

Informationssendungen

Informationssendungen im Fernsehprogramm

1. Erwartungen der Zuschauer

Aus einer Studie von 2002 geht hervor, dass sowohl bei den Zuschauern der alten als auch der neuen Bundesländer hohe Erwartungen an das Fernsehen als Informationsvermittler bestehen. Das größte Bedürfnis besteht hinsichtlich einer ausführlichen Berichterstattung und Kommentierung des Geschehens in tagesaktuellen Informationssendungen.

Die zugrundeliegenden Daten von 1997 haben noch eine große Nähe zur Wendezeit und ergeben damals beispielsweise einen merklich größeren Wunsch ehemaliger DDR-Bürger nach der Aufdeckung politischer Missstände.

① Erwartungen an verschiedene Programme anhand ausgewählter Items

Personen ab 14 Jahren im Herbst 1997, in %

Vom Programm ARD I und RTL erwarte ich ...	ARD I / Das Erste		RTL	
	BRD-West	BRD-Ost	BRD-West	BRD-Ost
Ausführliche und gründliche Berichte über die Tagesereignisse	89,0	89,4	57,6	70,2
Kommentare und Stellungnahmen in den Nachrichten	79,5	80,2	47,8	59,8
Politische Missstände aufdecken und kritisieren	69,5	80,6	47,4	64,5
Auf Qualität achten und nicht alles mitnehmen, was der Zuschauer angeblich will	69,7	78,4	53,7	64,3
Ratgebersendungen	69,3	73,2	34,8	49,1
Nicht nur Themen aufgreifen, die gerade in der Öffentlichkeit diskutiert werden, sondern selbst Diskussionen anregen	41,7	70,7	43,4	57,9
Sendungen, die heiße Eisen aufgreifen; Themen über die man sonst nicht spricht	58,0	65,5	52,6	55,9
Auch schwierige Themen und Probleme auf unterhaltsame Weise bringen	57,3	66,5	45,9	62,4
Sendungen über Kultur und Wissenschaft	58,6	54,9	26,9	32,2
Schöne alte Filme und Serien, die man immer wieder gerne sieht	54,9	55,7	42,8	43,8
Neue Serien, aktuelle Filme	48,0	59,0	64,4	72,6
Unterhaltung, die es einem leicht macht, den Alltag zu vergessen	47,9	59,9	63,8	72,8
Darauf Rücksicht nehmen, dass der Fernsehzuschauer vor allem Erholung und Entspannung sucht	46,0	60,5	56,5	69,4
Sich mehr um die Probleme des Alltags kümmern als um große Politik	44,4	59,9	46,1	59,9
Vor allem für gute Laune sorgen	42,8	63,5	62,3	73,0
Shows, bei denen die Zuschauer mitmachen und gewinnen können	22,1	34,1	44,8	48,7

Quelle: ARD/ZDF-Programmtrend Herbst 1997.

② Wichtigkeit von Programmsparten

Erwachsene ab 14 Jahre, sehr wichtig/wichtig

	West		Ost	
	Rang	in %	Rang	in %
Nachrichten	1	92,9	1	91,0
Deutsche Kino- und Fernsehfilme	2	67,8	3	74,5
Natur- und Tiersendungen	3	67,6	4	73,3
Sendungen eigenes Bundesland	4	66,4	2	76,9
Krimis und Krimiserien	5	61,8	7	58,7
Quizshows, Ratesendungen	6	58,2	5	66,7
Unterhaltungsshow	7	58,2	6	62,2
Politikmagazine und -reportagen	8	56,7	8	54,8
Amerikanische Kino- und Fernsehfilme	9	54,7	14	45,9
Dokumentationen	10	53,1	11	48,6
Ratgeber-/Verbrauchersendungen	11	52,5	9	53,6
Familien- und Unterhaltungsserien	12	49,9	10	50,6
Sportsendungen	13	46,9	13	47,8
Wissenschafts-/Techniksendungen	14	44,8	12	47,9
Kulturmagazine/Kulturreportagen	15	43,3	18	36,7
Wirtschaftsmagazine/-reportagen	16	42,5	17	37,1
Volksmusik-/Schlagersendungen	17	35,8	15	39,7
Comedy-Sendungen/-Shows	18	34,3	16	37,4
Talkshows am Abend	19	33,3	19	34,1
Satire-/Kabarettssendungen	20	33,0	20	33,6
Boulevardmagazine	21	27,8	21	32,7
Arzt-/Krankenhausserien	22	25,2	22	32,1
Science-Fiction-Filme/-Serien	23	23,3	24	24,2
Gerichtssendungen	24	20,1	23	28,0
Talkshows am Nachmittag	25	17,4	26	20,5
Zeichentrickfilme/-serien	26	16,6	25	21,1
Reality Shows	27	12,4	27	16,1

Quelle: ARD/ZDF-Programmtrend Herbst 2001.

Quelle: Frey-Vor / Gerhard / Mohr 2002, S. 71.

2. Angebot und Nutzung

Die jährlichen Untersuchungen zum Programmangebot der Fernsehsender zeigen, dass der Bereich Information/Infotainment nicht nur nach wie vor den umfangreichsten Anteil am Programm einnimmt, sondern sogar noch ansteigt. Werden die Angebotsanteile mit den entsprechenden Nutzungsanteilen verglichen, bestätigen sich jedoch bekannte Befunde: Es werden mehr Informationssendungen angeboten als tatsächlich genutzt. Im Gegensatz dazu übersteigt die Nachfrage nach Unterhaltungsangeboten und Sendungen im Fiction-Bereich das ausgestrahlte Angebot:

③ Spartenangebot und -nutzung im deutschen Fernsehen 2001, 2006, 2007 und 2008¹⁾

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in %

	Angebot				Nutzung				Nettoreichweite ²⁾				Index ³⁾			
	2001	2006	2007	2008	2001	2006	2007	2008	2001	2006	2007	2008	2001	2006	2007	2008
Information	40	45	46	46	29	33	35	35	62	64	65	62	74	75	77	77
Sport	8	8	7	7	7	8	6	8	26	25	20	22	89	112	83	102
Unterhaltung	11	9	9	8	14	15	15	14	46	46	44	41	132	156	166	168
Fiction	27	24	24	25	38	33	33	32	61	60	59	57	138	138	135	127
Werbung	9	10	9	9	9	8	8	8	55	56	55	53	101	80	85	86
Sonstiges	5	4	4	4	3	3	3	3	64	65	64	62	53	70	74	76

1) Basis: 2001: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 8 Dritte Programme, 5sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport. Ab 2005: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 5sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL

2) Nettoreichweite: Programmsparte mindestens eine Minute fortlaufend gesehen.

3) Indexwerte: Nutzung zu Angebot, Angebot = 100.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Quelle: Gerhards / Klingler 2009, S. 664.

Herausgeber:

Im Vergleich der öffentlich-rechtlichen und der privaten Sender werden unterschiedliche Nutzungsgewohnheiten bzw. stabile Differenzen deutlich. Das informationsorientierte Angebotsprofil von ARD und ZDF steht dem Schwerpunkt hinsichtlich Fiction und Unterhaltung bei den privaten Sendern gegenüber.

⑥ **Spartenangebot und -nutzung 2001, 2006, 2007 und 2008 nach Systemen**

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr, in %

	ARD/ZDF				RTL/Sat.1			
	2001	2006	2007	2008	2001	2006	2007	2008
Angebotsanteil in %								
Information	44	47	49	49	20	22	24	26
Sport	9	8	6	7	3	1	1	1
Unterhaltung	12	6	6	5	22	27	28	26
Fiction	32	35	35	34	34	24	24	24
Werbung	1	1	1	1	17	21	19	18
Sonstiges	3	3	3	3	4	5	5	5
Nutzungsanteil in %								
Information	38	34	37	36	19	21	22	23
Sport	10	17	10	16	7	4	3	3
Unterhaltung	14	9	9	8	24	31	32	31
Fiction	34	36	39	36	32	25	24	24
Werbung	2	2	2	2	15	15	15	14
Sonstiges	2	2	2	2	4	4	4	5
Durchschnittliche tägliche Sehdauer in Min.								
Information	19	20	20	19	9	10	10	11
Sport	5	10	6	9	3	2	1	1
Unterhaltung	7	5	5	4	11	15	15	14
Fiction	17	21	21	20	15	12	11	11
Werbung	1	1	1	1	7	7	7	7
Sonstiges	1	1	1	1	2	2	2	2

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Panel (D+EU), eigene Berechnungen.

Quelle: Gerhards / Klingler 2009, S. 668.

Auch innerhalb des Programmbereichs Information lassen sich signifikante Unterschiede markieren. Während beispielsweise ARD und ZDF ein dichtes Netz an Nachrichtensendungen anbieten, machen bei RTL und SAT1 Magazinsendungen den größten Anteil am Informationsangebot aus.

TELE-VISIONEN

Fernsehgeschichte Deutschlands in West und Ost

| Seite 4 von 5

⑤ Sendungsformen der Informationsangebote 2006 bis 2008

	ARD/Das Erste			ZDF			RTL			Sat.1		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
in Min./Tag												
Nachrichtensendung ¹⁾	64	63	64	64	65	65	38	39	40	31	20	12
Magazin	53	58	66	72	72	79	78	63	66	60	55	61
Dokumentation/Bericht/ Reportage	37	36	22	37	26	35	5	13	9	13	15	18
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	15	23	27	10	11	14	2	4	4	0	6	6
Ereignisübertragung	0		2	0	2		0	6		0		
Doku-Inszenierung/ Doku-Soap/Reihe	7	3	3	6	4		35	31	33	3	6	9
Sonstige nonfiktionale Form ²⁾	6	6	8	5	5	4	1	3	2	1	1	1
Gesamt	182	189	192	194	184	196	160	159	154	108	103	106
in %												
Nachrichtensendung ¹⁾	35,2	33,3	33,1	33,1	35,1	33,2	23,7	24,4	26,3	28,4	19,3	11,3
Magazin	29,0	30,4	34,1	37,0	39,3	40,2	48,9	39,6	42,6	55,1	53,3	57,4
Dokumentation/Bericht/ Reportage	20,2	19,0	11,6	19,1	14,1	17,9	3,3	7,9	5,9	12,3	14,7	17,0
Diskussion/Gespräch/ Talk/Ansprache	8,4	12,1	14,2	5,4	5,9	6,9	1,1	2,8	2,9	0,1	6,2	5,4
Ereignisübertragung	-	-	1,0	-	0,9	-	-	3,9	-	-	-	-
Doku-Inszenierung/ Doku-Soap/Reihe	3,9	1,8	1,6	3,1	1,9	-	22,0	19,3	21,3	3,0	5,6	8,4
Sonstige nonfiktionale Form ²⁾	3,2	3,4	4,4	2,4	2,8	1,8	0,9	2,1	1,0	1,0	-	0,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1) Ohne eigenständige Wetternachrichten.

2) Kurzinfos, Wettersendungen.

Untersuchungszeitraum: 27. März - 2. April, 10.-16. Juli, 18.-24. September, 4.-10. Dezember 2006; 12.-18. März, 18.-24. Juni, 24.-30. September, 3.-12. Dezember 2007, 7.-14. April, 30. Juni - 6. Juli, 6.-12. Oktober, 8.-12. Dezember 2008.

Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung, Köln.

Quelle: Krüger / Zapf-Schramm 2009, S. 217

⑦ Nutzung von Information nach Untersparten 2005, 2006, 2007 und 2008

BRD gesamt, Zuschauer ab 3 J., Mo bis So, 3.00 bis 3.00 Uhr

	2005		2006		2007		2008	
	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %	Sehdauer in Min.	Nettoreich- weite in %
Information/Infotainment	61	65	61	64	63	63	63	62
Nachrichten allgemein	11	49	11	48	10	46	10	45
Nachrichten	8	43	7	42	7	39	7	38
Nachrichtenmagazin	4	22	3	22	3	21	3	20
Regionale Nachrichten-/Informationssendungen	7	26	7	25	6	23	6	21
Frühmagazine (ohne Sportthemen)	2	8	2	7	2	7	2	7
Schul-/Bildungsfernsehen	0	1	0	1	0	0	0	1
Gespräch/Interview/Talk	4	15	4	13	4	13	4	13
Information speziell	37	60	38	59	41	58	41	57
Schwerpunkt: Politik/Wirtschaft/Geschichte	6	24	5	21	5	22	5	20
Schwerpunkt: Kultur	3	15	3	15	3	14	3	13
Schwerpunkt: Natur/Wissenschaft	7	26	8	27	9	28	8	27
Schwerpunkt: Gesellschaft	20	47	21	47	24	47	25	46
Wetter	1	24	0	23	1	23	0	22

Basis: 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL II, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24.

Quelle: AGF/GfK, pc#tv, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Quelle: Gerhards / Klingler 2009, S. 669

Zu beachten ist, dass auswertende Tabellen bzw. Statistiken oftmals auf unterschiedlichen Parametern bei der Zuordnung von Sendungen zu bestimmten Programmsparten beruhen. Dies wird insbesondere relevant, vergleicht man die oben abgebildeten Ergebnisse mit den Analysen des Angebotes der privater Rundfunkanbieter in den jährlichen Programmberichten der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM).

Quellen

Frey-Vor, Gerlinde / Gerhard, Heinz / Mohr, Inge 2002: Mehr Unterschiede als Annäherung? Informationsnutzung von Ost- und Westdeutschen: Erwartungen und Einstellungen. In: Media Perspektiven 2/2002, S. 70-76.

Gerhards, Maria / Klingler, Walter 2009: Sparten- und Formattrends im deutschen Fernsehen. Das Programmjahr 2008. In: Media Perspektiven 12/2009, S. 662-678.

Krüger, Udo Michael / Zapf-Schramm, Thomas 2009: Politikthematisierung und Alltagskultivierung im Infoangebot. Programmanalyse 2008 von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben In: Media Perspektiven 4/2009, S. 201-222.

weitere Informationen

Jährlich aktuelle Programmberichte der Medienforschung von ARD und ZDF sind abrufbar unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/>

Jährlich aktuelle Programmberichte der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) sind abrufbar unter: <http://www.die-medienanstalten.de/publikationen/programmbericht.html>