattung	9,9	14,0	8,3	10,2	8,7	12,5	6,7	11,5
Wochenaktuelle Berichterstattung	0,8	0,9	1,2	0,5	0,4	0,7	1,6	0,6
Kein aktueller Beitragsanlass	21,7	28,3	26,2	21,4	35,0	22,3	32,1	27,8
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	1,8	3,0	2,2	1,4	1,8	1,9	2,6	1,8
Fernsehpublizistik: Kurzfristige Wiederholungen	27,8	16,5	6,6	25,3	30,8	26,3	30,8	30,6
Restliches Programm	38,0	37,3	55,5	41,2	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

- a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

zurück (vgl. Spittka et al. 2017: 30; Trebbe et al. 2015: 31 und Trebbe 2013: 29 f.). Das spricht für eine stärkere Gewichtung der Hintergrundberichterstattung zulasten der tagesaktuellen Nachrichtenlage in den Dritten Programmen der ARD.

In der Untersuchungskonzeption wird zwischen tages- und wochenaktueller Berichterstattung unterschieden. Als tagesaktuell gilt ein Beitrag, bei dem es sich nicht um eine Wiederholung handelt und der sich auf ein Ereignis des Sendetages plus/minus 24 Stunden bezieht. Beim rbb sind 10 Prozent der Erstsendungen tagesaktuell, beim SWR liegt der Wert bei 14 Prozentpunkten (vgl. Tabelle 12).

Im Vergleich zu den anderen Dritten Programmen liegt der rbb im Mittelfeld, der SWR ist an der Spitze positioniert. Dies ist besonders deshalb interessant, weil die Daten der Stichprobe aus dem Herbst 2012 lediglich 7 Prozent tagesaktuelle Berichterstattung aufweisen – der Anteil wurde folglich verdoppelt.

Wie auch in den Vorgängeruntersuchungen gibt es vergleichsweise wenig wochenaktuelle Berichterstattung (jeweils 1 Prozent bei rbb und SWR). Beim überwiegenden Teil der Berichterstattung lässt sich allerdings gar kein expliziter, aktueller Beitragsanlass ausmachen. Beim rbb liegt der Wert für nicht aktuelle fernsehpublizistische Berichterstattung bei 22, beim SWR bei 28 Prozent. In der Fernsehpublizistik dominieren folglich Inhalte, die nicht zwingend Teil der aktuellen Nachrichtenlage sein müssen. Dabei handelt es sich um allgemein sach-, service- oder problemorientierte Themen. Beim SWR ist das eine Folge der Fokussierung auf

Reportage- und Dokumentationsformate, beim rbb liegt es an einem vergleichsweise hohen Anteil der Reality-TV-Sendungen.

Fernsehpublizistische Themenstruktur

Die Anteile für Fernsehpublizistik am Gesamtprogramm liegen beim rbb und beim SWR im Mittelfeld aller Dritten Programme. Die Dominanz der bzw. die Schwerpunktsetzung auf journalistische Berichterstattung aller Dritten wird jedoch auch beim rbb und beim SWR deutlich. Nur BR und hr fallen in diesem Bereich deutlich gegenüber den anderen Dritten ab.

Ein Blick auf die differenzierte fernsehpublizistische Themenstruktur (vgl. Tabelle 13) zeigt für die aktuell untersuchten Programme ähnliche Ergebnisse wie in den Vorgängeruntersuchungen. Auch bei rbb und SWR zeichnen sich Sach- und Ratgeberthemen als der dominante Bereich der Fernsehpublizistik aus. Hierzu zählen unter anderem die Bereiche Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Umwelt oder Verbraucherthemen. Auf diese Themengebiete entfallen beim rbb durchschnittlich 27, beim SWR 35 Prozent der täglichen Sendezeit. Mit 18 (rbb) bzw. 10 Prozent (SWR) folgen an zweiter Stelle die Human-Touch-Themen, also eher „weiche“ Themen aus den Bereichen Prominenz, Kriminalität und Angstthemen. Bei beiden untersuchten Sendern liegt der Schwerpunkt innerhalb der Boulevardthemen auf Berichten über Prominente, Einzelschicksale oder Emotionen.

Mit 12 Prozent liegen kontroverse, aus gesellschaftspolitischer Sicht besonders relevante Themen beim rbb an dritter Stelle der programminternen Rangreihe. Beim SWR belegt

der Sport den dritten Rang: Dieses Ergebnis lässt sich – mit Blick auf singuläre Sportübertragungen – nicht ohne Weiteres verallgemeinern und muss deshalb mit Vorsicht interpretiert werden. Bemerkenswert ist beim SWR aber der vergleichsweise niedrige Wert für kontroverse Themen. Auf diese Themen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft wird im Rundfunkstaatsvertrag explizit hingewiesen. Der SWR berichtet in der Stichprobenwoche durchschnittlich in 5 Prozent seiner täglichen

Sendezeit über solche gesellschaftlich relevanten Themen und belegt damit mit großem Abstand den letzten Rangplatz unter den Dritten. Und auch im Vergleich zur ersten SWR-Analyse ist der Wert gefallen: 2012 war dieser Anteil mit etwas mehr als 10 Prozent etwa doppelt so hoch. Innerhalb der Berichterstattung über kontroverse Themen geht es überwiegend um Politik. Streitfragen aus Wirtschaft und/oder Gesellschaft werden vergleichsweise selten behandelt.

Tabelle 13

Themenstruktur der Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit

Beitragsanalyse
(in Prozent)^a

Themenbereiche	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	62,0	62,7	44,5	58,8	76,7	63,7	73,8	72,3
Kontroverse Themen	12,2	4,8	9,7	9,9	15,6	13,9	10,3	12,6
<i>Politik</i>	10,1	4,1	8,7	5,7	7,1	10,4	4,9	9,5
<i>Wirtschaft und Gesellschaft</i>	2,1	0,7	1,0	4,2	8,5	3,5	5,4	3,1
Sach- und Ratgeberthemen	26,9	35,0	21,8	28,6	36,8	23,5	42,4	34,4
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	15,8	21,2	10,7	14,7	22,9	16,5	25,4	22,2
<i>Bildung, Wissen und Forschung</i>	2,3	3,7	0,7	0,5	1,3	1,8	4,9	0,8
<i>Natur und Umwelt</i>	1,4	3,7	4,0	1,0	0,5	0,3	2,1	4,5
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	6,2	5,5	5,5	10,6	9,7	3,6	8,0	4,9
<i>Servicethemen</i>	1,2	0,9	0,9	1,8	2,4	1,3	2,0	2,0
Human-Touch-Themen	17,5	10,4	9,1	15,6	17,9	16,6	15,0	20,8
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	13,9	9,4	7,7	11,0	14,0	10,6	13,4	16,6
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	3,6	0,6	0,6	4,0	2,8	4,8	1,3	2,9
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	0,0	0,4	0,8	0,6	1,1	1,2	0,3	1,3
Sport	1,8	8,3	1,5	2,3	3,2	6,9	1,9	1,0
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,6	4,2	2,4	2,4	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	38,0	37,3	55,5	41,2	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

Tagesaktuelle Fernsehpublizistik

In Tabelle 14 wird die Themenstruktur der tagesaktuellen Fernsehpublizistik aufgeschlüsselt. In die Betrachtung werden all diejenigen Beiträge aufgenommen, in denen am jeweiligen Sendetag erstmals ein Thema, ein Ereignis oder eine Problemstellung mit aktuel-

lem Bezug journalistisch aufbereitet wird. Diese Daten können darüber Aufschluss geben, was aus journalistischer Sicht bei den untersuchten Programmveranstaltern als relevant für die tägliche Berichterstattung eingestuft wird.

Beim rbb liegt der Wert der tagesaktuellen fernsehpublizistischen Beiträge bei 10 Pro-

Tabelle 14

Themenstruktur der tagesaktuellen Fernsehpublizistik

Beitragsanalyse
(in Prozent)^a

Themenbereiche	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Tagesaktuelle Fernsehpublizistik^b	9,9	14,0	8,3	10,2	8,7	12,5	6,7	11,5
Kontroverse Themen	4,5	2,7	4,7	3,4	3,7	3,4	2,7	3,3
<i>Deutsche Politik^c</i>	3,2	1,9	3,4	2,8	1,4	1,7	2,0	2,3
<i>Sonstige Politik</i>	0,4	0,5	0,8	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3
<i>Wirtschaft</i>	0,4	0,2	0,4	0,4	1,5	1,1	0,2	0,3
<i>Gesellschaft</i>	0,5	0,1	0,1	0,0	0,5	0,3	0,2	0,4
Sach- und Ratgeberthemen	4,1	3,6	1,7	4,4	2,0	2,2	2,4	5,0
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	2,9	2,6	0,8	2,1	1,1	1,2	1,0	2,9
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	0,0	0,1	0,0	0,9	0,0	0,1	0,2	0,1
<i>Servicethemen</i>	0,7	0,5	0,8	1,0	0,6	0,8	0,8	0,6
<i>Sonstige unpolitische Sachthemen</i>	0,5	0,4	0,1	0,4	0,3	0,1	0,4	1,4
Human-Touch-Themen	0,6	0,4	0,7	1,5	1,1	2,8	0,7	2,7
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	0,2	0,1	0,1	0,4	0,3	0,6	0,3	1,3
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	0,4	0,3	0,3	1,0	0,4	1,4	0,3	0,9
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	0,0	0,0	0,3	0,1	0,4	0,8	0,1	0,5
Sport	0,7	7,3	1,2	0,9	1,9	4,1	0,9	0,5
Sonstige Fernsehpublizistik^d	52,1	48,7	36,2	48,6	68,0	51,2	67,1	60,8
Restliches Programm	38,0	37,3	55,5	41,2	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

- a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).
- b Ohne kurzfristige Wiederholungen.
- c Einschließlich deutscher Außenpolitik.
- d Nicht tagesaktuelle Fernsehpublizistik, thematisch nicht klassifizierbare Beiträge und kurzfristige Wiederholungen von fernsehpublizistischen Sendungen.

Quelle: eigene Darstellung.

zent, beim SWR bei 14 Prozentpunkten. Damit liegt der SWR im Vergleich aller Dritten Programme noch vor dem MDR (13 Prozent) oder dem NDR (12 Prozent). Auffällig ist, dass der Wert, der in der Herbststichprobe 2012 für den SWR gemessen wurde (7 Prozent) mehr als verdoppelt wurde, was allerdings erneut auf den ungewöhnlich hohen Anteil der Sportberichterstattung zurückzuführen ist. Bis auf einen leichten Anstieg an tagesaktueller Sachberichterstattung blieben die weiteren Werte nahezu unverändert.

Werden die konkreten Themenbereiche (vgl. Tabelle 14) betrachtet, liegen die kontroversen Themen, vor allem aus der bundesdeutschen Politik, beim rbb mit 5 Prozent knapp vor den Sach- und Ratgeberthemen (vorwiegend aus den Bereichen Kultur und Gesellschaft). Hier schlägt sich beim rbb die Nähe zur Bundeshauptstadt und damit zum nationalen politischen Entscheidungszentrum nieder. Mit einem Prozentpunkt abgeschlagen liegen jeweils die Human-Touch-Themen und Beiträge aus dem Bereich Sport. Beim SWR zeigt sich eine konträre Datenlage: Nach der Sportberichterstattung belegen hier – wie auch beim rbb mit 4 Prozent – die Sach- und Ratgeberthemen den zweiten Platz. 3 Prozent der tagesaktuellen Fernsehpublizistik entfallen auf kontroverse Themen, insbesondere aus dem Bereich der deutschen Politik.

Die Themenstruktur der Nachrichtensendungen

Nachrichten sind innerhalb der journalistischen Berichterstattung von besonderer Rele-

vanz. Nach journalistischen Selektionskriterien werden diejenigen Nachrichten für die Zuschauerinnen und Zuschauer aufbereitet, die am jeweiligen Tag besonders wichtig sind. Diese Themengewichtung (Prozentuierungsbasis: Sendezeit der Nachrichtenbeiträge) wird in Tabelle 15 dargestellt.

Mit Abstand zeigt der rbb an einem durchschnittlichen 24-Stunden-Tag den größten Anteil an Nachrichtenformaten. Knapp über 3,5 Stunden sind hierfür im Programm vorgesehen, beim SWR liegt der Wert bei nicht ganz zwei Stunden. Das Nachrichtenvolumen im SWR wurde im Vergleich zur Erhebung 2012 um 45 Minuten pro Tag erhöht.

Bei allen bisherigen Studien lagen die kontroversen Themen an erster Stelle der Berichterstattung in den Nachrichtensendungen. Hier wird vor allem über deutsche Politik – Innens als auch Außenpolitik – berichtet. Beim rbb stellt sich die Datenlage erstmals anders dar, die Sach- und Ratgeberthemen dominieren mit 44 Prozent die Nachrichtenagenda. Durch das vergleichsweise große Nachrichtenvolumen platziert sich der rbb bei der absoluten Sendezeit für kontroverse Themen in Nachrichtensendungen mit einer Stunde und 22 Minuten täglich trotzdem an erster Stelle. Beim SWR liegen mit 46 Prozent die kontroversen Themen vor den Sach- und Ratgeberthemen mit 34 Prozent. Bei beiden Sendern wird zwar im Bereich der kontroversen Themen deutlich am häufigsten über deutsche Politik berichtet, der rbb wendet aber auch verhältnismäßig viel Zeit für gesellschaftliche Streitfragen auf. Dazu zählen Diskurse, die sich auf Leben und

Tod, Mensch und Natur, Ökologie oder das soziale Zusammenleben sowie gesellschaftliche Werte und Normen beziehen. Dieser Befund sollte ebenfalls in Zusammenhang mit Blick auf das Gesamtvolumen der Nachrichtensendezeit interpretiert werden: So bleibt neben der Alltagspolitikberichterstattung Platz für gesellschaftlich kontroverse Themen, die au-

ßerhalb der unmittelbaren politischen Arena stattfinden.

Human-Touch-Themen sind mit jeweils 7 Prozent auch in den Nachrichtensendungen vertreten. Die Analyse der Einzelthemen zeigt, dass sich die Berichterstattung aus dem Bereich Human Touch in Nachrichtensendungen von derjenigen in anderen Formaten unter-

Tabelle 15

Themenstruktur der Nachrichtensendungen

Beitragsanalyse
(in Prozent)^a

Themenbereiche	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb t=3:32	SWR t=1:53	BR t=1:27	hr t=2:08	WDR t=0:53	MDR t=1:15	SWR t=1:08	NDR t=1:13
Kontroverse Themen	40,6	46,2	61,3	47,1	61,6	41,7	47,7	50,4
Deutsche Politik ^b	28,3	33,2	44,7	37,4	27,5	22,8	40,3	35,4
Sonstige Politik	2,6	4,4	11,3	2,7	8,6	3,9	4,8	5,2
Wirtschaft	3,9	5,5	5,1	5,6	22,1	11,6	1,8	5,9
Gesellschaft	5,8	3,1	0,2	1,4	3,4	3,4	0,8	3,9
Sach- und Ratgeberthemen	43,8	34,0	18,4	30,0	17,8	27,2	28,0	18,9
Kultur und Gesellschaft	33,9	20,9	8,6	13,7	8,2	10,4	14,0	10,1
Verbraucher- und Gesundheitsthemen	1,0	0,2	0,1	2,6	0,6	0,0	0,3	1,5
Servicethemen	4,8	8,0	9,4	8,8	7,4	15,0	11,1	5,6
Sonstige unpolitische Sachthemen	4,1	4,9	0,3	4,9	1,6	1,8	2,6	1,7
Human-Touch-Themen	6,6	7,0	8,8	16,1	14,3	10,2	10,9	24,4
Prominente, Menschen, Emotionen	0,4	0,3	1,1	5,8	1,3	0,6	3,6	2,6
Verbrechen, Unfälle	6,1	5,5	4,7	9,7	7,2	2,8	5,8	14,4
Besondere Schadensereignisse	0,1	1,2	3,0	0,6	5,8	6,8	1,5	7,4
Sport	3,7	7,2	7,6	2,3	2,1	13,6	7,7	2,2
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	5,3	5,6	3,9	4,5	4,2	7,3	5,7	4,1
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: Jeweiliger Zeitumfang der in den Programmen als Nachrichtensendungen klassifizierten Sendungen in Std.:Min. pro Sendetag. Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

b Einschließlich deutscher Außenpolitik.

Quelle: eigene Darstellung.

scheidet. In den Nachrichtenformaten werden vor allem Verbrechen, Unfälle oder besondere Schadensereignisse behandelt, weniger Prominente oder Einzelschicksale.

Die Sportberichterstattung beläuft sich beim rbb auf 4 und beim SWR auf 7 Prozent. Die Werte befinden sich im Mittelfeld der Daten der übrigen Dritten Programme.

Die Themenstruktur der Magazinsendungen

Wird die Themenstruktur der Magazinsendungen (vgl. Tabelle 16) in den Blick genommen, werden deutliche Unterschiede sichtbar – im Vergleich zu den Nachrichtensendungen, aber auch im Vergleich der Programme.

Sowohl rbb als auch SWR berichten innerhalb der Magazinsendungen vor allem über

Tabelle 16

Themenstruktur der Magazinsendungen

Beitragsanalyse
(in Prozent)^a

Themenbereiche	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb t=4:54	SWR t=4:11	BR t=3:39	hr t=5:32	WDR t=10:07	MDR t=8:44	SWR t=7:39	NDR t=6:32
Kontroverse Themen	13,7	1,6	22,0	12,0	23,7	19,1	7,3	24,3
Politik	10,4	1,6	17,5	4,8	10,0	14,9	3,5	17,4
Wirtschaft und Gesellschaft	3,3	-	4,5	7,2	13,7	4,2	3,8	6,9
Sach- und Ratgeberthemen	58,9	81,9	58,2	55,7	53,4	45,5	64,6	46,4
Kultur und Gesellschaft	33,8	39,2	37,3	14,9	29,8	28,8	34,5	24,2
Verbraucher- und Gesundheitsthemen	13,3	20,2	15,2	31,9	14,2	9,9	15,5	12,3
Servicethemen	2,1	1,3	1,9	4,4	5,1	1,4	3,9	5,7
Sonstige unpolitische Sachthemen	9,7	21,2	3,8	4,5	4,3	5,4	10,7	4,2
Human-Touch-Themen	15,3	4,2	10,2	26,3	16,5	26,9	20,2	21,5
Prominente, Menschen, Emotionen	6,4	2,8	3,7	10,1	8,3	14,0	16,6	10,9
Verbrechen, Unfälle	8,9	1,4	2,4	14,0	6,0	10,5	3,2	7,6
Besondere Schadensereignisse	-	-	4,1	2,2	2,2	2,4	0,4	3,0
Sport	3,8	0,1	0,3	0,5	1,6	3,7	1,1	1,6
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	8,3	12,2	9,3	5,5	4,8	4,8	6,8	6,2
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: Jeweiliger Zeitumfang der in den Programmen als Nachrichtensendungen klassifizierten Sendungen in Std.:Min. pro Sendetag. Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

(nicht politische) Sach- und Ratgeberthemen. Beim rbb wurde hier ein Wert von 59 Prozentpunkten festgestellt, beim SWR waren es 82 Prozent. Damit liegt der SWR deutlich über den Anteilswerten aus der Stichprobe 2012 und ebenso deutlich vor allen anderen untersuchten Sendern. Innerhalb dieser Themenrubrik räumen beide Sender dem Bereich Kultur und Gesellschaft die meiste Sendezeit ein (rbb: 34 Prozent, SWR: 40 Prozent). Durch eine Schwerpunktsetzung innerhalb der Magazinsendungen auf Wissensformate wie *Planet Wissen*, *Natürlich!* oder *odysso – Wissen im SWR* fällt der SWR durch einen außergewöhnlich hohen Anteil an sonstigen unpolitischen Sachthemen auf. Hier steht der SWR im deutlichen Gegensatz zum rbb und den anderen Dritten, die einen größeren Anteil an kontroversen und Human-Touch-Themen bearbeiten. Werden beim rbb 14 Prozentpunkte für kontroverse Themen aus den Bereichen Politik und/oder Wirtschaft gemessen, gibt es innerhalb der Magazine des SWR dafür kaum Sendezeit (knapp 2 Prozent).

Innerhalb der Human-Touch-Themen, die sowohl beim rbb als auch beim SWR den zweiten Rang der Themenliste belegen (rbb: 15 Prozent; SWR: 4 Prozent) wird hier – im Gegensatz zu den Nachrichtenformaten – stärker auf Prominente fokussiert. Sport findet bei beiden Sendern in Magazinsendungen wenig bis keine Beachtung (rbb: 4 Prozent; SWR: 0 Prozent).

4.3 Regionalberichterstattung

Die Regionalberichterstattung ist eines der Markenzeichen der Dritten Programme und aus normativer Sicht auch ein besonders wichtiges Element des Programmauftrages, der aus dem Rundfunkstaatsvertrag abgeleitet wird. Deswegen wird die Berichterstattung über regionale Ereignisse, Akteure oder Themen in der dritten Stufe der Analyse dezidiert untersucht. Wie auch in den bisherigen durchgeführten Studien wird die regionale Berichterstattung der als Fernsehpublizistik identifizierten Programmangebote dafür detailliert in den Blick genommen.

4.3.1 Die Regionalberichterstattung im Gesamtprogramm

Sowohl der SWR als auch der rbb sind sogenannte Mehrländeranstalten, senden also für verschiedene Bundesländer. Damit ähneln sie aus struktureller Sicht eher dem MDR und dem NDR. BR, hr und WDR senden dagegen nur für jeweils ein Bundesland. Dieser Umstand muss bei der Interpretation der folgenden Ergebnisse beachtet werden.

Um die Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten, wurden – wie bislang auch – Beiträge der Mehrländeranstalten, die einen Bezug zu einem anderen Bundesland des Sendegebiets aufwiesen, aus der Untersuchung ausgeklammert. Konkret bedeutet das, dass Beiträge mit Bezug zu Berlin (rbb) bzw. Baden-Württemberg/Saarland (SWR) nicht näher hinsichtlich der Regionalität analysiert werden.

Tabelle 17 zeigt den Zeitumfang der fernsehpublizistischen Programmangebote, die in die Regionalanalyse eingegangen sind. Beim rbb weisen etwas mehr als drei Stunden, beim SWR etwas mehr als vier Stunden der Fernsehpublizistik einen Bezug zum untersuchten Bundesland auf.

An einem durchschnittlichen 24-Stunden-Tag entfallen beim rbb 13 Prozent der Fernsehpublizistik auf Beiträge mit Bezug zum untersuchten Bundesland, beim SWR ist der Wert mit 17 Prozent etwas höher (Tab. 18). Niedrigere Zahlen wurden nur beim MDR und beim NDR, auch beides Mehrländeranstalten, festgestellt.

Tabelle 17

Zeitumfang der Basiselemente der Regionalanalyse

Regionalanalyse
(in Std.:Min. pro Sendetag)^a

Basiselemente	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	14:52	15:03	10:42	14:08	18:26	15:17	17:44	17:21
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland ^b	3:07	4:07	5:49	8:05	8:06	2:20	4:16	2:43
Fernsehpublizistik mit Bezug zum lokalen Ballungsraum ^c	-	-	-	-	2:04	-	-	-
Restliche Fernsehpublizistik	11:45	10:56	4:18	5:28	7:30	12:16	12:27	13:47
<i>Mit Bezug zum Sendegebiet^d</i>	<i>5:03</i>	<i>5:20</i>	-	-	-	<i>7:03</i>	<i>4:08</i>	<i>6:02</i>
<i>Ohne Bezug zum Sendegebiet^d</i>	<i>5:50</i>	<i>4:35</i>	<i>4:18</i>	<i>5:28</i>	<i>7:30</i>	<i>5:13</i>	<i>8:19</i>	<i>7:45</i>
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge ^e	0:52	1:01	0:35	0:35	0:46	0:41	1:01	0:51
Restliches Programm	9:08	8:57	13:18	9:52	5:34	8:43	6:16	6:39
Sonstige Sendungen	8:14	8:37	10:36	9:25	5:06	7:53	5:48	6:02
Programmtrailer, Sponsoring etc.	0:54	0:20	2:42	0:27	0:28	0:50	0:28	0:37
Gesamt	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00

- a Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).
- b Das betrifft beim WDR Nordrhein-Westfalen, beim MDR Sachsen-Anhalt, beim SWR Rheinland-Pfalz und beim NDR Niedersachsen.
- c Das betrifft beim WDR den Ballungsraum Köln.
- d 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.
- e In die 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.

Tabelle 18

Basiselemente der Regionalanalyse/Gesamtsendezeit

Regionalanalyse
(in Prozent)^a

Basiselemente	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	62,0	62,7	44,5	58,8	76,7	63,7	73,8	72,3
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland ^b	13,0	17,2	24,3	33,7	33,7	9,8	17,8	11,3
Fernsehpublizistik mit Bezug zum lokalen Ballungsraum ^c	-	-	-	-	8,6	-	-	-
Restliche Fernsehpublizistik	49,0	45,5	17,8	22,7	31,2	51,1	51,8	57,5
<i>Mit Bezug zum Sendegebiet^d</i>	<i>21,1</i>	<i>22,2</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>29,4</i>	<i>17,2</i>	<i>25,2</i>
<i>Ohne Bezug zum Sendegebiet^d</i>	<i>24,3</i>	<i>19,1</i>	<i>17,8</i>	<i>22,7</i>	<i>31,2</i>	<i>21,7</i>	<i>34,6</i>	<i>32,3</i>
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge ^e	3,6	4,2	2,4	2,4	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	38,0	37,3	55,5	41,2	23,3	36,3	26,2	27,7
Sonstige Sendungen	34,2	35,9	44,2	39,3	21,3	32,8	24,2	25,1
Programmtrailer, Sponsoring etc.	3,8	1,4	11,3	1,9	2,0	3,5	2,0	2,6
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

- a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).
- b Das betrifft beim WDR Nordrhein-Westfalen, beim MDR Sachsen-Anhalt, beim SWR Rheinland-Pfalz und beim NDR Niedersachsen.
- c Das betrifft beim WDR den Ballungsraum Köln.
- d 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.
- e In die 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

In Tabelle 19 werden die Formate der regionalen Fernsehpublizistik aufgeschlüsselt. Bei den bisher untersuchten Dritten fand das Gros der regionalen Berichterstattung in Magazinsendungen statt, dieser Befund lässt sich für den rbb nicht bestätigen. Hier sind Nachrichtensendungen mit 7 Prozentpunkten das dominierende Format noch vor den Magazinen (4 Prozent). Beim SWR ist es umgekehrt: Hier

liegen die Magazine mit 6 Prozent des durchschnittlichen 24-Stunden-Sendetages knapp vor den Nachrichtenformaten mit 5 Prozent. Bei beiden Programmen rangieren die Reportagen und Dokumentationen an dritter Stelle (rbb: 1 Prozent, SWR: 4 Prozent). Als einziger der untersuchten Sender zeigt der rbb keine eigenen regionalen Sportsendungen, beim SWR macht dieses Format noch knapp 1 Prozent aus.

Tabelle 19

Formate der regionalen Fernsehpublizistik

Regionalanalyse
(in Prozent)^a

Programmcharakteristik	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	13,0	17,2	24,3	33,7	42,3	9,8	17,8	11,3
Nachrichtensendungen	6,9	5,1	3,6	7,4	2,0	1,1	2,8	1,8
Magazine	3,8	5,8	10,2	15,0	30,0	6,1	10,1	6,2
Reportagen, Dokumentationen	1,3	3,9	6,9	6,6	6,2	1,8	3,6	1,8
Interview-, Talkformate	-	-	1,7	0,5	0,5	-	0,1	0,3
Sportsendungen	-	0,5	0,9	1,8	2,3	0,8	0,5	0,2
Reality-TV-Formate (Doku-Soaps)	-	1,3	0,5	1,8	0,7	-	-	0,4
Schulfernsehen/fremdsprachige Sendungen	0,3	-	-	-	-	-	0,1	-
Sonstige fernsehpublizistische Formate	0,7	0,6	0,5	0,6	0,6	-	0,6	0,6
Restliche Fernsehpublizistik	45,4	41,3	17,8	22,7	31,2	51,1	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,6	4,2	2,4	2,4	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	38,0	37,3	55,5	41,2	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

Themenstruktur

Auf inhaltlicher Ebene wird mit dem eingesetzten Untersuchungsinstrument die Frage beantwortet, welche Themen in der regionalen Fernsehpublizistik behandelt werden (vgl. Tab. 20).

Es sind die unpolitischen Sach- und Ratgeberthemen, über die – über alle Sender und alle Stichproben hinweg – am häufigsten mit regionalem Fokus berichtet wird. Die aktuellen Daten, die für rbb und SWR erhoben wurden, bestätigen die Befunde der Vorgängerstudien. Mit 6 Prozent (rbb) und 12 Prozent (SWR) der regionalen oder lokalen Fernsehpublizistik lie-

gen die Sachthemen, vor allem aus den Gebieten Kultur und Gesellschaft, vor allen anderen Themengruppen.

Gesellschaftlich kontrovers diskutierte Themen aus Politik oder Wirtschaft mit Regional- oder Lokalbezug rangieren bei beiden Sendern an dritter Stelle (rbb: 5 Prozent; SWR: 2 Prozent der täglichen Sendezeit). Jeweils der größte Teil dieses Themenkomplexes ist der Berichterstattung über politische Akteure und Entscheidungen zuzuordnen.

Beim SWR teilen sich die kontroversen Themen den zweiten Platz mit der Berichter-

stattung aus dem Bereich Human Touch, der beim rbb den dritten Rang belegt (bei beiden Sendern jeweils 2 Prozent).

Über regionalen Sport wird beim rbb quasi gar nicht, beim SWR in 1 Prozent der regionalen Fernsehpublizistik berichtet.

Tabelle 20

Formate der regionalen Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit

Regionalanalyse
(in Prozent)^a

Themenbereiche	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	13,0	17,2	24,3	33,7	42,3	9,8	17,8	11,3
Kontroverse Themen	4,6	2,2	6,4	6,0	9,5	2,3	3,2	3,6
<i>Politik</i>	3,8	1,9	5,5	4,3	3,1	1,7	2,5	2,5
<i>Wirtschaft</i>	0,5	0,2	0,5	1,0	3,4	0,6	0,1	0,3
<i>Gesellschaft</i>	0,3	0,1	0,4	0,7	3,0	0,0	0,6	0,8
Sach- und Ratgeberthemen	6,3	11,5	13,2	18,6	24,7	4,2	11,4	3,8
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	4,5	7,7	7,6	9,3	16,4	3,0	7,9	2,2
<i>Bildung, Wissen und Forschung</i>	0,6	0,4	0,8	0,2	1,3	0,3	0,4	0,1
<i>Natur und Umwelt</i>	0,2	1,3	1,4	0,8	0,4	0,1	0,2	0,2
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	0,5	1,4	2,6	6,8	4,3	0,1	1,7	0,8
<i>Servicethemen</i>	0,5	0,7	0,8	1,5	2,3	0,7	1,2	0,5
Human-Touch-Themen	2,0	2,1	3,4	7,1	5,5	1,9	2,5	3,8
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	1,1	1,5	2,2	3,5	2,2	0,9	2,1	2,2
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	0,9	0,5	0,6	3,3	2,5	0,9	0,4	0,8
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	0,0	0,1	0,6	0,3	0,8	0,1	-	0,8
Sport	0,1	1,4	1,3	2,0	2,6	1,4	0,7	0,1
Restliche Fernsehpublizistik	45,4	41,3	17,8	22,7	31,2	51,1	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,6	4,2	2,4	2,4	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	38,0	37,3	55,5	41,2	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

Regionale Bezugnahme, Themen und Akteure

Regionale Bezüge werden bei rbb und SWR vor allem über regionale/lokale Akteure, Personen oder Institutionen aus der Region, hergestellt (vgl. Tabelle 21).

Im rbb war in jeder zehnten Sendeminute eines durchschnittlichen 24-Stunden-Tages eine Person oder Institution mit regionalem oder lokalem Bezug zu sehen (10 Prozent). Das sind etwa Bewohnerinnen und Bewohner des Bundeslandes, Personen, die dort eine Funktion ausüben oder ein Amt innehaben, aber auch kollektive Akteure, wie Verbände oder Gewerkschaften. Beim SWR liegt der Wert mit 16 Prozent noch höher. Diese Zahlen bekräftigen die Befunde der Vorgängerstudien.

Ein weiteres Ergebnis der bisherigen Untersuchungen wird beim rbb bestätigt: Die regionale Berichterstattung in den Dritten Fernsehprogrammen ist vor allem ereignisabhängig (7 Prozent der Gesamtsendezeit). Beim SWR dagegen liegen die regionalen/lokalen Themen an zweiter Stelle (7 Prozent), noch vor den Ereignissen (5 Prozent).

Regionale/lokale Themenkonkretisierungen, also das „Herunterbrechen“ eigentlich überregionaler Themen auf die regionale Ebene, fallen deutlich geringer ins Gewicht. Mit 2 (rbb) bzw. 3 Prozent (SWR) wurden ähnlich niedrige Werte wie bei den anderen Dritten Programmen, eine Ausnahme ist der WDR, festgestellt.

Tabelle 21

Struktur der Regionalbezüge

Regionalanalyse
(in Prozent – Mehrfachnennung)^a

Regionalbezüge	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	13,0	17,2	24,3	33,7	42,3	9,8	17,8	11,3
Regionales/lokales Thema	3,1	7,2	13,1	18,2	9,7	3,4	9,4	3,6
Regionale/lokale Themenkonkretisierung	2,0	2,7	0,8	1,9	7,5	1,2	2,1	1,8
Regionales/lokales Ereignis	7,4	5,1	6,5	11,2	27,2	4,5	5,9	6,3
Regionaler/lokaler Akteur	10,3	15,6	22,0	31,9	38,4	8,8	17,0	10,3
Restliche Fernsehpublizistik	45,4	41,3	17,8	22,7	31,2	51,1	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,6	4,2	2,4	2,4	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	38,0	37,3	55,5	41,2	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

Tabelle 22

Struktur der regionalen Themen

Regionalanalyse
(in Prozent)^a

Themenbereiche	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	13,0	17,2	24,3	33,7	42,3	9,8	17,8	11,3
Regionales/lokales Thema	3,5	7,2	13,1	18,3	9,7	3,4	9,4	3,6
Regionale/lokale Politik und Verwaltung	1,5	0,5	5,4	4,2	2,2	1,5	2,3	2,0
Wirtschaft in der Region	0,4	1,7	0,7	0,4	0,1	0,3	1,6	0,3
Soziales Zusammenleben in der Region	0,1	-	0,2	0,2	0,3	-	0,0	0,1
Traditionen, Brauchtum, Heimat	0,4	1,3	1,5	4,6	3,5	0,4	2,8	0,1
Regionale/lokale Sach- und Ratgeberthemen	1,0	2,6	3,7	3,9	3,4	1,0	2,4	0,8
Regionale/lokale Human-Touch-Themen	0,1	0,3	1,5	4,6	0,2	0,2	-	-
Regionale/lokale Sportthemen	-	0,8	0,1	0,4	0,0	-	0,3	0,3
Kein regionales/lokales Thema	9,5	10,0	11,2	15,4	32,6	6,4	8,4	7,7
Restliche Fernsehpublizistik	45,4	41,3	17,8	22,7	31,2	51,1	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,6	4,2	2,4	2,4	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	38,0	37,3	55,5	41,2	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

Wird die Struktur der regionalen Themen untersucht (vgl. Tabelle 22), fallen unterschiedliche Schwerpunktsetzungen auf. Während der rbb vor allem über Politik und Verwaltung (2 Prozent) berichtet, setzt der SWR den Schwerpunkt auf Sach- und Ratgeberthemen (3 Prozent).

Auf dem zweiten Platz liegen beim rbb die Sach- und Ratgeberthemen (1 Prozent), beim SWR hingegen die Wirtschaft in der Region (2 Prozent). Informationen aus der regionalen Politik und Verwaltung rangieren beim Südwestrundfunk noch hinter dem Bereich Tradi-

tionen, Brauchtum und Heimat. Im Gegensatz zum regionalen Programm anderer Dritter (BR und hr) spielen Human-Touch-Themen mit Bezug zur Region eine untergeordnete Rolle.

Die Analyse der regionalen Akteure (Handelnde, Sprechende, Betroffene) ergibt ein von den anderen untersuchten Dritten Programmen abweichendes Bild (vgl. Tabelle 23).

Beim rbb stammen die Akteure am häufigsten aus Politik und Verwaltung (6 Prozent). Dieser Befund korrespondiert mit den Ergebnissen zur Struktur der regionalen Themen beim rbb. An zweiter Stelle rangieren Bürgerinnen und

Tabelle 23

Struktur der regionalen Akteure^a

Regionalanalyse
(in Prozent – Mehrfachnennung)^b

Akteure	Frühjahr 2018		Frühjahr 2016		Herbst 2014		Herbst 2012	
	rbb	SWR	BR	hr	WDR	MDR	SWR	NDR
Regionale/lokale Fernsehpublizistik	13,0	17,2	24,3	33,7	42,3	9,8	17,8	11,3
Politik und Verwaltung	5,7	2,9	8,5	13,5	14,3	2,6	3,9	5,0
<i>Regierung/Regierungsparteien (Landtag)</i>	2,8	1,8	3,6	3,5	2,7	0,7	2,1	3,0
<i>Opposition/Oppositionsparteien (Landtag)</i>	1,8	0,6	0,8	1,8	0,6	0,2	0,4	1,4
<i>Sonstige Politik</i>	2,9	0,8	4,8	6,5	7,4	1,1	1,7	1,4
<i>Judikative</i>	0,4	0,2	1,7	0,9	2,2	0,0	1,1	0,6
<i>Verwaltung, Polizei</i>	1,2	0,9	4,0	9,3	6,1	1,0	1,5	1,6
Wirtschaft	3,7	6,0	10,5	15,6	16,3	3,6	8,8	5,4
<i>Gewerkschaften</i>	-	0,2	0,5	0,9	0,8	0,1	-	0,5
<i>Sonstige Wirtschaft</i>	3,7	5,8	10,5	15,1	15,9	3,5	8,8	5,4
Soziokulturelle Gruppen	3,9	7,7	9,9	9,9	16,2	4,6	6,8	3,7
<i>Zivilgesellschaftliche Gruppen</i>	1,5	2,8	2,1	4,3	4,8	0,7	2,0	0,7
<i>Bildung, Wissenschaft, Kunst, Kultur</i>	3,1	5,4	5,9	4,5	6,3	2,2	4,0	1,0
<i>SportlerInnen</i>	0,3	1,5	2,5	2,2	5,7	2,0	2,4	0,4
<i>Feuerwehr, Rettungsdienst</i>	0,5	0,2	0,6	0,7	1,3	0,1	0,3	1,7
BürgerInnen	4,4	4,0	9,8	16,7	25,1	5,3	10,7	6,0
Sonstige regionale/lokale Akteure	1,9	3,2	4,7	5,1	5,9	1,0	2,0	0,6
Keine regionalen/lokalen Akteure	2,3	1,6	2,3	1,8	4,0	1,2	0,8	1,0
Restliche Fernsehpublizistik	45,4	41,3	17,8	22,7	31,2	51,1	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,6	4,2	2,4	2,4	3,2	2,8	4,2	3,5
Restliches Programm	38,0	37,3	55,5	41,2	23,3	36,3	26,2	27,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

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

b Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018), im Frühjahr 2016 (18.–24.04.2016), im Herbst 2014 (13.–19.10.2014) und im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

Bürger (4 Prozent), die bei hr, WDR, MDR sowie SWR (2012) und NDR die häufigste Akteursgruppe bildeten.

Beim SWR dagegen liegen die soziokulturellen Gruppen (z. B. Sportlerinnen und Sportler oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der

Rettungsdienste) vorn (8 Prozent), dies ist ein Alleinstellungsmerkmal bzw. war bei keinem anderen untersuchten Sender der Fall. An zweiter Stelle liegen Wirtschaftsakteure (6 Prozent), noch vor den Bürgerinnen und Bürgern (4 Prozent).

4.3.2 Die Regionalberichterstattung im Längsschnitt

Die Regionalanalyse wird in der vorliegenden Untersuchungsanlage um eine Längsschnittuntersuchung bewusst ausgewählter Sendungen der regionalen Informationsformate ergänzt. Durch dieses Vorgehen lassen sich Rückschlüsse aus den Daten ziehen, die weniger abhängig von der Nachrichtenlage in der jeweiligen Untersuchungswoche der Querschnittstudie sind.

Basis dieser Analysestufe (vgl. Tabelle 24) sind jeweils eine bewusst ausgewählte regionale Nachrichtensendung und ein Regionalnachrichtenmagazin, die über vier Wochen hinweg erfasst und inhaltsanalytisch ausgewertet wurden.

Mit *rbb aktuell* und *Brandenburg aktuell* sowie *SWR aktuell RP 18:00* und *SWR aktuell RP 19:30* wurden Formate ausgewählt, mit denen

explizit die Bewohnerinnen und Bewohner von Brandenburg und Rheinland-Pfalz adressiert werden. Bei *rbb aktuell* handelt es sich um eine Nachrichtensendung, die wochentags um 16 Uhr ausgestrahlt wird, sie dauert 15 Minuten. *Brandenburg aktuell* ist ein Regionalnachrichtenmagazin, das täglich um 19.30 Uhr für eine halbe Stunde gesendet wird. Vergleichbare Formate wurden beim SWR untersucht, die Sendung *SWR aktuell Rheinland-Pfalz* wird um 18 Uhr als 10-minütige Nachrichtensendung (Montag bis Freitag), um 19.30 Uhr als halbstündiges Regionalnachrichtenmagazin (Montag bis Samstag) gesendet. Der empirische Bezugsrahmen der Längsschnittanalyse ist aufgrund der teilweise unterschiedlichen Sendetage leicht unterschiedlich. Beim rbb fließen fast 18 Stunden, beim SWR knapp 14,5 Stunden in die Analyse ein.

Da es sich bei beiden Anbietern um Mehrländeranstalten handelt und jeweils eine

Tabelle 24

Stichprobendaten der Längsschnittanalyse

Längsschnittanalyse^a

Sendungsformate	Sendungstitel	rbb			SWR			
		Ausstrahlung	n	t ^b	Sendungstitel	Ausstrahlung	n	t
Regionalnachrichten	rbb aktuell	Mo-Fr, 16.00-16.15 Uhr	20	4:28	SWR aktuell RP 18:00	Mo-Fr, 18.00-18.10 Uhr	20	3:23
Regionalnachrichtenmagazin	Brandenburg aktuell	täglich, 19.30-20.00 Uhr	28	13:27	SWR aktuell RP 19:30	Mo-Sa, 19.30-20.00 Uhr	24	11:03
Gesamt	<i>Bezugsrahmen der Längsschnittanalyse:</i>		48	17:55	<i>Bezugsrahmen der Längsschnittanalyse:</i>		44	14:26

a Stichprobe: vier Kalenderwochen im Frühjahr 2018 (23.04.–20.05.2018).

b Zeit in Std.:Min.

Quelle: eigene Darstellung.

Länderversion ausgewählt wurde, lassen sich die Ergebnisse von rbb und SWR aus dieser Perspektive miteinander vergleichen. Gegenüberstellungen aller Dritten Programme müssen allerdings mit Vorsicht behandelt werden – divergierende Thematisierungsstrategien ebenso wie unterschiedliche Sende- und Angebotsstrukturen sind in die Interpretation der Daten einzubeziehen.

Es zeigt sich erneut, dass sich die regionale Bezugnahme der Sender unterscheidet (vgl. Tabelle 25). Während beim rbb rund 76 Prozent der Sendezeit der Regionalsendungen einen Bezug zu Brandenburg aufweisen, ist der Wert für den Bezug zu Rheinland-Pfalz beim SWR mit 89 Pro-

zent deutlich höher. Hier lohnt aber ein differenzierter Blick: Beim rbb wurde bei der restlichen Fernsehpublizistik bei weiteren 14 Prozent ein Bezug zum Sendegebiet erfasst – hier spielen vor allem die Nachrichtenformate eine Rolle, in denen auch über Ereignisse in Berlin informiert wird. Dies liegt zum einen sicher an der Hauptstadt-nähe, zum anderen daran, dass es sich bei der Sendung *rbb aktuell* nicht um ein speziell auf Brandenburg ausgerichtetes Nachrichtenformat handelt. Insgesamt gesehen, verbleiben bei rbb rund 3 Prozent, beim SWR rund 5 Prozent, die weder an die Region Brandenburg bzw. Rheinland-Pfalz noch an das Sendegebiet gekoppelt sind.

Tabelle 25

Journalistische Formen der Beiträge

Längsschnittanalyse
(Zeitumfang in Prozent – Mehrfachnennung)^a

Journalistische Form	rbb			SWR		
	Nachrichten t=4:28	Nachrichtenmagazin t=13:27	Gesamt t=17:55	Nachrichten t=3:23	Nachrichtenmagazin t=11:03	Gesamt t=14:26
Regionale Fernsehpublizistik	47,9	85,5	76,2	76,8	92,7	89,0
Nachrichtenfilme/Meldungen ^b	31,9	17,5	21,1	18,6	16,8	19,4
Magazin-/Hintergrundbeiträge ^c	18,2	68,2	55,7	61,6	74,0	62,6
Interviews, Talk	-	5,0	3,7	-	4,3	3,5
Wetterberichte	1,3	5,5	4,5	-	3,2	3,6
Restliche Fernsehpublizistik mit Bezug zum Sendegebiet	43,5	4,7	14,4	2,0	0,4	0,8
Restliche Fernsehpublizistik	4,3	2,2	2,7	16,0	1,0	4,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,3	7,6	6,7	5,2	5,9	5,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100

- a In einem thematischen Beitrag können mehrere journalistische Formen enthalten sein. Stichprobe: vier Kalenderwochen im Frühjahr 2018 (23.04.–20.05.2018).
- b Sprechermeldung und „NIF“ (Nachrichten im Film), Dauer in der Regel unter einer Minute.
- c Filmbeiträge mit längerer Dauer.

Quelle: eigene Darstellung.

Wird das Verhältnis von kürzeren Nachrichtenmeldungen und Magazin- oder Hintergrundbeiträgen (typischerweise länger als eine Minute) betrachtet, fallen deutlichere Unterschiede als bei der letzten Analyse (BR und hr) auf. Beim rbb dominiert eine Aufteilung der Formate, die sich als klassisch bezeichnen lässt: Nachrichten werden vor allem mit kurzen Nachrichtenfilmen und Meldungen (32 Prozent) bestückt, das Nachrichtenmagazin dage-

gen mit Hintergrundbeiträgen (68 Prozent). In den beiden SWR-Formaten setzen die Macherinnen und Macher sowohl in der Ausgabe um 18 Uhr als auch in der Ausgabe um 19.30 Uhr auf Hintergrundberichte. Interview- bzw. Talk-situationen sind in beiden Nachrichtenmagazinen Bestandteil der Sendung – mit 5 Prozent (rbb) bzw. 4 Prozent (SWR) aber in relativ geringem Umfang. Ebenfalls gering sind die anteiligen Werte für Wetterberichte, da beide Sender

Tabelle 26

Themenstruktur der Längsschnittanalyse

Längsschnittanalyse
(in Prozent)^a

Themenbereiche	rbb			SWR		
	Nachrichten t=4:28	Nachrichtenmagazin t=13:27	Gesamt t=17:55	Nachrichten t=3:23	Nachrichtenmagazin t=11:03	Gesamt t=14:26
Regionale Fernsehpublizistik	47,9	85,5	76,2	76,8	92,7	89,0
Kontroverse Themen	20,2	33,7	30,3	33,6	39,8	38,3
<i>Politik</i>	16,5	29,3	26,1	27,5	31,8	30,8
<i>Wirtschaft</i>	3,3	2,2	2,4	3,6	5,1	4,7
<i>Gesellschaft</i>	0,4	2,2	1,8	2,5	2,9	2,8
Sach- und Ratgeberthemen	17,0	41,4	35,4	27,0	35,9	33,8
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	11,5	33,2	27,8	20,8	26,6	25,2
<i>Bildung, Wissen und Forschung</i>	1,8	3,8	3,3	2,3	2,9	2,8
<i>Natur und Umwelt</i>	-	1,8	1,3	2,7	2,6	2,6
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	0,6	0,7	0,7	1,2	0,4	0,6
<i>Servicethemen</i>	3,1	1,9	2,3	-	3,4	2,6
Human-Touch-Themen	9,3	7,5	8,0	13,7	8,0	9,4
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	0,3	0,3	0,3	-	0,5	0,4
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	7,7	6,6	6,9	11,8	6,4	7,7
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	1,3	0,6	0,8	1,9	1,1	1,3
Sport	1,4	2,9	2,5	2,5	9,0	7,5
Restliche Fernsehpublizistik	47,8	6,9	17,1	18,0	1,4	5,3
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,3	7,6	6,7	5,2	5,9	5,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100

a Stichprobe: vier Kalenderwochen im Frühjahr 2018 (23.04.–20.05.2018).

Quelle: eigene Darstellung.

zusätzlich eigenständige Wettersendungen ausstrahlen.

Beide untersuchten Programme setzen unterschiedliche Schwerpunkte in den behandelten Themen der regionalen Berichterstattung (vgl. Tabelle 26). Beim rbb liegt der Fokus auf unpolitischen Sach- und Ratgeberthemen (35 Prozent) – vor allem aus Kultur und Gesellschaft (28 Prozent). Der SWR setzt dagegen auf kontroverse Themen (38 Prozent) – besonders aus der Politik (31 Prozent). Zwischen den zwei Programmen verhalten sich die zwei ersten Plätze der Rangreihe spiegelbildlich. Die kontroversen Themen sind beim rbb mit 30 Prozent vertreten, die Sach- und Ratgeberthemen beim SWR mit 34 Prozent.

Die erhobenen Daten für Human-Touch-Themen ähneln sich mit 8 (rbb) bzw. 9 Prozentpunkten (SWR), der SWR berichtet aber häufiger über Themen aus dem Bereich Sport (rbb: 3 Prozent; SWR: 8 Prozent).

Unterschiede lassen sich auch herausarbeiten, wenn die Vergleichsperspektive gewechselt wird und die anteilige Themenverteilung in den Formaten genauer betrachtet wird. Dies gilt für rbb und für den SWR gleichermaßen. Die untersuchten klassischen Nachrichtensendungen sind bei beiden Sendern wesentlich weniger regional fokussiert als die Pendanten in Magazinformat. Dies gilt für den rbb noch stärker als für den SWR. Während beim rbb mit der Sendeform auch der thematische Fokus von kontroversen Themen (Nachrichten: 20 Prozent; Nachrichtenmagazin: 34 Prozent) zu Sach- und Ratgeberthemen (Nachrichtenmagazin: 41 Prozent; Nachrichten: 17 Prozent)

wechselt, bildet beim SWR die Berichterstattung über regionale politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen in beiden Sendeformaten den thematischen Schwerpunkt (Nachrichten: 34 Prozent, Nachrichtenmagazin: 40 Prozent). Hier fällt auch auf, dass das untersuchte Nachrichtenformat des SWR trotz seiner Kürze einen vergleichsweise hohen Anteil (12 Prozent) der Sendezeit für regional relevante Negativmeldungen wie Verbrechen und Unfälle aufwendet.

Die konkret auf Brandenburg bzw. Rheinland-Pfalz bezogenen Themenstrukturen werden in Tabelle 27 aufgeschlüsselt. Zunächst lässt sich grundsätzlich konstatieren, dass die anteiligen Werte für die Berichterstattung über regionale Themen ähnlich sind (rbb: 30 Prozent; SWR: 27 Prozent). Betrachtet man die Werte für den Gesamtsendetag in Relation zur regionalspezifischen Sendezeit, wird deutlich, dass der rbb in knapp 40 Prozent der regionalen Fernsehpublizistik über ein originär regionales Thema berichtet, während das beim SWR nur in knapp 31 Prozent der Sendezeit der Fall ist. Diese Zahlen bedeuten im Umkehrschluss, dass in allen untersuchten Formaten ein Großteil der Ortsbezüge nicht über ein regionalspezifisches Thema erfolgt.

Schlüsselt man die regionale Bezugnahme in Themenbereiche auf, berichtet der rbb besonders häufig über die regionale Politik und Verwaltung (11 Prozent; vor allem in *Brandenburg aktuell*) sowie über Sach- und Ratgeberthemen (7 Prozent). Alle untersuchten Sendungen bis auf die 19-Uhr-Ausgabe von *SWR aktuell RP* berichten anteilig am um-

fangreichsten über regionale Politik und Verwaltung.

Insgesamt ist die Struktur beim SWR stärker fragmentiert. Neben Sach- und Ratgeberthemen (7 Prozent), Politik und Verwaltung (6 Prozent) spielen mit 5 Prozent auch die regionale Wirtschaft und mit 4 Prozent regionale Human-Touch-Themen eine Rolle.

Die Analyse der regionalen Akteure in den untersuchten Regionalformaten schließt diese Untersuchungsstufe ab (vgl. Tabelle 28). Die Basis bilden hier all jene Beiträge, in denen Akteure als Handelnde oder Betroffene thematisiert oder als Sprecherinnen und Sprecher zitiert werden sowie diejenigen, die selbst im

Programm zu Wort kommen. Über die Sender und Nachrichtenformate hinweg sind es regionale Akteure aus Politik und Verwaltung, die in der meisten Sendezeit identifiziert wurden. In beiden untersuchten klassischen Nachrichtensendungen kommen regionale Akteure aus diesem Bereich in mehr als der Hälfte der regionalspezifischen Sendezeit vor. In der 18-Uhr-Ausgabe von *SWR aktuell RP* konnten sie in 47 Prozent der Sendezeit identifiziert werden.

Auffällig ist die unterschiedliche Repräsentanz von Bürgerinnen und Bürgern in den untersuchten Formaten des rbb. Während sie bei *rbb aktuell* die kleinste Akteursgruppe bilden

Tabelle 27

Struktur der regionalen Themen in der Längsschnittanalyse

Längsschnittanalyse (in Prozent)^a

Themenbereiche	rbb			SWR		
	Nachrichten t=4:28	Nachrichtenmagazin t=13:27	Gesamt t=17:55	Nachrichten t=3:23	Nachrichtenmagazin t=11:03	Gesamt t=14:26
Regionale Fernsehpublizistik	47,9	85,5	76,2	76,8	92,7	89,0
Regionales Thema	17,6	34,6	30,4	23,2	28,5	27,3
Regionale Politik und Verwaltung	6,1	12,1	10,6	5,1	6,1	5,9
Wirtschaft in der Region	2,2	5,3	4,6	5,3	4,7	4,9
Soziales Zusammenleben in der Region	-	0,6	0,4	-	0,2	0,0
Traditionen, Brauchtum, Heimat	0,8	2,8	2,3	1,2	2,9	2,5
Regionale Sach- und Ratgeberthemen	3,9	8,5	7,4	3,8	7,8	6,9
Regionale Human-Touch-Themen	3,0	2,9	2,9	5,6	3,5	4,0
Regionale Sportthemen	1,6	2,4	2,2	2,2	3,3	3,1
Kein regionales Thema	30,3	50,9	45,8	53,6	64,2	61,7
Restliche Fernsehpublizistik	47,8	6,9	17,1	18,0	1,4	5,3
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,3	7,6	6,7	5,2	5,9	5,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100

a Stichprobe: vier Kalenderwochen im Frühjahr 2018 (23.04.–20.05.2018).

Quelle: Eigene Darstellung.

(5 Prozent), rangieren sie beim Nachrichtenmagazin *Brandenburg aktuell* mit gut 29 Prozent auf dem zweiten Platz. Betrachtet man diese gemeinsam mit den ebenfalls stark vertretenen soziokulturellen Gruppen (rbb: 23 Prozent; SWR: 31 Prozent), fällt auf, dass organisierte und unorganisierte gesellschaftliche Akteure stark vertreten sind.

Darüber hinaus verstärkt sich hier der Eindruck aus der Thematisierungsanalyse: In der Regionalberichterstattung des SWR wird ein stärkerer Fokus auf regionale Wirtschaftsakteure (22 Prozent) gelegt als im rbb (17 Prozent). Besonders präsent sind Gewerkschaften (4 Prozent) und sonstige Wirtschaftsakteure (20 Prozent) in *SWR aktuell RP 19 Uhr*.

Tabelle 28

Struktur der regionalen Akteure in der Längsschnittanalyse

Längsschnittanalyse
(in Prozent – Mehrfachnennung)^a

Akteure	rbb			SWR		
	Nachrichten	Nachrichtenmagazin	Gesamt	Nachrichten	Nachrichtenmagazin	Gesamt
	t=4:28	t=13:27	t=17:55	t=3:23	t=11:03	t=14:26
Regionale Fernsehpublizistik	47,9	85,5	76,2	76,8	92,7	89,0
Politik und Verwaltung	25,2	41,2	37,2	47,2	43,3	44,2
<i>Regierung/Regierungsparteien (Landtag)</i>	13,4	18,8	17,4	21,8	24,7	24,0
<i>Opposition/Oppositionsparteien (Landtag)</i>	2,7	9,2	7,6	6,1	5,9	5,9
<i>Sonstige Politik</i>	9,0	21,9	18,7	17,6	18,9	18,6
<i>Judikative</i>	5,4	4,1	4,4	6,4	4,1	4,7
<i>Verwaltung, Polizei</i>	4,4	7,8	6,9	12,1	7,0	8,2
Wirtschaft	10,6	20,0	17,7	20,5	22,9	22,4
<i>Gewerkschaften</i>	1,6	1,3	1,3	2,4	3,8	3,5
<i>Sonstige Wirtschaft</i>	9,3	19,3	16,8	19,3	20,1	19,9
Soziokulturelle Gruppen	9,1	27,4	22,9	17,3	34,6	30,5
<i>Zivilgesellschaftliche Gruppen</i>	1,4	8,3	6,6	2,6	4,4	4,0
<i>Bildung, Wissenschaft, Kunst, Kultur</i>	6,0	15,2	12,9	9,1	17,8	15,7
<i>SportlerInnen</i>	1,4	3,1	2,7	3,5	10,5	8,9
<i>Feuerwehr, Rettungsdienst</i>	0,9	2,1	1,8	2,2	3,3	3,0
BürgerInnen	5,4	29,4	23,4	14,7	18,8	17,8
Sonstige regionale Akteure	3,3	8,4	7,1	14,7	13,9	14,0
Keine regionalen Akteure	10,2	12,3	11,8	3,9	11,3	9,5
Restliche Fernsehpublizistik	47,8	6,9	17,1	18,0	1,4	5,3
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,3	7,6	6,7	5,2	5,9	5,7
Gesamt	100	100	100	100	100	100

a Beiträge, in denen mind. ein Akteur aus der jeweiligen gesellschaftlichen Gruppe erwähnt oder zu Wort kommt. Stichprobe: vier Kalenderwochen im Frühjahr 2018 (23.04.–20.05.2018).

Quelle: eigene Darstellung.

5 Exkurs: Der SWR im Vergleich

Im Herbst 2012 hat an der Arbeitsstelle Medienanalyse/Forschungsmethoden der Freien Universität Berlin eine Untersuchungsreihe begonnen, um die Angebotsstrukturen und Programmleistungen der Dritten Programme der ARD empirisch anhand einer vergleichenden, quantitativen Inhaltsanalyse zu erfassen. In der ersten Studie wurde neben dem NDR auch der SWR untersucht, mit den aktuell vorgelegten Daten kann ein direkter Vergleich von Struktur und Inhalten des SWR-Programmes in den Jahren 2012 und 2018 gezogen werden. In der Zwischenzeit wurden alle Dritten Programme inhaltsanalytisch erfasst (vgl. Trebbe 2013; Trebbe et al. 2015 sowie Spittka et al. 2017). Die Ergebnisse der bisherigen Studien lösten ein breites Medienecho und eine öffentliche Diskussion über die Entwicklung des dualen Rundfunks in Deutschland aus.

2013 konstatierte der SWR selbstkritisch, im Vergleich mit den anderen Dritten Programmen weise das Programm „den geringsten Anteil an Regionalität“ (Badische Zeitung 2013) auf. Eine Programmreform sollte Abhilfe schaffen: Der Fokus sollte auf mehr Eigenproduktionen statt Wiederholungen fiktionaler Formate gelegt sowie der Informationsanteil an Regionalem erhöht werden (vgl. Badische Zeitung 2013). „Es ist unser Ziel, nicht nur regionaler, sondern auch aktueller und moderner zu werden“, wurde der SWR-Fernsehdirektor Christoph Hauser im Schwarzwälder Boten (Krause 2013) zitiert. In einer Pressemitteilung beschreibt der SWR-Rundfunkrat seine Profilschärfung als Vorhaben, zukünftig „regionaler, klarer, verständlicher und moderner“ zu werden (SWR 2013). In der Pressemitteilung prognostiziert SWR-Intendant Peter Boudgoust:

Tabelle 29

SWR: Zeitumfang der Basiselemente der Sendungsanalyse

Sendungsanalyse
(in Std.:Min. pro Sendetag)^a

Basiselemente	SWR 2018	SWR 2012
Sendungen	23:40	23:32
Programmpreviews etc. ^b	0:19	0:28
Werbung und Teleshopping ^c	-	-
Sponsoring ^d	0:01	0:00
Gesamt	24:00	24:00

a Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018) sowie eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

b Hierunter werden Programmverbindungen und -überbrückungen wie Programmpreviews, Programmpfeile, Videoschleifen, Webcams etc. zusammengefasst.

c Vgl. §§ 2, 7, 7a, 16, 18, 45 und 45a RStV (2018).

d Vgl. §§ 2, 8 und 16 RStV (2018).

Quelle: eigene Darstellung.

„Das SWR Fernsehen wird mehr denn je zu dem Programm für die Menschen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. Dazu wollen wir noch unverwechselbarer in unserem öffentlich-rechtlichen Angebot werden: indem wir aktuelle Ereignisse in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz noch besser einordnen und Hintergründe ausführlich beleuchten. Im gesamten Programm werden beide Bundesländer und damit der Südwesten stärker spürbar, wir werden mehr Akzente setzen bei regionalen Dokumentationen, regionalen Serien, regionaler Kultur oder regionaler Comedy“ (SWR 2013).

Schon 2011 hatte der SWR eine Profilschärfung zugunsten von mehr Regionalität angekündigt (Brandes 2013). Die Untersuchung von Parallelen und Divergenzen ist folglich auch aufgrund der durchgeführten Programmreform so aufschlussreich. Von Interesse ist, ob sich die Reform auch in den empirisch gewonnenen Zahlen widerspiegelt. Vor dem Hintergrund der geplanten Weiterentwicklung des Programms kann ein Zuwachs an Regionalität, Aktualität und Hintergrundberichterstattung (Dokumentationen, längere Nachrichtenbeiträge) erwartet werden.

Ergebnisse

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass der SWR in der Stichprobe aus dem Jahr 2018 acht Minuten mehr Sendezeit für redaktionelle Inhalte zur Verfügung stellte. Das ist im Übrigen auch im Vergleich aller Dritten Programme der höchste Wert.

Regionalität, Aktualität und Hintergrundberichterstattung auf programmstruktureller Ebene

Ein erster Indikator für ein vermehrt regional gestaltetes Programm kann in den Zahlen zu den Produktionscharakteristika gefunden werden (vgl. Tabelle 30). Nach wie vor setzt der SWR zwar auf regionale Auseinandersetzungen, im Frühjahr 2018 aber mit 14 Prozent noch einmal deutlich stärker als im Herbst 2012 mit 10 Prozent auf landesspezifische Akzentuierungen durch die Produktion in unterschiedlichen Regionalstudios.

Auch das Vorhaben, nach der Programmreform aktueller zu senden, wurde auf programmstruktureller Ebene umgesetzt. Die Werte für kurzfristige Wiederholungen sind deutlich gesunken. Das bedeutet, dass ein Anstieg von rund 12 Prozentpunkten bei den als Erstsendungen klassifizierten Programmangeboten zu verzeichnen war (vgl. Tabelle 31).

Hier schlagen vor allem die reduzierten Kreuzwiederholungen der Regionalfenster sowie die weniger umfangreichen Kreuzwiederholungen aus dem Ersten Programm der ARD zu Buche. Die Werte für programminterne Wiederholungen im Tages- oder Wochenintervall dagegen haben sich kaum geändert.

Bei der Analyse der Programmstruktur (vgl. Tabelle 32) fallen im Vergleich vor allem die starken Veränderungen bei den Anteilen für Fernsehpublizistik und nonfiktionale Unterhaltung ins Auge.

2012 wurden rund 74 Prozent eines durchschnittlichen 24-Stunden-Tages als Formate eingestuft, die die größte Chance für journalisti-

Tabelle 30

SWR: Drittprogramme, Regionalfenster, Programmkooperationen

Sendungsanalyse
(in Prozent)^a

Produktionscharakteristik	SWR 2018	SWR 2012
Sendungen	98,6	98,0
Eigenprogramm	83,6	87,0
Regionale Auseinanderschaltung ^b	14,0	10,0
Programmübernahme ^c	1,0	1,0
Programmtailer etc.	1,3	2,0
Werbung und Sponsoring	0,1	0,0
Gesamt	100	100

- a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018) sowie eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).
 b Programm, welches von den unterschiedlichen Regionalstudios produziert wird.
 c 20-Uhr-Tagesschau.

Quelle: eigene Darstellung.

Tabelle 31

SWR: Kurzfristige Programmwiederholungen

Sendungsanalyse
(in Prozent)^a

Produktionscharakteristik	SWR 2018	SWR 2012
Sendungen	98,6	98,0
Erstsendungen	71,7	59,4
Kurzfristige Wiederholungen	26,9	38,6
<i>Wiederholungen im Tagesintervall</i>	14,9	12,1
<i>Wiederholungen im Wochenintervall</i>	7,2	7,5
<i>Kreuzwiederholungen von ARD/Das Erste^b</i>	3,4	10,8
<i>Kreuzwiederholungen von Regionalfenstern^c</i>	1,4	8,2
Programmtailer etc.	1,3	2,0
Werbung und Sponsoring	0,1	0,0
Gesamt	100	100

- a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018) sowie eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).
 b Erstaussstrahlung im Ersten Programm der ARD.
 c Erstaussstrahlung in einem anderen Regionalfenster.

Quelle: eigene Darstellung.

sche Berichterstattung bieten. In der aktuellen Stichprobe aus dem Jahr 2018 ist dieser Wert auf 63 Prozent zurückgeführt worden. Während die Zahlen für fiktionale Unterhaltungsangebote (Filme und Serien) etwa auf dem gleichen Niveau geblieben sind, ist bei Shows, Spiel- und Quizformaten (nonfiktionale Unterhaltung) ein deutlicher Anstieg um 14 Prozentpunkte auf insgesamt 18 Prozent des durchschnittlichen 24-Stunden-Tages zu verzeichnen.¹³

Ein vertiefter Blick auf die fernsehpublizistische Programmsparte, abgeleitet aus den rechtlichen Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages, liefert weitere Indikatoren in Bezug auf eine vermehrte Regionalisierung und auch Hintergrundberichterstattung (vgl. Tabelle 33).

Die Ergebnisse lassen sich prägnant zusammenfassen: mehr regionale Nachrichtensendungen (2012: 4 Prozent; 2018: 7 Prozent), dafür ist die Sendezeit für regionale Magazine (2012: 15 Prozent; 2018: 5 Prozent) um zwei Drittel zurückgegangen. Der Wert für Reportagen ist mit 14 Prozent konstant, bei den Interview- und Talkformaten ist ein Minus von 7 Prozent zu beobachten. Beides sind Formate, in denen Hintergrundberichterstattung stattfinden kann – hier also keine Steigerung.

Bemerkenswert ist dagegen ein Anstieg von 5 Prozent bei Sportsendungen. Auch Reality-TV-Formate, beispielsweise Doku-Soaps, werden vermehrt im Tagesprogramm platziert (2012: 3 Prozent; 2018: 6 Prozent).

Tabelle 32

SWR: Programmstruktur/Gesamtsendezeit

Sendungsanalyse
(in Prozent)^a

Produktionscharakteristik	SWR 2018	SWR 2012
Sendungen	98,6	98,0
Eigenprogramm	83,6	87,0
Regionale Auseinanderschaltung ^b	14,0	10,0
Programmübernahme ^c	1,0	1,0
Programmtrailer etc.	1,3	2,0
Werbung und Sponsoring	0,1	0,0
Gesamt	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018) sowie eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

¹³ Inwieweit diese Unterhaltungsangebote regional ausgestaltet sind, konnte mit dem standardisierten Instrument nicht gemessen werden. Eine vertiefende Regionalanalyse erfolgte nur für informierende fernsehpublizistische Beiträge.

Tabelle 33

SWR: Formate der Fernsehpublizistik

Sendungsanalyse
(in Prozent)^a

Programmcharakteristik	SWR 2018	SWR 2012
Fernsehpublizistik	62,7	73,8
Nachrichtensendungen ^b	7,8	4,7
<i>Regionale Nachrichten</i>	6,8	3,7
<i>Sonstige Nachrichten</i>	1,0	1,0
Magazine	17,3	31,9
<i>Regionalmagazine</i>	5,0	15,0
<i>Überregionale Magazine</i>	12,3	16,9
Reportagen, Dokumentationen	14,4	13,8
Interview-, Talkformate	3,2	9,8
Sportsendungen	6,3	1,3
Reality-TV-Formate (Doku-Soaps)	6,2	3,4
Schulfernsehen	2,2	4,0
Sonstige fernsehpublizistische Formate	5,3	4,9
Restliches Programm	37,3	26,2
Gesamt	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018) sowie eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

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

Quelle: eigene Darstellung.

Regionalität, Aktualität und Hintergrund in der Beitrags- und Regionalanalyse

Wird die thematische Ausgestaltung der Sendezeit auf der Ebene der Beitragsanalyse in den Blick genommen, werden ebenfalls starke Unterschiede deutlich. Auf dieser Analysestufe werden einzelne Beiträge untersucht, das heißt, jeder thematisch eigenständige Beitrag in Nachrichtensendungen, Magazinen, Reportagen, Dokumentationen, Doku-Soaps sowie Talk- und Interviewformaten wird noch einmal inhaltlich untersucht. Sind 2012 beim SWR 17 Stunden und 44 Minuten in die Analy-

se eingegangen, waren es 2018 noch knapp über 15 Stunden (vgl. Tabelle 34).

Wird die Aktualität der gesendeten fernsehpublizistischen Beiträge (vgl. Tabelle 35) betrachtet, wird deutlich, dass es in der Stichprobe 2018 nicht nur weniger kurzfristige Wiederholungen gibt, sondern die Erstsendungen auch deutlich aktueller berichten: Die tagesaktuelle Berichterstattung hat sich verdoppelt und ist von 7 auf 14 Prozent gestiegen. Aktualität ist ein wichtiges Kriterium, wenn es um die Frage der journalistischen Qualität geht.

Tabelle 34

SWR: Zeitumfang der Basiselemente der Beitragsanalyse

Beitragsanalyse
(in Std.:Min. pro Sendetag)^a

Basiselemente	SWR 2018	SWR 2012
Fernsehpublizistik	15:04	17:44
Thematisch klassifizierbare Beiträge ^b	14:03	16:43
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge ^c	1:01	1:01
Sonstige Sendungen	8:36	5:48
Programmpromoter etc.	0:19	0:28
Werbung und Sponsoring	0:01	0:00
Gesamt	24:00	24:00

- a Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018) sowie eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).
 b Die Untersuchungseinheiten der Beitragsanalyse sind thematisch unterscheidbare Beiträge. Ihre Festlegung erfolgt anhand einer in zwölf Themenbereiche gegliederten Klassifikationsvariablen.
 c 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.

Tabelle 35

SWR: Aktualität der Fernsehpublizistik

Beitragsanalyse
(in Prozent)^a

Aktualität	SWR 2018	SWR 2012
Fernsehpublizistik: Erstsendungen	46,2	43,0
Tagesaktuelle Berichterstattung	14,0	6,7
Wochenaktuelle Berichterstattung	0,9	1,6
Kein aktueller Beitragsanlass	28,3	32,1
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	3,0	2,6
Fernsehpublizistik: Kurzfristige Wiederholungen	16,5	30,8
Restliches Programm	37,3	26,2
Gesamt	100	100

- a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018) sowie eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

Inwiefern sich die Themenstruktur der Fernsehpublizistik geändert hat, zeigt ein Blick auf Tabelle 36. Es fällt auf, dass sich der Wert für kontroverse Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft von 10 auf 5 Prozent halbiert hat. Betrachtet man die anteiligen Werte, wurden 2012 etwa 10 Prozentpunkte der fernsehpublizistischen Zeit (Gesamt: 74 Prozent des 24-Stunden-Tages) für die gesellschaftlich relevanten kontroversen Themen, 2018 noch 5 Prozentpunkte (von 63 Prozent) aufgewendet. Dies

liegt vor allem in der weniger ausführlichen Berichterstattung zu nicht politischen kontroversen Themen sowie zur Wirtschaft begründet. Nach wie vor sind Sach- und Ratgeberthemen der Gegenstand, über den am häufigsten berichtet wird – die durchgeführten Untersuchungen haben gezeigt, dass dieser Befund für alle Dritten Programme gilt. Im Vergleich zu 2012 hat sich die Sendezeit für Sportthemen auf Beitragsebene vervierfacht (2012: 2 Prozent; 2018: 8 Prozent).

Tabelle 36

SWR: Themenstruktur der Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit

Beitragsanalyse
(in Prozent)^a

Themenbereiche	SWR 2018	SWR 2012
Fernsehpublizistik	62,7	73,8
Kontroverse Themen	4,8	10,3
<i>Politik</i>	4,1	4,9
<i>Wirtschaft und Gesellschaft</i>	0,7	5,4
Sach- und Ratgeberthemen	35,0	42,4
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	21,2	25,4
<i>Bildung, Wissen und Forschung</i>	3,7	4,9
<i>Natur und Umwelt</i>	3,7	2,1
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	5,5	8,0
<i>Servicethemen</i>	0,9	2,0
Human-Touch-Themen	10,4	15,0
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	9,4	13,4
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	0,6	1,3
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	0,4	0,3
Sport	8,3	1,9
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,2	4,2
Restliches Programm	37,3	26,2
Gesamt	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018) sowie eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: Eigene Darstellung.

Schwerpunkt der Programmreform war laut SWR eine vermehrte Schwerpunktsetzung auf regionale Themen. Die Basiselemente der Regionalanalyse zeigen: 2012 wurde in 18 Prozent des durchschnittlichen 24 Stunden umfassenden Sendetages in fernsehpublizistischen Beiträgen mit einem Bezug zum Bundesland berichtet. Der Wert im Jahre 2018 liegt bei 17 Prozent. Innerhalb der Fernsehpublizistik ist damit eine höhere Gewichtung dieser Bezugnahme zu beobachten, da das fernsehpublizistische Gesamtvolumen insgesamt gesehen gesunken ist (vgl. Tabelle 37). Außerdem sollte dieses Ergebnis im Zusammenhang mit den stark gesunkenen Anteilen der Kreuzwiederholungen der Regionalfenster interpretiert

werden. Das heißt, es lässt sich im Vergleich ein stärkerer Fokus auf aktuelle Fernsehpublizistik mit Bezug zu Rheinland-Pfalz feststellen.

Dabei können bei der Themenstruktur der regionalen Fernsehpublizistik kaum Veränderungen ausgemacht werden. Die gewonnenen Zahlen sind nahezu konstant, wie Tabelle 38 zeigt.

Sowohl 2012 als auch 2018 dominieren die Sach- und Ratgeberthemen. Dies ist ein Befund, der nicht nur für den SWR gilt, sondern auch für alle anderen Sender und Stichprobenzeiträume. Bei den kontroversen Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ist eine Abnahme um einen Prozentpunkt auszumachen, nach wie vor macht aber die Politik hier den

Tabelle 37

SWR: Basiselemente der Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit

Regionalanalyse
(in Prozent)^a

Basiselemente	SWR 2018	SWR 2012
Fernsehpublizistik	62,7	73,8
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland ^b	17,2	17,8
Restliche Fernsehpublizistik	45,5	51,8
<i>Mit Bezug zum Sendegebiet^c</i>	22,2	17,2
<i>Ohne Bezug zum Sendegebiet^c</i>	19,1	34,6
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,2	4,2
Restliches Programm	37,3	26,2
Gesamt	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018) sowie eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

b Rheinland-Pfalz.

c Baden-Württemberg und Saarland.

Quelle: eigene Darstellung.

Tabelle 38

SWR: Themenstruktur der regionalen Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit

Regionalanalyse
(in Prozent)^a

Themenbereiche	SWR 2018	SWR 2012
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland	17,2	17,8
Kontroverse Themen	2,2	3,2
<i>Politik</i>	1,9	2,5
<i>Wirtschaft</i>	0,2	0,1
<i>Gesellschaft</i>	0,1	0,6
Sach- und Ratgeberthemen	11,5	11,4
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	7,7	7,9
<i>Bildung, Wissen und Forschung</i>	0,4	0,4
<i>Natur und Umwelt</i>	1,3	0,2
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	1,4	1,7
<i>Servicethemen</i>	0,7	1,2
Human-Touch-Themen	2,1	2,5
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	1,5	2,1
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	0,5	0,4
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	0,1	-
Sport	1,4	0,7
Restliche Fernsehpublizistik	41,3	51,8
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,2	4,2
Restliches Programm	37,3	26,2
Gesamt	100	100

a Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr). Stichproben: jeweils eine Kalenderwoche im Frühjahr 2018 (23.–29.04.2018) sowie eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung.

größten Teil der Berichterstattung aus. Der Anteil für Sport hat sich jedoch auch aus dieser Perspektive verdoppelt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die in der Programmreform angekündigten Veränderungen sich in den aktuellen Daten der Programmanalyse sowohl auf der Ebene des durchschnittlichen Sendetages als auch bei genauerer Betrachtung der Regionalberichterstattung widerspiegeln.

Im Hinblick auf die angestrebte Ausweitung der journalistischen Hintergrundberichterstattung liefern die erhobenen Daten jedoch keine eindeutigen Hinweise: Es konnte kein Anstieg an Formaten wie Reportagen, Dokumentationen sowie Interview- und Talksendungen festgestellt werden. Inwiefern dies innerhalb der bestehenden Formate, also im Einzelfall der journalistischen Beiträge umgesetzt wurde, konnte mit dem hier angewandten, quantitativen Messinstrumentarium nicht geprüft werden.

Eine stärkere Schwerpunktsetzung auf regionale Information zeigt sich vor allem in

den gestiegenen Anteilen für die regionalen Auseinandersetzungen und dem relativ konstant gebliebenen Anteil der regionalen Fernsehpublizistik vor dem Hintergrund des insgesamt deutlich geringeren Anteils der Berichterstattungsformate am Gesamtprogramm und der stark verminderten Zahl der Sendungsübernahmen (Kreuzwiederholungen) anderer Regionalfenster. Diese neue Programmstrategie wirkt sich auch auf den Anteil der Formate aus, die als regional gekennzeichnet sind: Während 2012 ein deutlicher Fokus auf Magazinsendungen lag, konnte in der Stichprobe 2018 eine Neufokussierung auf regionale Nachrichtenformate festgestellt werden. Innerhalb der regionalen Fernsehpublizistik wurden die Themenschwerpunkte jedoch kaum verändert. Anders bei der Aktualität der Berichterstattung: Der SWR sendet im Jahr 2018 deutlich weniger Wiederholungen und hat den Anteil der tagesaktuellen Information in fernsehpublizistischen Erstsendungen verdoppelt.

6 Zusammenfassung und Diskussion

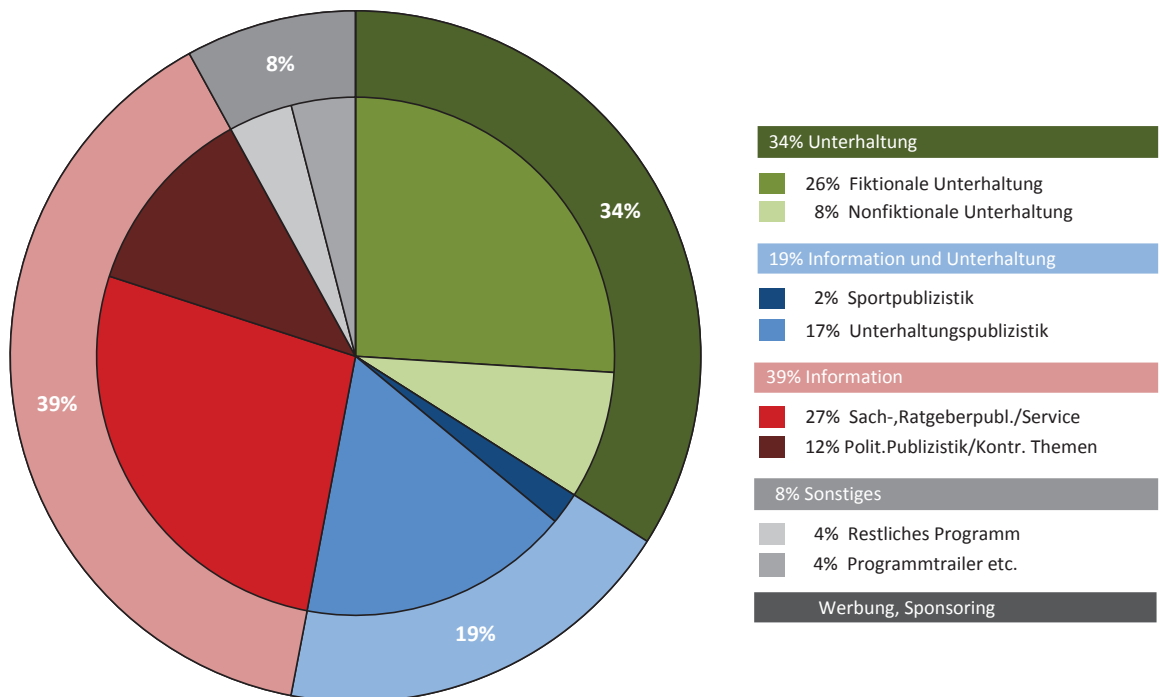
Mit dieser Studie wurden alle Dritten Programme einmalig (Ausnahme: SWR) inhaltsanalytisch mit dem gleichen Instrumentarium detailliert untersucht. 2012 begann die Reihe mit der Analyse des Programmangebots von Südwestrundfunk und Norddeutschem Rundfunk und wurde 2014 mit dem Mitteldeutschen Rundfunk und dem Westdeutschen Rundfunk weitergeführt. 2016 wurden der Bayerische Rundfunk und der Hessische Rundfunk in den Blick genommen. Die aktuellen Daten für den Südwestrundfunk in der Landesversion für Rheinland-Pfalz und den Rundfunk Berlin-Brandenburg in der Version für Brandenburg

stammen aus der 17. Kalenderwoche, beginnend am Montag, 23. April 2018, und endend am Sonntag, 29. April 2018.

Bei den Vergleichen der Dritten Programme darf nicht vergessen werden, dass lediglich Aussagen über strukturelle Ähnlichkeiten und Unterschiede getroffen werden können. Zwischen der ersten Untersuchung und den aktuellen Daten liegen sechs Jahre und damit auch Programmstrukturereformen und ein sich rasant entwickelndes Mediensystem mit zunehmender Konkurrenz aus dem Onlinesegment. Zudem werden Dritte Programme unter ganz unterschiedlichen Rahmenbedingungen

Abbildung 2

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im rbb (17. KW 2018)

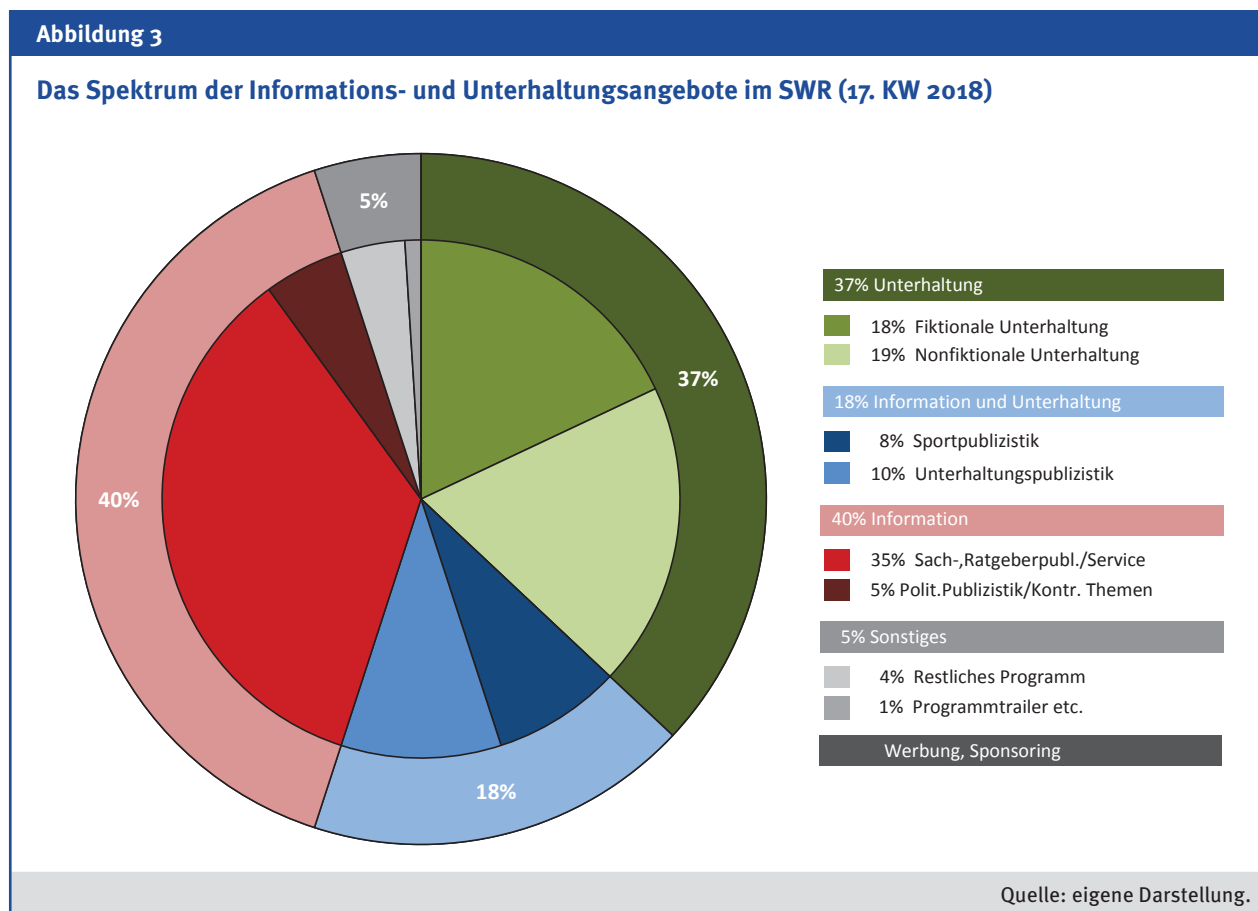


Quelle: eigene Darstellung.

in den und für die spezifischen Bundesländer und Regionen organisiert und produziert.

Um die Strukturen der Sender miteinander in Beziehung zu setzen, werden nachfolgend die Sendungs- und Beitragsdaten der Querschnittanalyse verknüpft. In verschiedenen Kreisdiagrammen werden die Informations- und Unterhaltungsangebote sowie das sonstige Programm grafisch aufbereitet. Der äußere Ring zeigt die grundsätzliche Kategorisierung der Programmsparten, in den inneren Kreissegmenten werden die Themenkategorien der als Fernsehpublizistik identifizierten Beiträge veranschaulicht.

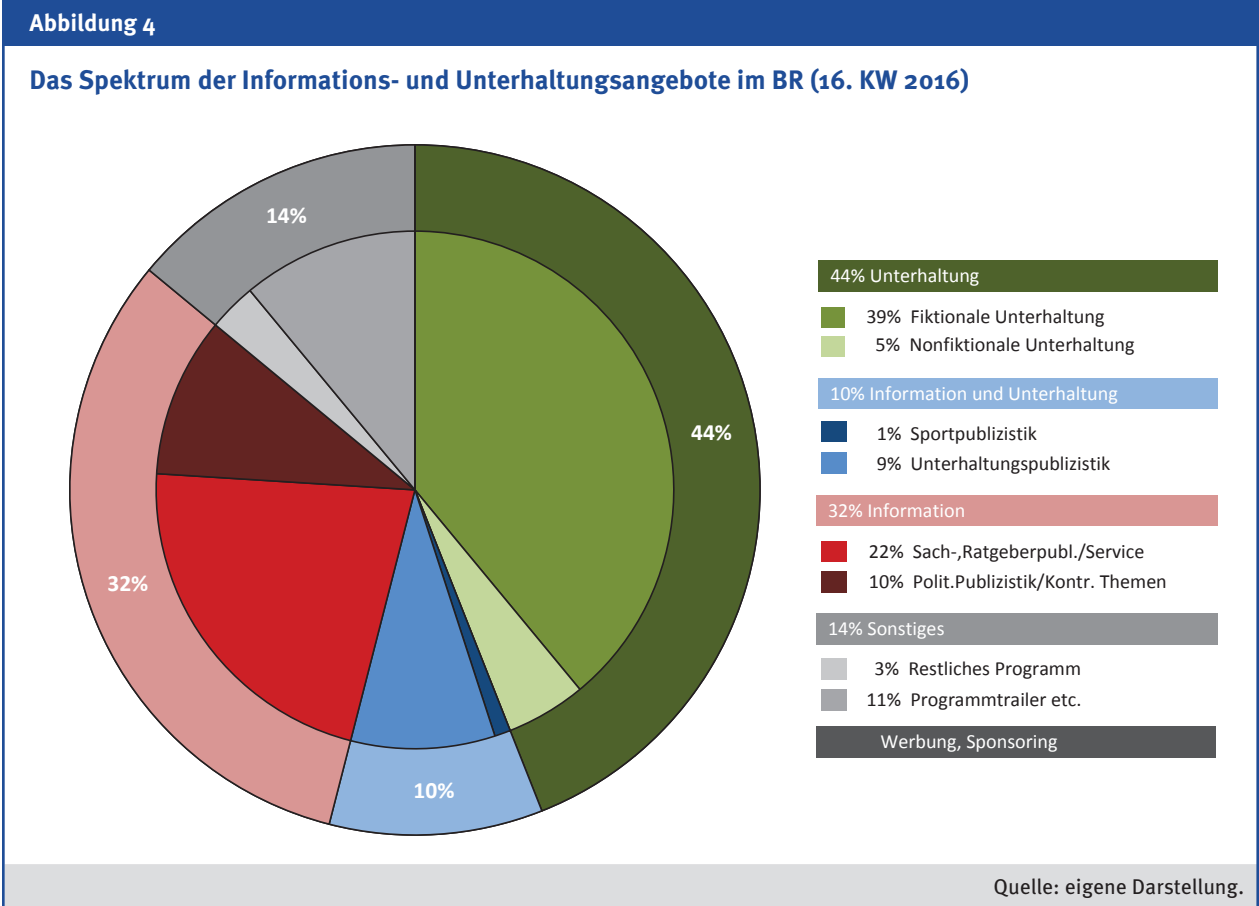
Grundsätzlich lässt sich zwar festhalten, dass ein Schwerpunkt der Dritten Programme in der Information liegt. Mit Ausnahme des BR füllen alle Sender den größten Teil eines durchschnittlichen 24-Stunden-Tages mit Angeboten, die dem informierenden Programmsegment zuzuordnen sind. Andererseits muss aber auch konstatiert werden, dass weitere, programmübergreifende Aussagen über eine strategische Gewichtung und Platzierung von Unterhaltung und Information schwer zu treffen sind. Die untersuchten Sender profilieren sich auch stark gegeneinander und unterscheiden sich mitunter deutlich bezüglich der gesendeten Inhalte.



Zeigten die ersten Studien (SWR 2012, vgl. Abbildung 8 und NDR 2012, vgl. Abbildung 9 sowie WDR 2014, vgl. Abbildung 6 und MDR 2014, vgl. Abbildung 7), dass konventionelle Unterhaltung eine eher untergeordnete Rolle spielt, änderte sich die Datenlage in den aktuelleren Untersuchungen.

Die Werte für Informationsangebote sind beim SWR (2018; vgl. Abbildung 3) mit 40 Prozent und beim rbb mit 39 (2018; vgl. Abbildung 2) Prozent ähnlich. Der Schwerpunkt bei beiden Sendern liegt hier, wie auch bei allen anderen untersuchten Dritten Programmen, auf dem Informationsanteil. Dieser ist beim

SWR im Vergleich zur ersten Untersuchung im Jahr 2012 deutlich verringert, damals wurden 53 Prozent diesem Programmsegment zugeordnet. Von allen Dritten Programmen bietet der SWR aktuell mit 5 Prozent den geringsten Anteil an politischer Publizistik und gesellschaftlich-kontroversen Themen, denen aus Sicht des im Rundfunkstaatsvertrag verankerten Auftrages eine besondere Bedeutung zukommt. Der Wert beim rbb liegt hier mehr als doppelt so hoch (12 Prozent). Nach wie vor den geringsten Anteil reiner Information bietet der BR mit 32 Prozent, wobei hier 10 Prozent auf politische Themen entfallen.

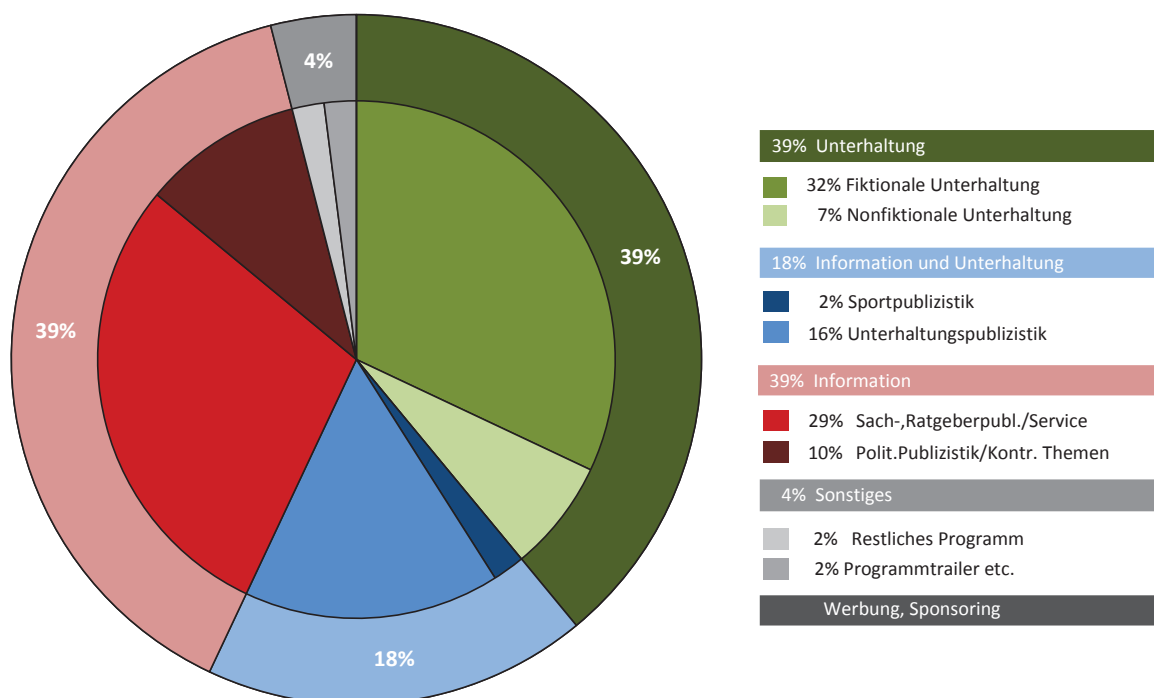


Im Zeitverlauf der Untersuchungen lässt sich eine Tendenz hin zur Verschiebung der Programmanteile in Richtung Unterhaltung beobachten. Am stärksten war das bei der Studie zu BR und hr der Fall. 44 Prozent (BR) und 39 Prozent (hr) wurden dem unterhaltenden TV-Segment zugeordnet. Auch die aktuell gewonnenen Zahlen deuten in diese Richtung. Waren beim SWR 2012 24 Prozent für Unterhaltung festgestellt worden, liegt der Wert nun bei 37 Prozent, der rbb liegt mit 34 Prozent nur knapp dahinter. Ob sich die Sender mit einem zunehmenden Angebot an unterhaltenden Formaten in Hinblick auf die

Konkurrenz von Netflix und Co. positionieren wollen, lässt sich nur vermuten. Mit einer Ausnahme liegen bei allen Dritten Programmen klassische fiktionale Formate, also Filme und Serien, im Unterhaltungssegment deutlich vor der nonfiktionalen Unterhaltung (Spiel und Show). Der SWR im Jahre 2018 verfolgt hier eine andere Strategie, die Werte für fiktionale (18 Prozent) und nonfiktionalen Unterhaltung (19 Prozent) liegen nahezu gleichauf. Interessant ist hier auch der niedrige Wert des WDR: Hier wurden 2014 nur 21 Prozent Unterhaltung gemessen, der niedrigste Wert über alle Stichproben hinweg.

Abbildung 5

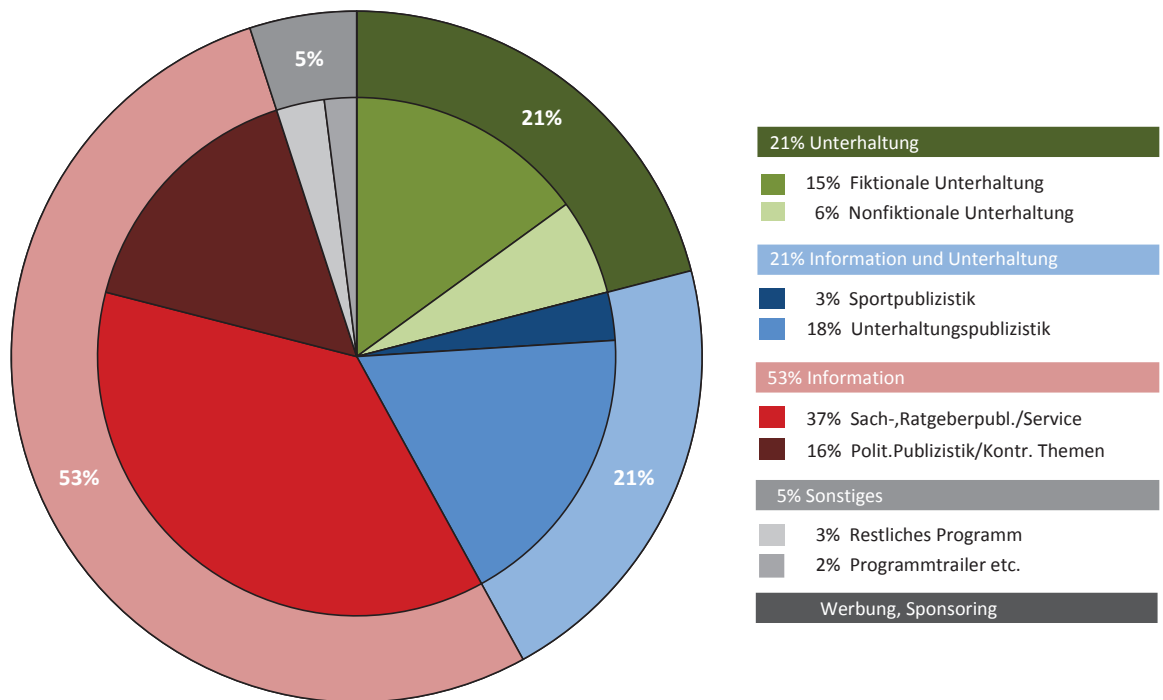
Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im hr (16. KW 2016)



Quelle: eigene Darstellung.

Abbildung 6

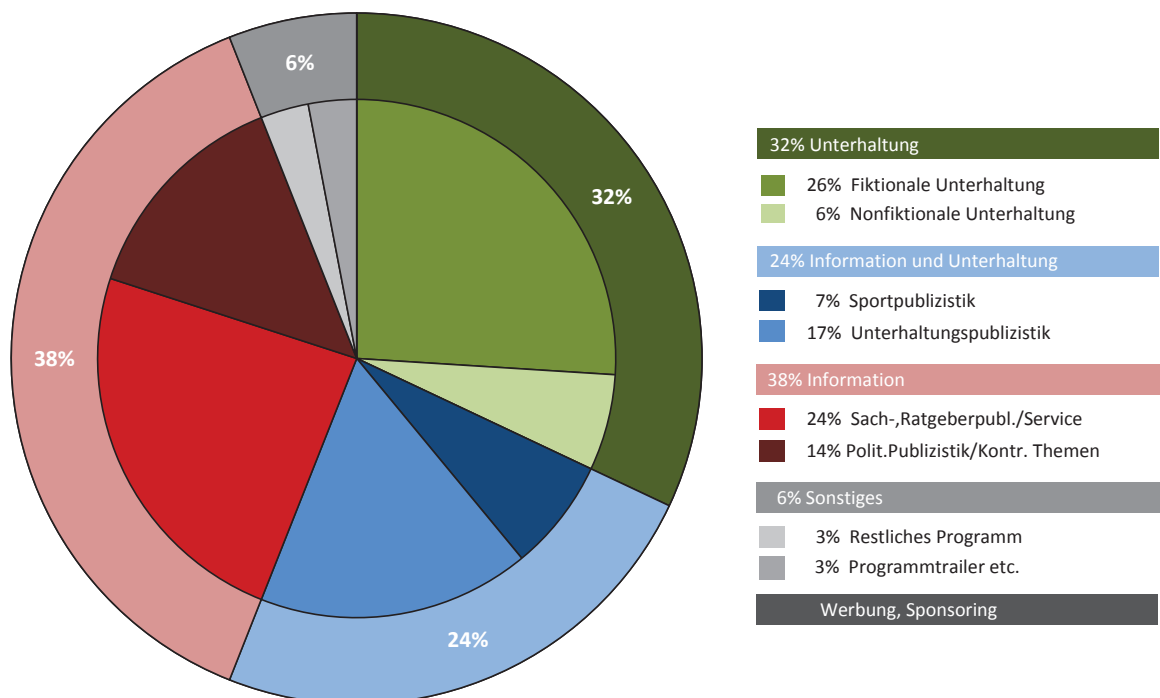
Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im WDR (42. KW 2014)



Quelle: eigene Darstellung.

Abbildung 7

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im MDR (42. KW 2014)



Quelle: eigene Darstellung.

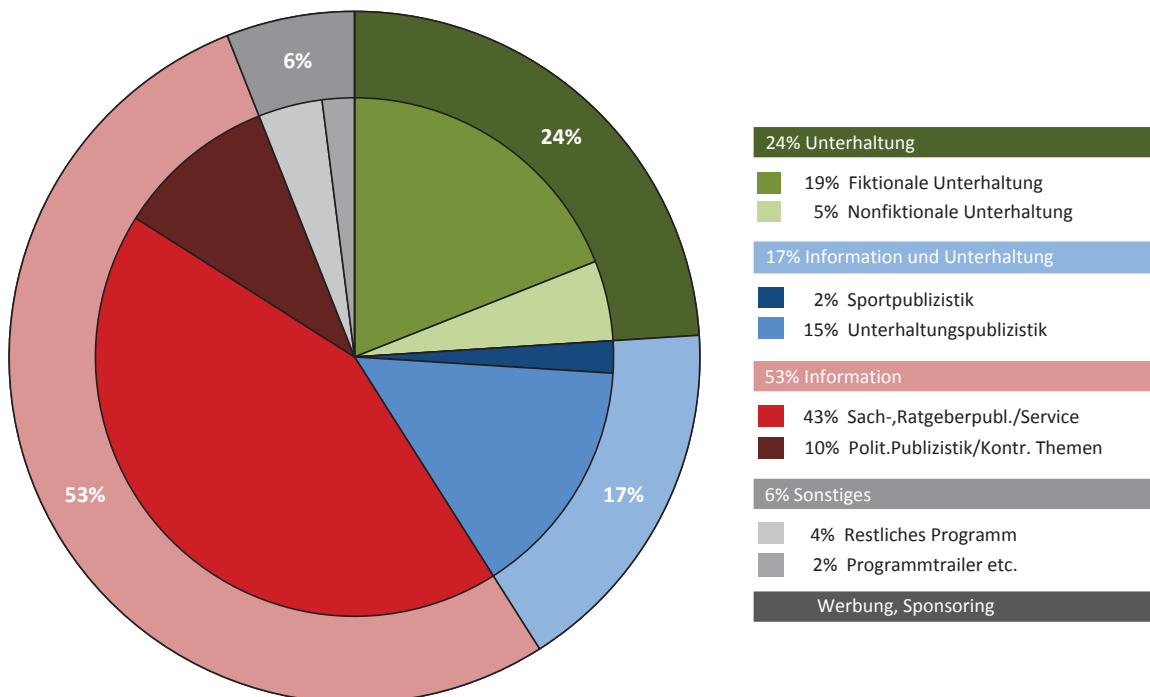
Auch beim Blick auf hybride Formate, die sowohl der Information als auch der Unterhaltung zuzuordnen sind, fällt auf, dass der SWR im Jahre 2018 hier eine Ausnahme bildet. Bei rbb, hr, BR, WDR, MDR, NDR und auch bei der ersten SWR-Studie liegen die Werte für Unterhaltungspublizistik deutlich vor der Sportpublizistik. Mit Unterhaltungspublizistik sind all jene Beiträge gemeint, die zum Themenkomplex Human Touch zu zählen sind. Hier handelt es sich grundsätzlich um Boulevardjournalismus, also Berichte über Prominente, Schicksale, aber auch Kriminalität oder Angstthemen. Der SWR legt mit 8 Prozent ein stärkeres Gewicht auf

den Sport als der rbb (2 Prozent) und das Gros der anderen Sender. Im Gegensatz zum reinen Unterhaltungssegment kann man in der Sparte des Infotainments keinen klaren Zuwachs im Zeitverlauf beobachten. Dieser Befund ist besonders vor dem Hintergrund des noch immer boomenden Reality-TV bemerkenswert.

Abschließend lohnt ein kurzer Blick auf die Struktur der Regionalberichterstattung in allen untersuchten Programmen. Die Sender mit dem größten Anteil an regionaler Berichterstattung sind mit deutlichem Abstand und jeweils 34 Prozent der Hessische und der Westdeutsche Rundfunk. Schlusslicht ist der MDR

Abbildung 8

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im SWR (42. KW 2012)



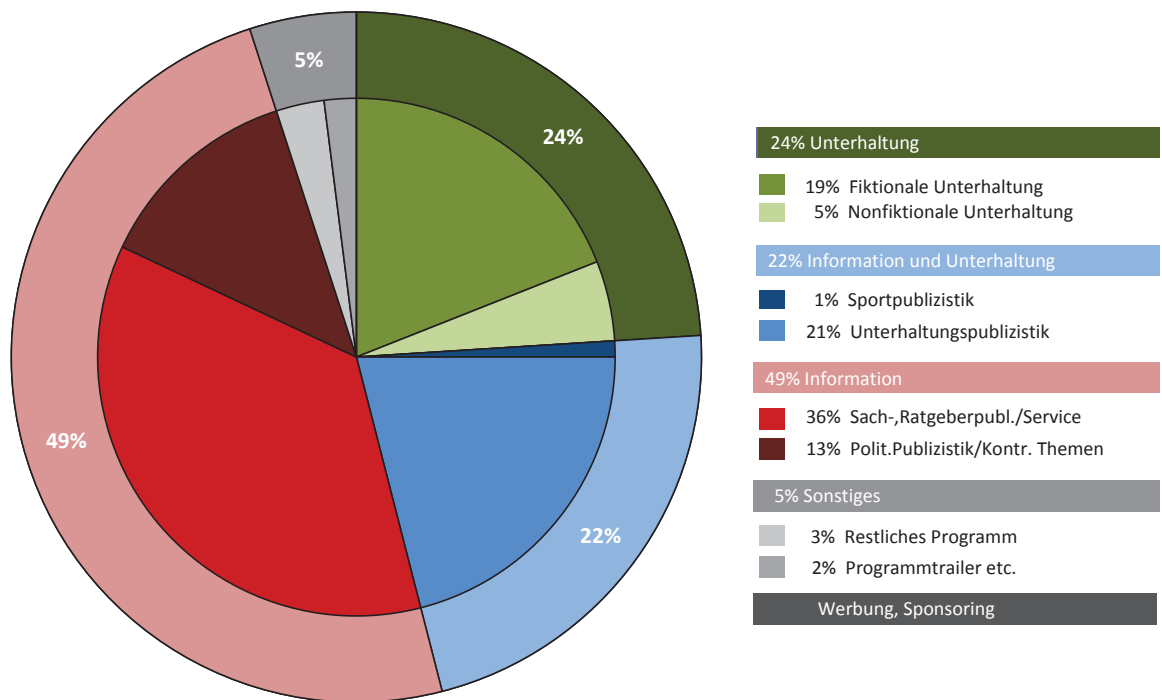
Quelle: eigene Darstellung.

mit knapp 10 Prozent, knapp vor dem rbb mit 13 Prozent. Innerhalb der regionalen bzw. lokalen Fernsehpublizistik erfolgt durchgehend eine Konzentration auf Magazine, nur der rbb berichtet häufiger in Nachrichtensendungen regionalspezifisch. Auch bei der Struktur der Regionalbezüge werden Unterschiede, aber auch Gemeinsamkeiten deutlich: Alle Dritten stellen einen Regionalbezug am häufigsten

über regionale bzw. lokale Akteure her. Beim rbb, WDR, MDR und NDR kommen regionale und lokale Ereignisse an zweiter Stelle, während SWR (in beiden Erhebungen), BR und hr am zweithäufigsten über regionale Themen berichten. Innerhalb der regionalen Themen konzentrieren sich die Dritten jedoch über alle Stichproben hinweg einheitlich vor allem auf regionale bzw. lokale Politik und Verwaltung.

Abbildung 9

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im NDR (42. KW 2012)



Quelle: eigene Darstellung.

7 Fazit

Mit der vorliegenden Untersuchung von rbb und SWR werden aktuelle Daten bereitgestellt, die auch als Diskussionsgrundlage dienen sollen, wenn es um die Frage nach dem Aufbau und der inhaltlichen Ausrichtung der Dritten Programme im öffentlich-rechtlichen Rundfunk geht. Darüber hinaus zielt die Studie auf eine Standortbestimmung ab: Erstmals konnten vergleichende Daten zur Programmleistung aller Dritten Programme der ARD vorgelegt werden. Diese gehören zusammengenommen zu den reichweitenstärksten Programmen auf dem deutschen Zuschauermarkt und legitimieren sich vor allem über ihr regionalspezifisches Programmangebot.

Durch die Konzeption der Studie – konkret: durch das gleiche inhaltsanalytische Instrumentarium – lassen sich Aussagen über format-strukturelle Gemeinsamkeiten, aber auch Profilunterschiede der untersuchten Programme treffen. Über alle Untersuchungen hinweg lässt sich einerseits festhalten, dass die Dritten Programme durchaus vergleichbare Strategien verfolgen. Hier sind unter anderem die Wiederholungsquoten im Tagesintervall (Ausnahme ist hier der Bayerische Rundfunk) oder die Fokussierung auf informierende Berichterstattung, wie sie auch im Rundfunkstaatsvertrag gefordert wird, zu nennen. Andererseits zeigen die Analysen aber auch, dass die Programme unabhängig voneinander ge-

plant, aufgestellt und produziert werden. So setzen beispielsweise BR, hr, SWR und rbb deutlich stärker auf unterhaltende Formate als ihre Schwesterprogramme aus dem Norden und Westen der Republik. Auf der inhaltlich-thematischen Ebene treten profilbildende Unterschiede noch stärker zutage, wenn man die regionalen Thematisierungsleistungen in den Blick nimmt. Hier spielen dann regionale Besonderheiten (Bevölkerungs- und Wirtschaftsstruktur, Traditionen und Brauchtum) und eigene redaktionelle Themensetzungen eine stärkere Rolle – wenn auch in vergleichsweise geringem quantitativem Umfang.

Schaut man auf alle bisher erhobenen Daten, wird noch etwas anderes deutlich. Der SWR wurde als einziger Sender bislang zweimal untersucht: Die erste Studie wurde 2013 publiziert, nun wurden aktuelle Zahlen vorgelegt. Das ist besonders interessant, da klar ersichtlich ist, wie sich der Sender entwickelt hat. Programmstrukturereformen spiegeln sich in den Daten wider, zum Beispiel in der stärkeren Betonung nonfiktionaler Unterhaltungsformate. Und hier wird auch deutlich, dass sich auch das lineare Fernsehen verändert – Konkurrenzangebote und veränderte Nutzungsgewohnheiten verlangen von den Programmacherinnen und Programmachern eine Reaktion. Es herrscht weiterer Forschungsbedarf.

Anhang

Hinweise zu den Autor*innen	68
Literatur.....	69
Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	71

Hinweise zu den Autor*innen

Eva Spittka promoviert am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Freien Universität Berlin. Im Bachelor- und Masterstudiengang hat sie Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Université de Fribourg in der Schweiz studiert. Sie arbeitet als Projektleiterin bei der GöfaK Medienforschung GmbH, Potsdam.

Joachim Trebbe ist seit 2011 Professor am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin und Leiter der Arbeitsstelle Medienanalyse und Forschungsmethoden. Seine Forschungsschwerpunkte sind Fernsehprogrammforschung, Forschungsmethoden, Migration und Medien.

Literatur

Aigner, Rafael (2018). Schweizer Volksentscheid: Öffentlicher Rundfunk überholt?, *Wirtschaftsdienst*, Vol. 98, Iss. 3, S. 156-157, online unter: <http://dx.doi.org> (abgerufen 07.09.2018).

ARD (2018): ARD-Pressemeldung „Wir sind deins“: ARD startet Public-Value-Aktion, online unter: www.ard.de, 11.06.2018 (abgerufen 07.09.2018).

ARD-Gremienvorsitzende (2001): Zum Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – eine medienpolitische Standortbestimmung der Gremienvorsitzenden der ARD, online unter: www.radiobremen.de, 04.12.2001 (abgerufen 07.09.2018).

Badische Zeitung (2013): Mehr Regionalität. Neue Akzente für das SWR-Fernsehprogramm, online unter: www.badische-zeitung.de, 15.10.2013 (abgerufen 02.01.2019).

Brandes, Michael (2013): SWR-Programmreform stößt auf internen Widerstand. *TV Wunschliste*, online unter: www.wunschliste.de, 01.07.2013 (abgerufen 21.01.2019).

Früh, Werner (2017): *Inhaltsanalyse*. 9. überarbeitete Auflage. Konstanz/München.

GöfaK Medienforschung GmbH (2018): Methodendokumentation zur kontinuierlichen Fernsehprogramm-forschung der Medienanstalten. *TV Programmstichprobe 2017*, online unter: www.die-medienanstalten.de, April 2018 (abgerufen 07.09.2018).

Infratest dimap (2018): Glaubwürdigkeit der Medien. Eine Studie im Auftrag des Westdeutschen Rundfunks WDR, online unter: www.wdr.de, 01.03.2018 (abgerufen 06.12.2018).

Kolb, Steffen/Baeva, Gergana/Schwotzer, Bertil (Hrsg.) (2013): *Gebühren gleich Qualität? Inhaltsanalyse der Schweizer Regionalfernsehprogramme*. Zürich/Chur.

Krause, Frank (2013): SWR verordnet seinem Fernsehprogramm eine Komplettreform. *Bis 2014. Schwarzwälder Bote*, online unter: www.schwarzwaelder-bote.de, 19.10.2013 (abgerufen 24.01.2019).

Krüger, Udo Michael (2018): Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung zur Gesamt- und Hauptsendezeit. *Programmanalyse 2017 – Teil 1: Sparten und Formen*. In: *Media Perspektiven* 4/2018, S. 176-198.

rbb (2017): Neue Sendungen, neue Formate, neue Sendezeiten: Der Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb) setzt seine umfassende Fernseh-Programmreform fort und startet im September 2017 mit neuen und überarbeiteten Formaten, online unter: www.rbb-online.de, 01.08.2017 (abgerufen 07.09.2018).

rbb (2018): Mediennutzung. Zahlen zum rbb Fernsehen, online unter: www.rbb-online.de (abgerufen 07.09.2018).

Rost, Dietmar (2004). Die Produktion der „Brandenburger“. Eine Fallstudie zu regionalem Fernsehen und dessen Bemühungen um Stiftung von Landesidentität durch Geschichte. *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, 29(4), 41-78.

RstV (2018): Rundfunkstaatsvertrag vom 31. August 1991. In der Fassung des Einundzwanzigsten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge, in Kraft getreten zum 25. Mai 2018.

Spittka, Eva/Wagner, Matthias/Beier, Anne (2017): *Unterhaltung aus Bayern, Klatsch aus Hessen? – Eine Programmanalyse von BR und hr*. OBS-Arbeitspapier Nr. 25, Frankfurt a. M., online unter: www.otto-brennerstiftung.de (abgerufen 06.09.2018).

SWR (2013): SWR Fernsehen will regionales Profil schärfen [Pressemeldung]. Online unter: www.presseportal.de, 28.06.2013 (abgerufen 30.01.2019).

SWR (2018): Organisation. Kennzahlen zum Programm, online unter: www.swr.de, 10.09.2018 (abgerufen 17.09.2018).

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 (2013): Zwischen Boulevard und Ratgeber-TV. Die Programmleistung der ARD-Dritten. OBS-Arbeitspapier Nr. 12, Frankfurt a. M., online unter: www.otto-brenner-shop.de, 01.10.2013 (abgerufen 13.12.2018).

Trebbe, Joachim/Beier, Anne/Wagner, Matthias (2015): Information oder Unterhaltung? – Eine Programm-analyse von WDR und MDR. OBS-Arbeitspapier Nr. 17, Frankfurt a. M., online unter: www.otto-brenner-shop.de, 27.07.2015 (abgerufen 13.12.2018).

Trebbe, Joachim/Maurer, Torsten (1999): Hörfunklandschaft Niedersachsen 1998. Eine vergleichende Analyse. Schriftenreihe der Niedersächsischen Landesmedienanstalt, Bd. 6. Berlin.

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/Ahrens, Annabelle (2012): Scripted Reality. Fiktionale und andere Formen der neuen Realitätsunterhaltung. In: Programmbericht der Medienanstalten 2011, S. 59-93.

Weiß, Hans-Jürgen/Beier, Anne/Spittka, Eva (2018): Fernsehvollprogramme 2017 – Programmstrukturen. In: Content-Bericht der Medienanstalten 2017, S. 54-96.

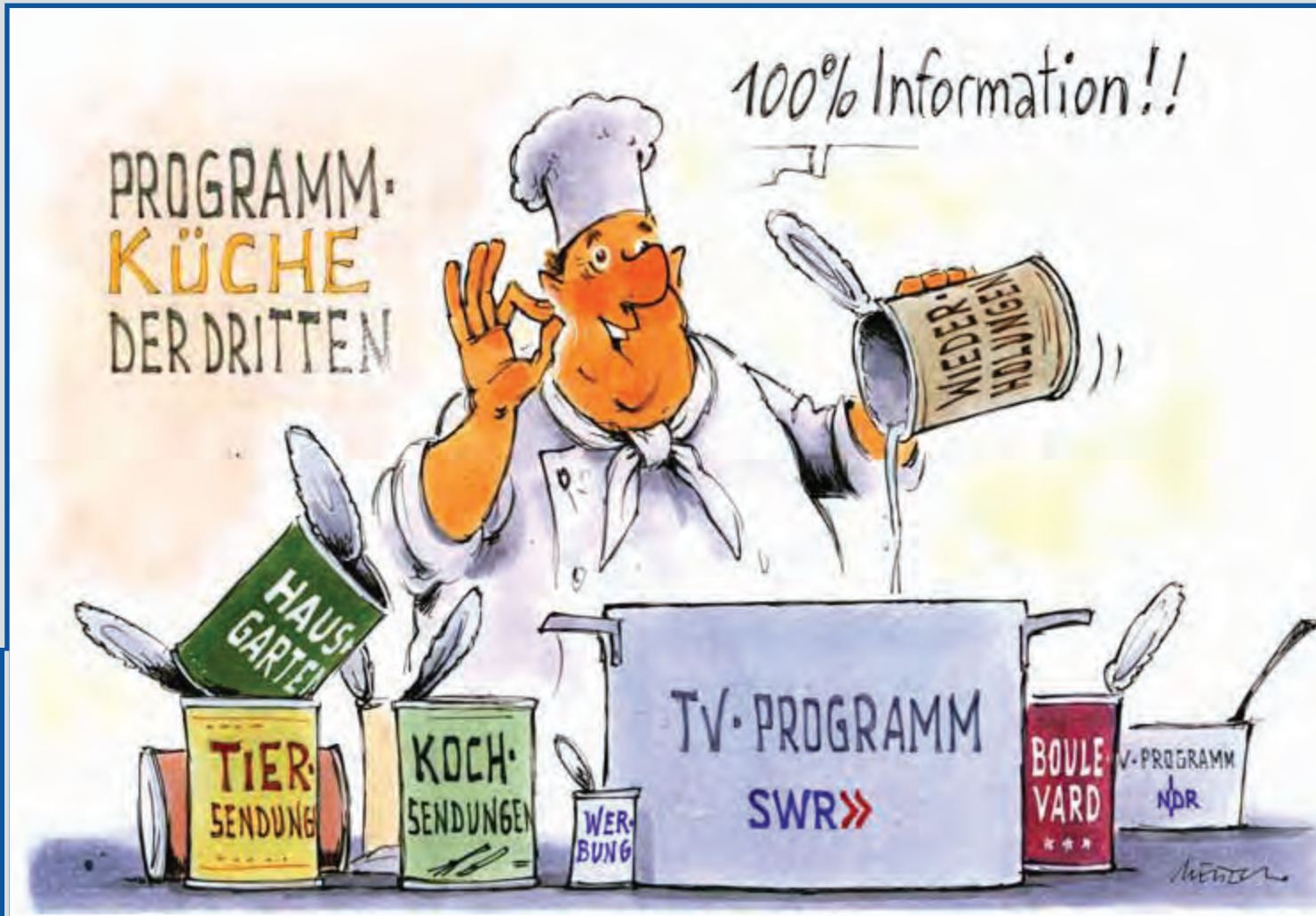
Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz (2018): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2017. In: Media Perspektiven, Heft 3/2018, S. 102-117.

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

Abbildung 1:	Schematische Darstellung des Untersuchungsdesigns	10
Abbildung 2:	Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im rbb (17. KW 2018).....	60
Abbildung 3:	Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im SWR (17. KW 2018)	61
Abbildung 4:	Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im BR (16. KW 2016)	62
Abbildung 5:	Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im hr (16. KW 2016)	63
Abbildung 6:	Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im WDR (42. KW 2014).....	64
Abbildung 7:	Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im MDR (42. KW 2014).....	64
Abbildung 8:	Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im SWR (42. KW 2012)	65
Abbildung 9:	Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote im NDR (42. KW 2012).....	66
Tabelle 1:	Die Struktur des Nachmittags- und Vorabendprogramms des rbb und SWR	12
Tabelle 2:	Übersicht über die Reliabilitätskoeffizienten.....	17
Tabelle 3:	Zeitumfang der Basiselemente der Sendungsanalyse	19
Tabelle 4:	Drittprogramme, Regionalfenster, Programmkooperationen	20
Tabelle 5:	Kurzfristige Programmwiederholungen	21
Tabelle 6:	Programmstruktur/Gesamtsendezeit	22
Tabelle 7:	Programmstruktur/Prime Time.....	23
Tabelle 8:	Programmstruktur/Gesamtsendezeit ohne kurzfristige Wiederholungen	24
Tabelle 9:	Formate der Fernsehpublizistik.....	26
Tabelle 10:	Nachrichtenformate	27
Tabelle 11:	Zeitumfang der Basiselemente der Beitragsanalyse	29
Tabelle 12:	Aktualität der Fernsehpublizistik.....	29
Tabelle 13:	Themenstruktur der Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit	31
Tabelle 14:	Themenstruktur der tagesaktuellen Fernsehpublizistik.....	32
Tabelle 15:	Themenstruktur der Nachrichtensendungen	34
Tabelle 16:	Themenstruktur der Magazinsendungen.....	35
Tabelle 17:	Zeitumfang der Basiselemente der Regionalanalyse	37
Tabelle 18:	Basiselemente der Regionalanalyse/Gesamtsendezeit.....	38

Tabelle 19:	Formate der regionalen Fernsehpublizistik	39
Tabelle 20:	Formate der regionalen Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit	40
Tabelle 21:	Struktur der Regionalbezüge	41
Tabelle 22:	Struktur der regionalen Themen.....	42
Tabelle 23:	Struktur der regionalen Akteure.....	43
Tabelle 24:	Stichprobendaten der Längsschnittanalyse	44
Tabelle 25:	Journalistische Formen der Beiträge	45
Tabelle 26:	Themenstruktur der Längsschnittanalyse	46
Tabelle 27:	Struktur der regionalen Themen in der Längsschnittanalyse	48
Tabelle 28:	Struktur der regionalen Akteure in der Längsschnittanalyse	49
Tabelle 29:	SWR: Zeitumfang der Basiselemente der Sendungsanalyse	50
Tabelle 30:	SWR: Drittprogramme, Regionalfenster, Programmkooperationen.....	52
Tabelle 31:	SWR: Kurzfristige Programmwiederholungen	52
Tabelle 32:	SWR: Programmstruktur/Gesamtsendezeit.....	53
Tabelle 33:	SWR: Formate der Fernsehpublizistik	54
Tabelle 34:	SWR: Zeitumfang der Basiselemente der Beitragsanalyse	55
Tabelle 35:	SWR: Aktualität der Fernsehpublizistik.....	55
Tabelle 36:	SWR: Themenstruktur der Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit.....	56
Tabelle 37:	SWR: Basiselemente der Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit	57
Tabelle 38:	SWR: Themenstruktur der regionalen Fernsehpublizistik/Gesamtsendezeit.....	58

Joachim Trebbe



Zwischen Boulevard und Ratgeber-TV

Eine vergleichende Programmanalyse
von SWR und NDR

Ein Projekt der Otto Brenner Stiftung
Frankfurt am Main 2013

OBS-Arbeitspapier Nr. 12

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

Eva Spittka, Matthias Wagner, Anne Beier



Unterhaltung aus Bayern, Klatsch aus Hessen?

Eine Programmanalyse von BR und hr

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Joachim Trebbe

Ein Projekt der Otto Brenner Stiftung
Frankfurt am Main 2017

OBS-Arbeitspapier 25

- Nr. 35 Agenda-Setting bei ARD und ZDF? – Analyse politischer Sendungen vor der Bundestagswahl 2017 (Marc Liesching, Gabriele Hooffacker)
- Nr. 34 Demoskopie, Medien und Politik – Ein Schulterchluss mit Risiken und Nebenwirkungen (Thomas Wind)
- Nr. 33 Zwischen Fanreportern und Spielverderbern – Fußballjournalismus auf dem Prüfstand (Tonio Postel)
- Nr. 32 Unsichere Arbeit – unsichere Mitbestimmung. Die Interessenvertretung atypisch Beschäftigter (Berndt Keller)
- Nr. 31 Aufstocker im Bundestag III – Eröffnungsbilanz der Nebenverdienste der Abgeordneten zu Beginn der 19. Wahlperiode (Sven Osterberg)
- Nr. 30 Netzwerk AfD. Die neuen Allianzen im Bundestag (Malene Gürgen, Christian Jakob, Sabine am Orde)
- Nr. 29 Lindners FDP. Profil – Strategie – Perspektiven (Michael Freckmann)
- Nr. 28 Unternehmensteuern in Deutschland. Rechtliche Grauzonen und zivilgesellschaftliche Alternativen (Christoph Trautvetter, Silke Ötsch, Markus Henn)
- Nr. 27 Polarisiert und radikalisiert? Medienmisstrauen und die Folgen (Oliver Decker, Alexander Yendell, Johannes Kiess, Elmar Brähler)
- Nr. 26 Aufstocker im Bundestag II – Bilanz der Nebenverdienste der Abgeordneten in der 18. Wahlperiode (Sven Osterberg)
- Nr. 25 Unterhaltung aus Bayern, Klatsch aus Hessen? Eine Programmanalyse von BR und hr (Eva Spittka, Matthias Wagner und Anne Beier)
- Nr. 24 #MythosTwitter – Chancen und Grenzen eines sozialen Mediums (Mathias König und Wolfgang König)
- Nr. 23 Informationsfreiheit – Mehr Transparenz für mehr Demokratie (Arne Semsrott)
- Nr. 22 Journalist oder Animateur – ein Beruf im Umbruch. Thesen, Analysen und Materialien zur Journalismusdebatte (Hans-Jürgen Arlt und Wolfgang Storz)
- Nr. 21 Ausverkauf des Journalismus? – Medienverlage und Lobbyorganisationen als Kooperationspartner (Marvin Oppong)
- Nr. 20 Die AfD vor den Landtagswahlen 2016 – Programme, Profile und Potenziale (Alexander Hensel, Lars Geiges, Robert Pausch und Julika Förster)
- Nr. 19 Bürgerbeteiligung im Fernsehen – Town Hall Meetings als neues TV-Format? (Nils Heisterhagen)

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 Konferenzen, 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.

... informiert regelmäßig mit einem Newsletter über Projekte, Publikationen, Termine und Veranstaltungen.

... 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 29. Mai 2018 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

Bank: HELABA Frankfurt/Main
IBAN: DE11 5005 0000 0090 5460 03
BIC: HELA DE FF

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

Bank: HELABA Frankfurt/Main
IBAN: DE86 5005 0000 0090 5460 11
BIC: HELA DE FF

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 98**
Lutz Frühbrodt, Annette Floren
Unboxing YouTube
Im Netzwerk der Profis und Profiteure
- **OBS-Arbeitsheft 97**
Wolfgang Schroeder, Stefan Fuchs
Neue Mitglieder für die Gewerkschaften
Mitgliederpolitik als neues Politikfeld der IG Metall
- **OBS-Arbeitsheft 96**
Rainer Faus, Simon Storks
Im vereinten Deutschland geboren – in den Einstellungen gespalten?
OBS-Studie zur ersten Nachwendegeneration
- **OBS-Arbeitsheft 95***
Bernd Gäbler
AfD und Medien
Erfahrungen und Lehren für die Praxis
- **OBS-Arbeitsheft 94***
Olaf Hoffjahn, Oliver Haidukiewicz
Deutschlands Blogger
Die unterschätzten Journalisten
- **OBS-Arbeitsheft 93***
Michael Haller
Die „Flüchtlingskrise“ in den Medien
Tagesaktueller Journalismus zwischen Meinung und Information
- **OBS-Arbeitsheft 92***
Bernd Gäbler
AfD und Medien
Analyse und Handreichungen
- **OBS-Arbeitsheft 91***
Alexander Hensel, Florian Finkbeiner u. a.
Die AfD vor der Bundestagswahl 2017
Vom Protest zur parlamentarischen Opposition
- **OBS-Arbeitsheft 90***
Hans-Jürgen Arlt, Martin Kempe, Sven Osterberg
Die Zukunft der Arbeit als öffentliches Thema
Presseberichterstattung zwischen Mainstream und blinden Flecken
- **OBS-Arbeitsheft 89**
Christina Köhler, Pablo Jost
Tarifkonflikte in den Medien
Was prägt die Berichterstattung über Arbeitskämpfe?
- **OBS-Arbeitsheft 88***
Bernd Gäbler
Quatsch oder Aufklärung?
Witz und Politik in heute show und Co.

* Printfassung leider vergriffen; Download weiterhin möglich.

OBS-Arbeitspapier 36

Krimis, Kontroversen, Kochrezepte

Das Regionale in den Dritten der ARD –
mit aktuellen Programmanalysen von rbb und SWR