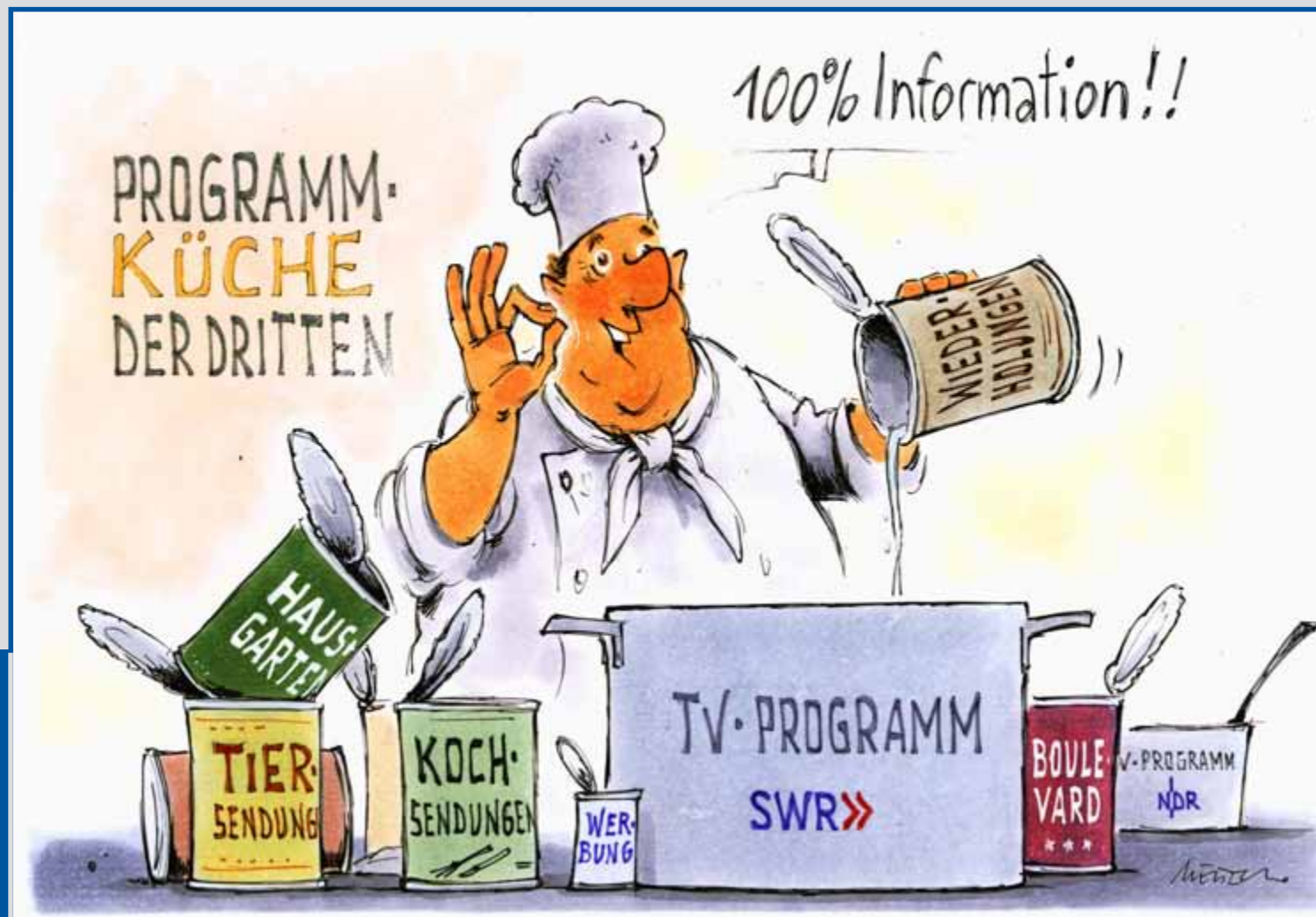


Joachim Trebbe



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

OBS-Arbeitspapier 12

Herausgeber:

Otto Brenner Stiftung
Jupp Legrand
Wilhelm-Leuschner-Straße 79
D-60329 Frankfurt/Main
Tel.: 069-6693-2810
E-Mail: info@otto-brenner-stiftung.de
Internet: www.otto-brenner-stiftung.de

Autor:

Prof. Dr. Joachim Trebbe
Freie Universität Berlin,
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft,
Arbeitsstelle Medienanalyse und Forschungsmethoden
Garystraße 55
D-14195 Berlin

Redaktion:

Dr. Burkard Ruppert (OBS) und Julian Wenz (OBS)

Titelkarikatur:

(c) Gerhard Mester, Wiesbaden

Gestaltung:

complot-mainz.de

Hinweis zu den Nutzungsbedingungen:

Dieses Arbeitspapier darf nur für nichtkommerzielle Zwecke im Bereich der wissenschaftlichen Forschung und Beratung und ausschließlich in der von der Otto Brenner Stiftung veröffentlichten Fassung – vollständig und unverändert – von Dritten weitergegeben sowie öffentlich zugänglich gemacht werden. In den Arbeitspapieren werden Ergebnisse der Forschungsförderung der Otto Brenner Stiftung dokumentiert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Für die Inhalte sind die Autorinnen und Autoren verantwortlich. Arbeitspapiere erscheinen nur online, nicht als Printprodukt.

Download und weitere Informationen: www.otto-brenner-stiftung.de

Vorwort

Vor wenigen Monaten hat die Otto Brenner Stiftung (OBS) die Studie „Im öffentlichen Auftrag. Selbstverständnis der Rundfunkgremien, politische Praxis und Reformvorschläge“ von Fritz Wolf veröffentlicht. In unserer „Gremien-Studie“ wurde u.a. die Forderung aufgestellt, dass Rundfunkräte sich zur Wahrnehmung ihrer Aufgaben auch externer Expertise bedienen sollten. Dies betreffe insbesondere auch den Bereich der Programmebeobachtung. Neben die subjektive Programmwahrnehmung und die von den Sendern selbst veröffentlichten Statistiken zu Programminhalten müsse eine unabhängige und wissenschaftlich fundierte Analyse treten.

Die Otto Brenner Stiftung will mit der nun vorliegenden Studie einerseits diesen Anspruch selbst einlösen und andererseits eine Forschungslücke schließen. Denn während die großen öffentlich-rechtlichen Vollprogramme *Das Erste* sowie das *ZDF* ebenso wie die private Konkurrenz von *RTL* und *Sat.1* in der Vergangenheit wiederholt Gegenstand intensiver Programmanalysen waren, sind solche Untersuchungen über die Dritten Programme bisher eher ein blinder Fleck. Dabei spielen sie gerade im Bereich der Programmaufsicht durch die gesellschaftlich relevanten Gruppen eine besondere Rolle. Aufgrund der regionalen Zusammensetzung der Rundfunkräte der Landesrundfunkanstalten gerät das jeweilige Dritte besonders in den Fokus der Debatten. Dies gilt umso mehr, da der *ZDF*-Fernsehrat weiterhin stark parteipolitisch dominiert und von Staatsvertretern geprägt ist und ein eigenes Aufsichtsgremium für das *ARD*-Gemeinschaftsprogramm *Das Erste* weiterhin fehlt.

Nicht zuletzt ist auch der Erfolg der Dritten beim Publikum – die Dritten gehören im Hinblick auf Reichweite und Marktanteil zu den erfolgreichsten Fernsehsendern überhaupt – ein wichtiges Argument dafür, diese stärker als bisher wissenschaftlich zu untersuchen.

Die Otto Brenner Stiftung freut sich, dass sie mit Herrn Professor Joachim Trebbe einen profilierten Autor gewinnen konnte, der seit Jahren erfolgreich Programmanalysen durchführt und veröffentlicht. Diese Untersuchung kann sich daher nicht nur auf bereits eingeführte Begriffe und Definitionen stützen, sondern sie ist zudem aufgrund der bewährten Methodik mit früheren Forschungsergebnissen vergleichbar.

Für unsere Studie wurden neben *Das Erste*, *ZDF*, *RTL* und *Sat.1* als Vergleichsgrößen die Programminhalte des Norddeutschen Rundfunks für Niedersachsen (*NDR*) und des Südwestrundfunks für Rheinland-Pfalz (*SWR*) quantitativ analysiert. Neben der allgemeinen Programmstruktur und Themenauswahl wurden dabei die abendlichen Landesmagazine und Landesnachrichten genauer betrachtet. Zusätzlich wurde untersucht, welche Akteure im Programm zu Wort kommen und mit welchen Mitteln ein Bezug von Themen zum jeweiligen Sendegebiet

hergestellt wird. Obschon sich die Studie zunächst auf quantitative Aussagen beschränkt und noch keine Aussagen über die eigentliche Qualität der Programminhalte trifft, sind die Ergebnisse bemerkenswert. Sie lassen zumindest Zweifel daran aufkommen, dass die untersuchten Dritten ihren Programmauftrag voll erfüllen.

Erstmals belegt die Studie, dass die Dritten Programme ihren Sendebetrieb nur durch Wiederholungsraten von rund 40 Prozent aufrecht erhalten können. Anders als bei der privaten Konkurrenz handelt es sich dabei zu einem Großteil um Wiederholungen von Sendungen, die mehrfach innerhalb nur einer Woche gezeigt werden. Die Boulevardisierung insbesondere des SWR hat inzwischen ein Ausmaß erreicht, das in etwa dem der privaten Konkurrenz entspricht. Zudem liegen die von den Sendern kolportierten Informationsanteile von bis zu 70 Prozent laut Studie deutlich niedriger, nämlich bei ca. 50 Prozent. Erreicht werden sie überhaupt nur, weil sich die Dritten zu Ratgebersendern entwickelt haben, in deren Mittelpunkt Garten, Kochen und Tiere stehen. Bei einem engeren Informationsbegriff (politische Information und Berichterstattung über gesellschaftlich kontrovers diskutierte Themen) liegt der Anteil am Programm sogar bei nur rund zehn Prozent. Die Wiederholungen sind dabei sogar mit berücksichtigt. Aus Sicht der OBS bemerkenswert ist auch die Tatsache, dass Arbeitnehmervertreter im Vergleich zu übrigen Repräsentanten aus der Wirtschaft deutlich weniger Gelegenheit haben, ihre Ansichten im Programm zu vertreten.

Die OBS will mit der Veröffentlichung der Studie einen Beitrag zur Debatte über die Qualität der Dritten Programme liefern. Diese Diskussion ist besonders vor dem Hintergrund tiefgreifender Veränderungen in der Medienlandschaft notwendig und wegen des spürbaren Wandels im Medienverhalten nicht nur der jungen Generation überfällig. Wenn wir darüber hinaus auch noch Denkanstöße für eine Veränderung des Programms im Sinne des öffentlich-rechtlichen Sendeauftrages liefern, hat die Untersuchung mehr als ihre Ziele erreicht.

Ich danke der Hans-Böckler-Stiftung für ihre Unterstützung dieses Projekts. Ohne diese finanzielle Beteiligung wäre die Untersuchung nicht zu realisieren gewesen.



Jupp Legrand

Geschäftsführer der Otto Brenner Stiftung

Frankfurt/Main, September 2013

Inhalt

1. Einführung	6
2. Fragestellung und Forschungskontext	7
3. Konzeption und Methode	9
3.1 Untersuchungsobjekte	10
3.2 Untersuchungszeitraum	11
3.3 Untersuchungsinstrumente	12
3.4 Durchführung der Codierung	15
3.5 Reliabilität und Validität	15
4. Die dritten Programme des SWR (RP) und des NDR (Nds.)	17
4.1 Produktionscharakteristika und Programmstruktur	18
4.2 Informations- und Thematisierungsleistungen	28
4.3 Regionalberichterstattung	37
4.3.1 Die Regionalberichterstattung im Gesamtprogramm	37
4.3.2 Die Regionalberichterstattung im Längsschnitt	45
5. Zusammenfassung und Diskussion	52
Literatur	61
Über den Autor	62

1. Einführung

In diesem Bericht werden die wichtigsten Ergebnisse einer Studie dargestellt, die zwischen Herbst 2012 und Frühjahr des Jahres 2013 an der Arbeitsstelle Medienanalyse / Forschungsmethoden der Freien Universität Berlin durchgeführt wurde. Im Kern handelt es sich dabei um eine vergleichende, quantitative Inhaltsanalyse der ausgestrahlten Programme von zwei dritten Programmen der Landesrundfunkanstalten des Südwestrundfunks (SWR) und des Norddeutschen Rundfunks (NDR). Die Programme wurden im Oktober 2012 eine Woche lang rund um die Uhr in jeweils einer Landesversion (SWR RP für Rheinland-Pfalz bzw. NDR NdS. für Niedersachsen) aufgezeichnet, digital gespeichert und dann von einer kommunikationswissenschaftlichen Forschungsgruppe unter der Leitung des Verfassers analysiert. Die einschlägigen Regionalmagazine der zwei Landesprogramme wurden zusätzlich drei weitere Kalenderwochen aufgezeichnet und im Hinblick auf ihre regionalen Themenbeiträge vertieft untersucht.

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse dieser Studie beschrieben, interpretiert und zum Teil auch im Vergleich zu anderen Programmen diskutiert. Die Programmdateien für diesen Vergleich stammen aus der kontinuierlichen Programmforschung der Landesmedienanstalten und betreffen die vier reichweitenstärksten Fernsehprogramme auf dem bundesweiten Fernsehmarkt, ARD/Erstes Programm (ARD), das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF), das Programm von RTL der RTL Group und Sat.1, ein Programm der ProSiebenSat.1 Media AG.¹

Der Bericht orientiert sich am Ablauf der Studie. Nach dieser Einführung wird im nächsten Kapitel die Fragestellung der Studie konkretisiert und in einen breiteren Forschungskontext eingeordnet (Kapitel 2). Daran anschließend wird die Konzeption und Methode der Studie beschrieben und begründet (Kapitel 3). Dann folgen die empirischen Ergebnisse der Studie (Kapitel 4) mit entsprechenden Abschnitten zur Beschreibung der Gesamtprogramme, der Informations- und Thematisierungsleistungen und der Regionalberichterstattung. Schließlich wird ein Fazit gezogen und ein zusammenfassender Vergleich vorgenommen (Kapitel 5).

Die Studie wurde mit Mitteln der Otto Brenner Stiftung (OBS) unterstützt, für die wir uns freundlich bedanken.

¹ Die Vergleichszahlen für die bundesweiten Fernsehvollprogramme entstammen den Stichprobenberichten für die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) und sind unter www.die-medien-anstalten.de (Themen -> Sender -> Fernsehen -> TV-Programmforschung) abrufbar.

2. Fragestellung und Forschungskontext

Der deutsche Fernsehmarkt ist durch das duale Rundfunksystem geprägt. Öffentlich-rechtliche und private Sender konkurrieren mit Programminhalten auf dem Zuschauermarkt und mit Reichweiten auf dem Werbemarkt. Den öffentlich-rechtlichen Programmen kommt dabei eine besondere Rolle zu: Sie sind für die publizistische Grundversorgung der deutschen Bevölkerung und hier insbesondere für die Sicherung der Meinungsvielfalt zuständig (BVerfG 73, 118, 1986). Die privaten Fernsehvollprogramme unterliegen ebenfalls konkreten Programmaufträgen, die zum Beispiel wesentliche Anteile an Information, Unterhaltung, Bildung und Beratung im Programm vorschreiben (§2 Abs. 2 Satz 3 RStV 15, 2013).

Die dritten Fernsehprogramme der ARD gehören zu den erfolgreichsten Sendern, wenn es um Reichweiten und Marktanteile geht (vgl. Zubayr/Gerhard 2011: 131). In einer Standortbestimmung der ARD-Gremienvorsitzenden wird den dritten Programmen ein besonderer Funktionsauftrag im Gesamtangebot der ARD zugewiesen:

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

Wie – d.h. in welcher Weise und in welchem Umfang – erfüllen die unterschiedlichen Programmsysteme ihren Funktionsauftrag? Was sind die Programmgenres und Formate, in denen politische Information stattfindet und wie kann man die journalistische Berichterstattung nach Qualitäts- und Relevanzgesichtspunkten beurteilen? Diesen Fragen wird in Deutschland für die acht reichweitenstärksten Fernsehvollprogramme (ARD/Das Erste, ZDF, Sat.1, RTL, ProSieben, VOX, RTL II und kabeleins) im Auftrag der Landesmedienanstalten regelmäßig in kommunikationswissenschaftlichen Studien nachgegangen (zuletzt: Medienanstalten 2013).

Das Instrumentarium dieser kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung wurde inzwischen auch mehrfach für die dreisprachigen Programme der SRG SSR in der Schweiz (vgl. Trebbe et al. 2012) und die privaten und öffentlich-rechtlichen Programme in Österreich (vgl. Woelke 2012) angewandt. In der deutschen Studie stehen die privaten Fernsehvollprogramme im Mittelpunkt – die Untersuchung wird durch die Landesmedienanstalten finanziert und dient schließlich auch aufsichtlichen Zwecken. Für die dritten Programme der ARD liegen dazu keine aktuellen Daten vor. Hier knüpft die vorliegende Studie an.

Die Studie will – in einem ersten Schritt auf dem Wege zu einer umfassenderen Untersuchung möglichst aller Dritten – zwei der Programme der ARD, das SWR Fernsehen und das NDR Fernsehen, genauer in den Blick nehmen und die fernsehpublizistischen² Programmleis-

gen inhaltsanalytisch untersuchen. Darüber hinaus soll insbesondere die regionale Thematisierungsleistung analysiert werden. Das Ziel der Untersuchung ist es, das Verhältnis von Informations- und Unterhaltungsanteilen sowie Anteilen für regionale Berichterstattungsformate zu bestimmen, den Umfang der (regionalen) Politikberichterstattung und anderer, konkurrierender Themensegmente zu quantifizieren und damit Vergleichsdaten zu anderen Fernsehvollprogrammen zu liefern.

Wie beschrieben sind aktuelle Programmdaten zum regionalen Fernsehen Mangelware. Im Auftrag der Landesmedienanstalten werden seit 2005 die Regionalprogrammfenster von RTL und SAT.1 kontinuierlich mit einem vergleichbaren Instrument untersucht (vgl. Volpers et al. 2010 und 2012). Die dritten Programme der ARD werden in diesen Untersuchungen nicht berücksichtigt.

Eine Programmanalyse, die Udo Michael Krüger im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission durchführt (vgl. zuletzt Krüger 2012), hat zwar bis vor einigen Jahren regelmäßig auch Daten zu den dritten Programmen der ARD publiziert (vgl. Krüger/Zapf-Schramm 1997 und 2000); aktuelle Daten liegen hier jedoch nicht vor. Eine ältere Einzelstudie, die sich ausschließlich mit den Inhalten und der Nutzung der Dritten beschäftigt hat, stammt aus dem Jahre 1999 (vgl. Brosius et al. 1999).

Schließlich kann man noch auf die Programmstatistiken der ARD zurückgreifen, wie sie bis zum Jahr 2010 im Jahrbuch der ARD veröffentlicht wurden (ARD 2010) und heute als Download (ARD 2011) zur Verfügung stehen. Diese beruhen auf den Programmcodierungen im Rahmen der AGF-Fernsehforschung, verfügen aber für eine differenzierte Analyse nicht über die notwendige Genauigkeit und genügen nicht den inhaltsanalytischen Anforderungen für einen zuverlässigen Programmvergleich.³

Zusammenfassend kann man festhalten, dass für einen der wichtigsten, d.h. stark nachgefragten und für die regionale Informationsleistung und Meinungsbildung besonders relevanten Akteur am bundesdeutschen Fernsehmarkt keine aktuellen und verlässlichen Daten zur Programmstruktur und zur fernsehpublizistischen Thematisierungsleistung vorliegen. Diese Forschungslücke möchte die vorliegende Studie – zumindest für die zwei untersuchten Programme – beheben.

Im folgenden Kapitel werden wir beschreiben, mit welcher kommunikationswissenschaftlichen Konzeption und Methode wir die Untersuchung dieser Fragestellung operationalisiert und durchgeführt haben.

² Unter „Fernsehpublizistik“ wird fernsejournalistische Berichterstattung im weitesten Sinne verstanden, siehe dazu auch die konzeptionellen und methodischen Ausführungen in Kapitel 3.3.

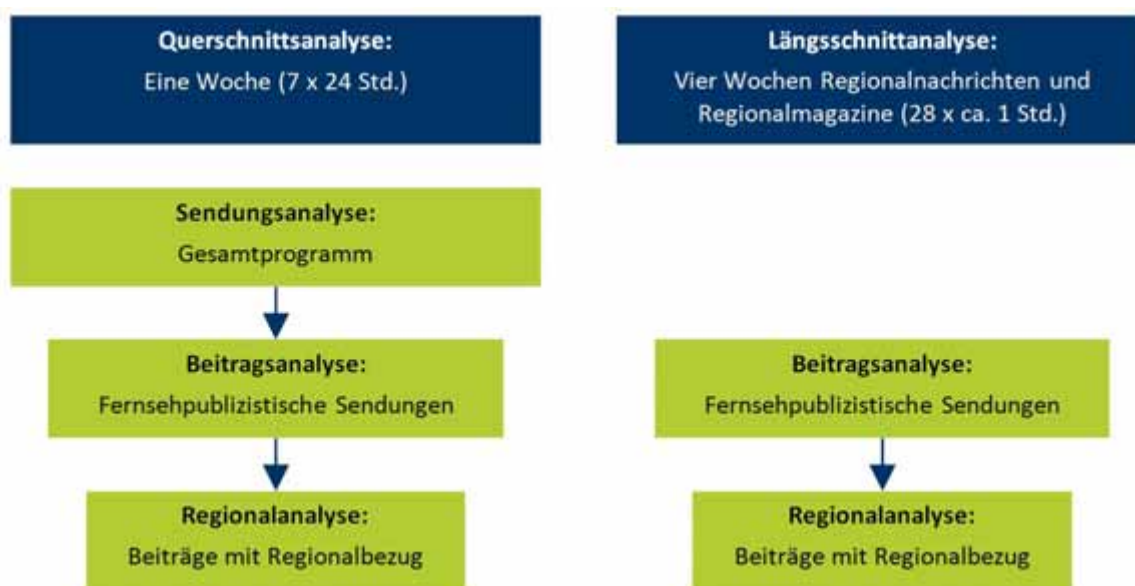
³ Vgl. zu dieser Problematik grundsätzlich Weiß 1998, S. 22-30.

3. Konzeption und Methode

Das Untersuchungsdesign der quantitativen Inhaltsanalyse bezieht sich auf zwei verschiedene Untersuchungskorpora und drei unterschiedliche Analysestufen, die aufeinander aufbauen (vgl. Abb. 1).

► Abbildung 1:

Schematische Darstellung des Untersuchungsdesigns



Quelle: eigene Darstellung

Die *Querschnittsanalyse* umfasst das Gesamtprogramm einer natürlichen Woche von SWR/RP und NDR/NdS.⁴ Die *Längsschnittanalyse* untersucht in einem Zeitraum von vier Wochen pro Sender und Tag zwei ausgewählte Sendungen der regionalen Fernsehpublizistik (vgl. Abschnitt 3.1).

Auf der ersten Untersuchungsstufe – der *Sendungsanalyse* – werden die Struktur und Produktionscharakteristika des gesamten ausgestrahlten Programms erfasst und diejenigen Untersuchungsfälle ausgewählt, die in der zweiten Stufe vertiefend analysiert werden. Dabei handelt es sich um alle fernsehpublizistischen – d.h. im weitesten Sinne der journalistischen

⁴ Untersucht wurde jeweils das Fernsehprogramm in einer Landesversion; beim SWR das in Rheinland-Pfalz ausgestrahlte Programm, beim NDR das Programm für Niedersachsen (vgl. Abschnitt 3.1). Im Folgenden sind immer diese Landesversionen gemeint, wenn von „SWR“ und „NDR“ die Rede ist.

Berichterstattung zurechenbaren – Sendungen, die in der *Beitragsanalyse* nach themenstrukturellen Gesichtspunkten Beitrag für Beitrag untersucht werden. Außerdem werden in Stufe zwei die zu analysierenden Fälle für die dritte Untersuchungsebene festgelegt: Beiträge, die einen inhaltlichen Bezug zu Rheinland-Pfalz im SWR bzw. Niedersachsen im NDR aufweisen. Diese Fälle werden in der *Regionalanalyse* untersucht, die die spezifisch auf das jeweilige Bundesland bezogene Thematisierungsleistung untersucht (vgl. Abschnitt 3.3).

3.1 Untersuchungsobjekte

Die Studie bezieht sich auf das Fernsehen des Südwestrundfunks in der Landesversion für Rheinland-Pfalz und des Norddeutschen Rundfunks in der Landesversion für Niedersachsen.

Die beiden Fernsehprogramme ähneln sich in einer Reihe von Rahmenbedingungen, so dass sie sich gut für eine vergleichende Untersuchung eignen: Beide sind so genannte *Dritte Programme* der ARD, d.h. regionale Fernsehvollprogramme, die von öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalten verantwortet und ausgestrahlt werden. Bei beiden Rundfunkhäusern handelt es sich dabei um *Mehrländeranstalten*, die für zwei bzw. vier Bundesländer zuständig sind (SWR: Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, NDR: Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein). Eine weitere Gemeinsamkeit besteht darin, dass an beiden Fernsehprogrammen zudem eine weitere Landesrundfunkanstalt beteiligt ist, die zu klein ist, um ein eigenes Fernsehvollprogramm zu gestalten (SWR: Saarländischer Rundfunk/SR, NDR: Radio Bremen/RB). Die Programmstruktur beider Fernsehprogramme besteht deswegen aus einem *Mantelprogramm* einerseits, welches zeitgleich in allen drei (SWR/SR) bzw. fünf (NDR/RB) Bundesländern ausgestrahlt wird und andererseits *regionalen Auseinandersaltungen* in die verschiedenen Landesstudios bzw. die kooperierenden Landesrundfunkanstalten (zu welchen Anteilen sich das Programm dabei jeweils aus dem gemeinsamen Mantelprogramm und den regionalen Auseinandersaltungen zusammensetzt, ist eine der zu beantwortenden Fragen der Studie).

Die vorliegende Untersuchung gliedert sich in zwei unterschiedliche Untersuchungskorpora:

Zum einen geht es um das gesamte Programmangebot von SWR und NDR. Die Grundgesamtheit ist hier jeweils das gesamte Programm, welches für die Bundesländer Rheinland-Pfalz (SWR) und Niedersachsen (NDR) ausgestrahlt wird, d.h. das Mantelprogramm von SWR und NDR plus das während der regionalen Auseinandersaltungen für Rheinland-Pfalz und Niedersachsen ausgestrahlte Programm. Diese Teilstudie wird im Folgenden als *Querschnittstudie* bezeichnet, soll sie doch einen Einblick quer durch alle Teile des gesamten Programms der beiden Dritten Programme ermöglichen. Als Gesamtprogramm werden dabei nicht nur

Sendungen verstanden, sondern auch Programmeigenwerbung (Trailer) und andere Füllteile zwischen Sendungen – kurz: alles, was auf dem Endgerät des Zuschauers ankommt.

Die zweite Teilstudie ist als *Längsschnittstudie* konzipiert: Ihre Grundgesamtheit beschränkt sich auf je zwei ausgewählte Sendungen pro Programm, die über einen längeren Zeitraum betrachtet werden sollen. Es handelt sich dabei um je ein Regionalknachrichtenmagazin und eine regionale Nachrichtensendung der beiden Landesstudios von SWR/RP und NDR/NdS. Dies betrifft folgende Sendungen und Ausstrahlungszeiten:

SWR

- SWR Landesschau Rheinland-Pfalz (Montag-Freitag, 18.45-19.45 Uhr)
- SWR Landesschau Rheinland-Pfalz aktuell (täglich, 19.45-20.00 Uhr)

NDR

- Hallo Niedersachsen (täglich, 19.00-19.30 Uhr)
- Niedersachsen 18:00 (Montag-Freitag, 18.00-18.15 Uhr)

3.2 Untersuchungszeitraum

Für die *Querschnittsstudie* (Analyse des Gesamtprogramms von SWR und NDR) wurde eine Stichprobe von einer natürlichen Woche, d.h. von sieben aufeinanderfolgenden Tagen, gezogen. Pro Sender liegt hier also das Programm von sieben Tagen à 24 Stunden – d.h. insgesamt 168 Programmstunden – vor. Dafür wurde das Programm der beiden Sender in der Kalenderwoche 42/2012, von Montag, 15. Oktober 2012, bis Sonntag, 21. Oktober 2012 aufgezeichnet und analysiert.⁵ Um die Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit den Daten der überregionalen Fernsehsender (ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1) zu gewährleisten, wurde dieser Untersuchungszeitraum parallel zur Herbststichprobe 2012 der Kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung der Medienanstalten („ALM-Studie“) gewählt.⁶

Die Stichprobe der *Längsschnittstudie* (Analyse von ausgewählten Regionalsendungen von SWR und NDR) umfasst die vier Kalenderwochen 42 bis 45/2012, d.h. 28 aufeinander folgende Tage, vom 15. Oktober bis 11. November 2012. Die erste Woche des Stichprobenzeitraums entspricht dabei dem Untersuchungszeitraum der Querschnittsstudie, so dass die zu untersuchenden Sendungen aus dieser Stichprobe herangezogen werden konnten. In den drei darauf

⁵ Dabei wurde die Konvention aus der Zuschauerprogrammforschung der AGF/GfK übernommen, nach der ein Programmtag von 3.00 bis 3.00 Uhr dauert, so dass die Aufzeichnung den genauen Zeitraum von Montag, 15.10.2012, 3:00:00 Uhr bis Montag, 22.10.2012, 3:00:00 umfasst.

⁶ Vgl. Stichprobenbericht Herbst 2012, abrufbar unter <http://www.die-medienanstalten.de/themen/sender/fernsehen/tv-programmforschung.html>.

folgenden Wochen (22.10.-11.11.2012) wurden die entsprechenden Sendungen zusätzlich aufgezeichnet. In diese Untersuchung gehen für den SWR insgesamt 25,5 und für den NDR insgesamt 18,5 Programmstunden ein.

3.3 Untersuchungsinstrumente

Durchgeführt wurden quantitative Inhaltsanalysen. Das Untersuchungsdesign umfasst dabei drei unterschiedliche Stufen, die aufeinander aufbauen: eine Sendungs-, eine Beitrags- und eine Regional-Analyse.

Für die ersten beiden Untersuchungsstufen – die Sendungs- und Beitragsanalyse – wurden die eingeführten Untersuchungsinstrumente aus der ALM-Studie⁷ verwendet und an einigen Stellen an die besonderen Bedingungen der öffentlich-rechtlichen Dritten angepasst. Das Codebuch für die dritte Stufe – die Regional-Analyse – wurde für die Studie neu entwickelt, orientiert sich aber ebenfalls an früheren Inhaltsanalysen regionaler Fernseh- und Hörfunkprogramme (vgl. u.a. Kolb et al. 2013; Volpers et al. 2012; Trebbe/Maurer 1999; Trebbe 1998).

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

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

Darüber hinaus wird die Platzierung bestimmter Programmelemente bzw. Sendungsgattungen (z.B. Nachrichten) erhoben und weiter differenziert. So können etwa thematisch universel-

⁷ Vgl. zur Methode zuletzt: Trebbe et al. 2013.

le Nachrichtensendungen von solchen mit spezifischem Schwerpunkt (Wetter, Wirtschaft etc.) unterschieden werden oder fiktionale Programme nicht nur nach Sparten (Filme, Serien, Zeichentrick etc.), sondern auch nach thematischen Genres (Western, Komödien, Liebesdramen etc.) kategorisiert werden (vgl. Trebbe et al. 2013: 237ff. und GöfaK Medienforschung 2013).

Um die Besonderheiten öffentlich-rechtlicher regionaler Drittprogramme abbilden zu können, wurden für die vorliegende Untersuchung einige zusätzliche Variablen und Ausprägungen entwickelt. Dies betrifft Übernahmen und Kreuzwiederholungen aus dem Ersten Programm der ARD, die Auseinanderschaltung des Programms in regionale Fenster und die Kreuzwiederholung von Sendungen aus den Regionalfenstern der jeweils anderen Landesstudios sowie einige besondere Sendungsformen wie Schulfernsehen/Tele-Kolleg, fremdsprachige Sendungen und Sendungen für Gehörlose, die in den acht Fernsehprogrammen der ALM-Studie⁸ nicht vertreten sind.

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

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

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

Die Themencodierung erfolgt anhand von insgesamt 14 Erhebungsdimensionen, die eine detaillierte Analyse der Themenstruktur der fernsehpublizistischen Beiträge erlauben. Darüber hinaus werden weitere formale und inhaltliche Kategorien gemessen wie die verwendeten

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

journalistischen Beitragsformen, die Aktualität der berichteten Ereignisse oder der Einsatz beratender Elemente (vgl. Trebbe et al. 2013: 241ff.).

Das Untersuchungsinstrument der Beitragsanalyse wurde für die vorliegende Studie ohne Abweichung aus der ALM-Studie übernommen. Die einzige Erweiterung betrifft eine Variable zur Kennzeichnung von Beiträgen, die einen relevanten Regionalbezug zu Rheinland-Pfalz (SWR) bzw. Niedersachsen (NDR) aufweisen, und die damit das Aufgriffskriterium für die dritte Analysestufe darstellt:⁹

Stufe 3 der Untersuchung bezieht sich ausschließlich auf thematisch klassifizierbare Beiträge (Codierung in der Beitragsanalyse) in fernsehpublizistischen Sendungen (Codierung in der Sendungsanalyse), die einen inhaltlichen Bezug zum jeweils relevanten Bundesland aufweisen (Codierung in der Beitragsanalyse). Auch hier stellen also thematisch unterscheidbare Beiträge die Untersuchungseinheiten dar. In die Analyse gehen aber nur noch solche Beiträge ein, die einen inhaltlichen Bezug zu Rheinland-Pfalz (SWR) bzw. zu Niedersachsen (NDR) aufweisen. Kreuzwiederholungen aus dem Ersten Programm der ARD wurden a priori aus der Regionalanalyse ausgeschlossen. D.h. Sendungen, die innerhalb von sieben Tagen vor ihrem Ausstrahlungszeitpunkt im Programm von SWR bzw. NDR im Ersten Programm der ARD ausgestrahlt wurden, wurden nicht auf inhaltliche Regionalbezüge überprüft.¹⁰

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

- Regionale Ereignisse
- Regionale Akteure
- Regionale Themen
- Regionale Konkretisierungen überregionaler bzw. universeller Themen
- Orte in der Region

Für die Variablen *Regionale Akteure*, *Regionale Themen* und *Orte in der Region* folgt im Anschluss eine Detailanalyse mittels weiterer Variablen zur systematischen Kategorisierung. So werden die Akteure und Themen gesellschaftlichen Subsystemen wie „Politik“ oder „Wirtschaft“ etc. bzw. Themenbereichen wie „Service“ oder „Human Touch“ zugeordnet und die Orte der Region in die drei (Rheinland-Pfalz) bzw. vier (Niedersachsen) ehemaligen Regierungsbezirke und die fünf bzw. acht Großstädte¹¹ eingruppiert.

9 Zusätzlich wurden auch Regionalbezüge zu den anderen Bundesländern des jeweiligen Sendegebiets der beiden Sender erfasst (SWR: Baden-Württemberg und Saarland; NDR: Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein). Diese Beiträge wurden jedoch nicht in die Regionalanalyse aufgenommen.

10 Dies betrifft beim SWR die Magazinsendungen ARD-Buffer und Brisant; beim NDR neben Brisant die Talksendungen Anne Will, Beckmann und Günther Jauch.

11 Städte mit mehr als 100.000 Einwohnern.

3.4 Durchführung der Codierung

Das Untersuchungsmaterial für beide Teiluntersuchungen besteht aus Programmaufzeichnungen, die an der FU Berlin über Satellit erfasst und digital aufgezeichnet wurden. Diese Programmaufzeichnungen sind mit einem Datums- und Zeitcode versehen, der eine sekundengenaue Vermessung der untersuchten Sendungen und Beiträge erlaubt.

Die Codierung des aufgezeichneten Fernsehprogramms wurde von zwei erfahrenen studentischen Projektmitarbeitern durchgeführt, auf die das Untersuchungsmaterial gleichmäßig verteilt wurde. Zusätzliches Hilfsmaterial bestand in den Programmankündigungen der Sender und zwei Fernsehprogrammzeitschriften („HÖRZU“ und „tv hören und sehen“).

Die Bearbeitung jeder Untersuchungsstufe nahm dabei jeweils rund sieben Wochen ein (zwei Wochen Schulung, eine Woche Codierung des Reliabilitätstests, vier Wochen Codierung des Materials).

3.5 Reliabilität und Validität

Validität und Reliabilität sind die zentralen Gütekriterien für empirische Forschungsarbeiten.

Die Validität stellt dabei das Maß für die Gültigkeit dar: Inwieweit misst das Untersuchungsinstrument was es messen soll? Für die vorliegende Studie musste in dieser Hinsicht das Rad nicht neu erfunden werden: Mit der ALM-Studie liegt eine langjährig erprobte und weithin anerkannte Methodik zur Analyse der Programmstrukturen und Themenvielfalt von Fernsehprogrammen vor, auf die zurückgegriffen werden konnte. Allerdings bestehen einige Unterschiede zwischen – teils privat-kommerziellen – überregionalen Vollprogrammen und den öffentlich-rechtlichen regionalen Dritten, die hier im Fokus stehen. Diesen Spezifika eines anderen Fernsehprogrammtyps wurde zum einen dadurch Rechnung getragen, dass die Untersuchungsinstrumente der Sendungs- und der Beitragsanalyse entsprechend adaptiert wurden (vgl. Abschnitt 3.3). Zum anderen wurde eine weitere Analysestufe – die Regionalanalyse – entwickelt und durchgeführt. Bei der Konzeption des Untersuchungsinstruments für die Regionalanalyse konnte ebenfalls auf einschlägige Forschungsarbeiten zur Messung von regionalen Thematisierungsleistungen zurückgegriffen werden. Für die Bestimmung von Regionalbezügen und die Ermittlung regionalspezifischer inhaltlicher Vielfalt sind demnach vor allem drei Dimensionen zentral: Themen, Akteure und Ereignisse. Das Untersuchungsinstrument für die Regionalanalyse wurde auf Grundlage dieser drei Kategorien aufgebaut.

Als Maßnahme zur Sicherung der Validität kann man auch die Durchführung der Längsschnittanalyse über einen Zeitraum von vier Wochen auffassen: Durch die längerfristige Beob-

achtung der Regionalberichterstattung steigt die Unabhängigkeit der Ergebnisse von Ereignissen oder Themenlagen.

Nicht zuletzt spielen die Codierer-Schulungen eine entscheidende Rolle für die valide Durchführung einer Studie. Durch umfangreiche und sorgfältige Schulungen im Umfang von jeweils zwei Wochen pro Untersuchungsstufe – d.h. insgesamt sechs Wochen – wurde sichergestellt, dass die Codierer die Untersuchungsinstrumente im Sinne der Forschungskonzeption verstanden und anwendeten.

Die Codierer-Schulung stellt gleichzeitig das wichtigste Instrument zur Herstellung von Reliabilität dar, also der Zuverlässigkeit und Reproduzierbarkeit von empirischen Arbeiten: Inwieweit wird zuverlässig (von verschiedenen Codieren und / oder zu verschiedenen Zeitpunkten) dasselbe gemessen? Zur Überprüfung dieses Gütekriteriums wurden auf jeder Analyseebene Inter-coder-Reliabilitätstests durchgeführt, deren Ergebnisse durchweg als sehr gut zu bezeichnen sind. Mittels gesonderter Analysen von Programmaufzeichnungen, die pro Test in etwa 50-80 Untersuchungseinheiten umfassen (vgl. Abb. 2), wird dabei überprüft inwieweit die verschiedenen Codierer dasselbe Material gleich behandeln, d.h. identisch codieren.

Es handelt sich dabei um fünf unterschiedliche Tests, die getrennt voneinander durchgeführt und ausgewertet wurden. Zwei beziehen sich auf die Festlegung der Untersuchungseinheiten der Sendungs- und der Beitragsanalyse. Die drei anderen Tests haben die Codierung der Variablen der Sendungs-, der Beitrags- und der Regionalanalyse zum Gegenstand.

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

► Abbildung 2:

Übersicht über die Reliabilitätskoeffizienten

Testdimensionen	Untersuchungseinheiten	Holsti-Koeffizient
Sendungsanalyse		
Festlegung der Untersuchungseinheiten	58	98,3
Codierung der Untersuchungseinheiten	78	96,6
Beitragsanalyse		
Festlegung der Untersuchungseinheiten	56	99,1
Codierung der Untersuchungseinheiten	61	95,8
Regionalanalyse		
Codierung der Untersuchungseinheiten	48	95,1

Quelle: eigene Darstellung

4. Die dritten Programme des SWR (RP) und des NDR (NdS.)

Im vorliegenden Kapitel werden die zentralen Ergebnisse aller Teiluntersuchungen vorgestellt.

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

Für die ersten beiden Untersuchungsstufen – die Sendungsanalyse (Abschnitt 4.1) und die Beitragsanalyse (Abschnitt 4.2) – werden dabei nicht nur die Ergebnisse von SWR und NDR ausgewiesen, sondern diese werden den Daten der vier reichweitenstärksten deutschen Fernsehvollprogramme (RTL, Sat.1, ARD/Das Erste, ZDF), die aus der kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung der Landesmedienanstalten vorliegen, gegenübergestellt.¹²

Auf derselben Datenbasis, also anhand eines durchschnittlichen Sendetages im Querschnitt einer Woche des Gesamtprogramms, wird im Anschluss die Regionalanalyse ausgewertet (Abschnitt 4.3.1). Aufgrund der fehlenden Vergleichsdaten entfällt dabei der Programmvergleich mit den bundesweiten Programmen und es werden nur die beiden in der vorliegenden Studie untersuchten Programme SWR und NDR ausgewiesen.

Die Befunde der regionalanalytischen *Längsschnittstudie* für SWR und NDR werden in Abschnitt 4.3.2 vorgestellt. Hier wechselt die empirische Basis: Berechnungsgrundlage ist nun jeweils der Gesamtumfang des in die Analyse eingegangenen Programmmaterials. Die Werte entsprechen also jeweils dem Anteil an den 25,5 Stunden der ausgewählten SWR-Regionalsendungen bzw. den 18,5 Stunden beim NDR.

¹² Vgl. Stichprobenbericht Herbst 2012, abrufbar unter <http://www.die-medienanstalten.de/themen/sender/fernsehen/tv-programmforschung.html>.

4.1 Produktionscharakteristika und Programmstruktur

Tabelle 1 zeigt zunächst den empirischen Bezugsrahmen der im Folgenden dargestellten Programm- und die erste Besonderheit der dritten Programme der ARD im Vergleich zu den anderen privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehprogrammen.

► **Tabelle 1:**

Zeitungsumfang der Basiselemente der Sendungsanalyse

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

Basiselemente	SWR ²	NDR ³	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Sendungen	23:32	23:23	22:53	23:02	19:28	18:59
Programmtailer etc. ⁴	0:28	0:37	0:46	0:32	1:10	1:12
Werbung und Teleshopping ⁵	-	-	0:17	0:23	3:19	3:48
Sponsoring ⁶	0:00	0:00	0:04	0:03	0:03	0:01
Gesamt	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

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

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

4 Hierunter werden Programmverbindungen und -überbrückungen wie Programmtailer, Programmhinweise, Videoschleifen, Webcams etc. zusammengefasst.

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

6 Vgl. §§ 2, 8 und 16 RStV (2013).

Quelle: eigene Darstellung

An einem durchschnittlichen 24-Stunden-Tag bestehen die Programme von SWR (RP) und NDR (NdS.)¹³ in 98 bzw. 97 Prozent der Sendezeit aus redaktionellen Fernsehsendungen. Dass diese Aussage nicht für jeden Programmtyp gilt, zeigt ein Blick auf die Daten von Sat.1 und RTL: Die privaten Programme müssen sich aus Werbung finanzieren, was zum einen dazu führt, dass in deutlich mehr als drei Stunden pro Tag *keine* redaktionellen Sendungen ausgestrahlt werden können (das entspricht bis zu 16 Prozent des gesamten Programmangebotes) und zum anderen zur Folge hat, dass mehr als eine Stunde pro Tag für die Identifikation und Vermarktung des eigenen Programms aufgewendet werden muss. Das ist mehr als doppelt so viel wie bei den Dritten (2 Prozent), die keine Werbung ausstrahlen dürfen/müssen und auch deutlich mehr als im Ersten Programm der ARD (3 Prozent) mit einer Werbebeschränkung für die Zeit nach 20 Uhr.

¹³ Wir werden im Folgenden auf die Bezeichnungen für die analysierten Programmversionen verzichten (vgl. dazu Kapitel 3).

Damit stehen dem SWR und dem NDR an einem durchschnittlichen Sendetag von Montag bis Freitag 23 Stunden und 32 Minuten bzw. 23 Stunden und 23 Minuten für die redaktionelle Programmarbeit zur Verfügung. Diese Nettosendezeit wird im Folgenden detailliert beschrieben.

Regionale Auseinandersaltungen

Wie groß die Unterschiede der Landesversionen der Dritten Programme sind, zeigt sich, wenn man die regionalen Auseinandersaltungen in die Landesstudios berücksichtigt (Tabelle 2). Der Umfang unterscheidet sich bei SWR und NDR deutlich. Während 10 Prozent des Gesamtprogramms im SWR landesspezifisch auseinander geschaltet werden, sind es im NDR 3 Prozent. Für den SWR betrifft das neben den verschiedenen Ausgaben der *SWR Landesschau Rheinland-Pfalz*¹⁴ noch eine Reihe weiterer Sendungen¹⁵, beim NDR handelt es sich um die beiden Sendungen *Hallo Niedersachsen* und *Niedersachsen 18.00*. Beide Programme übernehmen darüber hinaus täglich die Hauptausgabe der *Tagesschau* aus dem Ersten (15 Minuten), das entspricht etwa 1 Prozent des 24-Stunden-Tages.

¹⁴ *SWR Landesschau aktuell Rheinland-Pfalz, SWR Landesschau aktuell Rheinland-Pfalz 100 Sekunden, SWR Landesschau Rheinland-Pfalz.*

¹⁵ *Bekannt im Land, Essgeschichte(n), Flutlicht, Genuss ohne Grenzen, Grünzeug, Hierzuland, Landesart, Zur Sache Rheinland-Pfalz!*

► **Tabelle 2:****Drittprogramme, Regionalfenster, Programmkooperationen****Sendungsanalyse (in Prozent)¹**

Produktionscharakteristik	SWR	NDR	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Sendungen	98,0	97,4	95,4	96,0	81,1	79,1
Eigenprogramm	87,0	93,6	82,2	82,8	77,0	76,3
Drittprogramme ²	-	-	-	-	2,9	1,5
Regionalfenster ³	-	-	-	-	1,2	1,3
Regionale Auseinanderschaltung ⁴	10,0	2,8	-	-	-	-
Programmübernahme ⁵	1,0	1,0	-	-	-	-
ARD/ZDF-Gemeinschaftsprogramm	-	-	13,2	13,2	-	-
<i>In Verantwortung der ARD</i>	-	-	-	-	-	-
<i>In Verantwortung des ZDF</i>	-	-	13,2	13,2	-	-
Programmtailer etc.	2,0	2,6	3,2	2,2	4,9	5,0
Werbung und Sponsoring	0,0	0,0	1,4	1,8	14,0	15,9
Gesamt	100	100	100	100	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

2 Gesondert lizenzierte Drittprogramme, die wie z.B. dctp im Programm von RTL und Sat.1 ausgestrahlt werden.

3 Gesondert lizenzierte Regionalfenster auf den Frequenzen von RTL und Sat.1 (Auseinanderschaltung, werktäglich 30 Minuten). Pro Programm wird eine Fensterversion bzw. das überregionale Ersatzprogramm erfasst.

4 Programm, welches von den unterschiedlichen Landesstudios produziert wird.

5 20-Uhr-Tagesschau.

Quelle: eigene Darstellung

Wiederholungen

Eine wichtige Programmressource aller hier dargestellten Programme sind kurzfristige Wiederholungen (Tabelle 3). Die beiden dritten Programme sind in dieser Hinsicht grundsätzlich anders aufgebaut als die bundesweiten Vollprogramme. Die Wiederholungsquoten liegen sowohl beim SWR mit 39 Prozent als auch beim NDR mit 38 Prozent deutlich über denjenigen des Ersten Programms (15 Prozent) und des ZDF (13 Prozent), und auch noch weit entfernt von den entsprechenden Kennzahlen für RTL (22 Prozent) und Sat.1 (15 Prozent).

Der Grund für diese hohen Wiederholungsquoten der Dritten liegt vor allem in den Synergie-Effekten des ARD-Verbundes: Bei der SWR-RP-Variante werden an einem durchschnittlichen Sendetag 19 Prozent des Programms mit Sendungen bestritten, die im Untersuchungszeitraum entweder im Ersten Programm (11 Prozent) oder der jeweils anderen Landesversion (8 Prozent) ausgestrahlt wurden. Beim NDR liegen diese Werte bei 10 Prozent für Übernahmen aus dem Ersten und 13 Prozent für Wiederholungen der Regionalmagazine aus den jeweils anderen Landesversionen.

► Tabelle 3:

Kurzfristige Programmwiederholungen**Sendungsanalyse (in Prozent) ¹**

Produktionscharakteristik	SWR	NDR	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Sendungen	98,0	97,4	95,4	96,0	81,1	79,1
Erstsendungen	59,4	59,8	80,4	82,9	59,6	64,0
Kurzfristige Wiederholungen	38,6	37,6	15,0	13,1	21,5	15,1
Wiederholungen im Tagesintervall	12,1	9,6	13,0	12,5	16,9	11,5
Wiederholungen im Wochenintervall	7,5	5,2	2,0	0,6	4,6	3,6
Kreuzwiederholungen von ARD/Das Erste ²	10,8	10,1	-	-	-	-
Kreuzwiederholungen von Regionalfenstern ³	8,2	12,7	-	-	-	-
Programmtailer etc.	2,0	2,6	3,2	2,2	4,9	5,0
Werbung und Sponsoring	0,0	0,0	1,4	1,8	14,0	15,9
Gesamt	100	100	100	100	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

2 Erstausstrahlung im Ersten Programm der ARD.

3 Erstausstrahlung in einem anderen Regionalfenster.

Quelle: eigene Darstellung

Aber auch der Anteil der Standardwiederholungen innerhalb von 24 Stunden ist in allen Programmen beträchtlich. Zwischen 10 Prozent (NDR) und 17 Prozent (RTL) des täglichen Fernsehprogramms werden durch Inhalte bestritten, die innerhalb des letzten Sendetages schon einmal ausgestrahlt wurden.

Insgesamt führen diese Programmstrategien zu Anteilswerten für originäre Erstsendungen, die im Fall der untersuchten dritten Programme bei etwa 60 Prozent des durchschnittlichen Sendetages – und damit etwa auf dem Niveau der werbefinanzierten privaten Programme – liegen.

Programmstruktur

Wie beschrieben, wird im Rahmen der kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung zwischen drei Basiselementen des redaktionellen Programms unterschieden: (1) Fiktionale Unterhaltung besteht aus klassischen Filmen und Serienformaten, in denen Geschichten in dramaturgisch aufbereiteter Form erzählt werden, als (2) nonfiktionale Unterhaltung werden Sendungen bezeichnet, in denen Show- und Spielelemente im Vordergrund stehen und (3) schließlich wird unter Fernsehpublizistik der gesamte Bereich der journalistischen Berichterstattung und

Thematisierung verstanden, von den Nachrichten über Magazine, Reportagen und Dokumentationen bis zu den Talk-Shows.¹⁶

Betrachtet man zunächst nur die Verteilung dieser Basiselemente, zeigen sich sehr deutliche Unterschiede zwischen den Dritten Programmen der ARD, den bundesweiten öffentlich-rechtlichen Anbietern und den zwei privaten Spitzenprogrammen RTL und Sat.1 (Tabelle 4).

► **Tabelle 4:**

Programmstruktur / Gesamtsendezeit

Sendungsanalyse (in Prozent) ¹

Programmcharakteristik	SWR	NDR	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Sendungen	98,0	97,4	95,4	96,0	81,1	79,1
Fernsehpublizistik	73,8	72,3	48,7	44,8	25,9	18,5
Schulfernsehen	4,0	0,6	-	-	-	-
Sonstige fernsehpublizistische Formate	69,8	71,7	48,7	44,8	25,9	18,5
Fiktionale Unterhaltung	19,1	18,6	38,6	38,9	46,5	54,6
Nonfiktionale Unterhaltung	4,1	5,3	4,8	10,9	8,7	6,0
Sonstige Sendungen	1,0	1,2	3,3	1,4	-	0,0
Nonfiktionale Kindersendungen	1,0	1,2	3,3	1,0	-	-
Religiöse Sendungen	-	-	0,0	0,4	-	0,0
Programmtailer etc.	2,0	2,6	3,2	2,2	4,9	5,0
Werbung und Sponsoring	0,0	0,0	1,4	1,8	14,0	15,9
Gesamt	100	100	100	100	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung

Die Anteilswerte für fernsehpublizistische, also im weitesten Sinne journalistische Formate liegen bei SWR und NDR jeweils über der Zwei-Drittel-Marke (74 bzw. 72 Prozent) und damit noch einmal deutlich über den Werten von ARD/Erstes Programm (49 Prozent) und ZDF (45 Prozent), die systembedingt und traditionell erheblich über den fernsehpublizistischen Anteilen von RTL (26 Prozent) und Sat.1 (19 Prozent) liegen.¹⁷ In diesem Zusammenhang zeigt die Tabelle noch eine formatspezifische Besonderheit der Dritten: In beiden Programmen gibt es noch explizite Bildungsangebote in Form von Schulfernsehen. Das betrifft im SWR immerhin 4 Prozent der Sendezeit und beim NDR etwas weniger als 1 Prozent (NDR: zwei fremdsprachige

¹⁶ Zur Problematik der neuen, hybriden Formate des Realitätsfernsehen („Scripted Reality“) vgl. Weiß/Ahrens 2012. In den hier im Fokus stehenden Programmen werden solche Sendungen bisher nicht ausgestrahlt.

¹⁷ Vgl. dazu die Berichterstattung über die kontinuierliche Programmforschung der Landesmedienanstalten im Programmbericht (zuletzt Medienanstalten 2013).

Reportagen *Inside the British Isles* und *Esquisses de France*; SWR: Sendungen im Rahmen von „Planet Schule“ und „Tele-Akademie“¹⁸ sowie die fremdsprachige Reportage-Reihe *Cumbres de las ciencias naturales y la técnica*).

Fiktionale Sendungen stehen dagegen vergleichsweise im Hintergrund. Mit jeweils etwa 19 Prozent der täglichen Sendezeit ist diese Programmsparte in beiden dritten Programmen im Vergleich zu den bundesweiten Öffentlich-Rechtlichen und Privaten deutlich unterrepräsentiert. Der Spitzenwert im Herbst 2012 war für Sat.1 mit 55 Prozent der täglichen Sendezeit zu verzeichnen, gefolgt von RTL (47 Prozent) sowie dem ZDF und dem Ersten Programm der ARD mit jeweils 39 Prozent.

Bei Shows und Spielen fallen die Unterschiede zwischen den Programmen weitaus weniger deutlich aus. 4 Prozent für den SWR und 5 Prozent für das Programm des NDR liegen im Rahmen der Werte für ARD/Das Erste (5 Prozent) und Sat.1 (6 Prozent). Die Werte für nonfiktionalen Unterhaltungssendungen von RTL (9 Prozent) und ZDF (11 Prozent) liegen etwa doppelt so hoch.

► Tabelle 5:

Programmstruktur / Prime Time

Sendungsanalyse (in Prozent)¹

Programmcharakteristik	SWR	NDR	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Sendungen	98,2	98,2	92,5	91,1	78,2	73,9
Fernsehpublizistik	76,5	80,0	34,3	26,6	30,2	13,0
Schulfernsehen	-	-	-	-	-	-
Sonstige fernsehpublizistische Formate	76,5	80,0	34,3	26,6	30,2	13,0
Fiktionale Unterhaltung	20,3	12,0	43,8	56,7	28,2	52,1
Nonfiktionale Unterhaltung	1,4	6,2	14,4	7,8	19,8	8,8
Sonstige Sendungen	-	-	-	-	-	-
Programmtrailer etc.	1,8	1,8	2,5	2,5	5,2	6,3
Werbung und Sponsoring	0,0	0,0	5,0	6,4	16,6	19,8
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 5 Stunden pro Tag (18–23 Uhr).
Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung

¹⁸ *Experimentum Romanum, Meine Geschichte: Die Kuba-Krise, Risiko-Regionen, Schatten des Todes – Die Geschichte der Seuchen: Geißeln der Tropen – Malaria, Gelbfieber, Dengue, Wie entsteht eine Finanzkrise? Gehe hin und tue Gutes, Meilensteine der Naturwissenschaft und Technik, Extra English, Arm und Reich in Deutschland*

Sonstige, außerhalb dieser Basissystematik stehende Sendungsformen betreffen Kindersendungen (nur im öffentlich-rechtlichen Fernsehen) und Sendungen religiösen Inhalts (nur ARD und ZDF), fallen aber quantitativ mit Blick auf den durchschnittlichen 24-Stunden-Tag kaum ins Gewicht.

Den Blick auf die Struktur der Programme kann man in zweifacher Hinsicht etwas stärker fokussieren. Die erste dieser Fokussierungen betrifft die Prime Time zwischen 18 und 23 Uhr (Tabelle 5). Die Daten zeigen, dass SWR und NDR in dieser Zeit unterschiedliche Strategien verfolgen. Während der SWR die Show- und Spielsendungen stark einschränkt (1 Prozent) und dadurch fernsehpublizistische Formate (77 Prozent) und Filme/Serien (20 Prozent) etwas höher gewichtet, wird im NDR vergleichsweise deutlicher auf fernsehpublizistische Sendungen (80 Prozent) zu Lasten der fiktionalen Sendungen (12 Prozent) gesetzt.

Die zweite Fokussierung betrifft die Berücksichtigung der Wiederholungs- und Übernahmequoten der Programme (Tabelle 6). Reduziert man den Vergleich der Programmleistungen auf die Erstsendungen an einem durchschnittlichen 24-Stunden-Tag im Untersuchungszeitraum, ändert sich das Bild sehr stark. Durch die Wiederholungen und Übernahmen der Informationssendungen sinkt die Quote der fernsehpublizistischen Erstsendungen beim SWR auf 43 Prozent, beim NDR auf 42 Prozent und liegt damit etwa auf dem Niveau der ARD/Erstes Programm (42 Prozent) bzw. des ZDF (40 Prozent) – der Abstand zu den privaten Programmen RTL (20 Prozent) und Sat.1 (18 Prozent) ist dagegen auch aus dieser Perspektive relativ deutlich. Auch die Anteilswerte für fiktionalen Sendungen bleiben bei der Berücksichtigung der kurzfristigen Wiederholungen etwa auf dem gleichen Niveau wie für das gesamte Programm.¹⁹ Der gleiche Befund gilt auch für die Shows und Spiele.

¹⁹ Mit „kurzfristigen“ Wiederholungen werden in dieser Programmanalyse nur solche Sendungen erfasst, die innerhalb von 24 Stunden bzw. max. 7 Tagen wiederholt werden. Die Ausstrahlung älterer, bereits mehrfach gesendeter Filme und Serien bleibt davon unberührt.

► Tabelle 6:

Programmstruktur ohne kurzfristige Wiederholungen**Sendungsanalyse (in Prozent) ¹**

Programmcharakteristik	SWR	NDR	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Erstsendungen	59,4	59,8	80,4	82,9	59,6	64,0
Fernsehpublizistik	43,0	41,7	42,0	40,1	19,9	18,1
<i>Schulfernsehen</i>	4,0	0,6	-	-	-	-
<i>Sonstige fernsehpublizistische Formate</i>	39,0	41,1	-	-	-	-
Fiktionale Unterhaltung	12,2	11,9	31,2	32,2	35,0	40,9
Nonfiktionale Unterhaltung	4,0	5,3	3,9	9,2	4,7	5,0
Sonstige Sendungen	0,2	0,9	3,3	1,4	-	0,0
<i>Nonfiktionale Kindersendungen</i>	0,2	0,9	3,3	1,0	-	-
<i>Religiöse Sendungen</i>	-	-	0,0	0,4	-	0,0
Kurzfristige Wiederholungen	38,6	37,6	15,0	13,1	21,5	15,1
Programmtrailer etc.	2,0	2,6	3,2	2,2	4,9	5,0
Werbung und Sponsoring	0,0	0,0	1,4	1,8	14,0	15,9
Gesamt	100	100	100	100	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung

Was die Kategorisierung einer Sendung als „Fernsehpublizistik“ für das Themenspektrum der darin enthaltenen Beiträge bedeuten kann, wird im nächsten Abschnitt näher beleuchtet (vgl. Abschnitt 4.2). Schon auf der Ebene der Sendungsanalyse zeigt ein Blick auf die Formate der Fernsehpublizistik die Vielfalt der Gefäße, in denen journalistische Berichterstattung, oder besser: die fernsehspezifische Thematisierungsleistung stattfindet (Tabelle 7).

► **Tabelle 7:****Formate der Fernsehpublizistik****Sendungsanalyse (in Prozent) ¹**

Programmcharakteristik	SWR	NDR	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Fernsehpublizistik	73,8	72,3	48,7	44,8	25,9	18,5
Nachrichtensendungen ²	4,7	5,1	9,2	8,0	4,3	2,4
Magazine	31,9	27,2	20,3	23,3	16,1	11,4
<i>Tageszeitmagazine³</i>	5,3	2,9	12,2	12,2	9,0	9,0
<i>Regionalmagazine</i>	15,0	18,7	-	2,4	-	-
<i>Boulevardmagazine</i>	2,3	1,0	3,1	4,3	3,1	0,9
<i>Sonstige Magazine</i>	9,3	4,6	5,0	4,4	4,0	1,5
Reportagen, Dokumentationen	13,8	19,6	4,0	3,9	0,6	1,3
Interview-, Talkformate	9,8	6,1	6,0	2,9	1,9	1,2
Sportsendungen	1,3	0,6	1,3	1,2	-	-
Reality-TV-Formate	3,4	4,7	2,9	-	3,0	2,2
<i>Doku-Soaps</i>	3,4	4,7	2,9	-	3,0	0,4
<i>Daily Talks</i>	-	-	-	-	-	1,8
Schulfernsehen	4,0	0,6	-	-	-	-
Sonstige fernsehpublizistische Formate	4,9	8,4	5,0	5,5	-	-
Sonstige Sendungen	24,2	25,1	46,7	51,2	55,2	60,6
<i>Programmtailer etc.</i>	2,0	2,6	3,2	2,2	4,9	5,0
<i>Werbung und Sponsoring</i>	0,0	0,0	1,4	1,8	14,0	15,9
Gesamt	100	100	100	100	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

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

3 Einschließlich Frühstücksfernsehen.

Quelle: eigene Darstellung

Die untersuchten dritten Programme sind keine ausgesprochenen Nachrichtenkanäle. Der Anteil der Nachrichtensendungen an der täglichen Sendezeit liegt bei SWR und NDR bei etwa 5 Prozent und damit genau zwischen ARD/Erstes Programm (9 Prozent) und ZDF (8 Prozent) auf der einen Seite und RTL (4 Prozent) und Sat.1 (2 Prozent) auf der anderen Seite. Dazu ein kurzer Seitenblick auf die Nachrichtenformate (Tabelle 8). Von den oben genannten Anteilen für explizite Nachrichtensendungen in den Programmen von SWR und NDR (etwa 5 Prozent) wird der größte Teil erwartungsgemäß durch Nachrichten mit regionalem Fokus ausgefüllt. In beiden Programmen sind das 4 Prozentpunkte des Gesamtnachrichtenvolumens.

► Tabelle 8:

Nachrichtenformate**Sendungsanalyse (in Prozent) ¹**

Programmcharakteristik	SWR	NDR	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Nachrichtensendungen ²	4,7	5,1	9,2	8,0	4,3	2,4
Universelle Nachrichtensendungen	1,0	1,0	8,7	6,4	4,1	2,2
Nachrichten ³	1,0	1,0	4,0	2,4	1,4	0,9
Nachrichtenmagazine	-	-	2,7	2,3	2,5	-
Schlagzeilen, Kurznachrichten ⁴	-	-	2,0	1,7	0,2	1,3
Regionale Nachrichten	3,7	4,1	-	0,8	-	-
Nachrichten ³	2,8	3,5	-	0,8	-	-
Nachrichtenmagazine	0,3	0,3	-	-	-	-
Schlagzeilen, Kurznachrichten ⁴	0,6	0,3	-	-	-	-
Themenspezifische Nachrichtensendungen	-	-	0,5	0,8	0,2	0,2
Wetternachrichten	-	-	0,4	0,1	0,2	0,2
Wirtschaftsnachrichten	-	-	0,1	-	-	-
Europasnachrichten	-	-	-	0,7	-	-
Sonstige Sendungen	93,3	92,3	86,2	88,0	76,8	76,7
Programmtrailer etc.	2,0	2,6	3,2	2,2	4,9	5,0
Werbung und Sponsoring	0,0	0,0	1,4	1,8	14,0	15,9
Gesamt	100	100	100	100	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

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

3 Sendungsdauer: mindestens 6 Minuten.

4 Sendungsdauer: weniger als 6 Minuten.

Quelle: eigene Darstellung

Zurück zu den fernsehpublizistischen Formaten. Den mit Abstand größten Raum nehmen in beiden Dritten die Magazinsendungen ein. Beim SWR sind das 32 Prozent und beim NDR 27 Prozent eines durchschnittlichen 24 Stundentages, also etwa zwischen 6 und 8 Stunden täglich. Diese hohen Werte kommen dabei vor allem durch die täglichen Regionalmagazine zustande, die allein 15 (SWR) bzw. 19 Prozent (NDR) des 24-Stundentages ausfüllen. Magazinsendungen als fernsehpublizistisches Format sind insgesamt eher eine Domäne der öffentlich-rechtlichen Programme. ARD/Das Erste und ZDF liegen mit 20 bzw. 23 Prozent im Mittelfeld des Programmvergleichs, RTL und Sat.1 mit 16 bzw. 11 Prozent eher am unteren Ende der Skala. Darüber hinaus kann man festhalten, dass die bundesweiten Vollprogramme sich stärker über sog. Tageszeitmagazine, also themenuniverselle, moderierte Sendungen am Morgen

und am Mittag (zwischen 9 und 12 Prozent) profilieren, die es in diesem Umfang bei den Dritten nicht gibt (3 bzw. 5 Prozent). Dafür werden bei SWR und NDR längere Magazinschienen am Nachmittag platziert (SWR: *Kaffee oder Tee?* montags-freitags 16-18 Uhr; NDR: *Mein Nachmittag*, montags-freitags 16-18 Uhr und *DAS!* montags-freitags 18.45-19.30 Uhr).

Ebenfalls profilbildend für die Dritten sind monothematische Formate wie Reportagen und Dokumentationen (14 Prozent im SWR, 20 Prozent im NDR) und Gesprächsformate (10 bzw. 6 Prozent). Neben den Regionalmagazinen sind es vor allem diese Sendungen, die den Unterschied in der fernsehpublizistischen Programmsparte ausmachen. Im Vergleich zu den bundesweiten Vollprogrammen wird hier deutlich mehr Sendezeit investiert. Und auch hier muss man zusätzlich zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen unterscheiden. Während ARD/Erstes Programm und ZDF für beide Sendungsgattungen insgesamt 10 bzw. 7 Prozent aufwenden, sind es bei RTL und Sat.1 etwas weniger als 3 Prozent, die zusammen genommen für Reportagen, Dokumentationen, Interviewsendungen und Talkshows reserviert werden.

4.2 Informations- und Thematisierungsleistungen

Das Erhebungsmodell der Fernsehprogrammanalyse nähert sich dem Informationsbegriff in zwei Schritten an (vgl. Kapitel 3). Die Charakterisierung bestimmter Sendungstypen und Formate als Fernsehpublizistik ist dabei der erste Schritt um Programmgefäße zu identifizieren, die die Chance bieten, gesellschaftlich relevante Themen zu behandeln. Wie diese Chance dann innerhalb dieser Formate realisiert wird, ist Gegenstand des zweiten Analyseschrittes, der Themenanalyse auf Beitragsebene (Tabelle 9). Dazu wurden alle fernsehpublizistischen Sendungen – von den Nachrichten bis zur Talk-Show – zunächst daraufhin untersucht, inwieweit sie sich einer Themenanalyse unterziehen lassen bzw. welche Sendungselemente aus der weiteren Untersuchung ausgeschlossen werden müssen. Solche Sendungsteile sind z.B. Unterhaltungsbeiträge (Darbietungen, Sketche, Lieder, Filmausschnitte etc.), beitragsunabhängige Moderationen oder auch Gewinnspiele und Votings.

► Tabelle 9:

Zeitumfang der Basiselemente der Beitragsanalyse**Beitragsanalyse (in Std.:Min. pro Sendetag)¹**

Basiselemente	SWR	NDR	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Fernsehpublizistik	17:44	17:21	11:41	10:45	6:14	4:27
Thematisch klassifizierbare Beiträge ²	16:43	16:30	10:59	10:11	5:49	3:54
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge ³	1:01	0:51	0:42	0:34	0:25	0:33
Sonstige Sendungen	5:48	6:02	11:12	12:17	13:14	14:32
Programmtailer etc.	0:28	0:37	0:46	0:32	1:10	1:12
Werbung und Sponsoring	0:00	0:00	0:21	0:26	3:22	3:49
Gesamt	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

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

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

Quelle: eigene Darstellung

So wurden für die im Folgenden beschriebenen Ergebnisse jeweils mehr als 16 ½ Stunden des durchschnittlichen Sendetages der beiden Dritten Programme vertieft untersucht und analog zu den Programmen der kontinuierlichen Programmanalyse der Landesmedienanstalten analysiert und aufbereitet, das entspricht 70 bzw. 69 Prozent der täglichen Sendezeit.

Aktualität

Unter dem Gesichtspunkt der Programmqualität und Programmleistung hat die Aktualität der fernsehpublizistischen Berichterstattung einen besonderen Stellenwert. Ganz unabhängig von den behandelten Themen zeigt Tabelle 10 die Programmanteile (ohne Wiederholungen), die auf einen eindeutigen tagesaktuellen oder einen im Wochenverlauf liegenden Beitragsanlass zurückzuführen sind.

Dabei zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen dritten Programmen und den bundesweiten öffentlich-rechtlichen Vollprogrammen. Im Programm des SWR sind 7 Prozent des Gesamtprogramms der tagesaktuellen Fernsehpublizistik zuzuordnen, im Programm des NDR sind es 12 Prozent. Damit liegen die beiden Dritten Programme eher auf dem Niveau der

privaten Programme (RTL 7 Prozent, Sat.1 4 Prozent) als auf dem Niveau des Ersten (21 Prozent) und des ZDF (20 Prozent). Beim SWR und NDR sind die größten Werte für Beiträge ohne aktuellen Beitragsanlass zu finden (32 bzw. 28 Prozent) – die hohen Anteile dürften mit den Berichterstattungsthemen in den Magazinen zusammenhängen, wir werden weiter unten darauf noch einmal eingehen. Außerdem: In den beiden dritten Programmen liegt die fernsehpublizistische Wiederholungsquote jeweils bei 31 Prozent.

► **Tabelle 10:**

Aktualität der Fernsehpublizistik

Beitragsanalyse (in Prozent)¹

Aktualität	SWR	NDR	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Fernsehpublizistik: Erstsendungen	43,0	41,7	42,0	40,1	19,9	18,1
Tagesaktuelle Berichterstattung	6,7	11,5	21,3	19,6	6,5	4,1
Wochenaktuelle Berichterstattung	1,6	0,6	2,9	3,1	1,5	1,1
Kein aktueller Beitragsanlass	32,1	27,8	15,0	15,2	10,4	10,7
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	2,6	1,8	2,8	2,2	1,5	2,2
Fernsehpublizistik: Kurzfristige Wiederholungen	30,8	30,6	6,7	4,7	6,0	0,4
Restliches Programm	26,2	27,7	51,3	55,2	74,1	81,5
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).
Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung

Fernsehpublizistische Themenstruktur

Zur Erinnerung: Das fernsehpublizistische Segment ist bei den dritten Programmen der ARD, die hier untersucht wurden, besonders stark ausgeprägt. Insgesamt 74 Prozent der Gesamt-sendezeit des SWR wurden vertieft untersucht, beim NDR sind es 72 Prozent, gefolgt vom Ersten Programm der ARD mit 49 Prozent, dem ZDF mit 45 Prozent und schließlich RTL mit 26 Prozent und Sat.1 mit 19 Prozent.

Im Bezugsrahmen des durchschnittlichen 24-Stunden-Tages sind das also ganz unterschiedliche Ausgangsbedingungen für die Analyse und Interpretation der Thematisierungsleistungen. Dies zeigt schon ein Blick auf die ersten Kategorien der Themenanalyse (Tabelle 11). Ein Lesebeispiel: Im Programm des SWR sind insgesamt 10 Prozent der täglichen Sendezeit kontroversen Themen, also öffentlichen Streitfragen, die auf der medialen Tagesordnung stehen, gewidmet. Das entspricht etwa zwei Stunden und 24 Minuten. Im Kontext der gesamten Fernsehpublizistik sind diese 10 Prozentpunkte aber „nur“ ein Siebtel der Sendezeit, die

für Berichterstattung im weitesten Sinne im Programm des SWR reserviert sind. Im Ersten Programm der ARD liegt der Wert für diese kontroversen Themen bei 17 Prozent der täglichen Sendezeit und ist damit im Vergleich zum SWR sowohl absolut gesehen höher als auch im Verhältnis zur fernsehpublizistischen Sendezeit (etwas mehr als ein Drittel) stärker priorisiert.

► **Tabelle 11:**

Themenstruktur der Fernsehpublizistik / Gesamtsendezeit

Beitragsanalyse (in Prozent) ¹

Themenbereiche	SWR	NDR	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Fernsehpublizistik	73,8	72,3	48,7	44,8	25,9	18,5
Kontroverse Themen	10,3	12,6	17,3	13,1	2,8	1,4
Politik	4,9	9,5	13,8	9,8	1,9	0,9
Wirtschaft und Gesellschaft	5,4	3,1	3,5	3,3	0,9	0,5
Sach- und Ratgeberthemen	42,4	34,4	16,5	14,7	6,4	6,7
Kultur und Gesellschaft	25,4	22,2	9,7	7,7	4,4	3,6
Bildung, Wissen und Forschung	4,9	0,8	0,6	0,8	0,2	0,1
Natur und Umwelt	2,1	4,5	0,7	0,5	-	0,2
Verbraucher- und Gesundheitsthemen	8,0	4,9	3,7	4,3	1,1	2,5
Servicethemen	2,0	2,0	1,8	1,4	0,7	0,3
Human-Touch-Themen	15,0	20,8	8,2	11,0	14,3	8,0
Prominente, Menschen, Emotionen	13,4	16,6	5,2	8,2	12,4	6,7
Verbrechen, Unfälle	1,3	2,9	2,1	2,2	1,7	1,2
Besondere Schadensereignisse	0,3	1,3	0,9	0,6	0,2	0,1
Sport	1,9	1,0	3,7	3,6	0,7	0,2
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,2	3,5	3,0	2,4	1,7	2,2
Restliches Programm	26,2	27,7	51,3	55,2	74,1	81,5
Gesamt	100	100	100	100	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung

Im Hinblick auf die Thematisierung kontroverser Themen liegen die öffentlich-rechtlichen Programme (zwischen 10 und 17 Prozent) insgesamt deutlich vor den Privaten (3 Prozent für RTL und 1 Prozent für Sat.1). Der NDR legt dabei mit 10 Prozent im Vergleich zum SWR mit 5 Prozent einen deutlicheren Schwerpunkt auf Politikberichterstattung im engeren Sinne, also auf Themen, die nicht nur gesellschaftlich umstritten, sondern auch im politischen System „angekommen“ sind und auf der Agenda von Politikern, Parteien und politischen Entscheidungsinstanzen stehen. Zum Vergleich: Bei ARD/Das Erste und dem ZDF liegen die Werte für die politische Berichterstattung bei 14 bzw. 10 Prozent, bei RTL und Sat.1 sind es 2 bzw. 1 Prozent des durchschnittlichen Sendetages.

Die oben beschriebene Dominanz der Magazinsendungen in den dritten Programmen drückt sich auf der Ebene der Themen in einer starken Profilierung von Sach- und Ratgeberthemen aus. 42 Prozent der täglichen Sendezeit, das sind etwa 10 Stunden täglich, werden im Programm des SWR für Sach- und Ratgeberthemen aufgewandt. Im NDR Fernsehen sind es 34 Prozent (mehr als 8 Stunden) und damit deutlich mehr als in den öffentlich-rechtlichen Vollprogrammen (17 bzw. 15 Prozent), von den privaten Anbietern RTL (6 Prozent) und Sat.1 (7 Prozent) ganz zu schweigen.

Trotz dieses sehr unterschiedlichen Umfangs der unpolitischen, eher privat relevanten Themen im Bezugsrahmen des Gesamtprogramms zeigt sich für die Priorisierung innerhalb der Themengruppe eine deutliche Übereinstimmung zwischen allen hier verglichenen Programmen. An erster Stelle der Themenrangliste stehen immer Beiträge aus Kultur und Gesellschaft, also Berichterstattung über Kirche, Medien, Zivilgesellschaft, Kunst und Kultur. Beim SWR betrifft das mehr als 25 Prozent der Gesamtsendezeit und damit mehr als die Hälfte des gesamten unpolitischen Sachthemensegments, beim NDR Fernsehen sind es mit 22 Prozent nur geringfügig weniger.

Der zweitwichtigste Sachthemenblock ist – ebenfalls in allen verglichenen Programmen – das Segment der Verbraucher- und Gesundheitsthemen, also Informationen zu Konsum, Urlaub, Haushalt, privaten Finanzen etc. Besonders im SWR Fernsehen wird dafür mit fast zwei Stunden täglich (115 Minuten, 8 Prozent) vergleichsweise viel Sendezeit reserviert. Beim NDR sind es 5 Prozent (72 Minuten). Relativ gesehen werden diese Ratgeberthemen übrigens in den zwei öffentlich-rechtlichen bundesweiten Programmen und auch bei Sat.1 stark übergewichtet. In der ARD sind 4 Prozentpunkte von 17 Prozent, beim ZDF 4 von 15 Prozent und bei Sat.1 3 Prozentpunkte von 7 Prozent mit solchen Beiträgen gefüllt.

In Stunden und Minuten gerechnet räumen die beiden Dritten Programme der Human-Touch-Berichterstattung über Stars und Sternchen, Verbrechen, Unfälle und Katastrophen mehr Sendezeit ein als die bundesweite, öffentlich-rechtliche und private Konkurrenz. Beim SWR sind es 15 Prozent des 24-Stunden-Tages, das entspricht etwa 3 ½ Stunden; beim NDR sind es 21 Prozent, also mehr als 5 Stunden täglich. Zum Vergleich: RTL befasst sich in 14 Prozent seiner Sendezeit mit dieser Art von unterhaltungsorientierter Boulevard-Berichterstattung, das ZDF in 11 Prozent und das Erste Programm der ARD und Sat.1 jeweils in 8 Prozent.

Wie oben beschrieben, wird in der Fernsehpublizistik der dritten Programme vergleichsweise weniger Wert auf tagesaktuelle Berichterstattung gelegt. Fokussiert man auf diese tagesaktuellen Beiträge, verändert sich auch die Themenstruktur der untersuchten Programme sehr stark (Tabelle 12). ARD und ZDF leisten ihre Grundversorgung in Bezug auf die tagesaktuelle Informationsgebung mit etwa einem Fünftel der gesamten Sendezeit, die ihnen täglich zur Verfügung steht (21 bzw. 20 Prozent), davon ist jeweils der Großteil dem Themensegment der

kontroversen bzw. im weitesten Sinne politischen Themen zuzurechnen. Der NDR widmet sich in 12 Prozent der täglichen Sendezeit der tagesaktuellen Berichterstattung, hat aber eine andere Themengewichtung: Vor den kontroversen Themen (3 Prozent) rangieren unpolitische Sachthemen (5 Prozent) und auch Human Touch ist im tagesaktuellen Segment stark vertreten (3 Prozent).

► **Tabelle 12:**

Themenstruktur der tagesaktuellen Fernsehpublizistik

Beitragsanalyse (in Prozent) ¹

Themenbereiche	SWR	NDR	ARD	ZDF	RTL	Sat.1
Tagesaktuelle Fernsehpublizistik²	6,7	11,5	21,3	19,6	6,5	4,1
Kontroverse Themen	2,7	3,3	10,4	8,6	1,7	1,1
<i>Deutsche Politik³</i>	2,0	2,3	6,4	5,4	0,8	0,6
<i>Sonstige Politik</i>	0,3	0,3	2,4	1,7	0,5	0,3
<i>Wirtschaft</i>	0,2	0,3	0,9	0,6	0,1	0,2
<i>Gesellschaft</i>	0,2	0,4	0,7	0,9	0,3	0,0
Sach- und Ratgeberthemen	2,4	5,0	4,2	4,3	1,6	1,2
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	1,0	2,9	1,9	2,4	0,8	0,6
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	0,2	0,1	0,3	0,3	0,1	0,3
<i>Servicethemen</i>	0,8	0,6	1,8	1,4	0,6	0,3
<i>Sonstige unpolitische Sachthemen</i>	0,4	1,4	0,2	0,2	0,1	-
Human-Touch-Themen	0,7	2,7	3,4	3,8	2,8	1,6
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	0,3	1,3	2,0	2,3	1,8	0,9
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	0,3	0,9	0,8	0,9	0,8	0,6
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	0,1	0,5	0,6	0,6	0,2	0,1
Sport	0,9	0,5	3,3	2,9	0,4	0,2
Sonstige Fernsehpublizistik⁴	67,1	60,8	27,4	25,2	19,4	14,4
Restliches Programm	26,2	27,7	51,3	55,2	74,1	81,5
Gesamt	100	100	100	100	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

2 Ohne kurzfristige Wiederholungen.

3 Einschließlich deutscher Außenpolitik.

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

Quelle: eigene Darstellung

Der SWR bewegt sich im Hinblick auf den Umfang der tagesaktuellen Fernsehpublizistik auf einem niedrigeren Niveau (7 Prozent). Dabei werden kontroverse und unpolitische Themen etwa gleichgewichtig behandelt (3 bzw. 2 Prozent). Human-Touch-Berichte spielen eine untergeordnete Rolle (1 Prozent).

Die zwei privaten Programme wenden 7 (RTL) bzw. 4 Prozent (Sat.1) ihres Programmvolumens für tagesaktuelle Beiträge auf. Innerhalb dieses Segments werden jedoch in beiden Programmen vergleichsweise häufig Human-Touch-Themen behandelt (RTL: 5 Prozentpunkte, Sat.1 2 Prozentpunkte). Dagegen haben kontroverse und politische Themen in beiden Programmen nicht die Mehrheit der tagesaktuellen Sendeminuten (2 bzw. 1 Prozentpunkt), unpolitische Sach- und Ratgeberthemen sind mit 2 (RTL) bzw. 1 Prozentpunkt (Sat.1) ebenfalls vergleichsweise selten vertreten.

Die Themenstruktur der Nachrichtensendungen

Die Dritten Programme der ARD positionieren sich bei der Themenpriorisierung ihrer Nachrichten ähnlich wie das Erste Programm – mit einer signifikanten Ausnahme: Wie zu erwarten ist in den Dritten die Bedeutung der Auslandsberichterstattung vergleichsweise nachrangig (Tabelle 13). Bei der Berichterstattung, die die deutsche Innen- und Außenpolitik betrifft, liegen die Anteilswerte von SWR (40 Prozent) und NDR (35 Prozent) über bzw. auf dem Niveau von ARD/ Das Erste (38 Prozent) und ZDF (35 Prozent) und damit auch über denjenigen der privaten Programme RTL (21 Prozent) und Sat.1 (25 Prozent). Ausländische Politik (ohne explizite deutsche Beteiligung) nimmt dagegen bei beiden dritten Programmen lediglich 5 Prozent ein und rangiert damit deutlich hinter den hier verglichenen Programmen (zwischen 12 und 18 Prozent).

► Tabelle 13:

Themenstruktur der Nachrichtensendungen**Beitragsanalyse (in Prozent) ¹**

Themenbereiche	SWR t=1:08	NDR t=1:13	ARD t=2:13	ZDF t=1:56	RTL t=1:02	Sat.1 t=0:34
Kontroverse Themen	47,7	50,4	63,3	55,4	40,4	42,6
Deutsche Politik ²	40,3	35,4	38,2	34,6	20,7	24,8
Sonstige Politik	4,8	5,2	17,8	14,2	11,5	12,8
Wirtschaft	1,8	5,9	5,1	3,3	4,4	3,2
Gesellschaft	0,8	3,9	2,2	3,3	3,8	1,8
Sach- und Ratgeberthemen	28,0	18,9	15,2	17,0	21,3	16,4
Kultur und Gesellschaft	14,0	10,1	7,1	10,0	9,2	5,2
Verbraucher- und Gesundheitsthemen	0,3	1,5	0,3	0,3	1,4	1,3
Servicethemen	11,1	5,6	6,2	4,6	7,1	9,9
Sonstige unpolitische Sachthemen	2,6	1,7	1,6	2,1	3,6	-
Human-Touch-Themen	10,9	24,4	9,3	15,6	21,0	33,7
Prominente, Menschen, Emotionen	3,6	2,6	2,8	6,3	5,7	6,8
Verbrechen, Unfälle	5,8	14,4	1,9	4,8	11,3	22,2
Besondere Schadensereignisse	1,5	7,4	4,6	4,5	4,0	4,7
Sport	7,7	2,2	6,7	5,8	10,3	3,7
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	5,7	4,1	5,5	6,2	7,0	3,6
Gesamt	100	100	100	100	100	100

¹ Prozentuierungsbasis: Jeweiliger Zeitumfang der in den Programmen als Nachrichtensendungen klassifizierten Sendungen in Std.:Min. pro Sendetag. Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

² Einschließlich deutscher Außenpolitik.

Quelle: eigene Darstellung

Spiegelbildlich verhalten sich SWR und NDR bei der Gewichtung unpolitischer Sachthemen auf der einen und Human-Touch-Themen auf der anderen Seite. Während das SWR Fernsehen die Sachthemen mit 28 Prozent der täglichen Sendezeit von Nachrichtensendungen auf den zweiten Platz der Themenrangliste setzt, sind es beim NDR Fernsehen mit 19 Prozent erheblich weniger. Dafür rangiert beim NDR die Boulevardberichterstattung mit 24 Prozent (vergleichbar mit den Anteilswerten bei den privaten Programmen, 21 Prozent für RTL bzw. 34 Prozent für Sat.1) sehr viel höher als beim SWR mit 11 Prozent.

Die Themenstruktur der Magazinsendungen

Die starke Fokussierung der dritten Programme auf Magazinsendungen einerseits und Sach- und Ratgeberthemen andererseits zeigt sich, wenn man die Themenstruktur der Magazinbeiträge genauer in den Blick nimmt (Tabelle 14). Besonders der SWR hat hier einen deutlich

erkennbaren Schwerpunkt. Insgesamt werden von den 7 Stunden und 39 Minuten für Magazine fast zwei Drittel (65 Prozent) dieser Themengruppe – und darin wiederum den Bereichen Kultur und Gesellschaft – gewidmet. Der NDR folgt da mit deutlichem Abstand (46 Prozent) und liegt gleichauf mit Sat.1 (46 Prozent), wobei Sat.1 innerhalb der Themengruppe zwar auch auf Kultur und Gesellschaft setzt (22 Prozentpunkte), aber Verbraucherthemen fast genauso stark gewichtet (21 Prozentpunkte). Im Programm des NDR fällt das Verhältnis deutlicher zugunsten der gesellschaftlichen und kulturellen Beiträge aus (24 zu 12 Prozentpunkte).

► **Tabelle 14:**

Themenstruktur der Magazinsendungen

Beitragsanalyse (in Prozent) ¹

Themenbereiche	SWR t=7:39	NDR t=6:32	ARD t=4:51	ZDF t=5:35	RTL t=3:51	Sat.1 t=2:45
Kontroverse Themen	7,3	24,3	30,4	22,9	6,5	2,2
Politik	3,5	17,4	23,5	16,1	3,1	0,2
Wirtschaft und Gesellschaft	3,8	6,9	6,9	6,8	3,4	2,0
Sach- und Ratgeberthemen	64,6	46,4	30,6	32,9	24,9	45,9
Kultur und Gesellschaft	34,5	24,2	17,4	18,2	16,1	22,0
Verbraucher- und Gesundheitsthemen	15,5	12,3	6,1	7,9	6,3	21,3
Servicethemen	3,9	5,7	4,5	4,0	2,5	0,5
Sonstige unpolitische Sachthemen	10,7	4,2	2,6	2,8	0,0	2,1
Human-Touch-Themen	20,2	21,5	24,0	30,4	60,0	34,3
Prominente, Menschen, Emotionen	16,6	10,9	16,2	21,3	54,3	28,1
Verbrechen, Unfälle	3,2	7,6	5,5	8,0	5,3	6,1
Besondere Schadensereignisse	0,4	3,0	2,3	1,1	0,4	0,1
Sport	1,1	1,6	9,5	8,7	1,3	1,3
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	6,8	6,2	5,5	5,1	7,3	16,3
Gesamt	100	100	100	100	100	100

¹ Prozentuierungsbasis: Jeweiliger Zeitumfang der in den Programmen als Magazinsendungen klassifizierten Sendungen in Std.:Min. pro Sendetag. Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung

Im SWR findet zusätzlich zu den unpolitischen Sach- und Ratgeberthemen in den Magazinen vor allem Human-Touch-Berichterstattung statt (20 Prozent). Politische Themen im engeren Sinne werden untergewichtet (4 Prozent). Beim NDR fällt das Verhältnis von Politik und Human Touch in Magazinen dagegen günstiger für politische Beiträge aus (17 Prozent Politik, 22 Prozent Human Touch).

Das Angebot von RTL im Bereich der Magazine ist dagegen am deutlichsten durch Human-Touch-Themen profiliert. Hier sind 6 von 10 Sendeminuten den Prominenten, Stars und Sternchen, Sex und Crime vorbehalten. Politik im engeren Sinne rangiert dagegen unter ferner liefen (3 Prozent). Und auch Sat.1 setzt eindeutig stärker auf Boulevardberichterstattung (34 Prozent) als auf Politik (weniger als 1 Prozent).

ARD/Das Erste und das ZDF verhalten sich übrigens in dieser Hinsicht sehr unterschiedlich: Während Das Erste Politik und Human Touch in Magazinen etwa gleich gewichtet (jeweils 24 Prozent), setzt das ZDF in diesem Format stärker auf Boulevard (30 Prozent) als auf Politik im engeren Sinne (16 Prozent), jedenfalls gemessen an der Sendezeit, die an einem durchschnittlichen 24-Stunden-Tag dafür zur Verfügung steht.

4.3 Regionalberichterstattung

Die dritten Programme der ARD haben den besonderen Auftrag, die Themen und Ereignisse in den Regionen abzubilden und in ihren Verbreitungsgebieten zur Information bzw. zur Willens- und Meinungsbildung beizutragen. Im Rahmen dieser Studie wird der Umsetzung dieses Auftrags aus zwei unterschiedlichen Blickwinkeln nachgegangen. Zunächst werden wir im folgenden Abschnitt 4.3.1 im Bezugsrahmen des 24-Stunden-Tages bleiben und für die beiden Dritten Programme untersuchen, welche Beiträge mit Regionalbezügen in welchem Programmkontext und mit welchen thematischen Schwerpunkten ausgestrahlt werden. Danach werden wir in Abschnitt 4.3.2 die Ergebnisse der Längsschnittanalyse darstellen, die sich ausschließlich auf die expliziten Regionalmagazine und regionalen Nachrichtensendungen des SWR Fernsehens und des NDR Fernsehens beziehen und das Ergebnis einer Beobachtung über insgesamt vier Kalenderwochen sind (vgl. zur Konzeption Kapitel 3).

4.3.1 Die Regionalberichterstattung im Gesamtprogramm

Im Folgenden werden diejenigen fernsehpublizistischen Beiträge genauer in den Blick genommen, die sich auf das Bundesland der jeweiligen Landesversion der dritten Programme der ARD beziehen, also Rheinland-Pfalz für den SWR bzw. Niedersachsen für den NDR. Insgesamt wurden dafür 6 Stunden und 59 Minuten genauer untersucht (Tabelle 15).

► **Tabelle 15:****Zeitumfang der Basiselemente der Regionalanalyse****Regionalanalyse (in Std.:Min. pro Sendetag)¹**

Basiselemente	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	17:44	17:21
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland ²	4:16	2:43
Restliche Fernsehpublizistik	12:27	13:47
<i>Mit Bezug zum Sendegebiet³</i>	4:08	6:02
<i>Ohne Bezug zum Sendegebiet³</i>	8:19	7:45
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge ⁴	1:01	0:51
Restliches Programm	6:16	6:39
Sonstige Sendungen	5:48	6:02
Programmtailer, Sponsoring etc.	0:28	0:37
Gesamt	24:00	24:00

- 1 Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).
Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).
- 2 Das betrifft beim SWR Rheinland-Pfalz und beim NDR Niedersachsen.
- 3 Das betrifft beim SWR Baden-Württemberg und das Saarland, beim NDR Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein.
- 4 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

Die Verteilungen sind für die zwei Programme sehr unterschiedlich. Im Fall des SWR wurden im Tagesdurchschnitt 4 Stunden und 16 Minuten identifiziert, in denen über Themen, Ereignisse oder Akteure aus Rheinland-Pfalz berichtet wurde, das entspricht etwa 18 Prozent des Gesamtprogramms. Beim NDR sind es mit 2 Stunden und 4 Minuten deutlich weniger, in denen explizit auf Niedersachsen Bezug genommen wird und damit mit 11 Prozent des durchschnittlichen 24-Stunden-Tages (Tabelle 16).

► Tabelle 16:

Basiselemente der Regionalanalyse / Gesamtsendezeit**Regionalanalyse (in Prozent)¹**

Basiselemente	SWR	NDR
Fernsehpublizistik	73,8	72,3
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland ²	17,8	11,3
Fernsehpublizistik ohne Bezug zum Bundesland ²	51,8	57,5
<i>Mit Bezug zum Sendegebiet³</i>	17,2	25,2
<i>Ohne Bezug zum Sendegebiet³</i>	34,6	32,3
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge ⁴	4,2	3,5
Restliches Programm	26,2	27,7
Sonstige Sendungen	24,2	25,1
Programmtailer, Sponsoring etc.	2,0	2,6
Gesamt	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

2 Das betrifft beim SWR Rheinland-Pfalz und beim NDR Niedersachsen.

3 Das betrifft beim SWR Baden-Württemberg und das Saarland, beim NDR Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein.

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

Quelle: eigene Darstellung

Formate

In beiden dritten Programmen sind es vor allem Magazinbeiträge, die für den regionalen Bezug verantwortlich sind (Tabelle 17). So ist beim SWR Fernsehen jede zehnte Sendeminute ein regionaler Magazinbeitrag (10 Prozent), beim NDR sind es 6 Prozent. Nachrichtenbeiträge sind aus dieser Perspektive erwartungsgemäß quantitativ weniger relevant (3 bzw. 2 Prozent), da hier ja erstens auf das gesamte Programm eines durchschnittlichen Programmtages prozentuiert wird und zweitens durch die Betrachtung der Beitragsdauern kürzere Beiträge geringere Anteilswerte bekommen. Darüber hinaus fallen für das SWR Fernsehen vor allem Reportagen und Dokumentationen ins Gewicht. Etwa 4 Prozent der Gesamtsendezeit repräsentieren damit das zweitwichtigste Format der regionalen Bezugnahme auf Rheinland-Pfalz. Beim NDR Fernsehen sind es mit 2 Prozent nur die Hälfte.

► **Tabelle 17:****Formate der regionalen Fernsehpublizistik****Regionalanalyse (in Prozent) ¹**

Programmcharakteristik	SWR	NDR
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland	17,8	11,3
Nachrichtensendungen	2,8	1,8
Magazine	10,1	6,2
Reportagen, Dokumentationen	3,6	1,8
Interview-, Talkformate	0,1	0,3
Sportsendungen	0,5	0,2
Reality-TV-Formate (Doku-Soaps)	-	0,4
Schulfernehen	0,1	-
Sonstige fernsehpublizistische Formate	0,6	0,6
Restliche Fernsehpublizistik	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,2	3,5
Restliches Programm	26,2	27,7
Gesamt	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung

Themenstruktur

Politik steht nicht an erster Stelle der fernsehpublizistischen Beiträge mit Regionalbezug (Tabelle 18).

Im SWR setzt sich der Befund fort, dass das Programm in erster Linie durch Sach- und Ratgeberthemen profiliert wird – dies gilt auch für diejenigen Beiträge, die sich explizit auf Rheinland-Pfalz beziehen (11 Prozent pro Tag). Beim NDR rangieren dagegen die Sachthemen gleichauf mit den Human-Touch-Themen über Prominente, Verbrechen etc. mit jeweils durchschnittlich 4 Prozent der täglichen Sendezeit. Erst danach tauchen in beiden Programmen kontroverse Themen mit 3 Prozent (SWR) bzw. 4 Prozent (NDR) und damit auch politische Beiträge im engeren Sinne (jeweils 3 Prozent) in der Themenrangliste der regionalen Fernsehpublizistik auf.

► Tabelle 18:

Themenstruktur der regionalen Fernsehpublizistik / Gesamtsendezeit Regionalanalyse (in Prozent) ¹

Themenbereiche	SWR	NDR
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland	17,8	11,3
Kontroverse Themen	3,2	3,6
<i>Politik</i>	2,5	2,5
<i>Wirtschaft</i>	0,1	0,3
<i>Gesellschaft</i>	0,6	0,8
Sach- und Ratgeberthemen	11,4	3,8
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	7,9	2,2
<i>Bildung, Wissen und Forschung</i>	0,4	0,1
<i>Natur und Umwelt</i>	0,2	0,2
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	1,7	0,8
<i>Servicethemen</i>	1,2	0,5
Human-Touch-Themen	2,5	3,8
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	2,1	2,2
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	0,4	0,8
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	-	0,8
Sport	0,7	0,1
Restliche Fernsehpublizistik	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,2	3,5
Restliches Programm	26,2	27,7
Gesamt	100	100

¹ Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3–3 Uhr).
Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung

Regionale Bezugnahme

Regionalberichterstattung ist in den Dritten in erster Linie personenorientiert (Tabelle 19).

► Tabelle 19:

Struktur der Regionalbezüge

Regionalanalyse (in Prozent – Mehrfachnennung)¹

Regionalbezüge	SWR	NDR
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland	17,8	11,3
Regionales Thema	9,4	3,6
Regionale Themenkonkretisierung	2,1	1,8
Regionales Ereignis	5,9	6,3
Regionaler Akteur	17,0	10,3
Restliche Fernsehpublizistik	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,2	3,5
Restliches Programm	26,2	27,7
Gesamt	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung

So beziehen sich 17 Prozentpunkte von 18 im Programm des SWR auf handelnde Personen, die aus der Region stammen, eine regionale Funktion ausüben oder in einem anderen direkten Zusammenhang mit Rheinland-Pfalz stehen. Das sind umgerechnet auf die regionale Fernsehpublizistik etwa 96 Prozent aller Beträge oder genauer: Sendeminuten für regionale Beiträge. Beim NDR trifft das auf 10 Prozentpunkte von 11 zu, das entspricht 91 Prozent der gesamten Regionalberichterstattung.

An zweiter Stelle steht beim SWR die Bearbeitung regionalspezifischer Themen mit 9 Prozent der täglichen Sendezeit, das ist etwa die Hälfte der gesamten Regionalberichterstattung. Unter regionalspezifischen Themen werden in dieser Studie Sachbereiche verstanden, die für die Region im weitesten Sinn typisch oder profilgebend sind, etwa der Weinbau für Rheinland-Pfalz oder die Geflügelhaltung für Niedersachsen. Solche regionalspezifischen Themen sind beim NDR mit 4 Prozent der täglichen Sendezeit und damit etwa einem Drittel der gesamten niedersächsischen Regionalberichterstattung deutlich weniger häufig vertreten. Davon unter-

schieden werden in diesem Erhebungsmodell die regionalen Themenkonkretisierungen, das sind solche Beiträge, in denen bundesweite Themen, Kontroversen und Ereignisse in ihren Auswirkungen für die Region bzw. auf das jeweilige Bundesland fokussiert werden, etwa Veränderungen bei den Agrarsubventionen, nationale Bildungsinitiativen oder Infrastrukturmaßnahmen. Solche Konkretisierungen spielen in beiden Programmen mit etwa 2 Prozent der Gesamtsendezeit eine vergleichsweise untergeordnete Rolle.

Eine weitere Möglichkeit der journalistischen Bezugnahme auf die Region ist Berichterstattung über das, was vor Ort passiert. Regionale Ereignisse in Rheinland-Pfalz bzw. Niedersachsen machen in beiden dritten Programmen etwa 6 Prozent der Gesamtsendezeit und bezogen auf die Regionalberichterstattung 33 Prozent (SWR) bzw. 57 Prozent (NDR) aus. Damit ist diese Art der Thematisierung des Landes im NDR nach den regionalen Akteuren an zweiter Position.

Regionale Themen und Akteure

Im Programm des SWR ist etwa die Hälfte der regionalen, fernsehpublizistischen Sendezeit auch tatsächlich für im engeren Sinne regionale Themen reserviert (Tabelle 20). 9 Prozent des 24 Stundentages verteilen sich auf Tradition und Brauchtum (3 Prozentpunkte), regionale Sach- und Ratgeberthemen (2 Prozentpunkte) und regionale Politik und Verwaltung bzw. Wirtschaft (jeweils 2 Prozentpunkte). Beim NDR findet man insgesamt weniger im engeren Sinne regionale Themenbeiträge in der Regionalberichterstattung vor (4 Prozent pro Tag), hier dominiert dafür dann aber – relativ gesehen – stärker die regionale Politik und Verwaltung (2 Prozentpunkte), gefolgt von regionalen Sach- und Ratgeberthemen (1 Prozentpunkt).

► Tabelle 20:

Struktur der regionalen Themen**Regionalanalyse (in Prozent) ¹**

Themenbereiche	SWR	NDR
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland	17,8	11,3
Regionales Thema	9,4	3,6
Regionale Politik und Verwaltung	2,3	2,0
Wirtschaft in der Region	1,6	0,3
Soziales Zusammenleben in der Region	0,0	0,1
Traditionen, Brauchtum, Heimat	2,8	0,1
Regionale Sach- und Ratgeberthemen	2,4	0,8
Regionale Sportthemen	0,3	0,3
Kein regionales Thema	8,4	7,7
Restliche Fernsehpublizistik	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,2	3,5
Restliches Programm	26,2	27,7
Gesamt	100	100

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung

Beide untersuchten Dritten Programme setzen auf die Präsenz ihres Publikums im Programm. Beim SWR erscheinen in mehr als der Hälfte der täglichen Regionalberichterstattung Bürgerinnen und Bürger aus der Region ohne weiteren, gesellschaftlichen Funktionszusammenhang (11 Prozentpunkte) und sind damit die dominante Gruppe in der Akteursliste (Tabelle 21). Beim NDR liegt der Wert für diese „Leute wie Du und Ich“ bei 6 Prozentpunkten und damit ebenfalls bei mehr als der Hälfte der regionalen Sendezeit pro Tag (11 Prozent). An zweiter Stelle liegen in beiden Programmen Akteure aus dem ökonomischen Sektor (9 bzw. 5 Prozentpunkte) gefolgt von politischen und administrativen Personen, Institutionen oder Sprechern (NDR: 5 Prozentpunkte, SWR: 4 Prozentpunkte) bzw. anderen soziokulturellen Gruppen (SWR: 7 Prozent, NDR: 4 Prozent).

Übrigens: Die Akteurscodierung zeigt auch, dass – trotz einer vergleichsweise deutlichen Repräsentanz ökonomischer Akteure – Gewerkschaften und ihre Vertreter im Verlauf einer Untersuchungswoche an einem Durchschnittstag gar nicht (SWR) bzw. mit etwa 1 Prozent (NDR) vergleichsweise selten im Programm vertreten sind.

► Tabelle 21:

Struktur der regionalen Akteure¹**Regionalanalyse (in Prozent – Mehrfachnennung)²**

Akteure	SWR	NDR
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland	17,8	11,3
Politik und Verwaltung	3,9	5,0
Regierung/Regierungsparteien (Landtag)	2,1	3,0
Opposition/Oppositionsparteien (Landtag)	0,4	1,4
Sonstige Politik	1,7	1,4
Judikative	1,1	0,6
Verwaltung, Polizei	1,5	1,6
Wirtschaft	8,8	5,4
Gewerkschaften	-	0,5
Sonstige Wirtschaft	8,8	5,4
Soziokulturelle Gruppen	6,8	3,7
Zivilgesellschaftliche Gruppen	2,0	0,7
Bildung, Wissenschaft, Kunst, Kultur	4,0	1,0
SportlerInnen	2,4	0,4
Feuerwehr, Rettungsdienst	0,3	1,7
BürgerInnen	10,7	6,0
Sonstige regionale Akteure	2,0	0,6
Keine regionalen Akteure	0,8	1,0
Restliche Fernsehpublizistik	51,8	57,5
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	4,2	3,5
Restliches Programm	26,2	27,7

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

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

Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Herbst 2012 (15.–21.10.2012).

Quelle: eigene Darstellung

4.3.2 Die Regionalberichterstattung im Längsschnitt

Die Ausführungen im vorstehenden Abschnitt haben gezeigt, dass die Perspektive auf regionale Publizistik im Bezugsrahmen des durchschnittlichen Sendetages zum einen durch die vergleichsweise kleinen Anteilswerte schwer zu fokussieren ist und zum anderen – insbe-

sondere bei den aktuellen Themen- und Akteurslisten – sehr stark von der Nachrichtenlage in der Untersuchungswoche abhängig ist. Aus diesem Grund geht die Studie bei der Analyse der Regionalberichterstattung noch einen Schritt weiter. In einem längeren Untersuchungszeitraum wurden diejenigen Sendungsformate vom 15. Oktober bis zum 11. November (vier Kalenderwochen) aufgezeichnet und analysiert, die sich explizit mit aktuellen Regionalnachrichten oder als Regionalmagazin an die Zuschauer in ihrem Bundesland (Rheinland-Pfalz bzw. Niedersachsen) wenden (Tabelle 22). Dafür wurden insgesamt 28 Sendungen der *Landesschau Rheinland-Pfalz aktuell* und 20 Sendungen von *Niedersachsen 18:00* sowie 19 Sendungen der *Landesschau Rheinland-Pfalz* und 28 Sendungen von *Hallo Niedersachsen* genauer analysiert. Insgesamt handelt es sich dabei um mehr als 25 (SWR) bzw. 18 Stunden (NDR) Programm aus 95 Einzelsendungen dieser vier Formate.

► **Tabelle 22:**

Stichprobendaten der Längsschnittanalyse

Längsschnittanalyse¹

Sendungsformate	Sendungstitel	SWR			Sendungstitel	NDR		
		Ausstrahlung	n	t		Ausstrahlung	n	t
Regionalnachrichten	Landesschau Rheinland-Pfalz aktuell	täglich, 19.45-20.00 Uhr	28	6:35	Niedersachsen 18:00	Mo-Fr, 18.00-18.15 Uhr	20	5:01
Regionalmagazine	Landesschau Rheinland-Pfalz ²	Mo-Fr, 18.45-19.45 Uhr	19	19:00	Hallo Niedersachsen	täglich, 19.30-20.00 Uhr	28	13:29
Gesamt	<i>Bezugsrahmen der Längsschnittanalyse:</i>		47	25:35	<i>Bezugsrahmen der Längsschnittanalyse:</i>		48	18:29

1 Stichprobe: Vier Kalenderwochen im Herbst 2012 (15.10.–11.11.2012).

2 Keine Sendung an Allerheiligen (Donnerstag, 1.11.2012).

Quelle: eigene Darstellung

Tabelle 23 zeigt zunächst, dass mit den genannten Formaten der Kern der auf Rheinland-Pfalz bzw. Niedersachsen bezogenen Fernsehpublizistik tatsächlich getroffen wurde. 94 Prozent (SWR) bzw. 91 (Prozent) der Sendezeit in diesen Sendungen weisen einschlägige Regionalbezüge auf. Dabei fällt allerdings auf, dass in beiden Programmen keine scharfe Abgrenzung zwischen Regionalmagazin und Regionalsendungen eingehalten wird. So sind etwa sehr kurze Nachrichtenfiche sowohl in den Nachrichtenformaten als auch in den Magazinen (SWR: 12 Prozent, NDR: 20 Prozent) zu finden (was zum Teil auf die eingestreuten Nachrichtenblöcke zurückzuführen ist). Längere Hintergrundberichte finden sich aber eben auch in den Regionalsendungen (68 Prozent beim SWR und 70 Prozent beim NDR).

► **Tabelle 23:**

Journalistische Formen der Beiträge

Längsschnittanalyse (Zeitungsumfang in Prozent – Mehrfachnennung)¹

Journalistische Form	SWR			NDR		
	Nachr. t=6:35	Mag. t=19:00	Gesamt t=25:35	Nachr. t=5:01	Mag. t=13:29	Gesamt t=18:30
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland	90,4	95,8	94,4	92,7	90,4	91,0
Nachrichtenfiche/Meldungen ²	11,0	12,4	12,0	21,9	19,9	20,4
Magazin-/Hintergrundbeiträge ³	68,1	82,3	78,7	69,6	71,3	70,8
Interviews, Talk	-	15,1	11,2	13,1	4,1	6,5
Wetterberichte	13,8	8,0	9,5	4,2	7,4	6,6
Restliche Fernsehpublizistik	2,0	0,8	1,1	3,9	4,5	4,4
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	7,6	3,4	4,5	3,4	5,1	4,6
Gesamt	100	100	100	100	100	100

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

Stichprobe: Vier Kalenderwochen im Herbst 2012 (15.10.-11.11.2012).

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

3 Filmbeiträge mit längerer Dauer.

Quelle: eigene Darstellung

Themenstruktur

Die Themenanalyse im Längsschnitt lässt die identifizierten Schwerpunkte aus der Querschnittstichprobe im vorangegangenen Abschnitt noch deutlicher hervortreten (Tabelle 24):

► Tabelle 24:

Themenstruktur der Längsschnittanalyse

Längsschnittanalyse (in Prozent) ¹

Themenbereiche	SWR			NDR		
	Nachr. t=6:35	Mag. t=19:00	Gesamt t=25:35	Nachr. t=5:01	Mag. t=13:29	Gesamt t=18:30
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland	90,4	95,8	94,4	92,7	90,4	91,0
Kontroverse Themen	37,8	6,0	14,2	53,2	35,2	40,0
<i>Politik</i>	34,0	4,2	11,9	40,0	25,3	29,2
<i>Wirtschaft</i>	2,5	0,1	0,7	8,4	2,6	3,2
<i>Gesellschaft</i>	1,3	1,7	1,6	13,4	7,3	7,6
Sach- und Ratgeberthemen	34,5	73,5	63,4	23,1	36,7	33,0
<i>Kultur und Gesellschaft</i>	17,5	54,6	45,0	13,4	21,1	19,0
<i>Bildung, Wissen und Forschung</i>	2,6	0,8	1,3	3,7	3,1	3,2
<i>Natur und Umwelt</i>	0,6	0,3	0,4	1,1	4,9	3,9
<i>Verbraucher- und Gesundheitsthemen</i>	-	8,6	6,3	-	-	-
<i>Servicethemen</i>	13,8	9,2	10,4	4,9	7,6	6,9
Human-Touch-Themen	6,2	15,8	13,3	15,7	17,0	16,7
<i>Prominente, Menschen, Emotionen</i>	1,3	14,4	11,0	0,7	5,9	4,5
<i>Verbrechen, Unfälle</i>	4,2	1,4	2,1	10,7	7,6	8,5
<i>Besondere Schadensereignisse</i>	0,7	-	0,2	4,3	3,5	3,7
Sport	11,9	0,5	3,5	0,7	1,5	1,3
Restliche Fernsehpublizistik	2,0	0,8	1,1	3,9	4,5	4,4
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	7,6	3,4	4,5	3,4	5,1	4,6
Gesamt	100	100	100	100	100	100

1 Stichprobe: Vier Kalenderwochen im Herbst 2012 (15.10.-11.11.2012).

Quelle: eigene Darstellung

- SWR: Sach- und Ratgeberthemen sind insgesamt dominant (63 Prozent), insbesondere mit dem Schwerpunkt Kultur und Gesellschaft (45 Prozentpunkte). Kontroverse, also öffentlich umstrittene Themen und Human-Touch-Berichterstattung liegen mit 14 bzw. 13 Prozent gleichauf, aber deutlich dahinter. In den regionalen Nachrichten rangieren kontroverse Themen an erster Stelle (38 Prozent), gefolgt von Sach- und Ratgeberthemen (35 Prozent), Sport (12 Prozent) und Human Touch (6 Prozent).

- NDR: Insgesamt dominieren kontroverse Themen (40 Prozent), gefolgt von Sach- und Ratgeberthemen (33 Prozent) und Human-Touch-Berichten (17 Prozent). In den Nachrichten überschreitet der Anteil der kontroversen Themen die 50-Prozentmarke (53 Prozent), die Rangfolge zwischen Sach- und Ratgeberthemen (23 Prozent) und Human-Touch-Themen (16 Prozent) bleibt erhalten.

In diesem Zusammenhang ist es interessant, diejenigen Themen genauer in den Blick zu nehmen, die im engeren Sinne regionalspezifisch sind, also ausschließlich oder zumindest in besonderer Weise für das Sendegebiet des Regionalprogramms relevant sind (Tabelle 25).

► Tabelle 25:

Struktur der regionalen Themen

Längsschnittanalyse (in Prozent) ¹

Themenbereiche	SWR			NDR		
	Nachr. t=6:35	Mag. t=19:00	Gesamt t=25:35	Nachr. t=5:01	Mag. t=13:29	Gesamt t=18:30
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland	90,4	95,8	94,4	92,7	90,4	91,0
Regionales Thema	68,3	45,4	51,3	52,2	39,7	43,1
Regionale Politik und Verwaltung	28,9	3,5	10,0	38,7	20,9	25,7
Wirtschaft in der Region	5,5	5,0	5,1	3,4	3,5	3,5
Soziales Zusammenleben in der Region	0,6	1,1	1,0	1,1	1,9	1,7
Traditionen, Brauchtum, Heimat	2,4	19,0	14,8	0,6	1,2	1,0
Regionale Sach- und Ratgeberthemen	19,7	15,1	16,3	5,5	10,1	8,8
Human-Touch-Themen	-	1,6	1,2	0,4	0,5	0,5
Sportthemen	11,2	0,1	2,9	2,5	1,6	1,9
Kein regionales Thema	22,1	50,4	43,1	40,5	50,7	47,9
Restliche Fernsehpublizistik	2,0	0,8	1,1	3,9	4,5	4,4
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	7,6	3,4	4,5	3,4	5,1	4,6
Gesamt	100	100	100	100	100	100

¹ Stichprobe: Vier Kalenderwochen im Herbst 2012 (15.10.-11.11.2012).

Quelle: eigene Darstellung

Im Programm des SWR wird in etwas mehr als der Hälfte der regionalspezifischen Sendezeit auf solche originär regionalen Themen Bezug genommen (51 Prozent). Besonders die regionalen Traditionen (15 Prozentpunkte) und regionale Servicethemen (16 Prozentpunkte) spielen eine große Rolle. Im Regionalmagazin liegt der Anteil der regionalen Themen unter der 50-Prozentmarke (45 Prozent), während in den Nachrichten, insbesondere durch eine stärkere Berücksichtigung der regionalen Politik (29 Prozentpunkte), die regionale Thematisierungsleistung deutlich stärker ist (68 Prozent). Diese Thematisierungsleistung ist beim NDR

insgesamt geringfügig schwächer ausgeprägt (43 Prozent), dafür zeigt sich in beiden untersuchten Sendungsformaten ein deutlicher Politikschwerpunkt (39 Prozent der Nachrichtensendezeit und 21 Prozent der Sendezeit im Regionalmagazin).

Regionale Akteure

Stärker noch als über die Thematisierung regionaler Themen werden in den untersuchten Formaten über Personen und Institutionen Bezüge zum Sendegebiet, in diesem Fall auf die Bundesländer Rheinland-Pfalz bzw. Niedersachsen, hergestellt (Tabelle 26).

Besonders im SWR zeigt sich eine hohe Repräsentanz der Bewohner des Sendegebiets. Insgesamt wurden in 55 Prozent der Sendezeit der untersuchten Formate Akteure identifiziert, die ohne weiteren Funktionszusammenhang im Programm vorkamen und/oder zu Wort kamen. Zum Vergleich: Beim NDR liegt dieser Wert bei 37 Prozent.

► Tabelle 26:

Struktur der regionalen Akteure

Längsschnittanalyse (in Prozent – Mehrfachnennung)¹

Akteure	SWR			NDR		
	Nachr. t=6:35	Mag. t=19:00	Gesamt t=25:35	Nachr. t=5:01	Mag. t=13:29	Gesamt t=18:30
Fernsehpublizistik mit Bezug zum Bundesland	90,4	95,8	94,4	92,7	90,4	91,0
Politik und Verwaltung	37,4	16,0	21,5	66,5	46,3	51,8
Regierung/Regierungsparteien (Landtag)	23,9	2,3	7,9	33,1	19,7	23,4
Opposition/Oppositionsparteien (Landtag)	7,8	0,1	2,1	19,3	11,3	13,5
Sonstige Politik	11,6	10,5	10,8	17,3	14,0	14,9
Judikative	9,2	2,2	4,0	7,5	8,0	7,9
Verwaltung, Polizei	9,9	4,7	6,0	23,4	22,1	22,4
Wirtschaft	21,1	47,0	40,3	33,7	35,5	35,0
Gewerkschaften	2,5	0,1	0,7	4,4	3,2	3,5
Arbeitgeberverbände	3,1	2,1	2,3	6,5	3,5	4,3
Sonstige Wirtschaft	18,5	45,3	38,4	31,1	33,6	32,9
Soziokulturelle Gruppen	34,6	38,3	37,4	25,9	33,0	31,1
Zivilgesellschaftliche Gruppen	11,2	8,6	9,2	7,6	8,1	8,0
Bildung, Wissenschaft, Kunst, Kultur	9,5	22,1	18,8	7,8	15,4	13,3
SportlerInnen	14,2	8,7	10,1	2,9	4,7	4,2
Feuerwehr, Rettungsdienst	1,7	2,4	2,2	7,7	6,3	6,7
BürgerInnen	26,6	65,1	55,2	30,3	39,0	36,6
Sonstige regionale Akteure	8,8	7,8	8,0	6,5	8,7	8,1
Keine regionalen Akteure	12,6	2,5	5,1	5,8	7,4	7,0
Restliche Fernsehpublizistik	2,0	0,8	1,1	3,9	4,5	4,3
Thematisch nicht klassifizierbare Beiträge	7,6	3,4	4,5	3,4	5,1	4,6
Gesamt	100	100	100	100	100	100

¹ Beiträge, in denen mind. ein Akteur aus der jeweiligen gesellschaftlichen Gruppe erwähnt wird oder zu Wort kommt.
Stichprobe: Vier Kalenderwochen im Herbst 2012 (15.10.-11.11.2012).

Quelle: eigene Darstellung

Nimmt man hier noch die Akteure aus dem soziokulturellen System hinzu, so zeigt sich in beiden Programmen eine hohe Repräsentanz der organisierten und unorganisierten gesellschaftlichen Gruppen in beiden Programmen (SWR: 37 Prozent, NDR: 31 Prozent). Die Unterschiede zwischen Nachrichten und Magazinen sind dabei vergleichsweise gering, lediglich in den regionalen Nachrichten des NDR kommen etwas seltener soziokulturelle Akteure vor.

Ebenfalls besonders häufig im SWR-Regionalprogramm: Akteure aus der Wirtschaft (40 Prozent). Gewerkschaftliche Akteure spielen in diesem Segment – wie schon im Rahmen der Querschnittsanalyse beschrieben – eine sehr untergeordnete Rolle (weniger als 1 Prozent). Allerdings kann man festhalten, dass in den SWR-Regionalnachrichten dieser Anteil vergleichsweise deutlich steigt (3 Prozentpunkte von 21 Prozent), dort ist jeder zehnte ökonomische Akteur aus dem gewerkschaftlichen Umfeld. Beim NDR zeigt sich im Hinblick auf diese Akteure ein etwas anderes Bild. Insgesamt kommen weniger Sprecher und handelnde Personen aus der Wirtschaft im Programm vor (35 Prozent), gewerkschaftliche Akteure stellen aber auch insgesamt etwa ein Zehntel davon (3,5 Prozentpunkte), in den Nachrichten sind es mit 4,4 Prozentpunkten noch einmal etwas mehr. Die größte Gruppe regionaler Akteure stellen in den Regionalsendungen des NDR solche aus dem Bereich Politik und Verwaltung (52 Prozent), insbesondere in den Nachrichten sind politische Akteure stark vertreten (67 Prozent). In den SWR-Magazinen und Nachrichten sind Personen aus Politik und Verwaltung (entsprechend den oben beschriebenen thematischen Schwerpunkten) nicht die vorherrschend repräsentierte Gruppe (22 Prozent), auch hier ist in den Nachrichten der Anteil aber deutlich höher (37 Prozent) als in den Magazinen (16 Prozent).

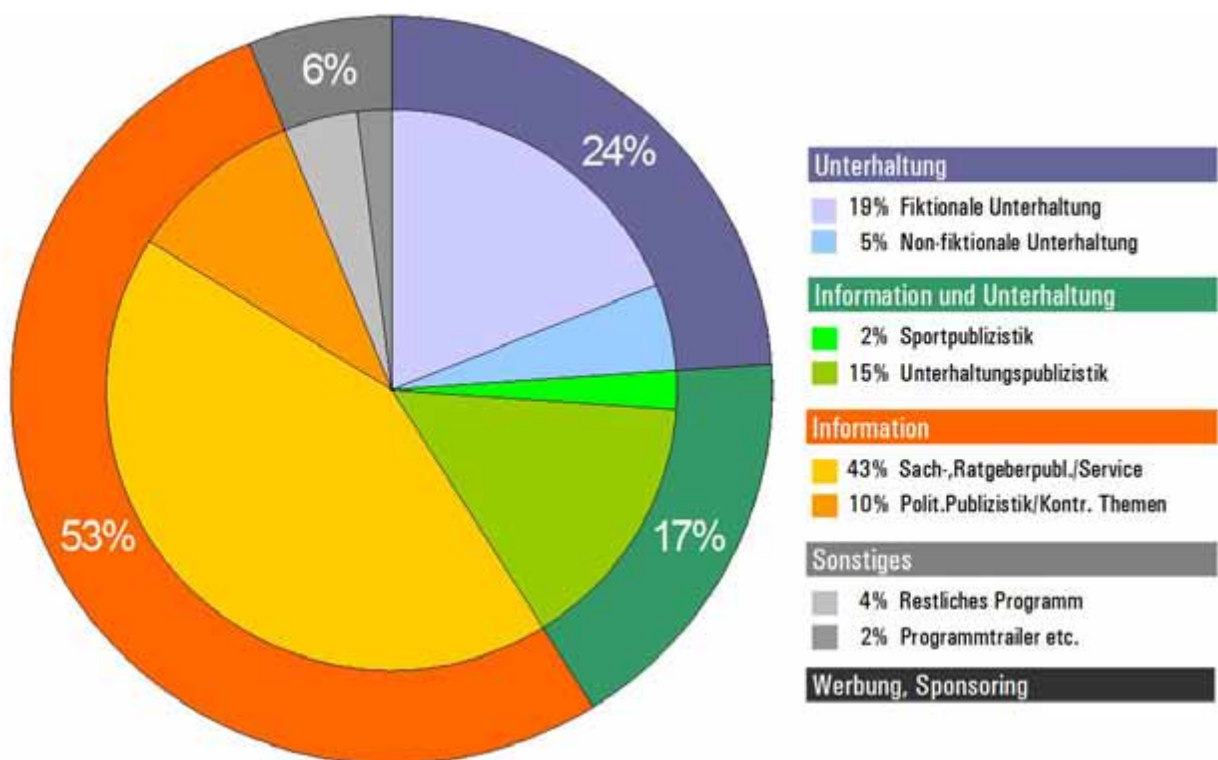
5. Zusammenfassung und Diskussion

In den vorstehenden Kapiteln dieses Berichts wurden vielfältige Einzelergebnisse zur Programmstruktur und zur Thematisierungsleistung zweier dritter Programme der ARD, genauer zweier Programmversionen des SWR Fernsehens (Rheinland-Pfalz) und des NDR-Fernsehens (Niedersachsen) beschrieben und verglichen.

Wir werden an dieser Stelle versuchen, die wichtigsten Ergebnisse der Inhaltsanalysen auf der Sendungs- und Beitragsebene zusammenfassend und vergleichend zu diskutieren. Die Abbildungen in diesem Kapitel zeigen die Ergebnisse dieser Untersuchungsschritte auf einen Blick (Abb. 3).²⁰

► Abbildung 3:

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote vom SWR (RP) (42. Kalenderwoche 2012)



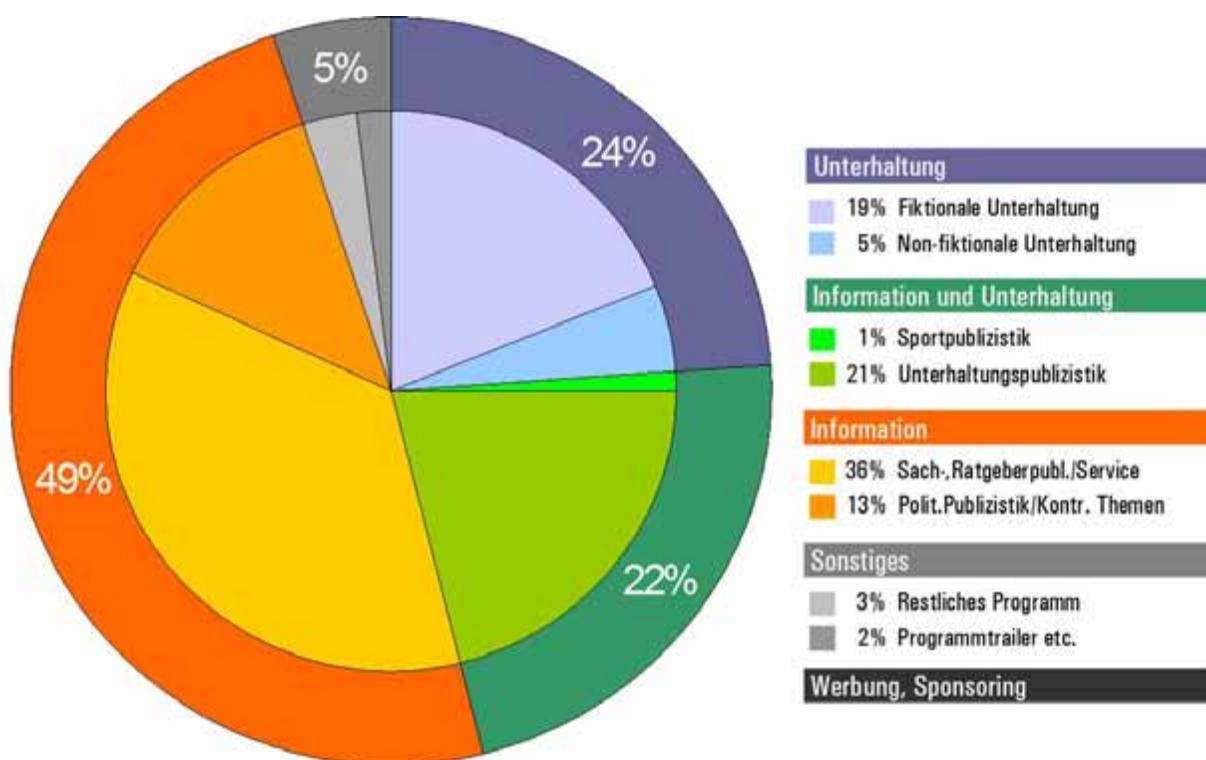
Quelle: eigene Darstellung

²⁰ Daten für die Programme ARD/Erstes Programm, ZDF, RTL und Sat.1: Kontinuierliche Programmforschung der Landesmedienanstalten, zuletzt veröffentlicht in: Programmbericht 2012 (ALM 2013).

Mit dem, was man nach dem Erhebungsmodell dieser Untersuchung als fernsehpublizistische Information im engeren Sinne bezeichnen kann, liegt das dritte Programm des SWR Fernsehens mit 53 Prozent deutlich über den Anteilswerten für die nationalen öffentlich-rechtlichen und privaten Programme (ARD 36 Prozent, ZDF 28 Prozent, RTL 9 Prozent, Sat.1 8 Prozent). Dass es sich hier um strukturelle Unterschiede handelt, zeigt zum einen der Vergleichswert für das dritte Fernsehprogramm des NDR (Abbildung 4), der in etwa auf dem Niveau des SWR liegt (49 Prozent), aber zum anderen auch ein Blick auf die Gesamtstrukturen der Programme. Dabei fällt die Werbe- und Sponsoringfreiheit der Dritten noch am wenigsten ins Gewicht – jedenfalls im Vergleich zum ZDF (Abbildung 6) und zum Ersten Programm der ARD (Abbildung 5) mit jeweils 2 Prozent der Gesamtsendezeit.

► **Abbildung 4:**

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote vom NDR (NdS.)
(42. Kalenderwoche 2012)



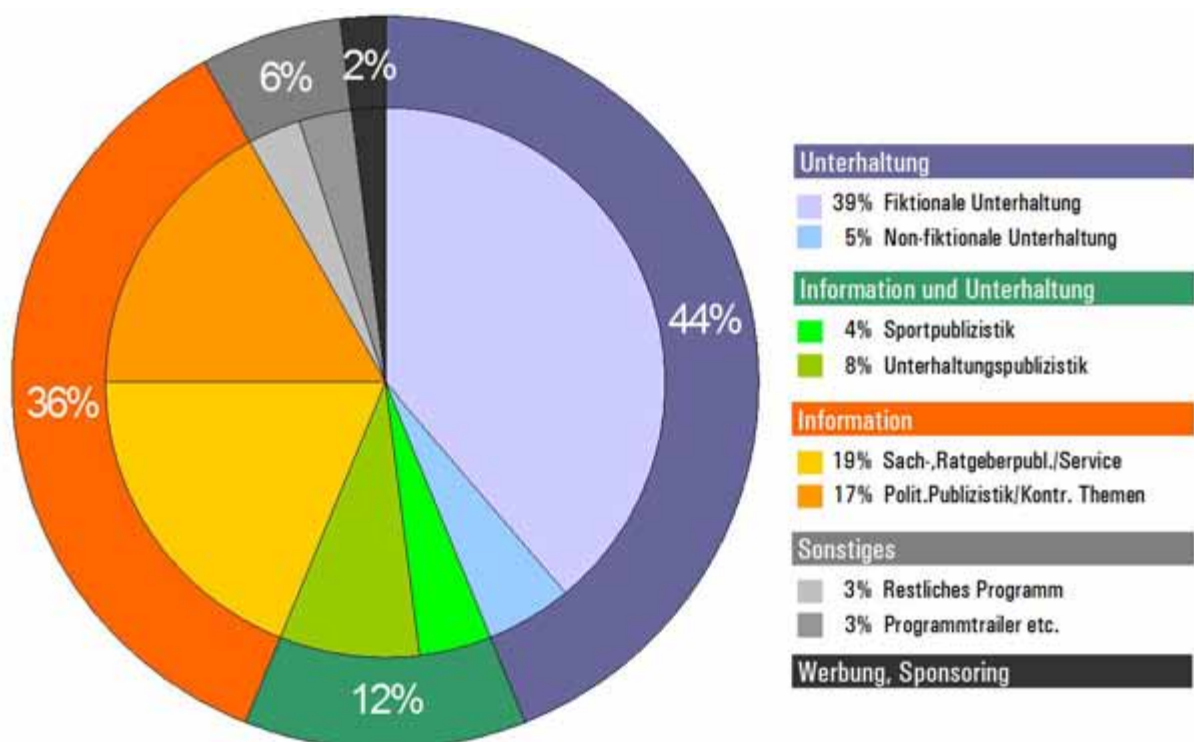
Quelle: eigene Darstellung

Der Programmvergleich zeigt auf der Ebene der Programmstrukturen, dass die dritten Programme insgesamt stärker auf fernsehpublizistische Formate setzen (können), als die Wettbewerber auf dem bundesweiten Fernsehzuschauer und -werbemarkt. Dies kann man besonders gut an der Gewichtung der Sendeplätze für fiktionale Filme und Serien ablesen. An einem durchschnittlichen Wochentag liegt der Anteil für diese Formate in den Dritten Programmen bei jeweils knapp einem Viertel der Gesamtsendezeit (24 Prozent). ARD/Das Erste wendet dafür bereits 44 Prozent auf, das ZDF 50 Prozent. RTL und Sat.1 übertreffen diese Anteilswerte mit 55 bzw. 61 Prozent noch einmal deutlich. Das hat natürlich ebenfalls mit dem Kampf um Zuschauermarktanteile zu tun, der in erster Linie auf dem bundesweiten Fernsehmarkt geführt wird – auch wenn die Dritten Programme heute über Kabel und Satellit ebenfalls überregional genutzt werden können.

► **Abbildung 5:**

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote der ARD/Das Erste

(42. Kalenderwoche 2012)



Quelle: eigene Darstellung

Im Hinblick auf Shows und Spiele sind die Unterschiede übrigens nicht so deutlich. Die beiden dritten Programme reservieren 5 Prozent ihrer Sendezeit für solche nonfiktionalen Formate, das ist genau der Wert für das Erste Programm der ARD und nur geringfügig weniger als der Anteil von Sat.1 (6 Prozent). Lediglich das ZDF liegt mit 11 Prozent deutlich darüber, gefolgt von RTL mit 9 Prozent.

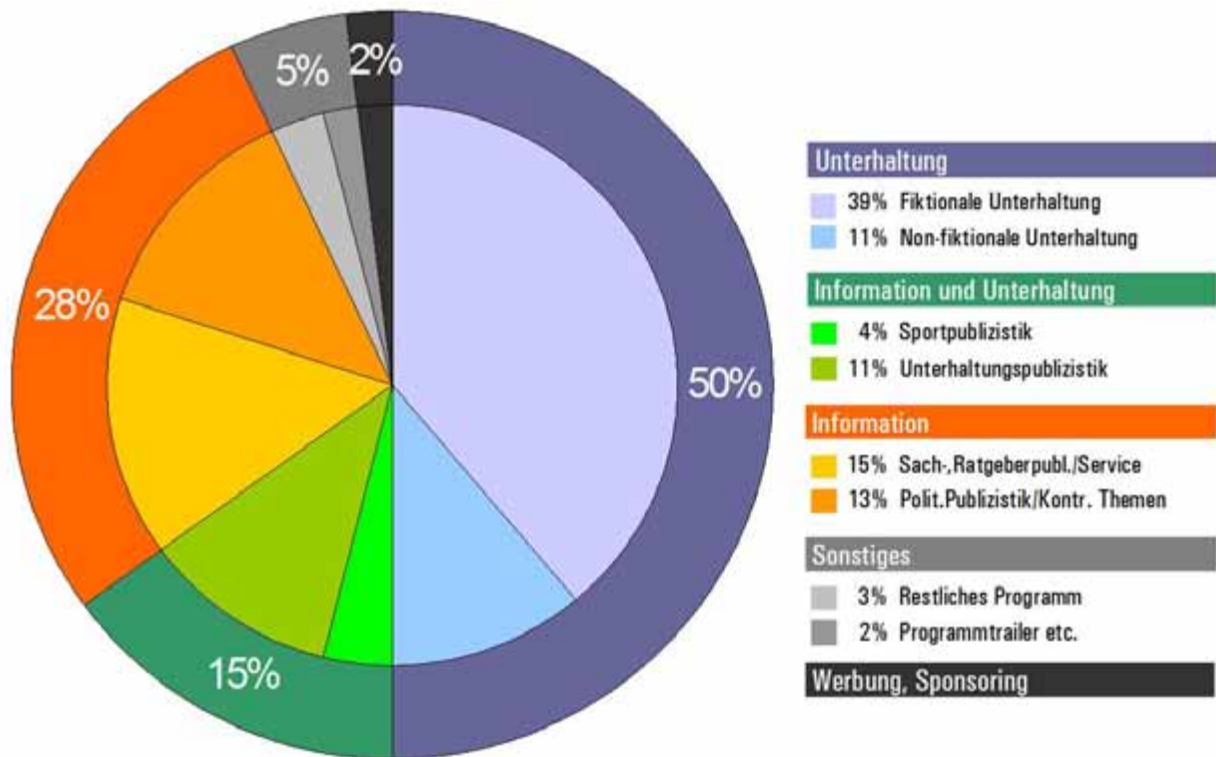
Allerdings muss man beim Blick auf die Gesamtstruktur in diesem Zusammenhang auch anmerken, dass die zwei untersuchten dritten Programme die mit Abstand höchsten Quoten für kurzfristige Wiederholungen (1-7 Tage) aufweisen und an einem durchschnittlichen Sendetag nur etwa 60 Prozent der Sendezeit durch originäre Erstsendungen füllen.

Beim Übergang von der Sendungs- auf die Beitragsebene zeigen sich starke thematische Gewichtungsunterschiede zwischen den Dritten und den bundesweiten Programmen aber auch zwischen den beiden dritten Programmen. So gesehen ist besonders beim SWR die Wahrscheinlichkeit, auf Sach- und Ratgeberthemen zu treffen, wenn man an einem durchschnittlichen Wochentag den Fernseher einschaltet, mit Abstand am größten (43 Prozent). Und auch im NDR Fernsehen ist das die dominante Themengruppe (36 Prozent). Zum Vergleich: Im Ersten Programm der ARD und im ZDF sind diese Themen ebenfalls wichtig (19 bzw. 15 Prozent) und auch deutlich höher gewichtet als bei RTL und Sat.1 (6 bzw. 7 Prozent), jedoch keineswegs so profilgebend wie bei SWR und NDR.

Diese starke Gewichtung der Ratgeber- und Servicethemen hat sich im Gang der Analysen auch für die (im Längsschnitt untersuchte) Berichterstattung in den ausgewiesenen Regionalformaten von SWR/NDR gezeigt und hat vor allem einen besonders interessanten Befund zur Folge: Der vergleichsweise erhebliche Umfang der fernsehpublizistischen Sendezeit in den Dritten mündet nicht in eine entsprechend umfangreichere politische Berichterstattung über regionale und nationale Streitfragen von gesellschaftlicher Bedeutung. So liegt der Anteil der in diesem Sinne politischen Berichterstattung über kontroverse Themen an einem Durchschnittstag im Programm des SWR bei 10 Prozent, das entspricht etwa zweieinhalb Stunden. Für den NDR liegt der Wert mit 13 Prozent sowohl im Bezugsrahmen des Sendetages als auch relativ zur fernsehpublizistischen Sendezeit darüber (etwa 40 Minuten).

► Abbildung 6:

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote des ZDF (42. Kalenderwoche 2012)



Quelle: eigene Darstellung

Das Erste Programm der ARD liegt mit 17 Prozent der täglichen Sendezeit noch einmal deutlich über den Werten für die beiden Dritten Programme, während das ZDF mit 13 Prozent auf dem Niveau des NDR liegt (wenn auch bei deutlich geringerer Sendezeit für fernsehpublizistische Formate insgesamt). RTL (3 Prozent) und Sat.1 (1 Prozent) werden in dieser Hinsicht von allen öffentlich-rechtlichen Programmen deutlich distanziert – ein Befund der in der kontinuierlichen Programmforschung der Landesmedienanstalten seit langem zum Forschungsstand gehört und dort auch umfassend diskutiert wird.

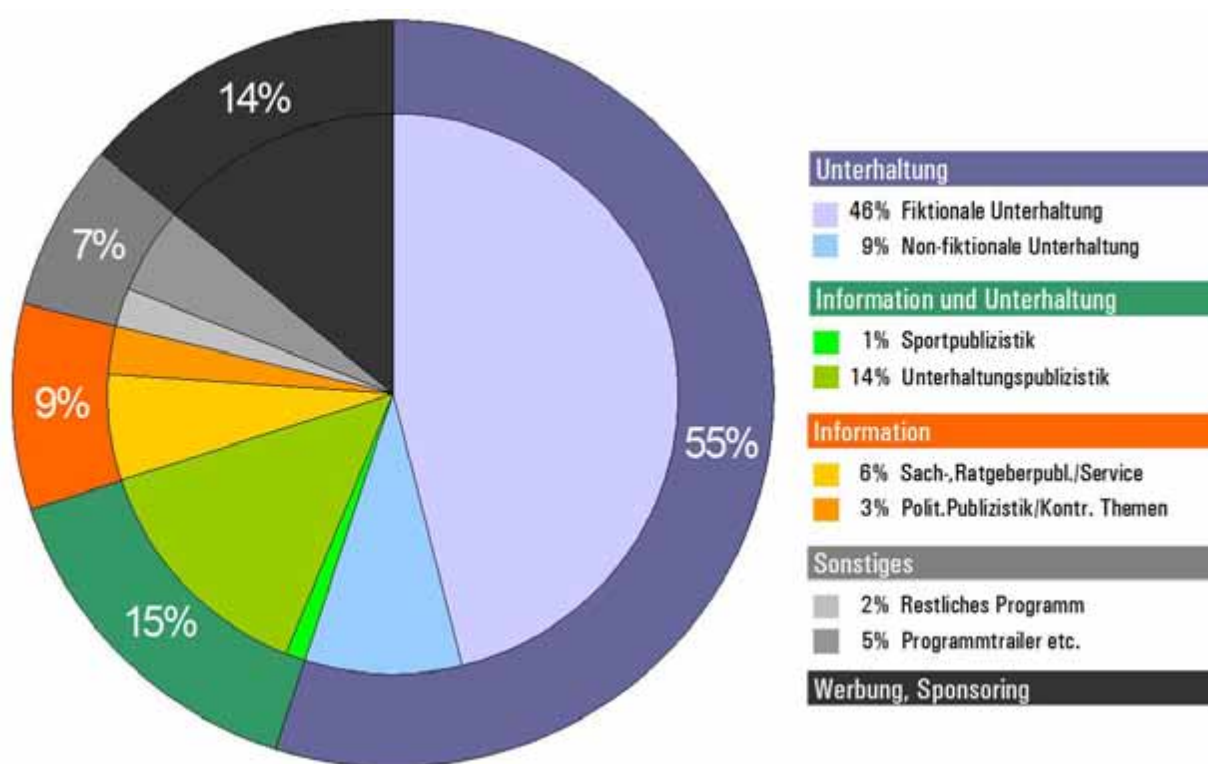
Vergleichsweise stark vertreten ist dagegen die Human-Touch-Berichterstattung – oder Unterhaltungspublizistik – in den Dritten. Im Rahmen der Analyse wurden damit solchen Themenbeiträge gekennzeichnet, in denen es um Kriminalität und Katastrophen, Stars und Sternchen und Prominente geht. Insbesondere der NDR setzt hier mit 21 Prozent der täglichen Sendezeit und damit fast der Hälfte der fernsehpublizistischen Beiträge einen Schwerpunkt,

der deutlich über den Werten der Vergleichsprogramme liegt: Bei RTL finden sich in 14 Prozent der täglichen Sendezeit solche Human Touch-Themen, bei Sat.1 sind es 8 Prozent (ARD: 8 Prozent, ZDF: 11 Prozent). Auch der SWR liegt mit einem Anteilswert von 15 Prozent über den Werten für die privaten Programme.

► **Abbildung 7:**

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote von RTL

(42. Kalenderwoche 2012)



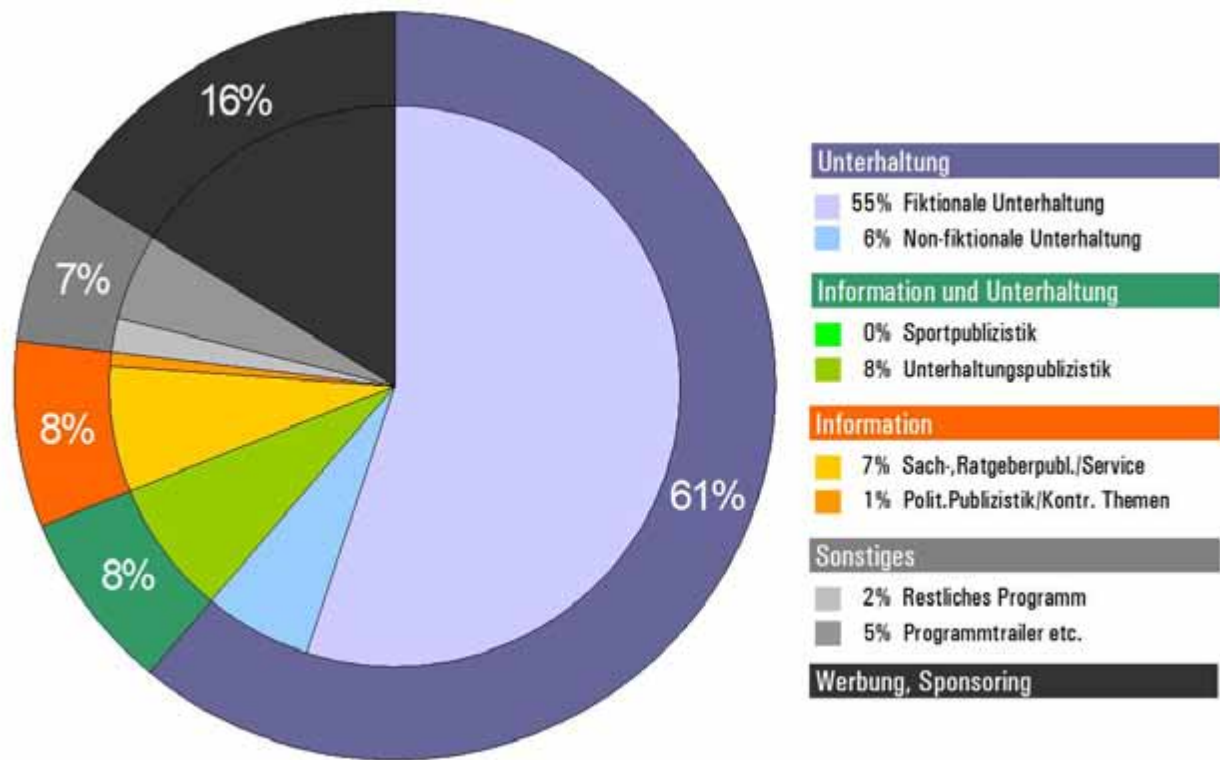
Quelle: eigene Darstellung

Betrachtet man die in diesem Bericht zusammengestellten Ergebnisse in der Zusammenschau so zeigt sich vor allem, dass die hier untersuchten Programme von SWR und NDR eigenständige Profile zeigen und einander deutlich ähnlicher sind als im Vergleich zu den bundesweiten öffentlich-rechtlichen Programmen der vier Marktführer. Diese Ähnlichkeit zwischen SWR und NDR bezieht sich dabei allerdings vor allem auf vergleichbare Programmstrukturen, insbesondere was die vorgehaltenen Programmgefäße (Dominanz der Magazine) und Formate insgesamt (Schwerpunkt Fernsehpublizistik) betrifft. Die Themen, die innerhalb dieser Gefäße und Formate behandelt werden, sind aber sehr unterschiedlich. Sowohl auf der allgemeinen

als auch auf der regionalen Ebene der Thematisierung stehen beim NDR Fernsehen die politischen Themen weiter oben auf der Tagesordnung als beim SWR Fernsehen. Im SWR wird dagegen so stark auf (regionale) Sachthemen (Traditionen, Brauchtum, Heimat etc.) und Service gesetzt, dass die Zeit für andere Themengruppen vergleichsweise knapp wird. Beim NDR tritt neben die Berichterstattung über regionale Politik und Sachthemen eine besonders ausgeprägte Berichterstattung über Human-Touch-Themen, die in ihrem Umfang selbst die auf diesem Feld traditionell starken nationalen privaten Programme übertrifft.

► **Abbildung 8:**

Das Spektrum der Informations- und Unterhaltungsangebote von Sat.1
(42. Kalenderwoche 2012)



Quelle: eigene Darstellung

Die thematischen Schwerpunkte zeigen sich auch auf der Ebene der Akteure, die in den dritten Programmen repräsentiert werden bzw. zu Wort kommen. Hier zeigt sich allerdings auch die starke, publikumsnahe Verankerung der Programme, insbesondere der Regionalmagazine: Personen und Gruppen aus der Region kommen im Programm des SWR besonders häufig vor.

Überhaupt sind Menschen, Gruppen, Akteure aus der Region eines der Hauptelemente, über die die Fernsehjournalisten in beiden Programmen den Bezug zum Sendegebiet herstellen.

Die Vermutung bzw. Erwartung liegt nahe, dass die anderen dritten Programme der ARD ebenfalls strukturell den hier untersuchten dritten Programmen ähneln. Interessant wird für eine künftige Forschungsstrategie aber vor allem sein, ob sich die thematische Schwerpunktsetzung und die damit verbundene Profilierung dort ebenfalls finden lässt.

Zum Schluss: Versuch eines Fazits

Das Ziel dieser Untersuchung war es nicht, eine einfache Entscheidung darüber zu treffen, ob die Programme des NDR und des SWR ein gutes oder ein schlechtes Programm machen bzw. ihren Programmauftrag erfüllen oder nicht erfüllen. Das Ziel der Studie war es vielmehr, durch einen Vergleich der Programm- und Themenstrukturen der beiden dritten Programme untereinander und mit denjenigen der großen öffentlich-rechtlichen und privaten Veranstalter am bundesweiten Fernsehmarkt eine exemplarische Standortbestimmung der Programmleistungen zweier Landesprogramme vorzunehmen.

Die dritten Programme der ARD gehören zusammengenommen zu den reichweitenstärksten Programmen auf dem deutschen Fernsehzuschauermarkt, sie sind als Vollprogramme aufgestellt und sollen ihren Zuschauern das gesamte Spektrum von Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung bieten (vgl. etwa §5 NDR-Staatsvertrag; §3 SWR-Staatsvertrag). Als Landesprogramme legitimieren sie sich darüber hinaus aber vor allem durch ihre regionalspezifische Berichterstattung bzw. die vielfältige Thematisierung ihres Verbreitungsgebietes in allen Sparten und Inhaltsformen ihres Angebots – und das sowohl innerhalb der ARD als auch nach außen.

Die hier untersuchten Landesversionen des SWR (Rheinland-Pfalz) und des NDR (Niedersachsen) kann man vor diesem Hintergrund als vielseitig aufgestellte Fernsehvollprogramme bezeichnen. Der Anteil der fernsehpublizistischen Formate ist in beiden Programmen (zulasten vor allem der fiktionalen Programmsparten) überproportional hoch, auch wenn – in beiden Programmen – die große Mehrheit der journalistischen Beiträge an einem durchschnittlichen Sendetag keinen Bezug zum Bundesland der jeweiligen Programmversion aufweist. Darüber hinaus geht der hohe fernsehpublizistische Anteil nicht mit einer überdurchschnittlich stark ausgeprägten (auch regionalen, tagesaktuellen) Politikberichterstattung einher. Dies ist zum einen vor allem auf die hohen Wiederholungsquoten und Programmübernahmen aus dem Ersten und den anderen Landesversionen zurückzuführen und liegt auf der anderen Seite an dem vergleichsweise breiten Raum, den Service-, Alltags- und Sachthemen in der Regionalberichterstattung einnehmen. Auch Human-Touch-Berichterstattung liegt in beiden Programmen

eher auf oder über dem Niveau der privaten Anbieter RTL und Sat.1 als im Bereich der öffentlich-rechtlichen Vergleichsprogramme.

Die Kristallisationspunkte der regionalen Thematisierungsleistung in den zwei Landesprogrammen sind ohne Zweifel die Regionalnachrichten und -magazine im SWR und NDR. Hier werden die regionalen Themen abgehandelt, hier dreht sich (fast) alles um die Region. Hier zeigen sich auch die deutlichsten Unterschiede zwischen den Programmen. Zwischen den Polen der regionalen Politik und der regionalen Sachthemen neigt der SWR stärker zur unpolitischen, alltagsbezogenen Themenberichterstattung und der NDR eher zur politischen Berichterstattung – und dies bei durchaus unterschiedlichen Gefäßen für Hintergrund- und tagesaktueller Berichterstattung.

So gesehen sind die Dritten hybride Programme – auf der einen Seite reichweitenstark und als (quasi bundesweite) Vollprogramme aufgestellt und auf der anderen Seite den besonderen Anforderungen an ein Landesprogramm verpflichtet. Ein Spagat, der nicht immer leicht ist.

Literatur

ARD-Gremienvorsitzende (2001): Zum Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – eine medienpolitische Standortbestimmung der Gremienvorsitzenden der ARD. URL: www.wdr.de/unternehmen/gremien/rundfunkrat/pdf/resolution/Funktionsauftrag_Papier_2001.pdf [11.10.2012].

ARD (2011): ARD-Fernsehstatistik 2011. URL: www.ard.de/intern/-/id=2179284/property=download/nid=1886/1yq324p/index.pdf [15.05.2013].

ARD (2010): ARD Jahrbuch 10. Hamburg 2010.

Brosius, Hans-Bernd / Fahr, Andreas / Vlastic, Andreas (1999): Die Dritten Programme der ARD: Entwicklung, Angebotsstruktur und Nutzung. Berlin.

Die Medienanstalten (Hrsg.) (2013): Programmbericht. Fernsehen in Deutschland 2012, Berlin.

GöfaK Medienforschung GmbH (2013): Fernsehprogrammanalyse der Medienanstalten. Stichprobenbericht Herbst 2012. Potsdam. URL: <http://www.die-medienanstalten.de/themen/sender/fernsehen/tv-programmforschung.html> [10.05.2013].

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

Krüger, Udo Michael / Zapf-Schramm, Thomas (2000): ARD 3 – Regionalität und Alltagsorientierung. Programm-analyse der Dritten Programme 1997 bis 1999. In: Media Perspektiven, Heft 12/2000, S. 534-549.

Krüger, Udo Michael / Zapf-Schramm, Thomas (1997): ARD 3 – mit stabilem Programmprofil im Wettbewerb behauptet. Programmstrukturelle Trends bei den Dritten Programmen 1992 bis 1996. In: Media Perspektiven, Heft 12/1997, S. 638-651.

Krüger, Udo Michael (2012): Profile deutscher Fernsehprogramme – Tendenzen der Angebotsentwicklung. Programmanalyse 2011 - Teil 1: Sparten und Formen. In: Media Perspektiven, Heft 4/2012, S. 15-236.

Trebbe, Joachim (1998): Lokale Medienleistungen im Vergleich. Untersuchungen zur publizistischen Vielfalt an den bayerischen Senderstandorten Augsburg, Landshut und Schweinfurt. BLM-Schriftenreihe, Bd. 47. München.

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

Trebbe, Joachim / Allemann, Jessica / Fiechtner, Stephanie (2012): Fernsehprogramme im Vergleich. Programmstrukturen und Programmentwicklungen der SRG SSR. In: Leonarz, Martina (Hrsg.): Im Auftrag des BAKOM. Aktuelle Studien zur Leistungsfähigkeit von Presse, Radio und Fernsehen in der Schweiz. Zürich, S. 117-132.

Trebbe, Joachim / Schwotzer, Bertil / Ahrens, Annabelle (2013): Konzeption, Methode und Basisdaten der ALM-Studie 2011/2012. In: Programmbericht der Medienanstalten 2012, S. 237-283.

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.

Volpers, Helmut / Schnier, Detlef / Bernhard, Uli (2010): Die Regionalfenster von RTL und Sat.1 in den Jahren 2008 und 2009. In: Programmbericht der Medienanstalten 2009, S. 95-106.

Weiß, Hans-Jürgen (1998): Auf dem Weg zu einer kontinuierlichen Fernsehprogrammforschung der Landesmedienanstalten. Eine Evaluations- und Machbarkeitsstudie. Berlin.

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

Woelke, Jens (2012): TV-Programmanalyse 2012. Fernsehvollprogramme in Österreich 2011. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Bd 1/2012. Wien.

Zubayr, Camille / Gerhard, Heinz (2011): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2010. In: Media Perspektiven, Heft S. 3/2011, S. 126-138.

Über den Autor:

Joachim Trebbe, Dr. phil., * 1965 in Meppen, Studium der Sozialwissenschaften in Göttingen, Promotion und Habilitation an der Freien Universität Berlin.

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

Forschungsschwerpunkte: Fernsehprogrammforschung, Migration und Medien, Forschungsmethoden.

Zur Programmforschung der Landesmedienanstalten zuletzt erschienen:

- Trebbe, Joachim / Bertil Schwotzer (2013): Deutsche Fernsehvollprogramme 2012. Neue Daten der ALM-Studie. In: Die Medienanstalten (Hrsg.): Programmbericht 2012 – Fernsehen in Deutschland. Berlin, S. 25-60.
- Trebbe, Joachim / Bertil Schwotzer und Annabelle Ahrens (2013): Konzeption, Methode und Basisdaten der ALM-Studie 2011/2012. In: Die Medienanstalten (Hrsg.): Programmbericht 2012 – Fernsehen in Deutschland. Berlin, S. 237-283.

Arbeitspapiere der Otto Brenner Stiftung

Die Ergebnisse der OBS-Forschungsförderung machen wir als Arbeitshefte der OBS öffentlich zugänglich. Die Ergebnisse von Kurzstudien oder aktuellen Untersuchungen veröffentlichen wir in der OBS-Reihe „Arbeitspapiere“, inzwischen liegen zwölf Arbeitspapiere vor. Sie erscheinen nur online.

- Nr. 12: Zwischen Boulevard und Ratgeber-TV.
Eine vergleichende Programmanalyse von SWR und NDR
(Joachim Trebbe)
- Nr. 11: Die sechste Fraktion. Nebenverdiener im Deutschen Bundestag
(Herbert Hönigsberger)
- Nr. 10: Chancen der Photovoltaik-Industrie in Deutschland
(Armin Räuber, Werner Warmuth, Johannes Farian)
- Nr. 9: Logistik- und Entwicklungsdienstleister in der deutschen Automobilindustrie –
neue Herausforderungen für die Gestaltung der Arbeitsbeziehungen
(Dr. Heinz-Rudolf Meißner)
- Nr. 8: Wirtschaftsförderung und Gute Arbeit – Neue Herausforderungen
und Handlungsansätze
(Martin Grundmann und Susanne Voss unter Mitarbeit von Frank Gerlach)
- Nr. 7: Wahlkampf im medialen Tunnel. Trends vor der Bundestagswahl 2013
(Thomas Leif und Gerd Mielke)
- Nr. 6: Wer sind die 99%? Eine empirische Analyse der Occupy-Proteste
(Ulrich Brinkmann, Oliver Nachtwey und Fabienne Décieux)
- Nr. 5: Wie sozial sind die Piraten?
(Herbert Hönigsberger und Sven Osterberg)
- Nr. 4: Solarindustrie: Photovoltaik. Boom – Krise – Potentiale – Fallbeispiele
(Ulrich Bochum und Heinz-Rudolf Meißner)
- Nr. 3: Gewerkschaftliche Netzwerke stärken und ausbauen
(Anton Wundrak)
- Nr. 2: Werkverträge in der Arbeitswelt
(Andreas Koch)
- Nr. 1: Soziale Ungleichheit und politische Partizipation in Deutschland
(Sebastian Bödeker)

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

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