

# PROGRAMMPROFILE VON DAS ERSTE, ZDF, RTL, VOX, SAT.1 UND PROSIEBEN

Ergebnisse der ARD-Programmanalyse 2024

Von Torsten Maurer\*

## Kurz und knapp

- Bei Das Erste und im ZDF entfielen 2024 jeweils über 40 Prozent der gesamten Sendezeit auf Informationsangebote wie Magazine, Reportagen, Dokus und Nachrichten. Das zeigte die ARD-Programmanalyse 2024.
- In Bezug auf die journalistische Information gibt es bei den Öffentlich-Rechtlichen eine besonders große Bandbreite an Formaten neben den Nachrichten, unter anderem Dokumentationen, Reportagen und Magazine. Die Privaten setzen vorrangig auf einige Magazinsendungen und Dokumentationen.
- Sat.1 und RTL legen ihren Fokus auf die non-fiktionale Unterhaltung, vor allem in Form von gescripteten Reality-Formaten. ProSieben und VOX hingegen setzen ihre Schwerpunkte auf die fiktionale Unterhaltung.
- Im Ersten bestand das Fictionangebot 2024 zu 85 Prozent aus Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen, beim ZDF betrug der Anteil 78 Prozent. Die privaten Programme kaufen deutlich größere Anteile des Programms ein.

Im Rahmen der Programmanalyse wird seit dem Jahr 1985 das lineare Angebot öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehvollprogramme vor dem Hintergrund programmrechtlicher Anforderungen untersucht.<sup>1</sup> Seit Ende der 90er Jahre besteht die Analyse aus zwei Teilstudien mit unterschiedlichen Zielsetzungen und methodischen Konzeptionen.<sup>2</sup> Bei der ersten Teilstudie handelt es sich um eine Programmstrukturanalyse, in der ausgewählte Vollprogramme im Hinblick auf deren Angebotsstrukturen miteinander verglichen werden.<sup>3</sup> Die zweite Teilstudie konzentriert sich auf die inhaltlichen Merkmale des Informationsangebots.

## Strukturanalyse zur Vielfalt in den sechs großen Vollprogrammen

Im vorliegenden Beitrag werden die Ergebnisse der Programmstrukturanalyse, also der ersten Teilstudie, für das Untersuchungsjahr 2024 vorgestellt.<sup>4</sup> Hergeleitet aus den rechtlichen Anforderungen an die strukturelle Vielfalt der Programme und dem Anspruch, dass bestimmte Programmsparten wesentliche

1 Vgl. Krüger, Udo Michael: Aufbruch zu einer neuen Fernsehkultur. Ein Programmvergleich von SAT.1, RTL plus, ARD und ZDF. In: Media Perspektiven 4/1985, S. 257 – 270.

2 Zur Entwicklung der Programmanalyse in den knapp 40 Jahren ihres Bestehens vgl. Weiß, Hans-Jürgen/Torsten Maurer/Anne Beier: ARD/ZDF-Programmanalyse 2019: Kontinuität und Wandel. Forschungshintergrund und Methode. In: Media Perspektiven 5/2020, S. 226 – 245; [https://www.ard-media.de/fileadmin/user\\_upload/media-perspektiven/pdf/2020/052020\\_Weiss\\_Maurer\\_Beier.pdf](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2020/052020_Weiss_Maurer_Beier.pdf) (abgerufen am 21.5.2025).

3 Im Jahr 2024 kamen die sechs untersuchten Sender auf folgende Marktanteile (Mo – So, 3.00 – 3.00 Uhr, Zuschauer ab drei Jahren): ZDF: 15,3 Prozent, Das Erste: 13,0 Prozent, RTL: 8,1 Prozent, VOX: 4,7 Prozent, Sat.1: 4,5 Prozent und ProSieben: 2,8 Prozent. Vgl. [https://www.ard-media.de/fileadmin/user\\_upload/Wissen\\_und\\_Forschung/TV-Forschung/TV-Nutzungsdaten/Marktanteile/Marktanteile.pdf](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/Wissen_und_Forschung/TV-Forschung/TV-Nutzungsdaten/Marktanteile/Marktanteile.pdf) (abgerufen am 21.5.2025).

4 Mein herzlicher Dank gilt Hans-Jürgen Weiß für die hilfreichen Anregungen und die konstruktive Kritik bei der Erstellung dieses Beitrags.

Anteile des Angebots ausmachen sollten,<sup>5</sup> steht die Frage im Mittelpunkt, welchen Stellenwert Informations- und Unterhaltungsangebote in den sechs Vollprogrammen Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben haben. Grundlage der Analyse ist eine Jahresvollerhebung, bei der die Programmcodierung der AGF-Videoforschung sekundäranalytisch ausgewertet wurde. Das zugrunde liegende Auswertungskonzept wurde im Zuge der Neukonzeption der Programm-analyse im Untersuchungsjahr 2019 detailliert dargelegt.<sup>6</sup>

Im Folgenden werden für die sechs Anbieter zunächst die jeweiligen Schwerpunktsetzungen bei den Programmsparten thematisiert, bevor auf strukturelle Merkmale in der journalistischen Information sowie der non-fiktionalen und fiktionalen Unterhaltung eingegangen wird.

## Programmschwerpunkte in der Gesamtsendezeit 2024

### Mehr als 40 Prozent entfallen bei ARD und ZDF auf journalistische Information

Die strukturellen Schwerpunktsetzungen werden erkennbar, wenn man einen Blick auf den zeitlichen Umfang der Programmsparten an einem durchschnittlichen 24-Stunden-Tag wirft. Bei der Spartenanalyse wird im Rahmen der ARD-Programmanalyse<sup>7</sup> unterschieden zwischen

- journalistischer Information,
- Sportsendungen,
- non-fiktionaler Unterhaltung (zu der auch das Reality-TV gezählt wird) und
- fiktionaler Unterhaltung.

Darüber hinaus gibt es einige wenige Sendungen, die sich den genannten Sparten nicht zuordnen lassen, wie zum Beispiel religiöse Verkündigungssendungen und Gottesdienste. Vor allem finden sich aber neben den redaktionellen Sendungen Werbeblöcke, Sponsorhinweise und Programmpromotion. Da der Medienstaatsvertrag unterschiedliche Möglichkeiten für Werbung im öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk festschreibt,<sup>8</sup> unterscheidet sich auch deren jeweiliger Stellenwert deutlich: Während die beiden öffentlich-rechtlichen Sender rund 1 Prozent ihrer Sendezeit für Werbung aufwenden, sind es bei den privaten Anbietern jeweils ungefähr 16 Prozent (vgl. Abbildung 1). Da zudem der Programmpromotion unterschiedliche Bedeutung zukommt (jeweils knapp 2 Prozent bei den öffentlich-rechtlichen und zumindest 4 Prozent bei den privaten Sendern), steht den Anbietern folglich in unterschiedlichem Umfang Sendezeit für die redaktionellen Angebote bzw. die zuvor erwähnten Sparten zur Verfügung.

So wenden Das Erste und das ZDF insgesamt knapp 97 Prozent der Sendezeit für redaktionelle Angebote auf – dies entspricht etwas mehr als 23 Stunden

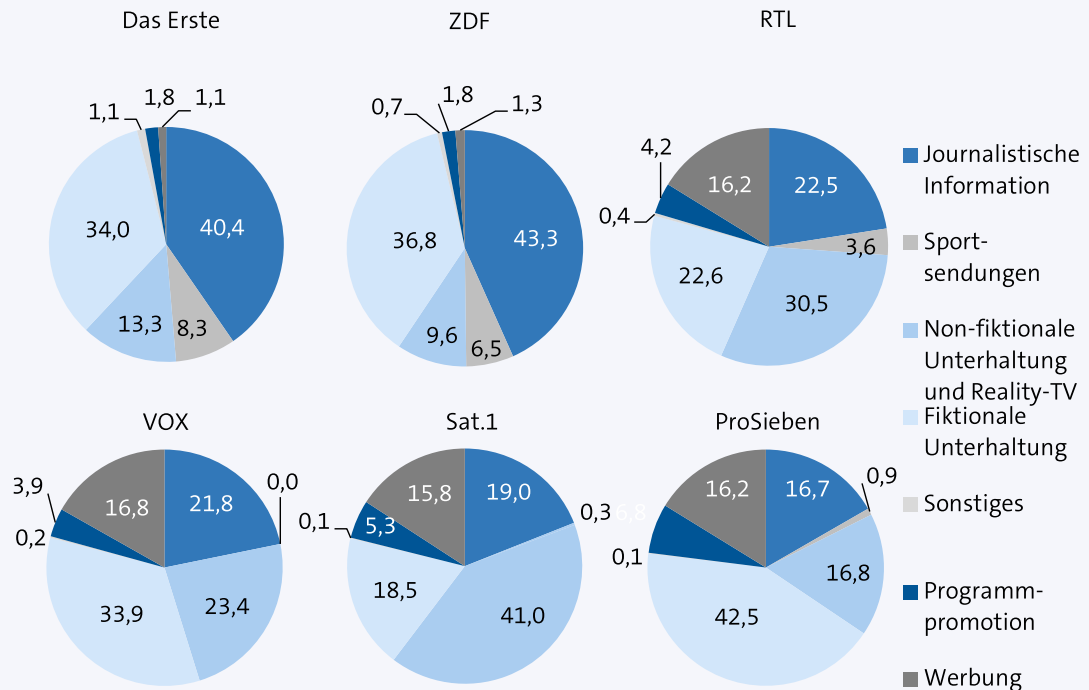
5 Vgl. dazu die programmbezogenen Normen im Medienstaatsvertrag in der Fassung des fünften Staatsvertrags zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge (Fünfter Medienänderungsstaatsvertrag) in Kraft seit dem 1. Oktober 2024 (im Folgenden kurz: Medienstaatsvertrag bzw. MStV). Beispielsweise ist in § 2, Abs. 2 MStV festgelegt, dass es sich bei einem Vollprogramm um „ein Rundfunkprogramm mit vielfältigen Inhalten, in welchem Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms bilden“ handelt. Abrufbar unter: <https://www.ard-media.de/mediaperspektiven-themenwelten/medienrecht-politik> (abgerufen am 28.5.2025).

6 Vgl. hierzu Weiß/Maurer/Beier (Anm. 2).

7 Von 1985 bis 2022 war die Programmanalyse ein Gemeinschaftsprojekt von ARD und ZDF. Seit 2023 wird die Studie als ARD-Projekt fortgesetzt.

8 Vgl. §39 und §70 MStV (Anm. 5).

Abbildung 1  
 Spartenschwerpunkte in der Gesamtsendezeit 2024  
 Zeitanteil in %\*



\* Jahresvollerhebung 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

eines durchschnittlichen Tages. Bei den privaten Anbietern sind es zwischen 77 Prozent (ProSieben) und 79 Prozent (VOX und RTL) bzw. zwischen 18,5 und 19 Stunden. Innerhalb dieser zur Verfügung stehenden redaktionellen Sendezeit werden die Schwerpunkte unterschiedlich gesetzt.

Das Erste und das ZDF ähneln sich im Hinblick auf die strukturellen Eckdaten. Sie legen beide besonderes Gewicht auf die journalistische Information (Das Erste: 40 %, ZDF: 43 %), gefolgt von der fiktionalen Unterhaltung (34 bzw. 37 %) und der non-fiktionalen Unterhaltung (13 bzw. 10 %). Auf Sport entfällt ein kleinerer Programmanteil, er kommt aber noch immer in substanziellem Umfang vor (8,5 bzw. 6,5 %).

**Private Sender legen Schwerpunkt auf unterhaltende Formate**

Die beiden Vollprogramme der ProSiebenSat.1 Media SE setzen bei der fiktionalen und der non-fiktionalen Unterhaltung unterschiedliche Akzente. Sat.1 betont die non-fiktionale Unterhaltung (41 %), bei ProSieben ist es die fiktionalen Unterhaltung (43 %). Das jeweils andere Genre kommt auf ähnliche Anteile wie die journalistische Information: Bei Sat.1 sind es jeweils 19 Prozent für die fiktionalen Unterhaltung und die journalistische Information, bei ProSieben 17 Prozent für die non-fiktionale Unterhaltung und die journalistische Informationsgebung. Sportsendungen kommen in beiden Programmen kaum vor.

Bei den beiden Programmen der RTL Group bietet sich ein ähnliches Bild wie bei der privaten Konkurrenz, jedoch nicht so stark ausgeprägt. Auch hier wird in einem der beiden Programme die non-fiktionale Unterhaltung (RTL: 31 %) und in dem anderen Programm die fiktionale Unterhaltung betont (VOX: 34 %). Das jeweils andere Unterhaltungsgenre kommt mit rund 23 Prozent jeweils wieder auf einen ähnlichen Anteil wie die journalistische Information, nämlich jeweils rund ein Fünftel der Sendezeit. Darüber hinaus weist RTL ein substantielles Angebot an Sportsendungen auf (4 %), während dieses Genre bei VOX gar nicht vorkommt.

## Programmentwicklungen 2019 bis 2024

### Bei Das Erste und ZDF zeigen sich stabile Muster bei den Programmsparten

Betrachtet man die Entwicklungen der Programmsparten über die letzten sechs Jahre hinweg, so zeigt sich bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern eine große Kontinuität: Stets war die journalistische Information die wichtigste Programmsparte mit Anteilen von durchweg über 40 Prozent (vgl. Tabelle 1). Klammert man das Jahr 2020 aus, in dem die Informationsanteile vor allem aufgrund des Beginns der Corona-Pandemie etwas höher lagen, so zeigen die Anteile über die Jahre hinweg nur geringe Schwankungen: Im Ersten liegen sie jeweils zwischen 40 und 41 Prozent, beim ZDF zwischen 43 und 44 Prozent. Bei den Unterhaltungsgenres ließen sich zwischenzeitliche Tendenzen erkennen, wie etwa eine zunehmende Bedeutung der non-fiktionalen Unterhaltung bei abnehmendem Stellenwert der fiktionalen Unterhaltung im Ersten oder wie ein Bedeutungsverlust der non-fiktionalen Unterhaltung innerhalb der letzten sechs Jahre beim ZDF. Im Untersuchungsjahr 2024 haben sich diese Trends aber wieder umgekehrt, wobei festgestellt werden muss, dass diese Entwicklungen bei den öffentlich-rechtlichen im Unterhaltungsbereich ohnehin sehr moderat ausgefallen sind. Beim Sportangebot lässt sich bei ihnen kein durchgehender Trend erkennen, vielmehr hängt der Umfang der Berichterstattung stark von herausragenden Einzelereignissen ab. Beispielsweise fanden im Jahr 2020 aufgrund der Corona-Lockdowns nur vergleichsweise wenige Sportveranstaltungen statt, bzw. wurden nur wenige Sportsendungen ausgestrahlt. 2024 war dagegen das Angebot recht umfangreich, was vor allem auf Übertragungen der Olympischen Sommerspiele in Paris und in geringerem Maße auch der Fußball-Europameisterschaft in Deutschland zurückzuführen ist.<sup>9</sup>

### Unterschiedliche Programmtrends bei den Privaten

Die Entwicklung bei den privaten Sendern ist höchst unterschiedlich. Die deutlichsten Tendenzen lassen sich bei ProSieben und VOX erkennen. ProSieben hat die fiktionale Unterhaltung im Laufe der Jahre zurückgefahren (2019: 61 %, 2024: 43 %) und sowohl die non-fiktionale Unterhaltung als auch die journalistische Information im gleichen Zug ausgeweitet – wenngleich der Anteil der Information im Jahr 2024 im Vergleich zum Vorjahr leicht zurückging. VOX, mit einem recht stabilen Informationsniveau um die 22 Prozent, hat jedoch die fiktionale Unterhaltung zulasten des non-fiktionalen Bereichs ausgeweitet. Eine ähnliche Verschiebung zwischen den beiden Unterhaltungsegmenten war in den vorherigen Jahren auch bei RTL zu beobachten, wobei

<sup>9</sup> Vgl. GöfaK Medienforschung: Methodendokumentation zur ARD-Programmstrukturanalyse 2024; [https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user\\_upload/media-perspektiven/Programmstrukturanalyse-Nachrichtenmonitor/Methodendokumentation\\_zur\\_Programmstrukturanalyse\\_2024.pdf](https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Programmstrukturanalyse-Nachrichtenmonitor/Methodendokumentation_zur_Programmstrukturanalyse_2024.pdf), im Folgenden kurz: „Methodendokumentation zur Programmstrukturanalyse 2024“ Kap. 1, Tabelle 11.

**Tabelle 1: Programmsparten 2019 bis 2024**  
 Zeitanteil in %\*

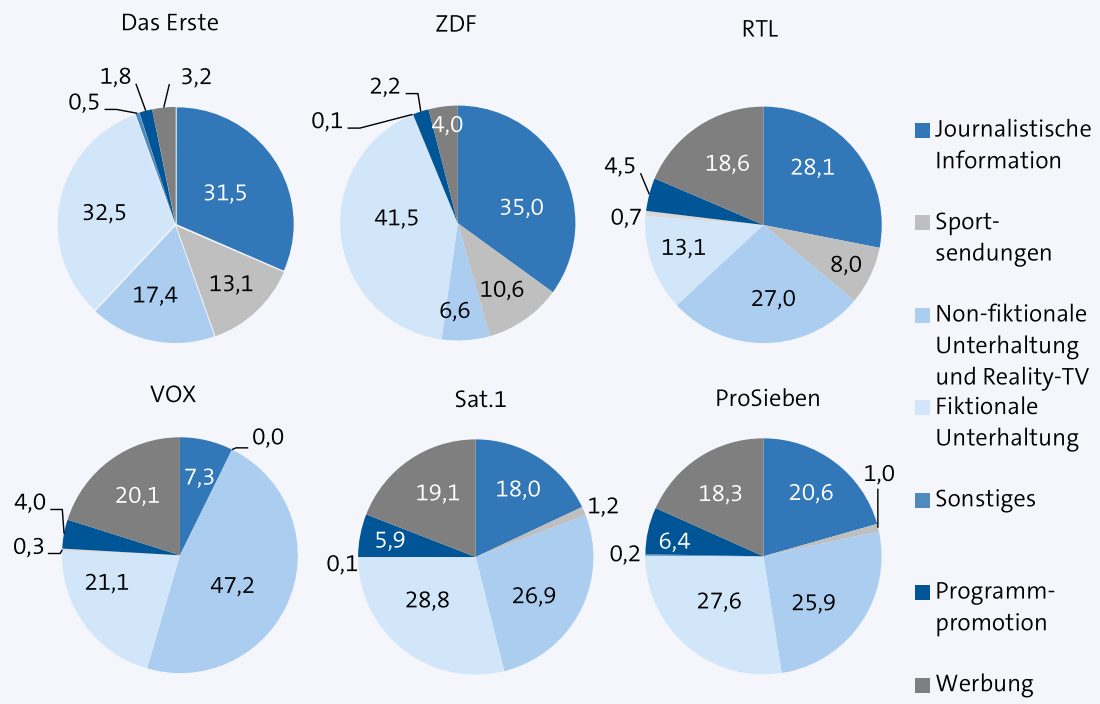
	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
<b>Journalistische Information</b>						
2024	40,4	43,3	22,5	21,8	19,0	16,7
2023	41,0	44,0	24,7	21,5	19,2	18,1
2022	41,1	43,9	29,3	21,3	16,9	17,4
2021	41,0	43,7	25,6	21,2	16,5	14,8
2020	42,8	44,9	20,8	22,0	16,0	11,3
2019	40,4	43,4	20,4	23,7	15,4	11,5
<b>Sportsendungen</b>						
2024	8,3	6,5	3,6	–	0,3	0,9
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
<b>Nonfiktionale Unterhaltung und Reality-TV</b>						
2024	13,3	9,6	30,5	23,4	41,0	16,8
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
<b>Fiktionale Unterhaltung</b>						
2024	34,0	36,8	22,6	33,9	18,5	42,5
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 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

sich diese Tendenz 2024 nicht fortsetzte. Auffällig ist bei RTL jedoch das Absinken des Informationsumfangs, nachdem dieser in einer „Informationsoffensive“ bis 2022 gestiegen war (2022: 29 %, 2024: 23 %). Ausgeweitet wurde dagegen in den letzten Jahren das Angebot an Sportsendungen. Hier handelt es sich vor allem um vermehrte Übertragungen von Spielen der National Football League

Abbildung 2  
 Spartenschwerpunkte in der Primetime 2024  
 Zeitanteil in %\*



\* Jahresvollerhebung 2024. Berechnungsbasis: 6 Stunden pro Tag (18.00-24.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

(NFL).<sup>10</sup> Die Werte bei Sat.1 lassen im Unterhaltungsbereich keine langfristige Strategie erkennen, jedoch hat der Informationsbereich mit nunmehr 19 Prozent in den letzten zwei Jahren eine Aufwertung erfahren.

### Programmschwerpunkte in der Primetime 2024

#### Werbeanteil bei den Privaten besonders hoch

Vergleicht man die Anteile in der Gesamtsendezeit des Jahres 2024 mit denjenigen in der Primetime, so zeigt sich zunächst einmal, dass der Umfang der redaktionellen Sendungen geringer ausfiel (vgl. Abbildung 2). Zur Hauptsendezeit zwischen 18 und 24 Uhr wurde aufgrund der höheren Zuschauerresonanz noch mehr Werbung als zu den anderen Tageszeiten ausgestrahlt, und so blieben den privaten Sendern nur ungefähr 75 Prozent der Sendezeit für redaktionelle Angebote. Bei den öffentlich-rechtlichen waren es rund 95 Prozent (Das Erste) bzw. 94 Prozent (ZDF). Zudem fällt auf, dass die in der Gesamtsendezeit festgestellten Schwerpunktsetzungen im Rahmen der Primetime deutlich geringer ausfielen.

<sup>10</sup> Vgl. Methodendokumentation zur Programmstrukturanalyse 2024 (Anm. 9), Kap. 1, Tabellen 11 und 12.

**In der Primetime setzen auch Das Erste und ZDF auf fiktionale Unterhaltung, unterschiedliche Schwerpunkte bei Privaten**

Das Erste und das ZDF betonen über den gesamten Tag hinweg besonders die journalistische Information. In der Primetime kamen sie jeweils auf 8 Prozent niedrigere Werte (Das Erste: 32 %, ZDF: 35 %). Bei Das Erste waren die Anteilswerte aller übrigen Sparten in der Primetime höher als in der Gesamtsendezeit. Beim ZDF fielen die Anteile des Sports und der fiktionalen Unterhaltung höher aus, womit letztere sogar auf dem ersten Rangplatz in diesem Zeitsegment liegt.

Sat.1 weist in der Gesamtsendezeit einen besonders großen Anteil bei der non-fiktionalen Unterhaltung (41 %) auf und ProSieben bei der fiktionalen Unterhaltung (43 %). In der Primetime lagen die jeweiligen Anteile circa 15 Prozentpunkte darunter. Stattdessen legten beide Sender mehr Gewicht auf den jeweils anderen Unterhaltungsbereich, sodass sich die fiktionale und die non-fiktionale Unterhaltung in der Primetime der beiden Sender ungefähr die Waage hielten. Zudem kam ProSieben in der Primetime auf einen Anteil von 21 Prozent bei der journalistischen Information (Durchschnitt Sendetag: 17 %).

Bezogen auf die Gesamtsendezeit fielen die Schwerpunktsetzungen bei RTL und VOX am geringsten aus. In der Primetime zeigen sich nun gänzlich andere Strategien. RTL weist in der Hauptsendezeit geringere Anteilswerte vor allem bei der fiktionalen Unterhaltung auf und hatte dafür mehr Sportsendungen und insbesondere journalistische Information im Angebot. Mit einem Anteil von 28 Prozent kam RTL in der Hauptsendezeit nah an die Werte des Informationsprogramms der öffentlich-rechtlichen Sender.<sup>11</sup> VOX ging im Hinblick auf das Informationssegment einen völlig anderen Weg. In der Primetime wurden journalistische Informationsangebote stark zurückgefahren und der Sender hatte den geringsten Informationsanteil aller Programme (7 %). Auch die fiktionale Unterhaltung kam auf einen geringeren Anteil als in der Gesamtsendezeit (21 % vs. 34 %), wohingegen die non-fiktionale Unterhaltung mehr als doppelt so hoch war (47 % vs. 23 %).

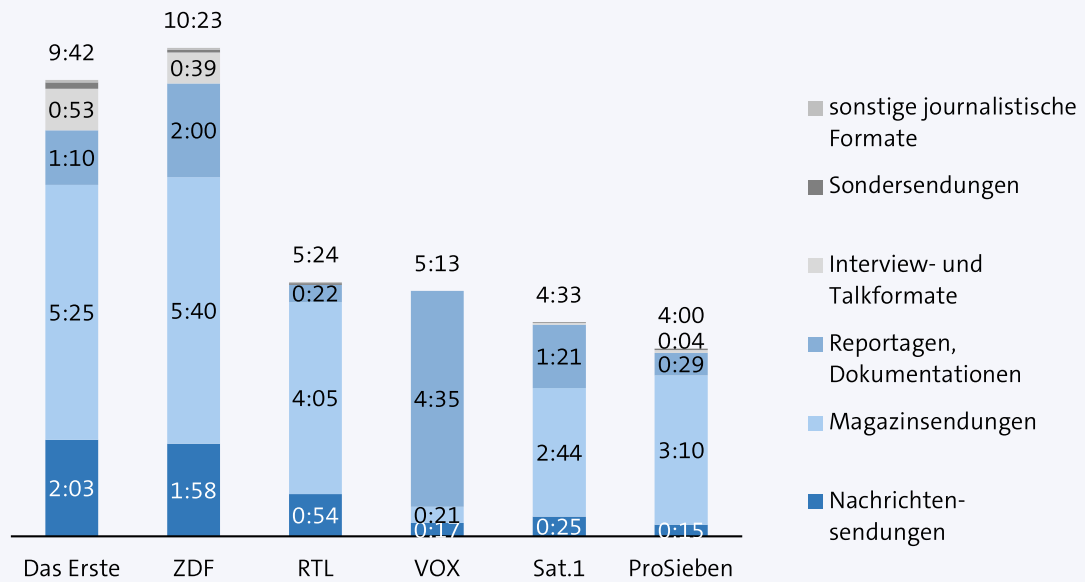
## Journalistische Sendungsformate

**Formatgruppen: Journalistische Information im Ersten und ZDF bei rund 10 Stunden täglich**

Der unterschiedliche Stellenwert der journalistischen Information in öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen wurde bereits in den vorangegangenen Ausführungen erkennbar: Während Das Erste und das ZDF 40 bzw. 43 Prozent ihrer Sendezeit für diese Sparte reservieren, sind es bei den Programmen der RTL Group um die 22 Prozent und bei den Programmen der ProSiebenSat.1 Media SE unter 20 Prozent (Sat.1: 19 %, ProSieben: 17 %). In absoluter Sendezeit gerechnet bedeutet dies, dass das ZDF knapp 10,5 Stunden eines durchschnittlichen Tages journalistische Information ausstrahlt, bei Das Erste sind es fast 10 Stunden (vgl. Abbildung 3). Nur etwa halb so viel Information findet sich bei den privaten Sendern: RTL und VOX liegen über der fünf-Stunden-Marke, Sat.1 und ProSieben deutlich darunter. Mit der strukturellen Festlegung der Programme, wie viel Sendezeit der journalistischen Information eingeräumt wird, gehen unterschiedliche Möglichkeiten einher, eine vielfältige journalistische Berichterstattung zu realisieren. An dieser Stelle können keine Aussagen dazu getroffen werden, welche konkreten Themen aufgegriffen werden,

<sup>11</sup> Zu den qualitativen Unterschieden des Informationsangebots vgl. zuletzt Maurer, Torsten/Hans-Jürgen Weiß: Informationsleistungen im deutschen Fernsehen: Das Erste und RTL. Ergebnisse der ARD-Programmanalyse 2023. Media Perspektiven 34/2024; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/detailseite-2024/informationsleistungen-im-deutschen-fernsehen-das-erste-und-rtl> (abgerufen am 10.6.2025).

Abbildung 3  
 Journalistische Informationsformate 2024  
 Durchschnittlicher Zeitumfang in Std.:Min.\*



Werte ab 0:04 werden angezeigt.

\* Jahresvollerhebung 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

und in diesem Zusammenhang vor allem, welche Bedeutung der politischen Berichterstattung zukommt – dies ist Gegenstand der zweiten Teilstudie der ARD-Programmanalyse.<sup>12</sup> In der ersten Teilstudie wird aber anhand der journalistischen Formatgruppen bereits deutlich, welche strukturellen Festlegungen die Sender diesbezüglich treffen. Hierzu gehört beispielsweise die Frage, für wie wichtig die Berichterstattung über das aktuelle Geschehen in Form von Nachrichtensendungen gehalten wird oder in welchem Maße überhaupt die Chance auf eine tiefere Behandlung eines Themas, zum Beispiel in Form von Reportagen bzw. Dokumentationen, besteht. Unterschieden wird dabei zwischen vier Formatgruppen: Nachrichtensendungen, Magazinsendungen, Reportagen/Dokumentationen und Interview-/Talkformate.<sup>13</sup> Darüber hinaus werden aktuelle Sondersendungen ausgewiesen. Diese Formatkategorie wird im Rahmen der AGF-Programmcodierung nicht vergeben, lässt sich jedoch durch den Zugriff auf ausgewählte Sendungstitel in den Programmprotokollen näherungsweise bestimmen. Besondere Bedeutung hat dieses Format – das bei den Sendern die Fähigkeit voraussetzt, schnell und hintergründig auf aktuelle Geschehnisse zu reagieren – in den letzten Jahren zum Beispiel im

<sup>12</sup> Vgl. ebd.

<sup>13</sup> Zudem gibt es einige Informationssendungen, wie etwa Übertragungen oder Ansprachen, die sich keiner der genannten Formatgruppen zuordnen lassen, aber auch nur selten vorkommen.

Zusammenhang mit der Corona-Pandemie oder dem Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine erlangt.<sup>14</sup>

**Magazine sind wichtigstes Informationsformat und nehmen über die Hälfte der journalistischen Information ein**

Der Blick auf den Umfang dieser einzelnen Formate zeigt zunächst einmal die herausragende Bedeutung der Magazinsendungen. Bei fünf der sechs Sender liegt dieses Format auf dem ersten Rangplatz bei der Informationsvermittlung. Lediglich VOX konzentriert sich auf ein anderes Format der Informationsvermittlung und hat nur ein kleines Magazinangebot. Bei den übrigen Sendern nehmen Magazinsendungen mehr als die Hälfte der gesamten journalistischen Information ein: Von knapp über der Hälfte bei den öffentlich-rechtlichen Sendern bis zu 80 Prozent bei ProSieben. Aufgrund des insgesamt geringeren Informationsangebots bedeutet dies jedoch, dass ProSieben „nur“ etwas über drei Stunden am Tag Magazinsendungen sendet, während die Öffentlich-Rechtlichen auf rund 5,5 Stunden kommen.

**Das Erste und ZDF mit vielfältigem Magazinangebot, vom „Morgenmagazin“ bis zu Sendungen mit politischem Schwerpunkt**

Folgt man der AGF-Programmcodierung und unterscheidet zwischen Frühstücksmagazinen, Ratgeber- und Servicemagazinen, Boulevardmagazinen und allgemeinen Magazinen, so zeigen sich Angebotspezifika der Sender (vgl. Tabelle 2). Die größte Vielfalt weisen Das Erste und das ZDF auf, die alle genannten Magazinformaten anbieten. Das größte Gewicht entfällt auf das im wöchentlichen Wechsel von den beiden Sendern angebotene „Morgenmagazin“. Im Umfang nur knapp dahinter liegt die Kategorie der „Allgemeinen Magazine“, die im Ersten und dem ZDF eine Vielzahl von Sendungen mit unterschiedlichen Themen umfasst. Beispielsweise sind hier im ersten Programm der ARD-Sendungen im Kinderprogramm, wie zum Beispiel „Die Sendung mit der Maus“, ebenso zu finden wie Sendungen mit eher (gesellschafts-) politischen Schwerpunkten, wie „Weltspiegel“ und „Panorama“. Aussagen über die tatsächliche thematische Ausgestaltung lassen sich letztlich jedoch nur durch eine Analyse der konkreten Sendungsinhalte treffen, wie sie im Rahmen der zweiten Teilstudie der ARD-Programmanalyse erfolgt.

**RTL liegt bei Magazinvielfalt unter den Privatsendern vorn**

Von den privaten Sendern hat RTL das vielfältigste Magazinangebot. Neben Frühstücksmagazinen, wie „Punkt 6“, „Punkt 7“ und „Punkt 8“, gibt es Boulevardmagazine und allgemeine Magazine, zu denen beispielsweise „Punkt Zwölf“, „Spiegel TV“ oder „Extra – Das RTL-Magazin“ gehören. Bei den übrigen privaten Programmen konzentriert sich das Magazinangebot auf wenige unterschiedliche Sendungen. Bei Sat.1 besteht nahezu das gesamte Magazinangebot aus dem „Sat.1-Frühstücksfernsehen“. Darüber hinaus gibt es nur noch ein einziges Ratgebermagazin: „Lenßen hilft“.

ProSieben konzentriert sich auf Boulevard- und allgemeine Magazine. Bei Ersterem handelt es allein um die Sendung „taff“ bzw. „taff weekend“. Und auch bei den allgemeinen Magazinen ist die Vielfalt begrenzt: „Galileo“, „Galileo

<sup>14</sup> Vgl. zur Bedeutung von Sondersendungen im Kontext der Corona-Pandemie: Maurer, Torsten/Matthias Wagner/Hans-Jürgen Weiß: Programmprofile von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben. Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2020 – Teil 1. In: Media Perspektiven 4/2021, S. 240 – 266; [https://www.ard-media.de/fileadmin/user\\_upload/media-perspektiven/pdf/2021/2104\\_Maurer\\_Wagner\\_Weiss.pdf](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2021/2104_Maurer_Wagner_Weiss.pdf) (abgerufen am 22.5.2025). Zur Bedeutung der Sondersendungen im Zusammenhang mit dem Angriffskrieg von Russland auf die Ukraine vgl. Maurer, Torsten/Luisa Bilke/Hans-Jürgen Weiß: Informationsleistungen öffentlich-rechtlicher und privater Vollprogramme im ersten Jahr des Ukrainekriegs. Ergebnisse der ARD/ZDF-Programmanalyse 2022. Media Perspektiven 9/2023, S. 1 – 23; [https://www.ard-media.de/fileadmin/user\\_upload/media-perspektiven/pdf/2023/MP\\_9\\_2023\\_Programmanalyse\\_-\\_Informationsleistung\\_oe.-r.\\_und\\_privater\\_Fernsehvollprogramme.pdf](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2023/MP_9_2023_Programmanalyse_-_Informationsleistung_oe.-r._und_privater_Fernsehvollprogramme.pdf) (abgerufen am 22.5.2025).

**Tabelle 2: Journalistische Informationsformate 2024**  
 Zeitanteil in %\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Journalistische Information	40,4	43,3	22,5	21,8	19,0	16,7
Nachrichtensendungen	8,5	8,2	3,7	1,2	1,7	1,0
Magazinsendungen	22,5	23,6	17,1	1,5	11,4	13,2
Frühstücksmagazine	8,9	8,9	6,3	–	11,1	0,0
Ratgeber- und Servicemagazine	2,2	4,0	–	–	0,3	–
Boulevardmagazine	3,4	3,1	1,6	–	–	4,5
Allgemeine Magazine	8,0	7,6	9,2	1,5	–	8,7
Reportagen, Dokumentationen	4,9	8,4	1,5	19,1	5,7	2,0
Interview- und Talkformate	3,7	2,7	0,0	0,0	0,1	0,3
Sondersendungen	0,6	0,3	0,2	–	0,1	0,1
Nachrichtensendungen	0,2	0,1	0,1	–	0,1	0,1
Reportagen, Dokumentationen	0,1	0,2	–	–	–	–
Sonstiges**	0,3	0,0	0,1	–	–	–
Sonstige journalistische Formate***	0,2	0,1	0,0	0,0	–	0,1
Restliches Programm****	59,6	56,7	77,5	78,2	81,0	83,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebungen 2019 bis 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00 – 3.00 Uhr)

\*\* Übertragungen, Talk- und Magazinformate, Magazinsendungen

\*\*\* Ansprachen, Übertragungen etc.

\*\*\*\* Informations-, Sport- und fiktionale Unterhaltungssendungen sowie sonstige Formate. Außerdem Werbung; Programmpromotion, Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 24-Stunden-Tag

Quelle: GöfaK Medienforschung

360°“ und „Galileo Big Pictures“.<sup>15</sup> Bemerkenswert ist bei ProSieben darüber hinaus das einmalige Vorkommen eines Frühstücksmagazins, wenngleich es im Hinblick auf den Sendeumfang zu vernachlässigen ist: Anlässlich der Entscheidung bei der US-Präsidentschaftswahl übernahm der Sender am 6. November das „Sat.1-Frühstücksfernsehen“. Bei VOX besteht das im Vergleich zu den anderen Sendern recht kleine Magazinangebot aus vier Sendungen: „automobil – Das VOX Automagazin“, „Die Tuning Profis“, „hundmatzemaus“ und „Prominent!“.

**Nachrichtensendungen nehmen bei ö.-r. Programmen über 8 Prozent der Sendezeit ein**

Als Eckpfeiler der journalistischen Information gilt gemeinhin das Nachrichtenangebot der Sender, wobei dies tatsächlich nur auf einen Teil von ihnen zutrifft. Bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern machen Nachrichtensendungen jeweils über 8 Prozent der Sendezeit bzw. rund zwei Stunden eines durchschnittlichen Tages aus und umfassen eine Vielzahl von Sendungen, die über den gesamten Tag verteilt sind. Von den privaten Anbietern hat RTL das brei-

<sup>15</sup> Darüber hinaus gab es noch „Die ProSieben-Aftershow“, die aber im Hinblick auf den Sendeumfang innerhalb des Untersuchungsjahres nicht ins Gewicht fiel.

teste Nachrichtenangebot, im Umfang von ungefähr einer Stunde bzw. 4 Prozent täglich. Das Angebot der übrigen Privatsender ist deutlich kleiner. Bei VOX und ProSieben wird über den gesamten Tag hinweg jeweils gerade einmal eine Viertelstunde für Nachrichten aufgebracht. Bei Sat.1 sind es 25 Minuten pro Tag, jedoch sind hier beispielsweise auch die Wetternachrichten im Frühstücksfernsehen enthalten. Das Nachrichtenangebot kann folglich nicht mit gesellschaftlich-relevanter Information gleichgesetzt werden.

### **Vielfältiges Angebot an Reportagen und Dokumentationen bei allen Programmen**

Neben den Magazin- und Nachrichtensendungen sind Reportagen und Dokumentationen bei allen Sendern in der Angebotspalette vertreten. Bei VOX bildet diese Formatgruppe sogar den weitaus größten Teil des gesamten Informationsprogramms: Von den insgesamt knapp 22 Prozent journalistische Information entfallen 19 Prozent allein auf dieses Format. Umgerechnet auf einen durchschnittlichen 24-Stunden-Tag bedeutet dies, dass bei VOX von den fünf Stunden und 15 Minuten Information allein viereinhalb Stunden auf Reportagen/Dokumentationen entfallen. Hier hat eine Sendung einen herausragenden Stellenwert: „Medical Detectives“. Durchschnittlich wird diese Sendung drei Stunden und 51 Minuten pro Tag ausgestrahlt. Zählt man dann noch die Sendung „Snapped – Wenn Frauen töten“ dazu, die ebenfalls in den Nachtstunden und im Umfang von 23 Minuten täglich ausgestrahlt wird, so wird erkennbar, dass ungefähr 80 Prozent des gesamten Informationsprogramms nur aus diesen beiden Sendungen besteht.

Bei RTL und ProSieben kommen Reportagen und Dokumentationen, mit Anteilen um die 2 Prozent, in geringem Maße vor. Hingegen sind sie bei Das Erste, Sat.1 und dem ZDF eine feste Größe – zwischen einer Stunde und 10 Minuten (Das Erste) und zwei Stunden (ZDF) werden bei ihnen für dieses Format reserviert. Der Blick auf die Sendungstitel zeigt aber im Hinblick auf die thematische Ausrichtung gänzlich andere Strategien: Die öffentlich-rechtlichen Sender bieten eine große Vielfalt von Sendungen, in denen Politik (z. B. „Der Herausforderer: Friedrich Merz will Kanzler werden“ im Ersten) ebenso aufgegriffen wird wie Natur (z. B. „Naturwunder Okavango“) oder Ernährung (z. B. „Besseresser“ im ZDF). Bei Sat.1 sind Sendungen mit politischen oder gesellschaftlich kontroversen Inhalten dagegen die absolute Ausnahme. Hier werden zumeist Human-Touch-Themen aufgegriffen. So entfielen 2024 von den 81 Minuten für Reportagen/Dokumentationen am Tag 51 Minuten nur auf die beiden Sendungen „Lebensretter hautnah – wenn jede Sekunde zählt“ und „Notruf“, in denen Rettungskräfte bei ihren Einsätzen begleitet werden.

### **Interview- und Talkformate sowie Sondersendungen**

Interview- und Talkformate gibt es in erwähnenswertem Umfang nur in den beiden öffentlich-rechtlichen Programmen. 3 (ZDF) bzw. 4 Prozent (Das Erste) der Gesamtsendezeit entfallen hier auf Sendungen wie „Maybrit Illner“ und „Markus Lanz“ im ZDF oder „Hart aber fair“ und „Presseclub“ im Ersten. Sondersendungen kommen in nahezu allen Programmen vor, einzige Ausnahme ist VOX. Die jeweiligen Anteile liegen durchweg deutlich unter der Ein-Prozent-Marke, was aber nicht überrascht, da dieses spezielle Format nur bei besonderen Ereignissen eingesetzt wird. Zwar zeigen die Daten, dass Das Erste dieses spezielle Format am ausgiebigsten einsetzt, aber aussagekräftiger ist an dieser Stelle der Blick auf die konkreten Ereignisse, über die in den Sendern berichtet wurde. So waren es bei Sat.1 und ProSieben lediglich gemeinsame Sondersendungen am 5. und 6. November zur US-Präsidentchaftswahl, also Sendungen zu einem im Vorhinein geplanten Ereignis. Auch RTL sendete Sondersendungen über die US-Präsidentchaftswahl, die Europawahl oder Landtagswahlen.

Darüber hinaus berichtete der Sender aber auch in „RTL Aktuell Spezial“-Ausgaben über das Attentat auf Donald Trump oder die Anschläge in Solingen und Magdeburg. Das Erste hatte im Untersuchungsjahr die meisten Sondersendungen im Programm. Es handelt sich neben Sendungen wie „Tagesschau – extra“ oder „Tagesthemen – extra“ vor allem um die „Brennpunkt“-Sendungen. Dabei wurden auch Hintergründe zu Ereignissen geliefert, zu denen sich in den privaten Programmen keine Sondersendungen fanden, wie zum Beispiel die Tötung des Hisbollah-Führers Nasralla oder die Flucht von Baschar al-Assad Anfang Dezember aus Syrien. Hier bietet das umfangreiche Netz an Auslandskorrespondentinnen und -korrespondenten der ARD wie auch dem ZDF die Möglichkeit, auf Ereignisse schnell reagieren zu können.

## Formatgruppen und Sendungsformate der Fernsehunterhaltung

Der Fernsehunterhaltung kommt in allen sechs untersuchten Programmen ein zentraler Stellenwert zu. Bei den öffentlich-rechtlichen Programmen kommen die unterhaltenden Angebote auf Anteilswerte knapp unter der 50-Prozent-Marke (Das Erste 47 %, ZDF 46 %), bei den privaten Vollprogrammen sind es Werte zwischen 53 (RTL) und 60 Prozent (Sat.1; vgl. hierzu Abbildung 1). Innerhalb der Fernsehunterhaltung wird üblicherweise zwischen fiktionalen (Filmen, Serien etc.) und non-fiktionalen Formen der Fernsehunterhaltung unterschieden, wobei die Formate des Reality-TV als Teil der non-fiktionalen Fernsehunterhaltung begriffen werden. Diese Trennung der beiden Unterhaltungsbereiche findet sich auch in der AGF-Programmcodierung und folglich in der darauf basierenden ARD-Programmanalyse.

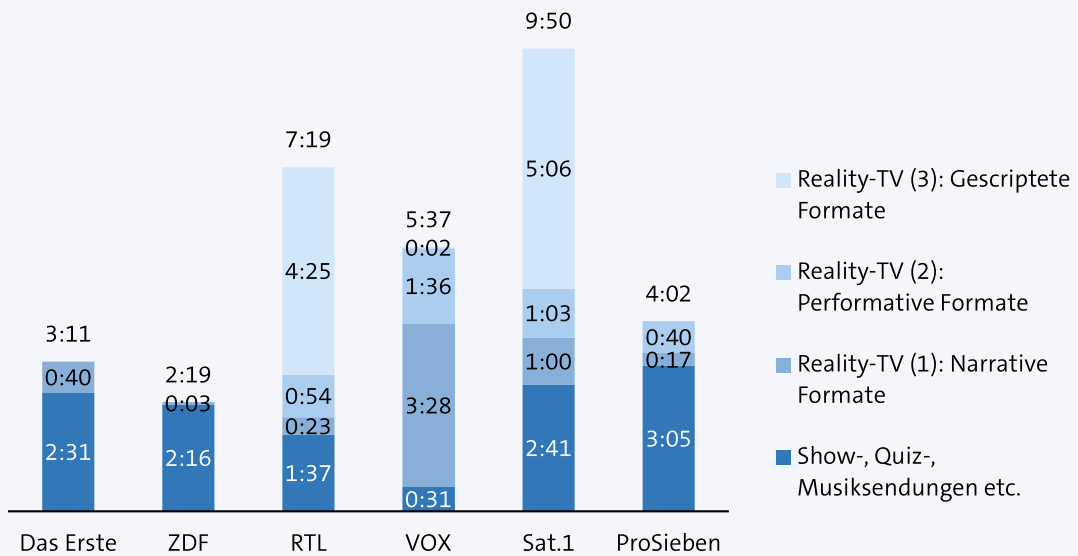
Die non-fiktionale Fernsehunterhaltung umfasst zum einen die klassischen Formen, wie zum Beispiel Show- und Quizformate, Comedy, Musiksendungen und andere. Zum anderen kommt der Bereich des Reality-TV hinzu, der sich in drei Formatgruppen gliedert: Narrative Formate (wie Doku-Soaps und Coaching), performative Formate (z. B. Real-Life-Inszenierung und Castingshows) sowie gescriptete Formate (vgl. Abbildung 4). Wie eingangs erwähnt, bleibt der Bereich der non-fiktionalen Unterhaltung in puncto Sendeumfang bei vier von sechs Programmen klar hinter den fiktionalen Angeboten zurück.

### Bei RTL besteht rund ein Fünftel des Sendetags aus gescripteten Reality-Formaten

Einzig bei RTL und Sat.1 hat die non-fiktionale Unterhaltung einen höheren Stellenwert, wobei dies maßgeblich mit den gescripteten Reality-Formaten zusammenhängt. Bei RTL entfielen 2024 von den 31 Prozent non-fiktionaler Unterhaltung (Zeitanteil des Gesamtprogramms) allein über 18 Prozent auf die gescripteten Formate, bei Sat.1 waren es 21 von insgesamt 41 Prozent (vgl. Tabelle 3). Ungefähr ein Fünftel des gesamten Sendetages besteht hier also aus gescripteten Reality-Formaten. Konkret werden die durchschnittlich vier- bis fünf Stunden Sendezeit bei RTL mit vier Sendungen gefüllt: den beiden gescripteten Gerichtsshows „Barbara Salesch – Das Strafgericht“ und „Ulrich Wetzels – Das Strafgericht“ sowie den beiden gescripteten Doku-Soaps „Der Blaulicht Report“ und „Verklage mich doch!“. Bei Sat.1 ist es sogar nur die Sendung „Auf Streife“ in ihren verschiedenen Ausführungen,<sup>16</sup> mit der an einem durchschnittlichen Tag fünf Stunden Programm bestritten werden. Darüber hinaus finden sich in beiden Sendern auch die anderen Formate der non-fikti-

<sup>16</sup> Im Programm finden sich die Sendungen „Auf Streife“, „Auf Streife – Die Spezialisten“ und „Auf Streife – Berlin“.

Abbildung 4  
 Formate der non-fiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV 2024  
 Durchschnittlicher Zeitumfang in Std.:Min.\*



Werte ab 0:02 werden angezeigt.  
 \* Jahresvollerhebung 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr)  
 Quelle: GöfaK Medienforschung

onalen Unterhaltung, wobei den klassischen Show- und Quizformaten nach den gescrripteten Reality-Formaten jeweils die zweitgrößte Bedeutung zukommt.

**Schwerpunkte Real-Life und Shows/Quiz**

VOX setzt dagegen vor allem auf Doku-Soaps und Real-Life-Inszenierungen. Zu ersteren gehören Sendungen wie „Das perfekte Dinner“ oder „Zwischen Tüll und Tränen“. Bei den Real-Life-Inszenierungen handelt es sich beispielsweise um „First Dates – ein Tisch für zwei“ oder „Shopping Queen“.

Bei den übrigen drei Sendern – Das Erste, ZDF und ProSieben – machen die Show- und Quizformate den Großteil der non-fiktionalen Unterhaltung aus. Beim Ersten entfällt von den durchschnittlich zweieinhalb Stunden Show- und Quizformaten allein eine Stunde auf Quizsendungen im Vorabendprogramm, wie zum Beispiel „Gefragt – Gejagt“ oder „Wer weiß denn sowas?“, ergänzt durch eine Vielzahl an Shows, wie zum Beispiel „Verstehen Sie Spaß?“ oder „Schlagerboom 2024 – Alles funkelt! Alles glitzert!“. Auch das ZDF bietet große Shows, wie beispielsweise „Die Giovanni Zarrella-Show“ oder „Die Helene Fischer-Show“ an. Das Rückgrat dieses Formats bildet aber die Show „Bares für Rares“, auf die allein etwas mehr als eine Stunde der insgesamt zwei Stunden und 15 Minuten täglicher Sendezeit entfällt. ProSieben sendet durchschnittlich über drei Stunden Show- und Quizformate. Prägend ist in dem Untersuchungsjahr vor allem die Präsenz von Klaas Heufer-Umlauf und „Joko“ Winterscheidt. Mit verschiedenen Shows (z. B. „Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt“, „Joko & Klaas gegen ProSieben“ oder „Wer stiehlt mir die Show?“) füllten sie 2024 allein oder zusammen deutlich über eine Stunde Sendezeit pro Tag.

**Tabelle 3: Formate der non-fiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV  
 Zeitanteil in %\***

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Non-fiktionale Unterhaltung	10,5	9,4	6,7	2,2	11,2	12,8
Show- und Quizformate	9,1	8,6	6,7	2,2	11,1	12,8
Satire, Kabarett, Comedy	0,9	0,6	–	–	–	–
Musik	0,1	0,1	–	–	–	0
Sonstiges**	0,4	0,1	0	–	0,1	–
Reality-TV	2,8	0,2	23,8	21,2	29,8	4
Reality-TV (1): Narrative Formate	2,8	0,2	1,6	14,4	4,2	1,2
Doku-Soap	2,8	0,2	1,6	14,1	4,2	1,2
Coaching	–	–	0	0,3	–	–
Reality-TV (2): Performative Formate	0	–	3,8	6,6	4,4	2,8
Real-Life-Inszenierung	–	–	2,8	6,6	2	1,7
Castingshow	0	–	1	–	2,4	1,1
Reality-TV (3): Gescriptete Formate	–	–	18,4	0,2	21,2	–
Gescriptete Gerichtsshow	–	–	10,4	–	–	–
Gescriptete Doku-Soap	–	–	8	0,2	21,2	–
Restliches Programm***	86,7	90,4	69,5	76,6	59	83,2
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebungen 2019 bis 2024. 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, Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 24-Stunden-Tag

Quelle: GöfaK Medienforschung

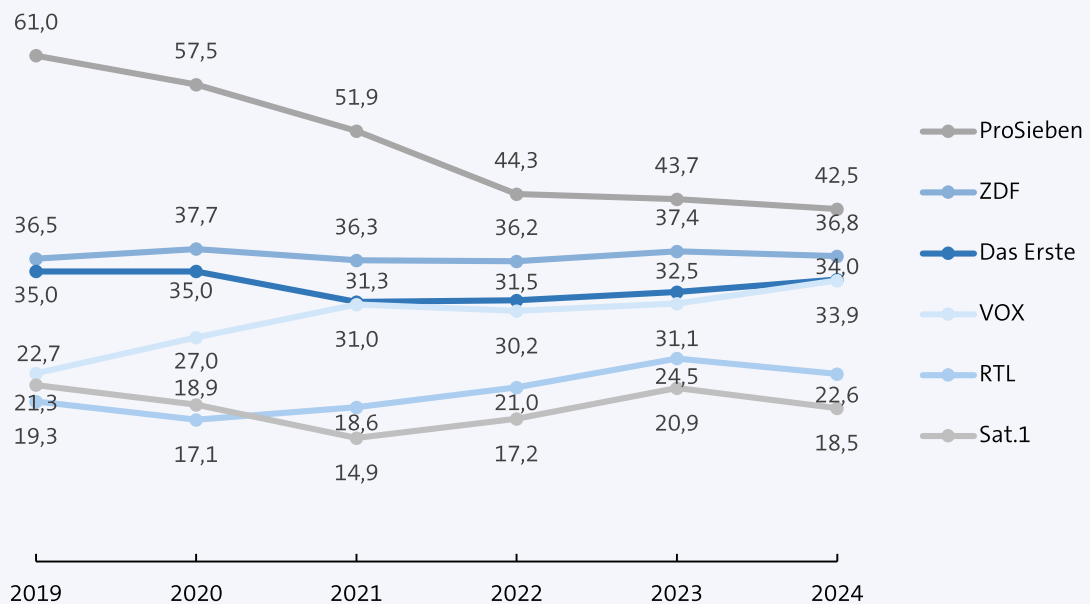
## Formate der fiktionalen Unterhaltung

### Deutliche Veränderungen der Schwerpunkte bei ProSieben und VOX

Während RTL und Sat.1 im Unterhaltungsbereich den Schwerpunkt auf das non-fiktionale Angebot legen, haben Das Erste, das ZDF, VOX und ProSieben mehr fiktionale Unterhaltung im Programm. Die Anteile lagen 2024 bei diesen vier Programmen zwischen 34 Prozent (VOX und Das Erste) und 43 Prozent (ProSieben) der Gesamtsendezeit (vgl. Abbildung 5). In den vergangenen Jahren haben sich die Werte – wie bereits eingangs erwähnt – vor allem bei VOX und ProSieben deutlich verändert, während die Verschiebungen bei den übrigen Programmen deutlich geringer ausfielen. Bei VOX ist der Anteil der fiktionalen Unterhaltung von 23 Prozent im Jahr 2019 auf 34 Prozent im Jahr 2024 gestiegen und damit hat sich das Verhältnis von non-fiktionaler und fiktionaler Unterhaltung in dieser Zeitspanne nahezu exakt umgekehrt. ProSieben hat das fiktionale Angebot in den sechs Jahren von 61 auf 43 Prozent reduziert.

Vergleicht man innerhalb der fiktionalen Unterhaltung den Stellenwert von Serien und Filmen, so liegen die jeweiligen Anteile bei den öffentlich-recht-

Abbildung 5  
 Entwicklung der fiktionalen Unterhaltung 2019 bis 2024  
 Zeitanteil in %\*



\* Jahresvollerhebung 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr)

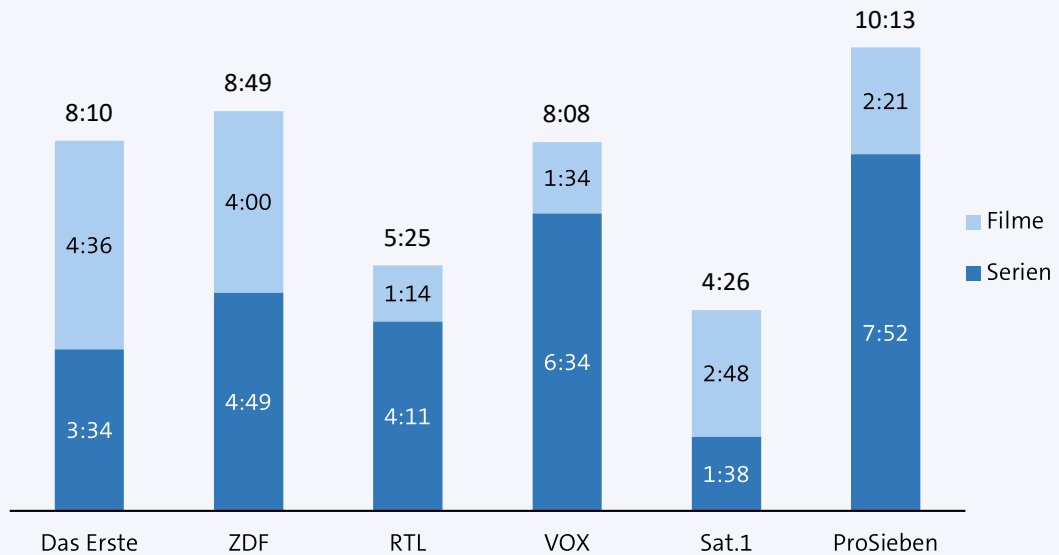
Quelle: GöfaK Medienforschung

lichen Sendern recht nah beieinander (vgl. Abbildung 6, Tabelle 4): Im Ersten übertrifft der Anteilswert der Filme denjenigen der Serien um wenige Prozent (19 % vs. 15 %), während es sich beim ZDF umgekehrt verhält (17 % vs. 20 %). Ein vergleichsweise geringer Unterschied ist auch bei Sat.1 erkennbar. Hier liegt der Anteil der Filme um 5 Prozentpunkte über demjenigen der Serien (12 % vs. 7 %), womit Sat.1 insgesamt nur auf 19 Prozent fiktionaler Unterhaltung kommt. Dieser geringe Anteil der fiktionalen Unterhaltung allgemein und der Serien im Speziellen ergibt sich maßgeblich daraus, dass der Sender große Programmflächen, wie etwa den Nachmittag, mit gescripteten Doku-Soaps und nicht mit fiktionalen Serien füllt. Bei den übrigen drei Programmen überwiegt das Serienangebot deutlich.

**Krimis und sonstige Spannung dominieren fiktionale Unterhaltung, einige Programme setzen auch auf Komödien oder Dramen**

Dominierend ist bei den meisten Sendern das Genre „Krimi und sonstige Spannung“ (vgl. Tabelle 5). Besonders trifft dies auf VOX zu, wo 31 der insgesamt 34 Prozent fiktionaler Unterhaltung diesem Genre zuzurechnen sind. Aber auch das ZDF und RTL legen ein besonderes Gewicht auf Spannung und füllen mehr als die Hälfte der Fiktion-Sendezeit damit. Bei Das Erste und Sat.1 ist Spannung ebenso das wichtigste Genre, jedoch werden auch andere Genres stärker berücksichtigt. Dazu gehört das Genre „Komödie und Unterhaltung“ bei beiden genannten Sendern und zudem „Drama, Liebesfilm und Telenovela“ im Ersten. Eine vergleichsweise geringe Rolle spielen Krimis bei ProSieben. Hier liegt das Schwergewicht der Fiction-Angebote auf Komödien.

Abbildung 6  
 Formate der fiktionalen Unterhaltung 2024  
 Zeitumfang in Std.:Min.\*



\* Jahresvollerhebung 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00–3.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

Tabelle 4: Formate der fiktionalen Unterhaltung  
 Zeitanteil in %\*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Fiktionale Unterhaltung	34,0	36,8	22,6	33,9	18,5	42,5
Filme	19,2	16,7	5,2	6,5	11,7	9,7
Serien	14,8	20,1	17,4	27,4	6,8	32,8
Restliches Programm**	66,0	63,2	77,4	66,1	81,5	57,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebungen 2019 bis 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00–3.00 Uhr)

\*\* Informations-, Sport- und nonfiktionale Unterhaltungssendungen sowie sonstige Formate. Außerdem Werbung; Programmpromotion, Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 24-Stunden-Tag

Quelle: GöfaK Medienforschung

**Wichtigste Serien bei Privaten sind US-amerikanische Formate, im Ersten und dem ZDF überwiegen deutsche Formate**

Veranschaulichen lassen sich die Schwerpunktsetzungen, wenn man die wichtigsten fiktionalen Serien der Sender betrachtet (vgl. Tabelle 6). So finden sich beispielsweise bei ProSieben mit „The Big Bang Theory“ und „Two and a half men“ zwei Sitcoms unter den ersten drei Plätzen. Ebenso wird durch die Auflistung die Dominanz des Spannungsgenres bei VOX, dem ZDF und RTL deutlich. So sind bei VOX und RTL verschiedene „CSI ...“-Ausgaben auf den ersten beiden Rangplätzen, anhand derer auch die Synergien innerhalb der Senderfamilie erkennbar werden. Beim ZDF liegen „Die Rosenheim-Cops“, „Notruf

**Tabelle 5: Genres der fiktionalen Unterhaltung  
 Zeitanteil in %\***

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Fiktionale Unterhaltung	34,0	36,8	22,6	33,9	18,5	42,5
Krimi und sonstige Spannung	15,0	23,6	13,5	30,8	8,2	8,5
Komödie und Unterhaltung	10,3	6,3	7,2	2,6	8,2	29,0
Drama, Liebesfilm und Telenovela	8,3	3,8	0,5	0,3	0,9	0,9
Animation	0,4	3,1	1,3	0,2	1,2	4,1
Zeitkritik und sonstiges	–	0,0	0,1	0,0	–	–
Restliches Programm**	66,0	63,2	77,4	66,1	81,5	57,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* Jahresvollerhebungen 2019 bis 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00–3.00 Uhr)

\*\* Informations-, Sport- und nonfiktionale Unterhaltungssendungen sowie sonstige Formate. Außerdem Werbung; Programmpromotion, Sponsorhinweise, Dauerprogramm, Videotext, Gewinnzahlen, Spots und rechnerische Differenz zum 24-Stunden-Tag

Quelle: GöfaK Medienforschung

**Tabelle 6: Die wichtigsten fiktionalen Serien  
 Zeitanteil in %\***

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Platz 1	Tatort 1,8 %	Die Rosenheim-Cops 3,5 %	CSI: Miami 4,9 %	CSI: Miami 6,3 %	Die Landarztpraxis 1,5 %	The Big Bang Theory 5,9 %
Platz 2	Rote Rosen 1,8 %	Notruf Hafenkante 2,7 %	CSI: Den Tätern auf der Spur 4,7 %	CSI: New York 6,3 %	Die Spreewaldklinik 1,0 %	Die Simpsons 4,1 %
Platz 3	Sturm der Liebe 1,6 %	Soko Stuttgart 2,0 %	Gute Zeiten, Schlechte Zeiten 2,1 %	Criminal Intent – Verbrechen im Visier 5,9 %	Das Küstenrevier 0,9 %	Two and a half men 2,8 %
Platz 1-3 Gesamt	5,2	8,2	11,7	18,5	3,4	12,8
Weitere Serien	9,6	11,9	5,7	8,9	3,4	20,0
Serien Gesamt	14,8	20,1	17,4	27,4	6,8	32,8

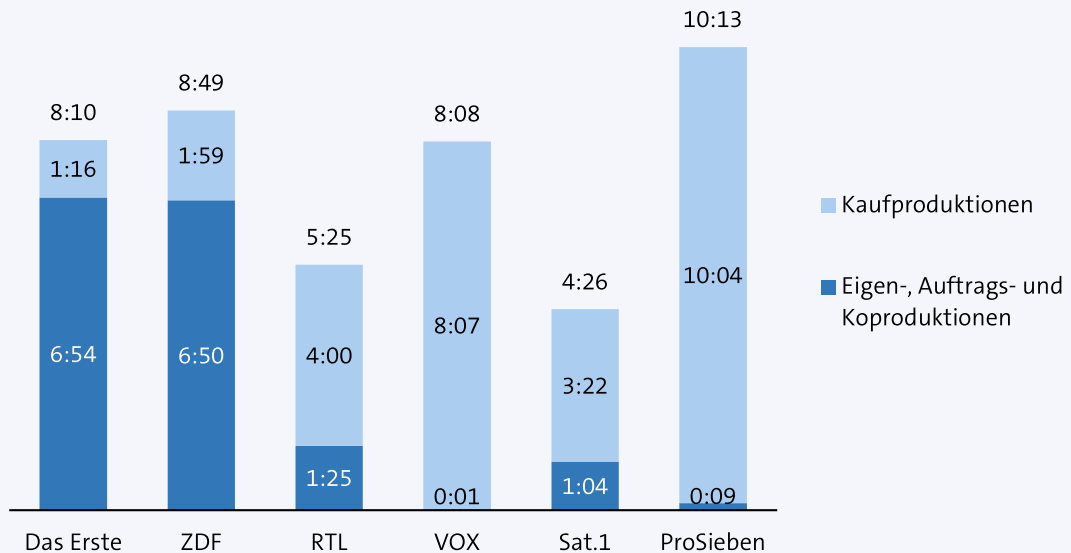
\* Jahresvollerhebungen 2019 bis 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00–3.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

Hafenkante“ und die „Soko Stuttgart“<sup>17</sup> auf den ersten drei Rangplätzen. Zugleich lassen sich anhand der beispielhaft aufgeführten Sendungstitel zwei weitere Unterschiede beim fiktionalen Angebot der öffentlich-rechtlichen und privaten Sender verdeutlichen.

<sup>17</sup> Würde man die verschiedenen Soko-Ausgaben (Hamburg, Kitzbühel, Stuttgart etc.) zusammenrechnen, so käme man sogar auf einen Prozentanteil von 5 Prozent.

Abbildung 7  
 Produktions- und Beschaffungsformen der fiktionalen Unterhaltung 2024  
 Durchschnittlicher Zeitumfang in Std.:Min.\*



\* Jahresvollerhebung 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

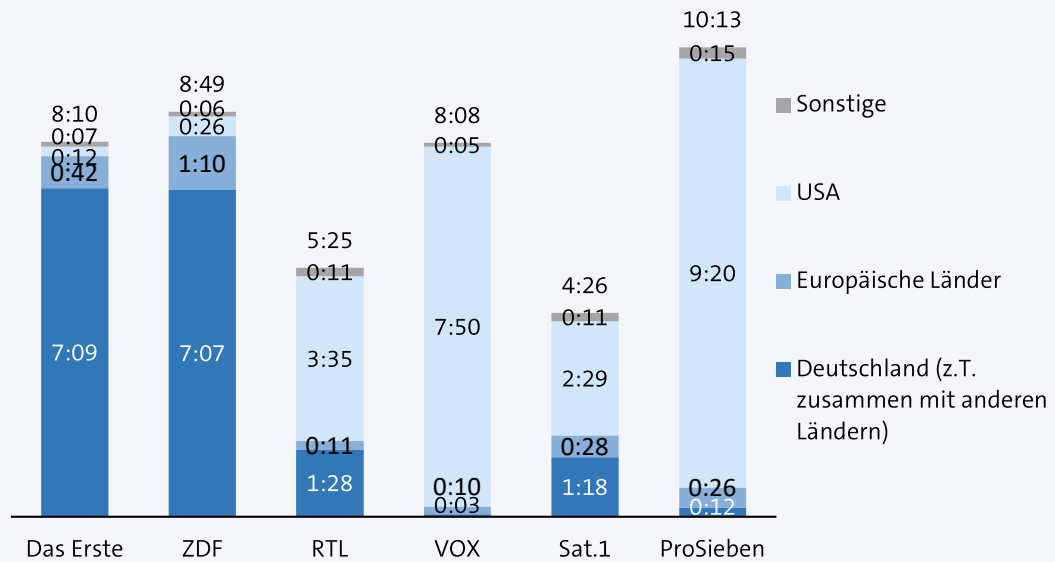
**Öffentlich-rechtliche legen Fokus auf Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen, die überwiegend in Deutschland produziert werden**

Zum einen betrifft dies die Produktionsform der fiktionalen Unterhaltung (vgl. Abbildung 7). Im Ersten und dem ZDF besteht der weitaus größte Teil des Angebots aus Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen: Von den etwas mehr als acht Stunden fiktionaler Unterhaltung sind es bei Das Erste knapp sieben Stunden bzw. 85 Prozent; beim ZDF knapp sieben von insgesamt fast neun Stunden bzw. 78 Prozent. Bei RTL und Sat.1 besteht dagegen die fiktionale Unterhaltung gerade einmal zu einem Viertel aus Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen. Bei VOX und ProSieben handelt es sich nahezu ausschließlich um Kaufproduktionen. Der Umfang von fiktionalen Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen beträgt bei ihnen an einem durchschnittlichen Tag neun Minuten (ProSieben) bzw. eine Minute (VOX).

Zum anderen gehen mit der Produktionsform auch Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Vollprogrammen bei den Produktionsländern einher.<sup>18</sup> Über 80 Prozent der fiktionalen Unterhaltung stammen im Ersten und dem ZDF aus Deutschland (Das Erste 88 %, ZDF 81 %) – bezogen auf einen durchschnittlichen Tag sind dies über sieben Stunden (vgl. Abbildung 8). Bei RTL und Sat.1 ist dies jeweils ungefähr ein Viertel (RTL: 27 %, Sat.1: 29 %), bei VOX und ProSieben kommen deutsche Produktionen nahezu nicht vor – bei ihnen handelt es sich zu 92 Prozent (ProSieben) bzw. 96 Prozent (VOX) um

<sup>18</sup> Vgl. Methodendokumentation zur Programmstrukturanalyse 2024 (Anmerkung 8), Kap. 1, Tabelle 16.

Abbildung 8  
 Produktionsländer der fiktionalen Unterhaltung 2024  
 Durchschnittlicher Zeitumfang in Std.:Min.\*



\* Jahresvollerhebung 2024. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

US-amerikanische Produktionen. Deutsche Produktionen finden sich hier im Umfang von zwölf (ProSieben) bzw. drei Minuten (VOX) täglich.

### Fazit

#### Das Erste und ZDF legen deutlichen Schwerpunkt auf journalistische Information

Die strukturellen Schwerpunktsetzungen der sechs Programme wiesen auch 2024 große Unterschiede auf. Während bei den öffentlich-rechtlichen Sendern der journalistischen Information eine herausgehobene Bedeutung zukommt, ist es bei Sat.1 und RTL die non-fiktionale Unterhaltung. ProSieben und VOX legen den Schwerpunkt dagegen auf die fiktionale Unterhaltung.

Geprägt wird die non-fiktionale Unterhaltung bei Sat.1 und RTL durch gescriptete Reality-Formate. Hierbei handelt es sich um eine geringe Anzahl unterschiedlicher Sendungen, die aber in größerem Umfang ausgestrahlt werden. Bei VOX werden innerhalb des non-fiktionalen Angebots besonders viele Doku-Soaps und Real-Life-Inszenierungen gezeigt. Bei Das Erste, dem ZDF und ProSieben überwiegt das Angebot von klassischen Show- und Quizformaten.

Innerhalb der fiktionalen Unterhaltung übertrifft bei ProSieben, VOX und RTL das Angebot an Serien deutlich das der Filme, während das Verhältnis bei Das Erste, dem ZDF und Sat.1 nicht weit auseinander liegt. Dominierend ist bei fünf der sechs Sender dabei das Spannungs-Genre, wobei dies in besonderem Maße

auf VOX, RTL und das ZDF zutrifft. Einzig bei ProSieben überwiegen die Komödien.

**Hoher Anteil von  
Eigenproduktionen  
bei ö.-r. Sendern**

Bei den Produktionsformen und den Produktionsländern der fiktionalen Unterhaltung verläuft eine klare Grenze zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern: Während das fiktionale Angebot bei Das Erste und dem ZDF zum weitaus größten Teil aus deutschen Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen besteht, sind es bei RTL und Sat.1 drei Viertel ausländische Kaufproduktionen. Bei VOX und ProSieben kommen Eigenproduktionen und Produktionen aus Deutschland nahezu gar nicht vor. Das fiktionale Unterhaltungsangebot wird bei ihnen geprägt durch einige wenige amerikanische Serien.

**Zentrale Unterschiede  
bei den Schwerpunk-  
ten der Programme im  
Genre Information**

Bezogen auf den – für die Erfüllung der Programmnormen besonders wichtigen – Bereich der journalistischen Information gibt es einen großen Unterschied zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen: Das Erste und das ZDF haben das bei weitem umfangreichste und auch hinsichtlich der Formate vielfältigste journalistische Angebot. Zwischen den privaten Anbietern sind die Unterschiede in puncto Umfang relativ gering, die Ausgestaltung unterscheidet sich aber fundamental. Bei ProSieben konzentriert sich das Informationsangebot auf wenige Boulevard- und allgemeine Magazinsendungen. Sat.1 hat neben dem Frühstücksmagazin einige Reportagen/Dokumentationen im Programm, die vor allem Unfälle und persönliche Notlagen, also Human Touch-Themen, behandeln. Das Angebot von VOX besteht nahezu ausschließlich aus Reportagen/Dokumentationen und beschränkt sich weitestgehend auf die beiden Sendungen „Medical Detectives“ und „Snapped – Wenn Frauen töten“. Im Hinblick auf die Struktur der journalistischen Information ist RTL unter den privaten Anbietern das weitaus vielfältigste Programm mit einer Vielzahl unterschiedlicher Formate, in denen sich auch unterschiedliche Sendungen finden. In welchem Maße RTL diese strukturellen Voraussetzungen aber nutzt, um vielfältige und gesellschaftlich relevante Inhalte zu berichten, wird im zweiten Teil der ARD-Programmanalyse untersucht.