

Ergebnisse der ARD-Programmanalyse 2023

Programmprofile von Das Erste, ZDF, RTL, Vox, Sat.1 und ProSieben

Von Angela Rühle*

Die Bewegtbildnutzung in Deutschland hat sich auch 2023 weiter ausdifferenziert. Programmangebote werden über verschiedenste Geräte angeschaut und das Angebot der Mediatheken stetig ausgebaut. In den verschiedenen Altersgruppen entwickelten sich die Nutzungszugänge zu den Content-Angeboten unterschiedlich. Das lineare Fernsehen hat zahlreiche Konkurrenz bekommen, bleibt aber nach wie vor die häufigste Variante der Bewegtbildnutzung. Rund 80 Prozent der deutschen Bevölkerung nutzen regelmäßig lineare Fernsehangebote, 64 Prozent sogar täglich. Damit fällt die regelmäßige und tägliche Nutzung linearer Fernsehangebote weit höher als bei jeder anderen Plattform aus. (1)

Die Programmschaffenden wiederum sind in dieser Situation vor die Herausforderung gestellt, angemessen zu reagieren, um die Marktposition in dieser diversifizierten Konkurrenzsituation zu behaupten. Die unterschiedlichen Strategien dazu lassen sich an den Programmangeboten ablesen, die auch 2023 wieder im Rahmen der ARD-Programmanalyse ausgewertet wurden.

Kontinuierliche
Strukturanalyse

Die Programmanalyse untersucht seit vielen Jahren die Angebotsstruktur der linearen Programme im deutschen Fernsehmarkt. Dadurch können unterschiedliche Programmschwerpunkte und Angebotscharakteristika der verschiedenen Anbieter herausgearbeitet werden.

Die Analyse erfolgt traditionell in zwei Schritten. Mit Hilfe der Nutzungszahlen der AGF-Videoforschung wird analysiert, welchen Programmsparten die ausgestrahlten Sendungen zugeordnet wurden und welche charakteristischen Angebotschwerpunkte sich dadurch abzeichnen. In einem zweiten Schritt werden die Informationsprofile näher untersucht. Auf Basis einer inhaltsanalytischen Auswertung wird hier untersucht, in welchem Umfang sich Informationsangebote in dem jeweiligen Programm finden, in welcher journalistischen Form Informationen aufbereitet werden und auch welche inhaltlichen Schwerpunkte gesetzt werden.

In dem vorliegenden Beitrag werden nun die Ergebnisse des ersten Teils der Programmanalyse vorgestellt: Die Angebotsstrukturen. Dafür wurde auf Basis der AGF-Sendeprotokolle und -Programmcodierung

eine Vollerhebung des 2023 angebotenen Programms vorgenommen. Das bedeutet, die Zusammensetzung der untersuchten Programme wurde über alle 24 Sendestunden nach Sendungsformaten und Genres erfasst. Ausgewertet wurden die Programme, die seit vielen Jahren die höchsten Marktanteilstwerte erzielen: Das Erste, ZDF, RTL, Vox, Sat.1 und ProSieben. (2)

Kurz und knapp

- Die Ergebnisse der neuen ARD-Programmanalyse 2023 zeigen: Im Ersten und im ZDF entfielen 2023 gut 40 Prozent der Sendezeit auf Informationsangebote wie Magazine, Reportagen, Dokus und Nachrichten.
- Der primäre Fokus der privaten Programme liegt weiterhin auf fiktionalen und non-fiktionalen Unterhaltungsangeboten.
- Das Fictionangebot im Ersten und im ZDF bestand 2023 zu rund 80 Prozent aus eigen- oder koproduzierten Serien und Filmen, die zum überwiegenden Teil in Deutschland produziert wurden.
- Die öffentlich-rechtlichen Sender decken eine große Bandbreite an Sportarten ab. 2023 sorgte der Wechsel der NFL-Übertragungsrechte zu Verschiebungen beim Anteil der Sportberichterstattung zwischen ProSieben und RTL.

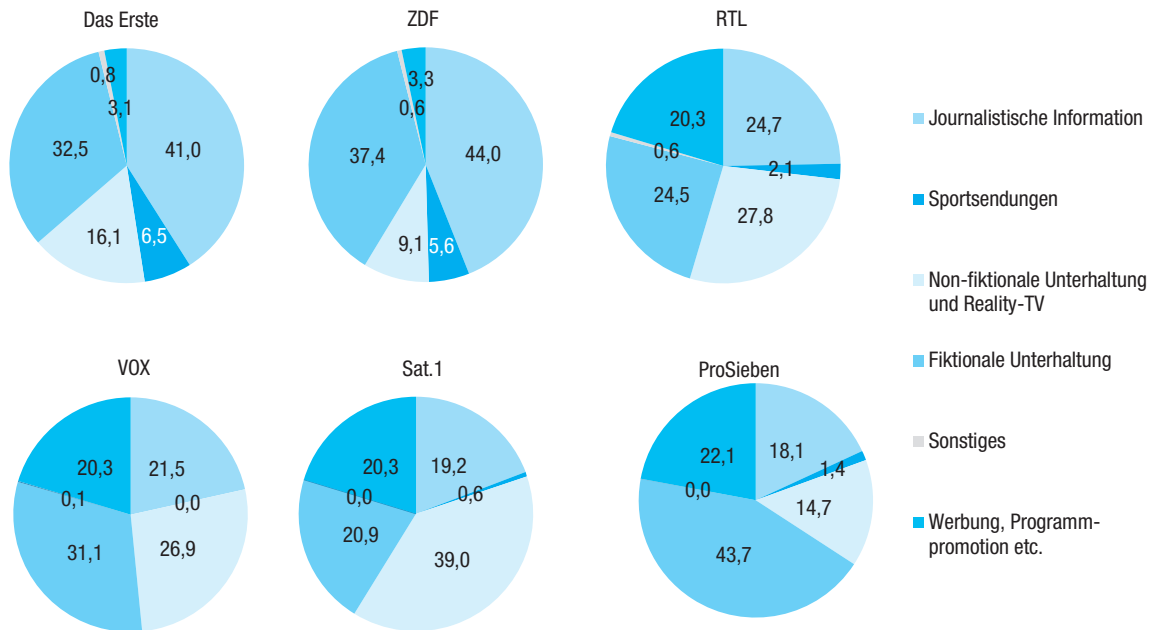
Diese Form der Sekundäranalyse wird seit Jahren praktiziert und ermöglicht sowohl einen systematischen Vergleich zwischen den Sendern, als auch Zeitreihenanalysen über die letzten Jahre hinweg.

Programmschwerpunkte 2023 im Überblick

Um die Programmschwerpunkte der untersuchten Angebote strukturieren zu können, werden die ausgestrahlten Sendungen den Programmsparten der AGF-Programmcodierung zugeordnet. Unterschieden wird dabei zwischen (journalistischer) Information, fiktionaler Unterhaltung, non-fiktionaler Unterhaltung/Reality-TV und Sportsendungen. Hinzukommen „Werbungsbesendungen/Programmpromotion u. ä.“ sowie Programmelemente aus der Kategorie „Sonstige“, wobei letztere allerdings nur einen sehr kleinen Teil des Programmvolumens ausmachen. Werbung und Programmpromotion nimmt bei den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen ebenfalls mit rund 3 Prozent nur einen geringen Programmanteil ein. Bei den untersuchten privaten Anbietern entfällt auf Werbung und Programmpromotion dagegen rund ein Fünftel des gesamten Programms. Sendezeit, die für andere Genres nicht mehr zur Verfügung steht (vgl. Abbildung 1).

* Media Perspektiven.

Abbildung 1
Spartenschwerpunkte in der Gesamtsendezeit 2023
Zeitanteil in %



Quelle: AGF-Programmcodierung, ARD.

Über den gesamten Sendetag hinweg zeigen sich auf Basis dieser Programmgenres charakteristische Schwerpunkte, die das Profil der verschiedenen Programmanbieter beschreiben.

Informationsangebote machen mehr als 40 Prozent des Programms im Ersten und dem ZDF aus

Aufgrund ihres medienrechtlich festgeschriebenen Programmauftrags tragen die öffentlich-rechtlichen Programme, also auch Das Erste und das ZDF, eine besondere Verantwortung als „Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung“. (3) Infolgedessen kommt dem Informationsangebot hier eine besondere Bedeutung zu. Bei den öffentlich-rechtlichen Programmen Das Erste und ZDF entfällt der größte Anteil des Programms auf Informationsangebote. Gut zwei Fünftel aller Sendungen waren dieser Kategorie 2023 zuzuordnen. Das ZDF strahlte mit einem Programmanteil von 44 Prozent die meisten Informationssendungen aus. Fast ebenso viel Information fand sich im Ersten, das 41 Prozent seines Programms damit bestritt. Neben den klassischen Nachrichtenangeboten wie „Tagesschau“ und „heute“ gehörten dazu zahlreiche Formate wie die Morgen- und Mittagmagazine oder weitere (Magazin-)Angebote zu verschiedenen Themenfeldern. Aufgrund der besonderen Nachrichtenlage des Jahres 2023 mit dem fortgesetzten Ukraine-Krieg und dem Konflikt zwischen Israel und der Hamas spielten auch Sondersendungen 2023 wieder eine besondere Rolle.

Das Informationsvolumen der anderen Programme lag deutlich unter dem des Ersten und des ZDF. RTL machte 2023 das umfangreichste Informationsangebot der privaten Sender. Der Programmanteil Information lag bei dem Kölner Sender bei knapp 25 Prozent. Auf Rang vier folgte Vox, das gut ein Fünftel seines Programms informativen Formaten widmete (22%). Bei Sat.1 und ProSieben betrug der Informationsanteil dagegen weniger als ein Fünftel des Programms. Mit Programmanteilen von 19 Prozent (Sat.1) bzw. 18 Prozent (ProSieben) umfasste der Informationsumfang dieser Angebote weniger als die Hälfte des entsprechenden Programmvolumens bei ARD und ZDF.

Der Programmschwerpunkt der privaten Anbieter lag – wie in den Vorjahren – eher auf unterhaltenden Formaten, wobei auch hier charakteristische Fokussierungen der verschiedenen Sender zu erkennen sind.

Bei RTL hielten sich Informationen, Fictionangebote und non-fiktionale Unterhaltung in etwa die Waage. 2023 entfiel jeweils rund ein Viertel des Programms auf diese Genres. (4) Den größten Anteil hatten dabei mit rund 28 Prozent die non-fiktionalen Angebote und Reality-TV. An zweiter Stelle folgten die Informationsangebote. Fiktionale Serien und Filme machten ebenfalls rund 25 Prozent des Sendevolumens aus.

Unterschiedliche Unterhaltungsschwerpunkte bei den privaten Sendern

Bereits Vox, das nach RTL den größten Informationsanteil aufweist (22 %), zeigt schon eine stärkere Unterhaltungsorientierung. Den größten Anteil am Gesamtprogramm hat hier die fiktionale Unterhaltung. Knapp ein Drittel des Programms (31 %) waren 2023 Serienformaten und Filmen zuzuordnen. Etwas weniger Gewicht hatten dagegen non-fiktionale Unterhaltungsformen oder Reality-Formate, die gut ein Viertel des Programms ausmachten (27 %). Sportsendungen finden sich nach wie vor nicht im Programmportfolio von Vox.

Den höchsten Fictionanteil hatte aber auch 2023 wieder das Programm von ProSieben und untermauerte damit seine starke Ausrichtung auf fiktionale Unterhaltung. Knapp 44 Prozent des Programms entfielen auf Serien und Filme, die fast ausschließlich aus dem US-amerikanischen Markt stammten. Der Anteil non-fiktionaler Unterhaltung lag dagegen mit knapp 15 Prozent deutlich unter dem Volumen der privaten Vergleichssender. Rund 18 Prozent der Sendezeit entfielen auf Informationsformate, womit ProSieben den geringsten Informationsanteil der untersuchten Programme aufwies. Sport fand sich in geringem Umfang ebenfalls im Programm. Gut 1 Prozent der Sendezeit entfielen 2023 auf dieses Genre.

Während bei ProSieben und Vox Fictionsendungen den größten Programmanteil ausmachten, verwendete Sat.1 auch 2023 die meiste Sendezeit auf non-fiktionale Unterhaltungsformen, also unter anderem Shows, Quiz- oder Reality-Formate. Hier summieren sich die gezeigten Sendungen auf knapp 40 Prozent des Programmangebots. Fiction und Information machten jeweils rund ein Fünftel des Programms aus. Sport spielte mit knapp 1 Prozent des Programmvolumens nur eine sehr untergeordnete Rolle.

Anteil in Deutschland produzierter Fiction bei ARD und ZDF hoch

Auch für ARD und ZDF stellt Unterhaltung einen wichtigen Programmbaustein dar. Fiction machte bei beiden den zweitgrößten Programmblock aus. Auf Filme und Serien entfielen 2023 rund ein Drittel des Programms im Ersten. Beim ZDF lag der Fictionanteil mit 37 Prozent etwas höher. Dabei handelte es sich hauptsächlich um deutsche Produktionen, nur rund 2 Prozent (Das Erste) bzw. 6 Prozent (ZDF) der Fictionangebote in den beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen entstammten US-amerikanischen Produktionen.

Non-fiktionale Unterhaltung ist dagegen von geringerer Bedeutung für die Programmgestaltung des Ersten und des ZDF. Solche Unterhaltungsformate machten bei Das Erste 2023 rund 16 Prozent des Angebots aus und nahmen damit mehr Sendezeit in Anspruch als beim ZDF, auf dessen non-fiktionales Unterhaltungsangebot etwa ein Zehntel des Programms entfiel. Der Anteil non-fiktionaler Unterhaltung – worunter unter anderem Tierreportagen (z. B. „Elefant, Tiger

& Co.“) oder Reisesendungen (z. B. „Verrückt nach Meer“) fielen – lag damit bei den öffentlich-rechtlichen Sendern deutlich unter dem Niveau von RTL, Vox und Sat.1.

Programmentwicklungen

Im Zeitverlauf erweisen sich die Programmangebote von Das Erste und dem ZDF als relativ stabil. Im Vergleich zum Vorjahr waren lediglich beim Sportanteil nennenswerte Veränderungen zu erkennen. Da die Sportberichterstattung aber genuin ereignisbezogen stattfindet, machen sich hier die sogenannten „Sportjahre“, in denen besonders wichtige und zuschauerstarke Sportereignisse wie Olympische Spiele oder (Herren-)Fußball-Welt- oder Europameisterschaften stattfinden, bemerkbar. 2023 fand keines dieser wichtigen Turniere statt, und die Frauen-Fußball-WM – die sich ebenfalls großen Interesses erfreute – konnte dies nicht auffangen. Dadurch sank der Programmanteil des Sports im Ersten und dem ZDF etwas auf rund 6 Prozent (vgl. Tabelle 1). Für 2024 steht zu erwarten, dass durch die Fußball-EM in Deutschland und die Olympischen Sommerspiele in Paris der Sportanteil wieder steigen wird.

Das umfangreiche Informationsangebot umfasst seit Jahren sowohl im Ersten als auch beim ZDF stabil gut zwei Fünftel des Programms. Nur während der Hochphase der Corona-Pandemie 2020 lag der Anteil etwas höher.

Im Ersten ging der Anteil fiktionaler Unterhaltung im Laufe der letzten Jahre geringfügig zurück. Das Angebot an non-fiktionaler Unterhaltung wurde im selben Zeitraum leicht ausgebaut. Gegenüber 2022 ist der non-fiktionale Unterhaltungsanteil im Ersten leicht gestiegen und liegt damit nach wie vor über dem Wert der Vor-Corona-Zeit 2019. Beim ZDF verlor im selben Zeitraum dieses Genre dagegen eher etwas an Bedeutung. Vergleicht man diese Veränderungen aber mit den privaten Sendern, kann weiterhin von einer stabilen Gewichtung der verschiedenen Programmgenres gesprochen werden.

Nachdem 2022 ein deutlicher Anstieg des Informationsangebots bei RTL und ProSieben zu verzeichnen war, zeigen sich 2023 unterschiedliche Tendenzen bei den privaten Programmangeboten. RTL reduzierte den stark gestiegenen Informationsanteil aus 2022 wieder deutlich und lag mit 25 Prozent nun sogar knapp unter dem Wert aus 2021. Auch der Ausbau des Informationsanteils bei ProSieben verlor an Dynamik. Allerdings stieg der Umfang des Informationsangebots, nach dem deutlichen Ausbau 2022, erneut geringfügig an. Deutlich mehr Information zeigte 2023 dagegen Sat.1. Hier war ein deutlicher Anstieg um 2,3 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen, der durch eine werktägliche Ausstrahlung der Magazin- und Rahmensendung „Volles Haus“ be-

Hohe Programmstabilität im Ersten und dem ZDF

Informationsoffensive der Privaten stockt

Tabella 1
Programmsparten im Zeitverlauf
Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information						
2023	41,0	44,0	24,7	21,5	19,2	18,1
2022	41,1	43,9	29,3	21,3	16,9	17,4
2021	41,0	43,7	25,6	21,2	16,5	14,8
2020	42,8	44,9	20,8	22,0	16,0	11,3
2019	40,4	43,4	20,4	23,7	15,4	11,5
Sportsendungen						
2023	6,5	5,6	2,1	–	0,6	1,4
2022	8,2	6,7	1,0	–	0,5	2,4
2021	8,0	6,3	0,7	–	0,7	0,9
2020	4,5	3,0	1,1	–	0,3	0,4
2019	6,4	4,7	1,9	–	0,4	0,4
Non-fiktionale Unterhaltung und Reality-TV						
2023	16,1	9,1	27,8	26,9	39,0	14,7
2022	15,1	9,3	27,7	27,6	44,7	13,8
2021	15,4	9,7	34,1	27,2	47,3	10,0
2020	13,5	10,4	41,4	31,8	45,3	10,6
2019	14,0	11,3	38,5	34,2	42,5	6,8
Fiktionale Unterhaltung						
2023	32,5	37,4	24,5	31,1	20,9	43,7
2022	31,5	36,2	21,0	30,2	17,2	44,3
2021	31,3	36,3	18,6	31,0	14,9	51,9
2020	35,0	37,7	17,1	27,0	18,9	57,5
2019	35,0	36,5	19,3	22,7	21,3	61,0

* Jahresvollerhebungen 2019 bis 2023. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: AGF-Programmcodierung, ARD.

gründet war. Dieses Format wurde aber mittlerweile eingestellt. Durch diesen Zuwachs konnte sich Sat.1 in dieser Kategorie vor ProSieben schieben, das mit rund 18 Prozent Programmanteil trotz der deutlichen Steigerungen der letzten Jahre den geringsten Informationsanteil der untersuchten Programme aufwies. Vox hielt mit einem stabilen Programmanteil von gut 21 Prozent 2023 den zweiten Rang unter den privaten Sendern.

Auch wenn gegenüber dem Vorjahr das Informationsangebot der untersuchten privaten Programme damit insgesamt wieder etwas sank, ist doch ein deutlicher Ausbau der relativen Informationssendezeit gegenüber der Vor-Corona-Zeit zu beobachten. Sowohl RTL, Sat.1 als auch ProSieben erweiterten ihren Informationsanteil seit 2019, während Vox seine einstige Spitzenposition (2019: 24 %) einbüßte.

Während der Informationsanteil bei RTL 2023 deutlich sank, wurde der Anteil fiktionaler Unterhaltung ausgebaut und stieg um 3,5 Prozentpunkte auf nun 24,5 Prozent. Das bedeutet zugleich, dass unter den drei nahezu gleichgewichteten Programmgenres Information, fiktionale und non-fiktionale Unterhaltung nun Information nicht mehr den größten Programmanteil bei RTL ausmacht, sondern die non-fiktionale Unterhaltung (27,8 %) – trotz stabiler Programmanteile – nun das größte Gewicht im Programm hat. Leicht ausgebaut wurde zudem die Sportberichterstattung (+ 1,1 %-Punkte auf nun 2,1 %).

Eine gegenläufige Entwicklung zeigte sich dagegen bei Sat.1. Hier gewann wie erwähnt die Information an Bedeutung, und auch der Anteil der fiktionalen Unterhaltung (+ 3,7 %-Punkte) stieg an. Auf der anderen Seite wurden non-fiktionale Unterhaltungsfor-

Programmverschiebungen bei RTL zugunsten fiktionaler Unterhaltung

Sat.1 baut Informationsanteil aus

Tabelle 2
Journalistische Informationsformate 2023
Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information	41,0	44,0	24,7	21,5	19,2	18,1
Nachrichtensendungen	8,9	8,4	3,7	1,2	1,6	1,0
Magazinsendungen	23,1	24,2	18,3	1,5	14,6	14,6
Frühstücksmagazine	8,9	8,9	6,5	–	11,0	–
Ratgeber- und Servicemagazine	2,0	3,9	–	–	–	–
Boulevardmagazine	3,8	2,9	2,3	–	–	4,6
Allgemeine Magazine	8,4	8,5	9,6	1,5	3,6	10,0
Reportagen, Dokumentationen	5,3	8,6	2,6	18,8	2,8	2,4
Interview- und Talkformate	3,5	2,7	0,1	0,0	0,2	0,1
Sonstige journalistische Formate**	0,3	0,0	–	–	0,0	–
Restliches Programm***	59,0	56,0	75,3	78,5	80,8	81,9
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Jahresvollerhebung 2023. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

** Ansprachen, Übertragungen etc.

*** Sportsendungen, Unterhaltungssendungen sowie sonstige Formate. Außerdem Werbung; Programmpromotion; rechnerische Differenz zum 24h-Tag.

Quelle: AGF-Programmcodierung, ARD.

mate (–5,7 %-Punkte) deutlich gegenüber dem Vorjahr zurückgefahren.

Sendungsformate journalistischer Information

Journalistische Information findet sich in vielen Facetten in den untersuchten Programmen. Es werden nicht nur verschiedenste Themenbereiche abgedeckt, sondern auch die Programmform variiert: Zwischen aktuellen und eher kurzen Meldungen in Nachrichtensendungen, über verschiedene Magazinformaten, Reportagen und Dokumentationen, bis hin zu Talksendungen, um nur die wichtigsten zu nennen. (5) Gerade die journalistische Form lässt Rückschlüsse darauf zu, wieviel Sendezeit einem Thema gewidmet und in welcher Tiefe es im Programm aufgegriffen wird.

Magazine
wichtigstes
Informationsformat
in fast allen
Programmen

Magazinsendungen machen in fast allen Programmen den größten Anteil des Informationsangebots aus. Lediglich bei Vox wird Information vor allem in Form von Reportagen und Dokumentationen ausgestrahlt. Hier betrug der Anteil der Magazine weniger als 2 Prozent (vgl. Tabelle 2). In den anderen untersuchten Privatsendern stellten Magazine zwischen 15 Prozent (Sat.1 und ProSieben) und 18 Prozent (RTL) des Gesamtprogramms. Bei Sat.1 handelt es sich dabei schwerpunktmäßig um das „Sat.1-Frühstücksfernsehen“ (11,0 %), daneben werden allgemeine Magazinformaten (z.B. „Volles Haus“) ausgestrahlt. Der Programmanteil Magazine wuchs bei Sat.1 gegenüber dem Vorjahr um 2,8 Prozentpunkte. Der Zuwachs des Informationsanteils lässt sich vor

allem durch einen Ausbau eben dieser „allgemeinen Magazine“ erklären. ProSieben strahlte vor allem „allgemeine Magazine“ aus, worunter Formate wie „Galileo“, „Zervakis & Opdenhövel live“ oder das Kinomagazin „Watch Me“ subsumiert werden (10 %). Boulevardmagazine („taff“) machten weitere knapp 5 Prozent des Magazinangebots aus. RTL, das mit knapp 25 Prozent den größten Informationsanteil der untersuchten Privatsender hat, strahlte sowohl „allgemeine Magazine“ (9,6 %) – unter anderem „Punkt 12“, „Stern TV“ und „Spiegel TV“ – aus, als auch Frühstückfernsehen (6,5 %). 2 Prozent des Programms entfallen schließlich auf Boulevardmagazine (z.B. „Gala“ oder „Exklusiv“).

Noch deutlich umfangreicher ist das Magazinangebot bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Im Ersten und dem ZDF machten Magazinsendungen knapp ein Viertel des Gesamtprogramms aus und stellten damit jeweils mehr als die Hälfte aller Informationssendungen. Dabei ist das Angebot breit gefächert und umfasst sowohl die Morgenmagazine (8,9 % in beiden Programmen), allgemeine Magazine (8,4 % Das Erste, 8,5 % ZDF), mit einem breiten Spektrum von den Mittagsmagazinen über Politik (z.B. „Weltspiegel“, „Report“, „frontal“, „Monitor“, „Berlin direkt“ und andere), Kultur („tlt – titel, thesen, temperamente“ oder „aspekte“) bis Wissenschaft („Terra X“ oder „Quarks im Ersten“). Boulevardmagazine wie „Brisant“ oder „hallo deutschland“ machten knapp 4 Prozent im Ersten und rund 3 Prozent beim ZDF aus.

Umfangreiches und
vielfältiges Angebot
an Magazin-
sendungen im ö.-r.
Fernsehen

Höchster privater Nachrichtenanteil mit 4 % bei RTL – Tendenz rückläufig

Weitere relevante Formate aus dem Informationsbereich sind Nachrichtensendungen und Reportagen/Dokumentationen. Bei den privaten Anbietern entfallen zwischen 1 Prozent (ProSieben) und knapp 4 Prozent (RTL) des Programms auf Nachrichtensendungen. Im vergangenen Jahr entfielen bei RTL noch fast 6 Prozent auf Nachrichten. Der Rückgang des gesamten Informationsanteils des Kölner Senders lässt sich somit auf einen geringeren Programmanteil an Nachrichten sowie weniger Reportagen und Dokumentationen zurückführen. (6) RTL bietet aber nach wie vor mit Abstand die umfangreichste Nachrichtenberichterstattung der untersuchten Privatsender. Mit Programmanteilen zwischen 1 und knapp 2 Prozent (Sat.1: 1,6%) widmeten Sat.1, Vox und ProSieben nicht einmal halb so viel Sendevolumen dem aktuellen Nachrichtengeschehen. Hier gab es im Vergleich zum Vorjahr nur geringe Veränderungen.

Deutlich mehr Nachrichten bei ARD und ZDF

Deutlich mehr Nachrichten finden sich bei den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen. Nachrichten machen hier bei beiden Sendern zwischen 8 und 9 Prozent des Programmolumens aus. Das sind täglich rund zwei Stunden Nachrichten. Damit liegt der Nachrichtenanteil sowohl bei Das Erste als auch beim ZDF mehr als doppelt so hoch wie beim führenden Privatsender RTL. Gegenüber dem Vorjahr ist der Umfang des Nachrichtenangebots bei beiden öffentlich-rechtlichen Programmen stabil geblieben.

Breites Themenspektrum bei Reportagen und Dokumentationen

Reportagen und Dokumentationen finden sich in unterschiedlichem Umfang in den Programmen. Die starke Fokussierung des Informationsangebots von Vox auf diese Formatgruppe speist sich aus Sendungen wie „Zwischen Tüll und Tränen“, „Snapped – Wenn Frauen töten“, „Medical Detectives“ oder „Goodbye Deutschland – Die Auswanderer“. Diese stellen mit einem Anteil von knapp 19 Prozent fast das gesamte Informationsangebots von Vox, das insgesamt rund ein Fünftel des Programms (21,5%) ausmacht. Die restlichen Programmanteile Information verteilen sich zu etwa gleichen Teilen auf Magazine wie zum Beispiel „Prominent!“, „hundkatzemaus“ oder „auto mobil“ (1,5%) und Nachrichtensendungen (1,2%).

Bei RTL, Sat.1 und ProSieben spielen Reportagen und Dokumentationen eine deutlich geringere Rolle im Informationsportfolio. Die Programmanteile liegen zwischen 2,4 Prozent (ProSieben) und 2,8 Prozent (Sat.1) und werden durch Sendungen wie „Galileo“ oder „Jenke“ (ProSieben), „Lebensretter hautnah: Wenn jede Sekunde zählt“, „Hochzeit auf den ersten Blick“ oder die „Sat.1...-Check“-Serie (Sat.1) bestritten. Mit Sendungen wie „Exklusiv spezial“, „Klima Update“ oder „Martin Rütter – Die Welpen kommen“ bestritt RTL 2023 2,6 Prozent seines Programms und hat gegenüber 2022 seinen Programmanteil bei Reportagen und Dokumentationen damit

nahezu halbiert (2022: 4,8%). Ursächlich hierfür ist die Einstellung der „Nacht-Doku“.

Eine besonders prominente Rolle nehmen Reportagen und Dokumentationen beim ZDF ein. Formate wie „Terra X“ oder auch die „ZDF.reportage“ sind hier prägend. Im Gesamtvolumen gestaltet das ZDF damit knapp 9 Prozent seines Programms in Form von Reportagen oder Dokumentationen, was in etwa dem Nachrichtenanteil des Senders entspricht.

Das Programm des Ersten wird in diesem Bereich von Sendungen wie zum Beispiel „ARD Story“, „ARD Wissen“ oder „ARD History“ geprägt. Insgesamt entfallen auf Reportagen und Dokumentationen im Ersten gut 5 Prozent des Gesamtprogramms. Ein Wert, der – wie beim ZDF – im Zeitvergleich mit dem Vorjahr stabil geblieben ist.

Klassische Talk-Formate finden sich in relevantem Umfang nur im Ersten und dem ZDF, wo „Hart aber fair“, „Maischberger“ (Das Erste) oder „Markus Lanz“, „Maybrit Illner“ (ZDF) und Co. knapp 4 Prozent des Programms im Ersten und 3 Prozent beim ZDF ausmachen.

Sendungsformate der fiktionalen Unterhaltung

Fiktionale Unterhaltung, also Serien und Filme, ist in allen untersuchten Programmen – auch bei den öffentlich-rechtlichen – ein wichtiger Bestandteil des Angebots. Hier stehen alle linearen Fernsehanbieter gleichzeitig in großer Konkurrenz zu Streamingdiensten, die umfangreiche Fictionangebote auf Abruf anbieten. (7) Charakteristische Angebotsprofile können Sender hierbei nicht nur über das Genre entwickeln, also ob es sich etwa um Krimis, Komödien oder einen Liebesfilm handelt, sondern auch mit eigenproduzierten oder in Deutschland produzierten Serien, die regionale und kulturelle Charakteristika aufgreifen und zudem einen Impact auf die hiesige Wirtschaft haben. (8)

Einen besonders hohen Stellenwert hatte 2023 Fiction bei ProSieben. Der Münchner Sender strahlte von allen untersuchten Programmen die meisten Filme und Serien aus und bestritt damit bald die Hälfte seines Programms (vgl. Tabelle 1). Der Fictionanteil belief sich bei ProSieben 2023 auf knapp 44 Prozent. Gegenüber dem Vorjahr ist dieser Wert weitgehend stabil geblieben, nachdem zwischen 2021 und 2022 dieses Genre deutlich reduziert und gleichzeitig non-fiktionale Unterhaltungsformen und das Informationsangebot ausgebaut wurden. Dennoch sind das noch immer mehr als 10 Stunden Filme und Serien Tag für Tag. Bei den gezeigten Sendungen handelte es sich auch 2023 fast ausschließlich um US-amerikanische Produktionen (92%) (vgl. Tabelle 3). Nur jeweils rund 2 Prozent wurden in Deutschland oder anderen europäischen Ländern produziert. Lediglich Vox bezieht

Rund 3 Prozent Talk bei ö.-r. Sendern

Fiction bei ProSieben: US-amerikanische Sitcoms stark vertreten

Tabelle 3
Produktionsländer der fiktionalen Unterhaltung 2023
Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Deutschland und andere Länder	86,2	79,1	26,3	0,8	16,1	1,8
Sonstige europäische Länder	9,0	11,2	2,3	0,9	2,4	1,9
USA	2,1	5,9	67,4	94,8	69,3	92,3
Sonstige	2,7	3,7	4,1	3,6	12,2	3,9
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Jahresvollerhebung 2023. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: AGF-Programmcodierung, ARD.

Tabelle 4
Genres der fiktionalen Unterhaltung 2023
Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Krimi/Thriller/Mystery	35,9	59,1	46,2	79,6	25,5	2,2
Komödie allgemein	5,7	2,3	3,1	2,4	7,4	37,3
Sitcom	0,0	0,0	7,8	0,0	0,0	31,0
Melodrama/Liebesfilm	16,9	6,2	2,6	0,2	0,6	0,3
Action/Abenteuer	0,1	2,7	4,8	6,5	18,4	8,3
Sonstige fiktionale Genres	41,4	29,7	35,5	11,3	48,1	20,9
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Jahresvollerhebung 2023. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: AGF-Programmcodierung, ARD.

noch weniger Inhalte aus dem europäischen Raum. Im Gegensatz zu den meisten anderen Programmen spielt das Genre Krimi/Thriller und Mystery bei ProSieben nur eine untergeordnete Rolle (2%) (vgl. Tabelle 4). Hier werden vor allem Komödien (37%) oder Sitcoms (31%) wie „Two and a Half Men“ oder „Young Sheldon“ gezeigt. Hinzukommen auch Action- und Abenteuer-Serien und -Filme in relevantem Umfang (8%). Weitere 21 Prozent entfallen auf die Sammelkategorie „sonstige fiktionale Genres“, worunter unter anderem Science-Fiction, Western, Zeichentrick oder Musikfilme subsumiert werden.

Amerikanische Thriller und Mystery sind Schwerpunkt bei Vox

Ähnlich wie ProSieben konzentriert sich auch Vox nahezu ausschließlich auf US-amerikanische Produktionen. Fast 95 Prozent der auf Vox gezeigten Serien oder Filme stammten aus den USA. Der Schwerpunkt des Angebots liegt dabei auf Krimis, Thrillern und Mystery-Serien und -Filmen. Großes Gewicht nehmen bei den Krimis insbesondere die „CSI ...“-Serien ein. Sendungen dieser Kategorie machen rund 80 Prozent des Fictionangebots aus. Weitere 11 Prozent entfallen auf „sonstige fiktionale Genres“, rund 7 Prozent auf Action-/Abenteuer-Filme und gut 2

Prozent auf Komödien. Mit dieser Mischung bestritt Vox 2023 31 Prozent seines linearen Programms. Ein Wert, der seit 2021 nahezu unverändert blieb.

Sat.1 war 2023 – wie schon in den Vorjahren – das Programm mit dem geringsten Fictionanteil unter den Vergleichssendern. Er betrug 2023 knapp 21 Prozent und lag damit, wie bereits im Vorjahr, deutlich über dem Wert von 2022 (+ 3,7%-Punkte). Auch hier scheint eine Verschiebung von der non-fiktionalen in die fiktionale Unterhaltung stattgefunden zu haben. Rund 70 Prozent der Fictionsendungen in Sat.1 sind US-amerikanische Produktionen. Mit einem Programmanteil von 16 bzw. gut 2 Prozent werden aber in relevantem Umfang auch Produktionen – hauptsächlich Spielfilme – aus Deutschland und anderen europäischen Ländern gezeigt. Allerdings wurde mit „Die Landarztpraxis“ auch wieder eine in Deutschland gedrehte und produzierte Serie in Auftrag gegeben und das Engagement in diesem Bereich dadurch ausgebaut. Sat.1 zeigte zudem die meisten Produktionen, die weder europäischen noch US-amerikanischen Ursprungs sind, sondern aus anderen Ländern stammen (12%). Bei rund einem Viertel der Serien

Sat.1 zeigt mehr Fiction und weniger non-fiktionale Unterhaltung

und Filme auf Sat.1 handelt es sich um Krimis/Thriller/Mystery (u. a. „Navy CIS...“ oder „Magnum“), ein weiteres knappes Fünftel entfällt auf Abenteuer- und Action-Spielfilme. Der größte Teil des Fictionangebots ist aber der Kategorie „sonstige fiktionale Genres“ (z. B. „Unsere kleine Farm“ oder „Landarztpraxis“) zuzuordnen. Mit gut 7 Prozent Komödien ist Sat.1 der Sender, der nach ProSieben die meisten Komödien ausstrahlt. Dabei handelt es sich überwiegend um Spielfilme.

RTL baut Fictionanteil aus | Auch RTL baute 2023 seinen Fictionanteil um 3,5 Prozentpunkte auf nun fast ein Viertel des Programms aus. Damit gewann das Genre bereits im zweiten Jahr in Folge an Gewicht. Dabei handelte es sich – wie bei Sat.1 – überwiegend um US-amerikanische Produktionen (67 %), der Anteil der deutschen Produktionen lag aber mit 26 Prozent deutlich höher als bei den privaten Vergleichssendern. Damit ist RTL der private Sender, der die meisten deutschen Produktionen zeigt. Hierunter fallen einige prominente eigenproduzierte Serien wie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ oder „Alles was zählt“. Knapp die Hälfte des Fictionangebots bei RTL wird mit Krimis, Thrillern oder Mystery (z. B. „CSI:...“) bestritten (46 %). Darüber hinaus ist das Programm mit relevanten Programmanteilen an Sitcoms (8 %, z. B. „Hör mal, wer da hämmert“ oder „King of Queens“) sowie Spielfilmen aus den Bereichen Action/Abenteuer (5 %), Komödie (3 %) und Melodrama/Liebesfilm (3 %) etwas vielfältiger aufgestellt als die privaten Konkurrenzprogramme. Sonstige fiktionale Genres machen gut ein Drittel des Fictionangebots aus (u. a. „Alles was zählt“).

Fiction im ö.-r. Fernsehen: überwiegend deutsche Produktionen | Auch für Das Erste und das ZDF ist Fiction ein wichtiger Programmbestandteil. Mit Programmanteilen von 33 Prozent (Das Erste) bzw. 37 Prozent (ZDF) bestritten sie 2023 erneut rund ein Drittel ihres Programms mit Filmen und Serien und stehen damit an zweiter und dritter Stelle hinter ProSieben. Anders als bei den privaten Programmen handelt es sich bei den gezeigten Filmen und Serien allerdings überwiegend um deutsche Produktionen (Das Erste: 86 %, ZDF: 79 %). Ein weiteres Zehntel der Produktionen stammt aus dem europäischen Ausland. Der Anteil der Produktionen aus den USA oder anderen Ländern liegt deutlich unter einem Zehntel.

Trotz aller Ähnlichkeiten lassen sich inhaltliche Schwerpunkte im fiktionalen Programm der beiden öffentlich-rechtlichen Sender akzentuieren. Im ZDF stellen Krimis mit 59 Prozent aller Fictionsendungen das wichtigste Genre. Dieser Wert blieb gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert. Formate wie „Die Rosenheim Cops“, „Notruf Hafenkante“, die „SOKO“-Serie oder „Inspector Barnaby“ prägen das Angebot des ZDF. Im Ersten ist der Anteil an Krimis mit 36 Prozent dagegen deutlich niedriger. Hier findet sich eine größere Bandbreite fiktionaler Genres, die sich

in einem hohen Anteil sonstiger fiktionaler Genres (41,4 %) sowie einem höheren Anteil an Liebesfilmen und Komödien widerspiegelt. Hochwertige eigenproduzierte Fernsehspiele sind dabei ein wichtiger Programmbestandteil.

Neben unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten im Fictionangebot der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender manifestieren sich deutliche Unterschiede bei den Produktions- und Beschaffungsformen. Während Das Erste und das ZDF überwiegend eigenproduzierte, beauftragte oder koproduzierte Serien und Filme ausstrahlen, greifen die privaten Anbieter überwiegend auf Kaufproduktionen zurück (vgl. Abbildung 2). Der Anteil der Eigen- oder Koproduktionen und Auftragsproduktionen lag im Ersten und dem ZDF 2023 bei 83 Prozent (Das Erste) bzw. 78 Prozent (ZDF) und war damit gegenüber dem Vorjahr stabil. (9) Unter den privaten Programmen strahlte RTL auch 2023 die meisten Eigen-, Ko- oder Auftragsproduktionen aus (u. a. „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“). Der Anteil lag mit einem Wert von knapp 25 Prozent aber nur bei rund einem Drittel der öffentlich-rechtlichen Produktionsbeteiligungen. RTL hat gegenüber dem Vorjahr den Anteil seiner Kaufproduktionen erneut hochgefahren, nachdem bereits 2022 eine Reduktion der Eigen- und Koproduktionen sowie Auftragsproduktionen beobachtet werden konnte. Eine gegenläufige Entwicklung lässt sich dagegen bei Sat.1 beobachten, das seine Produktionsbeteiligungen 2023 auf knapp 12 Prozent leicht ausgebaut hat. Nach wie vor werden aber knapp 90 Prozent der Fictionformate eingekauft. Nahezu keine Rolle spielen Eigen-, Ko- oder Auftragsproduktionen bei Vox und ProSieben, die fast keine eigenproduzierten Serien oder Filme ausstrahlen.

Der überwiegende Teil der Filme und Serien beim Ersten und dem ZDF waren 2023 deutsche Produktionen, während die Kaufproduktionen bei ProSieben und Vox fast ausschließlich aus dem US-amerikanischen Markt stammen. Der größte Anteil deutscher Produktionen unter den Privatsendern findet sich – ebenfalls korrespondierend mit dem Anteil der Eigen-, Ko- und Auftragsproduktionen – bei RTL (vgl. Tabelle 3).

Sendungsformen non-fiktionaler Unterhaltung

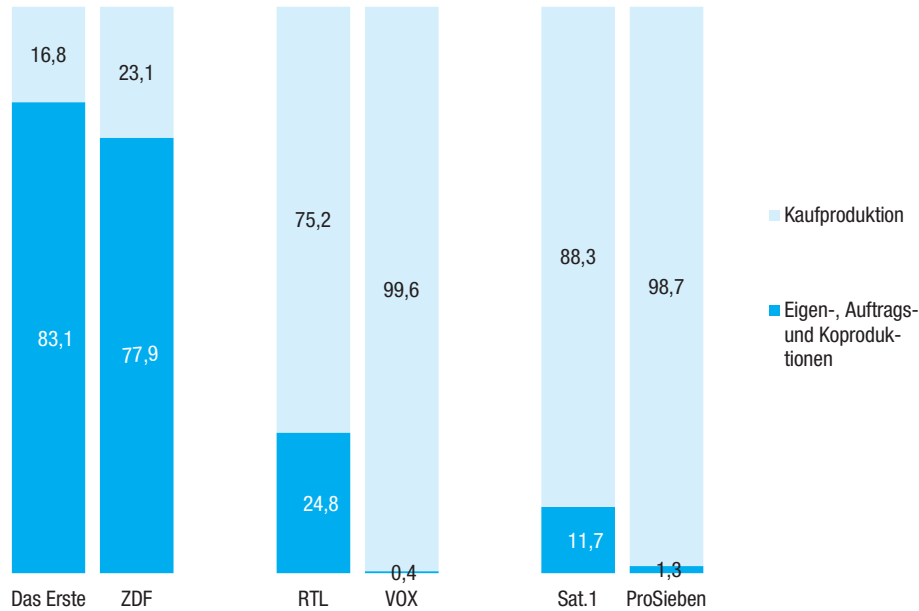
Der Programmbereich der non-fiktionalen Unterhaltung beinhaltet verschiedene und zum Teil recht heterogene Unterhaltungsformate wie Shows, Quizsendungen, Comedy oder Reality-TV. 2023 ließen sich hier einige interessante Programmverschiebungen beobachten.

Betrachtet man sich den Programmbereich der non-fiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV, so bot auch 2023 Sat.1 wieder das umfangreichste Angebot. Knapp zwei Fünftel des Programms wurden mit

Hoher Anteil an Eigen- oder Koproduktionen im Ersten und dem ZDF

Hoher Reality-Anteil bei Sat.1

Abbildung 2
Produktions- und Beschaffungsformen von fiktionalen Formaten
Zeitanteil in %



Quelle: AGF-Programmcodierung, ARD.

Shows, Quiz, Comedy oder Reality-Formaten bestritten (vgl. Tabelle 1). Gegenüber dem Vorjahr ist hier ein deutlicher Abbau des Programmvolumens zu beobachten. 2022 lag der Programmanteil des Genres noch bei knapp 45 Prozent und damit um 5,7 Prozentpunkte über dem aktuellen Wert aus 2023.

Die Reduktion des Programmanteils non-fiktionaler Unterhaltung erfolgte in erste Linie zugunsten höherer Programmanteile für fiktionale Unterhaltung (+ 3,7 %-Punkte) aber auch einem Ausbau der Sendezeit für journalistische Information (+ 2,3 %-Punkte).

Non-fiktionale Unterhaltung bei Sat.1, das ist vor allem Reality-TV. Mit Formaten wie „Auf Streife“, „Lenßen übernimmt“ oder „Promi Big Brother“ wird hier ein breites Spektrum angeboten, das sich mit gut 31 Prozent auf nahezu ein Drittel des Gesamtprogramms summiert (vgl. Tabelle 5). Während dieser Wert gegenüber dem Vorjahr weitgehend stabil blieb, wurde der Anteil der Show- und Quizformate oder Comedy-Sendungen in Sat.1 durch die Reform des Vorabendprogramms („Volles Haus“) deutlich zurückgefahren und betrug 2023 nur noch 8 Prozent gegenüber knapp 16 Prozent 2022. Diversen Backshows und Formaten wie „The Voice Kids“ oder „Mein Mann kann“ wurde somit weniger Sendezeit eingeräumt als noch im Vorjahr.

Nachdem RTL seinen Anteil non-fiktionaler Unterhaltung Anfang der 2020er-Jahre deutlich reduzierte, stabilisierte sich dieser nun. Rund 28 Prozent des RTL-Programms entfallen auf non-fiktionale Unterhaltungsgenres (vgl. Tabelle 1). Durch die Reduktion des Informationsanteils gegenüber 2022 machen diese und Reality-TV nun wieder den größten Programmanteil bei RTL aus. Dabei ist ein Wandel bei der Gewichtung von Reality-TV auf der einen und Show- und Quizformaten auf der anderen Seite zu beobachten. Während 2022 zwei Drittel aus diesem Bereich noch auf Show- und Quizformate entfielen, haben nun Realityformate einen deutlich größeren Programmanteil. Auf Realityformate wie das sogenannte Dschungelcamp („Ich bin ein Star - Holt mich hier raus“), „Bauer sucht Frau“ oder „Der Bachelor“ entfielen 2023 rund 18 Prozent des RTL-Programms. Ein Wert, der sich gegenüber 2022 nahezu verdoppelt hat. Hier schlagen neben den genannten Formaten auch verschiedene Gerichtssendungen wie die Reihe „Ulrich Wetzel - ...“ oder „Barbara Salesch“ zu Buche. Deutlich reduziert wurde dagegen das Programmvolumen von Shows und Quizformaten. Auf „Wer wird Millionär?“ und ähnliche Formate entfielen 2023 noch knapp 10 Prozent des Programms, gegenüber 18 Prozent 2022.

Weitgehend stabil blieb dagegen das non-fiktionale Unterhaltungsangebot von Vox. Auch hier konzentrierte sich dies vor allem auf Reality-Formate. „Shopping Queen“ und „First Dates – Ein Tisch für zwei“

RTL: Programmwechsel von Shows und Quiz zu Reality-TV

Vox: Stabiles Angebot an non-fiktionaler Unterhaltung

Tabelle 5
Formate der non-fiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV 2023
 Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Non-fiktionale Unterhaltung	10,1	9,1	9,5	2,1	7,9	11,5
Show- und Quizformate	9,1	8,1	8,0	2,1	5,5	9,3
Satire, Kabarett, Comedy	0,8	0,8	0,7	–	2,4	1,9
Musik	0,1	0,1	–	–	–	0,0
Sonstiges**	0,1	0,0	0,8	–	–	0,2
Reality-TV	6,0	0,0	18,3	24,8	31,2	3,3
Reality-TV (1): Narrative Formate	6,0	0,0	11,9	17,1	3,2	1,1
Daily Talk	–	–	–	–	0,9	–
Doku-Soap	6,0	0,0	11,9	16,6	2,2	1,1
Coaching	–	–	–	0,5	0,1	–
Reality-TV (2): Performative Formate	–	–	2,8	7,7	4,3	2,1
Real-Life-Inszenierung	–	–	1,9	7,7	1,0	0,7
Castingshow	–	–	0,9	–	3,4	1,4
Reality-TV (3): Gescrriptete Formate	–	–	3,6	–	23,6	–
Gescrriptete Doku-Soap	–	–	3,6	–	23,6	–
Restliches Programm***	83,9	90,7	76,7	73,1	61,0	85,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Jahresvollerhebung 2023. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

** Retro- und Rankingshows und Aufführungen.

*** Informations-, Sport- und fiktionale Unterhaltungssendungen sowie sonstige Formate. Außerdem Werbung; Programmpromotion; rechnerische Differenz zum 24h-Tag.

Quelle: AGF-Programmcodierung, ARD.

sind hier prominente Vertreter. Rund ein Viertel der Sendezeit wurde mit diesen Formaten bestritten. Vox bietet zudem auch einige bekannte Showformate wie „Kitchen Impossible“, „Grill den Hensler“ oder „Die Höhle der Löwen“, die sich im Gesamtjahr aber nur auf 2 Prozent des Gesamtprogramms addieren.

ProSieben: Geringere Bedeutung von Non-Fiction im Programm

Aufgrund des hohen Anteils fiktionaler Formate im Programm von ProSieben spielen non-fiktionale Unterhaltungssendungen hier eine untergeordnete Rolle, Reality-TV findet sich nur in begrenztem Umfang (3 % des Gesamtprogramms, z. B. „Das große Promi-Büßen“) (vgl. Tabelle 5). Die Tendenz ist allerdings weiterhin leicht steigend. Nachdem 2022 ein deutlicher Anstieg des Programmanteils Non-Fiction zu beobachten war (+ 3,8 %-Punkte), schwächt sich der Anstieg nun deutlich ab (14,7 %, + 0,9 %-Punkte) (vgl. Tabelle 1), ist aber weiterhin erkennbar. Prägend sind hier vor allem bekannte Shows wie „The Masked Singer“, „Joko und Klaas“ oder „Germany’s Next Topmodel“.

Unterschiedliche Gewichtung im Ersten und dem ZDF

Bei den öffentlich-rechtlichen Programmen zeigen sich ebenfalls unterschiedliche Programmmakzente. Mit einem Programmanteil von 16 Prozent im Ersten

und 9 Prozent im ZDF kommt der non-fiktionalen Unterhaltung in beiden Programmen aber deutlich weniger Gewicht zu als Information und Fictionformaten.

Während das ZDF hier fast ausschließlich Shows wie die „heute-show“, „Bares für Rares“, die „Giovanni Zarrella-Show“, „Quiz-Champion“ oder „Küchenschlacht“ ausstrahlt (8 %), findet sich im Ersten neben Quizsendungen, die unter anderem am Vorabend laufen (z. B. „Wer weiß denn sowas?“, „Gefragt – Gejagt“) und rund 9 Prozent des Angebots ausmachen, auch ein Programmanteil von 6 Prozent Doku-soaps.

Während das ZDF im Verlauf der letzten 5 Jahre seinen Programmanteil in diesem Bereich geringfügig abbauete, stieg der Anteil non-fiktionaler Unterhaltung im Ersten leicht an (+ 1 %-Punkte gegenüber 2022).

Sportberichterstattung

Ein immer wieder diskutiertes Thema ist das Sportangebot im deutschen Fernsehen. Angesichts der Beliebtheit einzelner Sportarten, deren Übertragung oft mit hohen Beschaffungskosten verbunden ist, und

Tabelle 6
Zusammensetzung der Sportberichterstattung nach Sportarten 2023
Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	Sat.1	ProSieben
American Football	–	–	54,7	–	51,7
Basketball	0,1	0,7	–	–	2,2
Biathlon	6,6	7,6	–	–	–
Bob, Rodeln	2,4	2,5	–	–	–
Eishockey	0,2	0,2	–	–	–
Eiskunstlauf, Eistanz	0,1	0,2	–	–	–
Formel 1	0,5	–	–	–	–
Fun-/Extremsport	0,3	0,3	–	–	–
Fußball	27,8	27,6	41,6	99,2	1,1
Handball	2,0	2,0	–	–	–
Hockey	0,3	0,0	–	–	–
Leichtathletik	4,3	4,9	–	–	–
Motorsport (exkl. Formel1)	–	–	–	–	44,7
Radsport	10,4	1,3	–	–	–
Reitsport/Pferdesport	0,1	0,3	–	–	–
Rudern	0,0	–	–	–	–
Schwimmen/Turmspringen	0,2	0,3	3,7	–	–
Ski alpin	7,1	6,9	–	–	–
Ski nordisch	3,4	5,0	–	–	–
Skispringen	8,4	7,2	–	–	–
Sport-Magazinsendungen	21,4	30,2	–	–	–
Tennis	–	0,6	–	–	–
Tischtennis	0,1	–	–	–	–
Triathlon	1,4	0,2	–	–	–
Turnen	0,2	0,2	–	–	–
Weitere Wintersportarten	1,0	0,6	–	–	–
Sonstige Sportarten	1,8	1,2	–	0,8	0,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Jahresvollerhebung 2023. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: AGF-Programmcodierung, ARD.

dem Interesse anderer Sportarten, durch eine Fernsehübertragung auch an Popularität zu gewinnen, entsteht ein Spannungsfeld.

Öffentlich-Rechtliche berichten am ausführlichsten und vielfältigsten über Sport

Traditionell berichten die öffentlich-rechtlichen Programme deutlich ausführlicher über Sport als ihre private Konkurrenz. Zudem decken sie ein merklich breiteres Spektrum an Sportarten in ihrer Berichterstattung ab. (10) Der Umfang der Berichterstattung schwankt sowohl im Ersten als auch beim ZDF ereignisbezogen von Jahr zu Jahr, je nachdem, welche Sportereignisse in dem jeweiligen Jahr terminiert sind. 2023 ist an populären Großereignissen, die nicht jährlich ausgetragen werden, vor allem die Frauen-Fußball-WM in Australien und Neuseeland

zu nennen. Eine Herren-Fußball-EM, -WM oder Olympische Spiele fanden nicht statt. Dementsprechend ging der Programmanteil des Sports im Ersten und im ZDF etwas zurück und belief sich auf knapp 7 (Das Erste) bzw. 6 Prozent (ZDF) (vgl. Tabelle 1).

Insgesamt bieten die öffentlich-rechtlichen Sender nicht nur eine deutlich umfangreichere Sportberichterstattung als die untersuchten Privatsender an, auch die Bandbreite der gezeigten Sportarten ist deutlich größer.

Von den privaten Sendern strahlte 2023 RTL am meisten Sport aus. Mit einem Programmanteil von 2 Prozent verdoppelte der Sender dabei sein Programm-

volumen in dieser Sparte gegenüber dem Vorjahr. Eine gegenläufige Entwicklung war bei ProSieben zu beobachten, das sein Programmvolume Sport von gut 2 Prozent 2022 auf gut 1 Prozent 2023 reduzierte. Bei Sat.1 spielt Sport seit Jahren mit einem Programmanteil unter 1 Prozent nur noch eine untergeordnete Rolle. Vox verzichtete erneut komplett auf das Genre.

Mehr Sport bei RTL dank American Football

Mit einem Blick in das konkrete Programmangebot lassen sich diese Entwicklungen genauer illustrieren. Das Sportangebot der privaten Fernsehanbieter fokussiert sich traditionell auf wenige Sportarten. Bei RTL waren das 2023 American Football, Fußball und in geringem Umfang Schwimmen/Turmspringen (vgl. Tabelle 6). Damit wurden 2023 Formel 1-Rennen, die seit Jahren einen relevanten Anteil des RTL-Sportangebots ausmachten, und Basketball – nach der Heim-EM – wieder aus dem Programm genommen. American Football wurde hingegen 2023 neu ins Programm übernommen und machte mehr als die Hälfte des Sportangebots bei RTL aus. Insgesamt zeigte RTL im vergangenen Jahr rund 20 Sendestunden mehr Fußball als 2022. Durch den deutlichen Ausbau des Programmvolumens für American Football reduzierte sich der relative Anteil des Fußballs am Sportangebot aber. Die Übertragungsrechte an der US-amerikanischen Footballliga NFL lagen vorher bei ProSieben, das 2022 noch drei Viertel seines Sportangebots mit American Football bestritt. (11) Aufgrund der veränderten Rechtesituation reduzierte sich dieser Anteil bei ProSieben 2023 deutlich auf rund 52 Prozent (2022 76 %). Infolgedessen kam Motorsport (außer Formel 1) im Sportportfolio des Senders ein größerer Anteil zu. Der Programmanteil verdoppelte sich von 22 auf knapp 45 Prozent.

Zahlreiche Sportarten bei Das Erste und dem ZDF

Deutlich breiter aufgestellt ist das Sportangebot im Ersten und dem ZDF: 2023 wurde über mindestens 20 verschiedene Sportarten berichtet. (12) Ein großer Teil der Berichterstattung entfiel dabei auf multithematische Sportmagazine wie die „Sportschau“ oder „das aktuelle sportstudio“, wobei diese beim ZDF etwas mehr Gewicht hatten (Das Erste: 21 %, ZDF: 30 %). Der Fußball stellte unter den Einzelsportarten den größten Programmanteil. An zweiter Stelle folgte im Ersten der Radsport, danach finden sich – bei beiden Programmen – verschiedene Wintersport-Disziplinen, wie zum Beispiel Skispringen oder Biathlon. Verschiebungen gegenüber dem Vorjahr waren in der Programmgewichtung nur in begrenztem Umfang erkennbar. Das Erste strahlte prozentual gesehen etwas weniger Sportmagazine aus, das ZDF dagegen deutlich mehr. Einige Wintersportarten (u. a. Ski alpin) hatten etwas größere Anteile am Programm, andere dagegen weniger (z. B. Eishockey) und das ZDF baute seine Handball-Berichterstattung etwas aus.

Fazit

Mit der aktuellen Programmstrukturanalyse können auch für das Jahr 2023 charakteristische Angebotsunterschiede zwischen den reichweitenstärksten deutschen Fernsehprogrammen beschrieben werden.

Bei den öffentlich-rechtlichen Programmen entfällt nach wie vor der größte Sendeanteil auf informative Genres. Hier wird ein thematisch breites und vielfältiges Spektrum an Magazinen, Reportagen/Dokumentationen und Nachrichten geboten, das gemeinsam gut 40 Prozent der Sendezeit füllt. Das Informationsangebot bei den privaten Programmen RTL, Sat.1, ProSieben und Vox ist dagegen deutlich kleiner und beläuft sich maximal auf gut die Hälfte des Volumens, das im Ersten oder dem ZDF zu finden ist. RTL bietet mit einem Programmanteil von knapp 25 Prozent das umfangreichste Angebot.

Die Schwerpunkte der privaten Programme liegen dagegen im Bereich der fiktionalen oder non-fiktionalen Unterhaltungsangebote. Während sich bei RTL die Programmanteile von Information, Fiction und non-fiktionaler Unterhaltung in etwa die Waage halten, legt Sat.1 seinen Programmschwerpunkt eindeutig auf non-fiktionale Unterhaltungsformate, ProSieben legt dagegen einen Fokus auf fiktionale Serien und Filme. Auch bei Vox entfällt der größte Programmanteil auf Fictionsendungen. Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf US-amerikanischen Thriller- und Mystery-Serien.

Während das Fictionangebot im Ersten und dem ZDF zu rund 80 Prozent aus eigen- oder koproduzierten Serien oder Filmen besteht, die zum weit überwiegenden Teil auch in Deutschland produziert wurden, konzentrieren sich vor allem ProSieben und Vox fast ausschließlich auf US-amerikanische Kaufproduktionen. Bei RTL und Sat.1 finden sich dagegen durchaus auch Eigenproduktionen. Den größten Anteil der Privaten hat hier RTL mit knapp 25 Prozent.

Bei der Sportberichterstattung hat 2023 der Wechsel der Übertragungsrechte des populären American Football für deutliche Angebotsverschiebungen bei RTL und ProSieben gesorgt. Die privaten Sender konzentrieren ihr Sportangebot auf wenige beliebte Sportarten. 2023 waren das im Wesentlichen Fußball, American Football und Motorsport. Demgegenüber ist nicht nur das Volumen der Sportberichterstattung bei den öffentlich-rechtlichen Sendern deutlich größer, auch die Bandbreite ist mit mehr als 20 gezeigten Sportarten deutlich vielfältiger.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Hess, Claudia/André Rhody: Eine neue Phase in der Nutzung von Bewegtbild. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation Trends und ARD/ZDF-

Ö.-r. Programme: Mehr als 40 Prozent der Sendezeit für Information

Unterschiedliche Unterhaltungsschwerpunkte bei Privaten

Deutsche Produktionen vor allem im Ersten und dem ZDF

Vielfältigste Sportberichterstattung im ö.-r. Fernsehen

- Onlinestudie 2023. Media Perspektiven 24/2023. <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2023/detailseite-2023-1/ard-zdf-onlinestudie-2023-eine-neue-phase-in-der-nutzung-von-bewegtbild-1-1> (abgerufen am 26.4.2024).
- 2) 2022 lag ProSieben auf Rang 6 (3,3 % Marktanteil/MA) vor Kabel Eins (3,0 % MA). 2023 hat sich diese Relation umgekehrt. Kabel Eins lag mit 3,2 Prozent Marktanteil vor ProSieben (3,0 % MA). Vgl. Zubayr, Camille/Denise Haddad/Thomas Kupferschmitt: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Nutzungsgewohnheiten und Reichweiten im Jahr 2023. Media Perspektiven 11/2024. <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/detailseite-2024/tendenzen-im-zuschauerverhalten-29> (abgerufen am 16.5.2024).
 - 3) Vgl. Medienstaatsvertrag § 26 (1), in der Fassung des 4. Medienänderungsstaatsvertrags, in Kraft seit 1.1.2024. <https://www.ard-media.de/mediaperspektiven/themenwelten/medienrecht-politik/vierter-staatsvertrag-zur-aenderung-medienrechtlicher-staatsvertraege> (abgerufen am 15.4.2024).
 - 4) Der Rest entfiel auf Werbung sowie Sport und Sonstiges.
 - 5) Zu den Informationsprofilen der Sender vgl. zuletzt Maurer, Torsten/Luisa Bilke/Hans-Jürgen Weiß: Informationsleistungen öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme im ersten Jahr des Ukrainekriegs. Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2022. Media Perspektiven 9/2023. <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2023/mp-92023-programmanalyse-2022-informationsprofile> (abgerufen am 26.4.2024).
 - 6) Unter anderem wurde hier die kurze Nachrichtenausgabe „RTL aktuell 17h“, die seit ein paar Jahren am Nachmittag lief, im Laufe des Jahres eingestellt und die Anzahl der „Spezial“-Ausgaben im Vergleich zum ersten Jahr des Ukrainekriegs reduziert. Außerdem wurde das Format „Nacht-Doku“ eingestellt und durch das etwas kürzere „Nachtjournal Spezial“ ersetzt.
 - 7) Zur Nutzung und dem Angebotsportfolio von Mediatheken und Streamingdiensten vgl. Kerkau, Florian: Angebotsanalyse der Mediatheken und Streamingdienste – AMS 2022. Rückschau und Ausblick nach zehn Jahren Bewegtbildstreaming in Deutschland. Media Perspektiven 7/2024. <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/detailseite-2024/angebotsanalyse-der-mediatheken-und-streamingdienste-ams-2022> (abgerufen am 23.5.2024) sowie Zubayr/Haddad/Kupferschmitt (Anm. 2)
 - 8) Vgl. Roßnagel, Paulina/Marc Heydenreich: Die ARD und ihr ökonomischer Fußabdruck. Analyse der Wirtschaftsimpulse der ARD-Rundfunkanstalten. Media Perspektiven 8/2024. <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/detailseite-2024/die-ard-und-ihr-oekonomischer-fussabdruck-3> (abgerufen am 25.4.2024).
 - 9) Vgl. ebd.
 - 10) Vgl. hierzu zuletzt Rühle, Angela: Sportprofile im deutschen Fernsehen 2016. Sportberichterstattung in ausgewählten Free-TV-Sendern. In: Media Perspektiven 10/2017, S. 493-508. <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2017/artikel/sportprofile-im-deutschen-fernsehen-2016> (abgerufen am 26.4.2024).
 - 11) Vgl. hierzu auch Zubayr/Haddad/Kupferschmitt (Anm. 2), hier S. 10.
 - 12) Eine genaue Zahl lässt sich anhand der AGF-Programm-codierung nicht exakt ermitteln, da in multimedialen Sendungen, wie z. B. Sportmagazinen, keine Einzelsportarten erfasst werden.