

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

Ergebnisse der ARD-Programmanalyse 2025

Von Torsten Maurer*

Kurz und knapp

- Laut ARD-Programmanalyse 2025, die auf der Auswertung von AGF-Daten basiert, verwenden Das Erste und das ZDF einen Großteil ihrer Sendezeit für journalistische Informationsangebote. Die privaten Anbieter setzen vorrangig auf fiktionale bzw. non-fiktionale Unterhaltung.
- Im Bereich der journalistischen Information gibt es bei den Öffentlich-Rechtlichen eine große Bandbreite an Formaten, wie Nachrichten, Magazine, Dokumentationen oder Interviews und Talkformate. Bei den Privaten zeigt sich eine stärkere Konzentration auf einige wenige Formate.
- Im Genre Unterhaltung zeigen Das Erste und ZDF überwiegend fiktionale Inhalte, wie Serien und Filme, die zu großen Teilen Eigen-, Ko- und Auftragsproduktionen sind.
- Die Privaten zeigen deutlich mehr non-fiktionale Unterhaltung, die vor allem aus verschiedenen Reality-TV-Formaten besteht.

Strukturanalyse vergleicht Vollpro- gramme mit größten Marktanteilen

Der vorliegende Beitrag schreibt die Ergebnisse der mittlerweile seit vierzig Jahren durchgeführten Programmanalyse für das Untersuchungsjahr 2025 fort.¹ Den Ausgangspunkt dieser Untersuchung des linearen Angebots öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehvollprogramme bilden die an sie gestellten programmrechtlichen Anforderungen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Forderungen nach einem vielfältigen und gesellschaftlich relevanten Angebot.² Da sich die rechtlichen Anforderungen zum einen auf die Programmstrukturen und zum anderen auf die konkrete inhaltliche Ausgestaltung der journalistischen Information beziehen, gilt es auch bei der Analyse diese zwei Ebenen des Fernsehangebots zu unterscheiden.

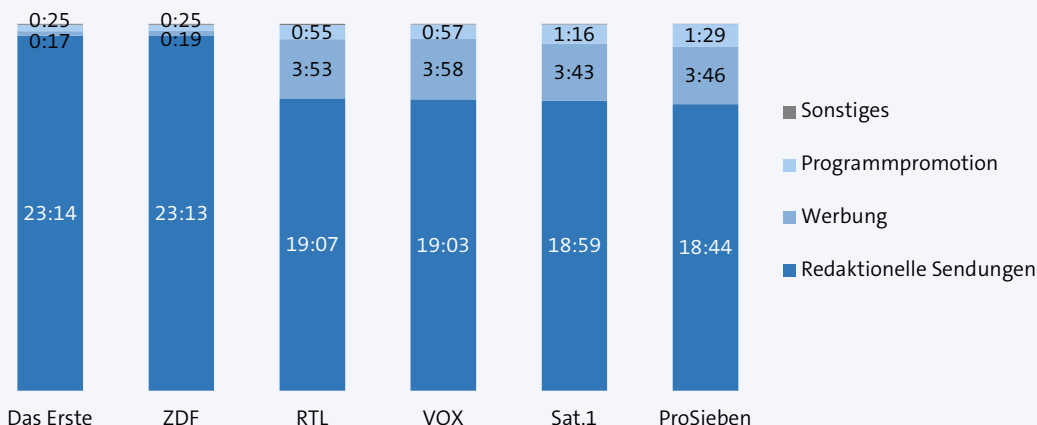
In diesem Beitrag werden die Ergebnisse zu den Analysen der Angebotsstrukturen vorgestellt. Dabei werden die Strukturmerkmale jener sechs Fernsehvollprogramme miteinander verglichen, die im Untersuchungsjahr 2025 die größten Marktanteile aufwiesen.³ Grundlage dieses Vergleichs sind die Programmcodierungen der AGF Videoforschung, die sekundäranalytisch ausgewertet wer-

1 Zur Entwicklung der Programmanalyse seit 1985 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.media-perspektiven.de/publikationsarchiv/2020/detailseite-2020/ard-zdf-programmanalyse-2019-kontinuitaet-und-wandel> (abgerufen am 23.4.2026).

2 Festgeschrieben ist im Medienstaatsvertrag beispielsweise, dass ein Vollprogramm „ein Rundfunkprogramm mit vielfältigen Inhalten (ist), in welchem Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms bilden“. Vgl. Medienstaatsvertrag in der Fassung des siebten Staatsvertrags zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge (Siebter Medienänderungsstaatsvertrag) in Kraft seit dem 1. Dezember 2025, § 2, Abs. 2; https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Dokumentation/Dokumentation_III_2025_7_MAEStV.pdf (abgerufen am 23.4.2026).

3 Im Jahr 2025 kamen die sechs untersuchten Sender auf folgende Marktanteile (Mo – So, 3 – 3 Uhr, Zuschauer ab 3 Jahren): ZDF 14,8 Prozent, Das Erste 12,6 Prozent, RTL 7,7 Prozent, VOX 4,2 Prozent, Sat.1 4,6 Prozent und ProSieben 2,7 Prozent; <https://www.kek-online.de/medienkonzentration/mediennutzung/zuschaueranteile/> (abgerufen am 20.5.2026).

Abbildung 1
Redaktionelle Sendungen der größten Fernsehvollprogramme 2025
 Durchschnittlicher Zeitumfang in Std.: Min.*



Werte ab 00:06 werden angezeigt.

*Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

den.⁴ Nachfolgend werden zunächst die Programmschwerpunkte der sechs Programme im Jahr 2025 in den Blick genommen, bevor nacheinander die zentralen Angebotssparten analysiert werden.

Programmschwerpunkte in der Gesamtsendezeit 2025

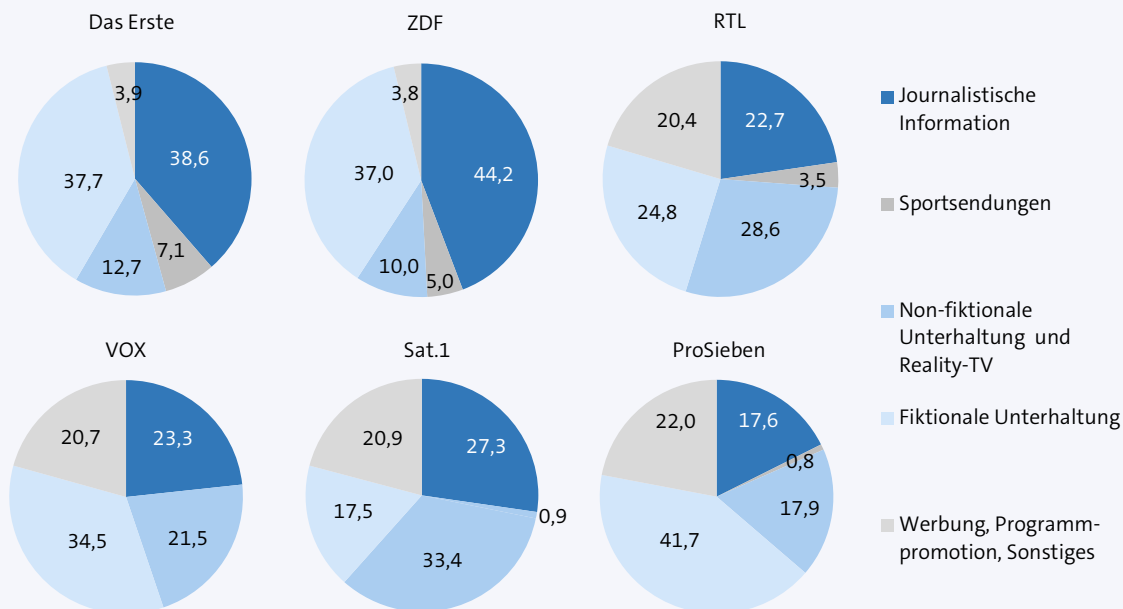
Werbung macht bei ö.-r. Programmen rund 1 Prozent der Sendezeit aus, bei Privaten 16 Prozent

Der Zeitanteil, der für redaktionelle Sendungen aufgebracht wird, unterscheidet sich in den öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen deutlich. Zurückzuführen ist dies darauf, dass im dualen Rundfunksystem zum einen unterschiedliche Möglichkeiten bzw. auch Notwendigkeiten zur Ausstrahlung von Werbung bestehen, und zum anderen setzen die Anbieter in unterschiedlichem Maße Programmpromotion ein. So liegt der Werbeanteil an einem durchschnittlichen Tag bei Das Erste und dem ZDF bei knapp über 1 Prozent, während die privaten Anbieter dafür 16 Prozent der Sendezeit aufwenden.⁵ Bei der Programmpromotion sind es etwas unter 2 Prozent bei den öffentlich-rechtlichen und 4 bis 6 Prozent bei den privaten Anbietern. Dies hat zur Folge, dass der Anteil redaktioneller Angebote bei den beiden öffentlich-rechtlichen Anbietern knapp 97 Prozent und bei den privaten Anbietern unter 80 Prozent beträgt. An einem durchschnittlichen Tag strahlen Das Erste und das ZDF damit jeweils rund 23 Stunden und eine Viertelstunde redaktionelles Programm aus, während es bei den privaten Anbietern ungefähr 19 Stunden sind (vgl. Abbildung 1).

⁴ Das Auswertungskonzept wurde ab dem Untersuchungsjahr 2019 neu konzipiert. Vgl. hierzu Weiß/Maurer/Beier 2019 (Anm. 1).

⁵ Vgl. GöfaK Medienforschung: Methodendokumentation zur ARD-Programmanalyse 2025; https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Programmanalyse-Nachrichtenmonitor/Methodendokumentation_zur_Programmstrukturanalyse_2025.pdf, im Folgenden kurz: „Methodendokumentation 2025“ Kap. 1, Tabelle 2.

Abbildung 2
 Spartenschwerpunkte in der Gesamtsendezeit 2025
 Zeitanteil in %*



*Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

Innerhalb des redaktionellen Angebots unterscheidet die ARD-Programmanalyse vier Programmsparten.⁶ Dies sind neben der journalistischen Information und den Sportsendungen die fiktionale und die non-fiktionale Unterhaltung, wozu auch Reality-TV zählt. Der geringste Programmanteil kommt bei allen Anbietern den Sportsendungen zu. Erwähnenswerte Anteile nimmt diese Sparte nur bei Das Erste (7 % der Gesamtsendezeit), dem ZDF (5 %) und RTL (4 %) ein.⁷ Bei Sat.1 und ProSieben liegt der Wert unter 1 Prozent, bei VOX kommt diese Sparte gar nicht vor.

Ö.-r. Sender mit Schwerpunkt auf journalistische Information und Fiktion, Private setzen auf non-fiktionale Unterhaltung

Bezogen auf die übrigen drei Sparten weisen die sechs Sender spezifische Schwerpunktsetzungen auf. So messen die öffentlich-rechtlichen Sender der journalistischen Information (Das Erste: 39 %; ZDF: 44 %) und der fiktionalen Unterhaltung (Das Erste: 38 %; ZDF: 37 %) große Bedeutung zu, während die non-fiktionale Unterhaltung weniger wichtig ist (vgl. Abbildung 2). Bei VOX und noch ausgeprägter bei ProSieben liegt der Schwerpunkt auf der fiktionalen Unterhaltung (ProSieben: 42 %; VOX: 35 %), während die journalistische Information und die non-fiktionale Unterhaltung knapp dahinter liegen (Pro-

⁶ Dazu kommen noch sonstige Sendungen (vorwiegend religiöse Verkündigungssendungen und Gottesdienste), die aber im Hinblick auf den Zeitanteil zu vernachlässigen sind (vgl. Methodendokumentation 2025, Anm. 5, Kap. 1, Tabelle 8).

⁷ Bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern liegt der Schwerpunkt auf Sendungen über Wintersport und Fußball. RTL konzentriert sich dagegen vor allem auf American Football (vgl. Methodendokumentation 2025, Anm. 5, Kap. 1, Tabelle 13).

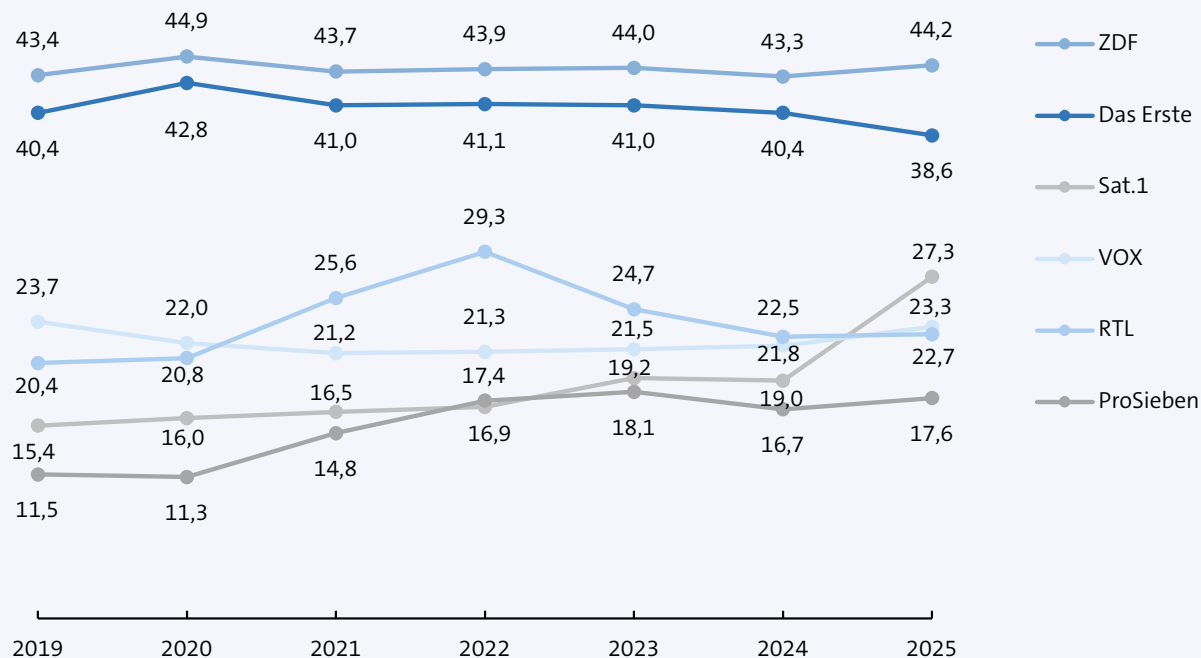
Sieben jeweils ca. 18 %; VOX 23 % bzw. 22 %). Sat.1 investiert die meiste Sendezeit in non-fiktionale Unterhaltung (33 %), gefolgt von der journalistischen Information (27 %) und der fiktionalen Unterhaltung (18 %). Bei RTL ist, verglichen mit den übrigen Anbietern, ein weniger starker Fokus auf eine der drei Sparten zu erkennen: Die non-fiktionale Unterhaltung weist mit 29 Prozent den größten Anteilswert auf, aber die fiktionalen Unterhaltung (25 %) und die journalistische Information (23 %) folgen vergleichsweise dicht dahinter.

Nachfolgend sollen die drei zentralen Programmsparten untersucht und das jeweilige Angebot der sechs Sender miteinander verglichen werden. Den größten Raum nimmt dabei die Analyse der journalistischen Information ein, da dieser die größte gesellschaftliche Bedeutung zukommt.

Kontinuierlich hohe Anteile für journalistische Information bei Das Erste und ZDF

Betrachtet man die Anteile der journalistischen Information an der Gesamt-sendezeit im Zeitverlauf, so fallen die Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern ins Auge. So weisen Das Erste und das ZDF seit 2019 durchgängig Anteilswerte über der 40-Prozent-Marke auf, wobei das ZDF stets ungefähr 3 Prozent vor dem öffentlich-rechtlichen Konkurrenten liegt (vgl. Abbildung 3). Im Jahr 2025 unterschreitet Das Erste zum ersten Mal die 40-Prozent-Marke – eine Besonderheit, auf die im Folgenden noch näher eingegangen wird.

Abbildung 3
Entwicklung der journalistischen Information 2019 bis 2025
 Zeitanteil in %*



*Jahresvollerhebung 2019 bis 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

Die privaten Anbieter legten über alle Jahre hinweg deutlich weniger Wert auf die journalistische Information, wobei die beiden Programme der RTL Group bis in das Jahr 2024 durchweg höhere Anteile aufwiesen als diejenigen der ProSiebenSat.1 Media SE. So reservierten RTL und VOX im analysierten Zeitverlauf mehr als 20 Prozent ihrer Sendezeit für die Informationsvermittlung. Besonders auffällig ist dabei die Entwicklung bei RTL zu Beginn des Jahrzehnts. So stiegen nach der 2021 ausgerufenen Informationsoffensive die Anteile bis auf knapp 30 Prozent im Jahr 2022 an, um dann nach einer erneuten Strategieänderung wieder abzusinken. Die Werte von Sat.1 und ProSieben lagen kontinuierlich unter der 20-Prozent-Marke – bis zum Jahr 2025, in dem bei Sat.1 eine deutliche Ausweitung des Angebots auf nunmehr 27 Prozent festzustellen ist. Ebenso wie die Veränderung bei Das Erste wird auch dieses im Zusammenhang mit den Formaten der journalistischen Information noch näher untersucht.

Journalistische Information im Verlauf eines Tages

Das Erste/ZDF: kontinuierlich hohe Anteile journalistischer Information

Senderspezifische Merkmale des journalistischen Informationsangebots zeigen sich, wenn man vier gleich lange Zeitschnitte eines Tages (Vormittag, Nachmittag, Primetime und Nacht) unterscheidet und dabei betrachtet, wie groß der Anteil der journalistischen Information innerhalb des jeweiligen Zeitschnitts ist. Dabei zeigt sich im Fall der beiden öffentlich-rechtlichen Sender, dass die geringsten Anteile der journalistischen Information jeweils in der Primetime liegen (vgl. Tabelle 1). So entfällt bei Das Erste in der Zeit zwischen 18 und 24 Uhr etwa ein Drittel der Sendezeit auf diese Programmsparte, während es beim ZDF rund 37 Prozent sind, womit die beiden Sender aber noch deutlich vor der privaten Konkurrenz liegen. Zugleich wird deutlich, dass die journalistische Information bei den beiden Programmen zu keiner Zeit des Tages weniger als etwa ein Drittel der Sendezeit ausmacht, das heißt, dass Informationsangebote über den gesamten Tag hinweg in relativ großem Umfang bereitgestellt werden.

RTL und ProSieben mit stabilen Anteilen im Tagesverlauf, Sat.1 setzt am Vormittag Infoschwerpunkt

Bei den privaten Programmen zeigen sich zwei unterschiedliche Strategien. Zum einen gibt es Anbieter, bei denen die Anteile der Informationssendungen in den jeweiligen Tagesabschnitten zumeist recht nah an deren Anteil an der Gesamtsendezeit liegen. Hierzu gehört RTL, wo allein in der Nacht der Sendezeitanteil deutlich abfällt, und mit Abstrichen ProSieben, wo der Wert am Vormittag höher ausfällt. Zum anderen gibt es Anbieter, bei denen zu einer einzigen

Tabelle 1
Journalistische Information im Tagesverlauf 2025
 Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Vormittag (6 – 12 Uhr)	43,8	54,8	25,7	1,1	53,2	27,0
Nachmittag (12 – 18 Uhr)	44,4	44,8	27,0	3,1	28,6	12,0
Primetime (18 – 24 Uhr)	32,5	36,9	27,9	9,5	16,2	19,0
Nacht (0 – 6 Uhr)	33,8	40,1	10,1	79,5	11,3	12,3
Gesamtsendezeit	38,6	44,2	22,7	23,3	27,3	17,6

* Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: 6 Stunden pro Tag in den jeweiligen Zeitabschnitten.

Quelle: GföfK Medienforschung

Tageszeit eine besonders starke Konzentration auf die journalistische Information zu erkennen ist und bei denen damit die Informationsquote insgesamt maßgeblich von diesem einen Tagesschnitt bestimmt wird. So widmet Sat.1 am Vormittag mehr als die Hälfte seines Programms der journalistischen Information (53 %), während die Anteilswerte zur Primetime (16 %) und in der Nacht (11 %) deutlich dahinter zurückbleiben.

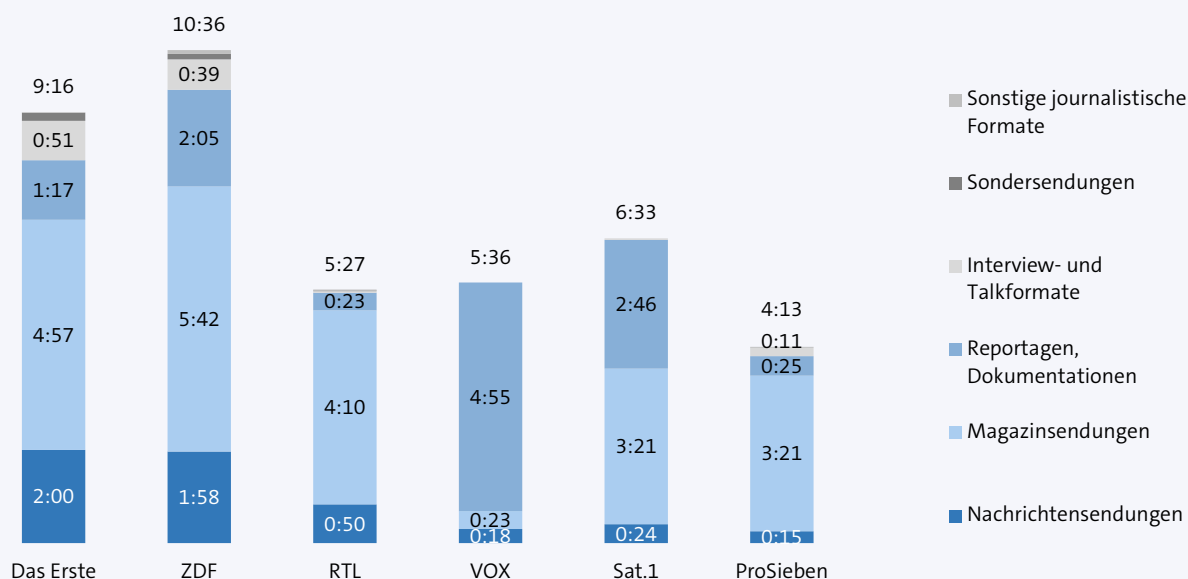
Am deutlichsten fällt die Konzentration bei VOX aus: Der Gesamtanteil der journalistischen Information von 23 Prozent resultiert vor allem aus den Ausstrahlungen zur Nachtzeit, in der rund 80 Prozent der Sendezeit für diese Programmsparte reserviert werden. Zu den übrigen Zeiten des Tages spielt die Information eine weitaus geringere Rolle (1 % am Vormittag, bis zu 10 % zur Primetime). In der Folge wird näher zu analysieren sein, um welche Formate und konkreten Sendungen es sich dabei handelt.

Journalistische Sendungsformate

Verschiedene Formatgruppen: Das Erste und ZDF bieten alle Kategorien in großem Umfang an

Dargestellt am absoluten Zeitumfang eines durchschnittlichen Tages, bedeuten die zuvor angesprochenen prozentualen Unterschiede, dass die Spanne von zehneinhalb Stunden journalistischer Information beim ZDF bis zu vier Stunden und einer Viertelstunde bei ProSieben reicht (vgl. Abbildung 4). Dazwischen reihen sich Das Erste, Sat.1 sowie RTL und VOX ein. Die strukturelle Vielfalt des Informationsangebots lässt sich in einem ersten Schritt an den Formaten

Abbildung 4
Journalistische Informationsformate 2025
 Durchschnittlicher Zeitumfang in Std.:Min.*



Werte ab 0:04 werden angezeigt.

*Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr)

Quelle: GöfaK Medienforschung

ablesen. Bei diesen wird im Rahmen der ARD-Programmanalyse zwischen fünf zentralen Formatgruppen unterschieden: (1) Nachrichtensendungen, (2) Magazinsendungen, (3) Reportagen/Dokumentationen, (4) Interview- und Talkformate sowie (5) Sondersendungen. Dazu kommen noch einige wenige Formate, die sich keiner dieser Gruppen zuordnen lassen und die im vorliegenden Zusammenhang zu vernachlässigen sind.⁸ Der Blick auf den jeweils absoluten Zeitumfang verdeutlicht, dass allein Das Erste und das ZDF alle fünf Formate in einem erwähnenswerten Maße anbieten. Bei den privaten Anbietern kommen Interview- und Talkformate sowie Sondersendungen entweder in äußerst geringem Umfang oder gar nicht vor.

Abdeckung und Konzentration als Maß für Angebotsvielfalt

Grundsätzlich kann man für Aussagen über die Angebotsvielfalt – und in diesem speziellen Fall die Vielfalt der journalistischen Formate – auf verschiedene Maße zurückgreifen, die aber je nach Untersuchungsgegenstand mehr oder minder gut geeignet sind. Ein Beispiel ist das Maß der Entropie, das eine größtmögliche Vielfalt annimmt, wenn verschiedene Kategorien in gleichem Umfang angeboten werden.⁹ Die Entropie wäre maximal ausgeprägt, wenn die genannten Formate gleich häufig auftreten würden, was aber im vorliegenden Fall nicht als sinnvolle Zielgröße erscheint. Geeigneter sind vielmehr Maße wie die Abdeckung oder die Konzentration. Im Fall der Abdeckung liegt die größte Vielfalt vor, wenn möglichst viele unterschiedliche Untersuchungskategorien (beziehungsweise in diesem Fall Formate) vorliegen, ungeachtet vom jeweiligen Umfang. Folgt man diesem Gedanken, weisen die öffentlich-rechtlichen Anbieter an dieser Stelle die größte Vielfalt auf, da dort alle fünf Formate zu finden sind. Erkennbar wird aber, dass dieses Maß der Vielfalt maßgeblich davon abhängt, zwischen welchen Kategorien bzw. Formaten unterschieden wird, und so ist die Abdeckung lediglich eine erste Annäherung. Deswegen wird darüber hinaus analysiert, in welchem Maße sich das Angebot auf einige wenige Elemente konzentriert. Der Grundgedanke ist hierbei, dass bei einer starken Konzentration wenig Raum für die übrigen Angebote verbleibt, das heißt, eine starke Konzentration geht mit einer geringeren Vielfalt einher.

Magazine gewichtigste Kategorie journalistischer Information

Der Aspekt der Konzentration lässt sich veranschaulichen, wenn man bei der Analyse allein das Informationsprogramm als Bezugsrahmen wählt und betrachtet, welchen relativen Stellenwert die einzelnen Formate dort haben. Dabei gilt es sich stets zu vergegenwärtigen, dass die gleichen Anteilswerte bei den einzelnen Sendern gänzlich andere Zeitumfänge abbilden können, da sich der Stellenwert der journalistischen Information insgesamt unterscheidet. Das größte relative Gewicht kommt bei fünf der sechs Anbieter den Magazinsendungen zu. Bei den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern (Das Erste und ZDF jeweils 54 %) sowie Sat.1 (51 %) wird jeweils etwas mehr als die Hälfte des Informationsangebots durch Magazinsendungen bestritten (vgl. Tabelle 2 und Abbildung 5). Während Das Erste und ZDF aber darüber hinaus noch ein breites Angebot bei den übrigen Formaten bereitstellt, konzentriert sich Sat.1 vor

⁸ Hierbei handelt es sich beispielsweise um die Übertragung von „Großer Zapfenstreich für Olaf Scholz“ in Das Erste, Übertragungen aus dem Bundestag im ZDF („Heute im Parlament“), die Neujahrsansprache des Bundeskanzlers in beiden öffentlich-rechtlichen Programmen oder die Übertragung „Oscar – Die Academy Awards“ auf ProSieben.

⁹ Vgl. Maurer, Torsten: Fernsehrichten und Nachrichtenqualität. Eine Längsschnittstudie zur Nachrichtenentwicklung in Deutschland. München 2005; Brosius, Hans-Bernd/Camille Zubayr: Vielfalt im deutschen Fernsehprogramm. Eine empirische Anwendung eines Qualitätsmaßstabs. In: Rundfunk und Fernsehen, 44. Jahrgang, 1996, Heft 2, S. 185 – 213.

Tabelle 2
Journalistische Informationsformate 2025
 Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Nachrichtensendungen	21,6	18,6	15,3	5,3	6,2	6,0
Magazinsendungen	53,5	53,7	76,6	6,9	51,1	79,4
Frühstücksmagazine	23,2	20,3	28,0	–	45,7	–
Ratgeber- und Servicemagazine	–	8,8	–	–	5,4	–
Boulevardmagazine	9,0	7,0	6,9	–	–	27,0
Allgemeine Magazine	21,3	17,6	41,7	6,9	–	52,4
Reportagen, Dokumentationen	13,8	19,7	7,2	87,8	42,1	10,0
Interview- und Talkformate	9,1	6,2	0,3	–	0,5	4,2
Sondersendungen	1,8	1,1	0,4	–	–	–
Nachrichtensendungen	0,9	0,3	0,4	–	–	–
Reportagen, Dokumentationen	0,3	0,3	–	–	–	–
Sonstiges**	0,6	0,5	–	–	–	–
Sonstige journalistische Formate***	0,2	0,7	0,2	0,0	0,1	0,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: Zeitumfang der journalistischen Informationsformate.

** Übertragungen, Talk- und Magazinformat.

*** Ansprachen, Übertragungen etc.

Quelle: GöfaK Medienforschung

allen auf Reportagen und Dokumentationen (42 %). Bei RTL und ProSieben ist der Stellenwert der Magazinsendungen nochmals größer: Über drei Viertel Zeitanteil erreichen diese Formate an den gesamten ausgestrahlten Informationssendungen (RTL: 77 %, ProSieben: 79 %). VOX ist das einzige Programm, bei dem nicht die Magazinsendungen, sondern die Reportagen und Dokumentationen dominieren. Dieses Format nimmt hier einen Anteil von 88 Prozent ein und es wird ersichtlich, dass mit der zunehmenden Konzentration auf ein Format kaum die Möglichkeit bleibt, vielfältig zu informieren– insbesondere, wenn die journalistische Information schon hinter anderen Programmsparten zurückbleibt.

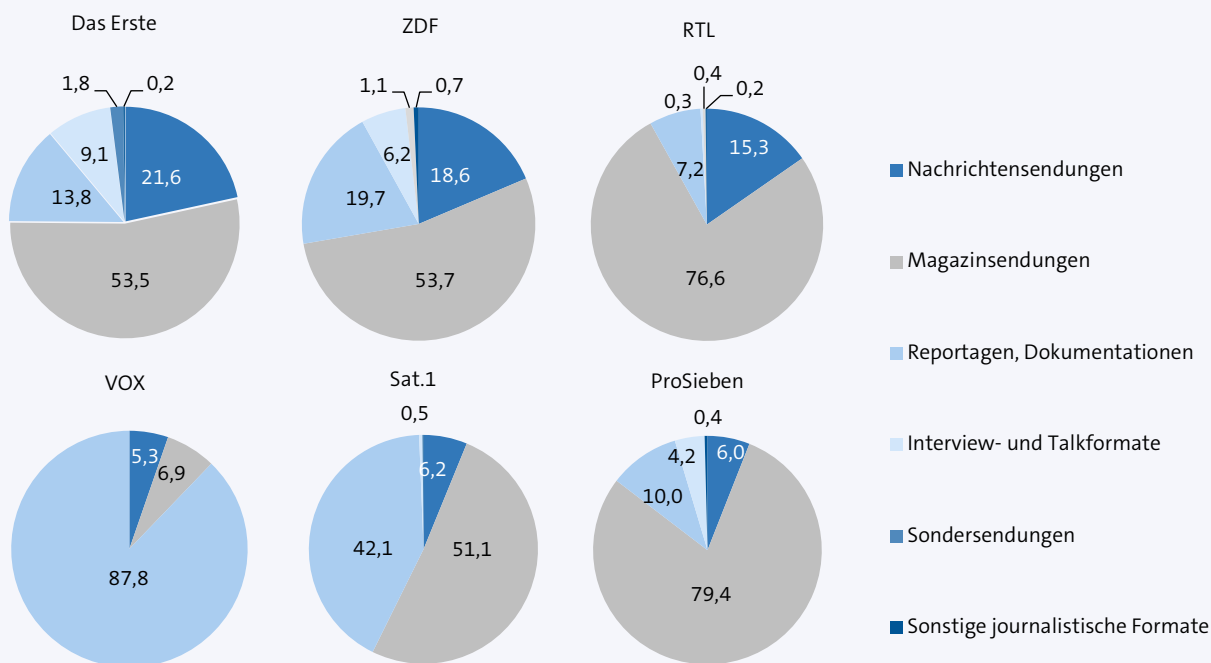
Im Folgenden werden die einzelnen Formate näher betrachtet.

Magazinsendungen

Lediglich ZDF deckt alle vier Formen der Magazinsendungen ab

Bei Magazinsendungen unterscheidet die AGF-Programmcodierung vier Formen: Frühstücksmagazine, Ratgeber- und Servicemagazine, Boulevardmagazine sowie allgemeine Magazine. Lediglich das ZDF deckt hier sämtliche Formen ab. Das Erste und RTL verzichten mit den Ratgeber- und Servicemagazinen auf

Abbildung 5
Journalistische Informationsformate 2025
 Zeitanteil in %*



Werte ab 0,1 werden angezeigt.

* Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: Zeitumfang der journalistischen Informationsformate.

Quelle: GöfaK Medienforschung

eine, Sat.1 und ProSieben auf zwei und VOX sogar auf drei dieser vier Format-typen – bei letztgenanntem Programm spielen Magazinsendungen aber, wie zuvor bereits erwähnt, nur eine untergeordnete Rolle. Die Frage, in welchem Maße sich das Angebot auf wenige Elemente konzentriert, soll jedoch nach-folgend nicht allein auf der Ebene der Formate, sondern vielmehr auf der Ebene der einzelnen Sendungen beantwortet werden. Zunächst wird dabei aufgezeigt, welche Sendungen sich bei den einzelnen Sendern in den jeweiligen Magazin-formaten verbergen und anschließend wird ihre relative Bedeutung im Gesamt-angebot dargelegt.

Frühstücksmagazine finden sich im Programm von Das Erste, ZDF, RTL und Sat.1. Während dieser Magazin-form bei den drei Erstgenannten ein ähnlicher Stellenwert innerhalb des Informationsprogramms zukommt (ZDF: 20 %, Das Erste: 23 %, RTL: 28 %), ist die Bedeutung bei Sat.1 ungleich höher (vgl. Tabelle 2). Hier macht das Frühstücksfernsehen mit 46 Prozent nahezu die Hälfte des ges-amten Informationsangebots aus. Seit dem 1. März 2025 strahlt Sat.1 das Frühstücksfernsehen auch am Samstag (von 9 bis 12 Uhr) und Sonntag (von 9 bis 11 bzw. 12 Uhr) aus – eine erste Ursache für die deutliche Steigerung des Informationsanteils innerhalb der Gesamtsendezeit.

**Das Erste: Rückgang
 des Informations-
 anteils durch Wegfall
 von „ARD-Buffer“**

Ratgeber- und Servicemagazine finden sich nur beim ZDF und bei Sat.1. Beim ZDF handelt es sich um die im Anschluss an das Morgenmagazin ausgestrahlte Sendung „Volle Kanne – Service täglich“. Sat.1 hat die Sendung „Lenßen hilft“ im Programm. Noch im Vorjahr bot auch Das Erste mit „ARD-Buffer“ ein Ratgeber- und Servicemagazin an, welches aber im Dezember 2024 abgesetzt wurde. Vergleicht man bei Das Erste die Anteile der Informationsformate in den Jahren 2024 und 2025 miteinander, so wird erkennbar, dass das eingangs angesprochene Absinken des Informationsanteils unter die 40-Prozent-Marke maßgeblich auf den Wegfall dieser Sendung zurückzuführen ist – die Anteilswerte der übrigen Formate sind weitestgehend konstant, jedoch fehlt nunmehr ein solches Magazinformat (vgl. Tabelle 3).

Boulevardmagazine finden sich bei Das Erste („Brisant“), dem ZDF („Hallo Deutschland“) und RTL („Explosiv – Das Magazin“ oder „Life – Meschen, Momente, Geschichten“). Das größte Gewicht haben sie jedoch bei ProSieben, wo das Boulevardmagazin „taff“ bzw. „taff Weekend“ mehr als ein Viertel des gesamten Informationsangebots ausmacht.

**Thematische Spanne
 der allgemeinen
 Magazine
 unterschiedlich**

Bei den „allgemeinen Magazinen“ handelt es sich um einen Sammelkategorie, die Magazine mit unterschiedlichen Schwerpunkten beinhaltet. Bis auf Sat.1 bieten alle untersuchten Programme Sendungen an, die dieser Kategorie zuzuordnen sind, jedoch sind die Unterschiede zwischen den Anbietern beachtlich: Bei VOX entfallen nur 7 Prozent des Informationsangebots auf derartige Magazine und das Angebot beschränkt sich vor allem auf die Themen Auto

Tabelle 3
Journalistische Informationsformate 2024 und 2025
 Zeitanteil in %*

	Das Erste		ZDF		RTL	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Journalistische Information	40,4	38,6	43,3	44,2	22,5	22,7
Nachrichtensendungen	8,5	8,3	8,2	8,2	3,7	3,5
Magazinsendungen	22,5	20,7	23,6	23,7	17,1	17,3
Frühstücksmagazine	8,9	9,0	8,9	8,9	6,3	6,4
Ratgeber- und Servicemagazine	2,2	–	4,0	3,9	–	–
Boulevardmagazine	3,4	3,5	3,1	3,1	1,6	1,5
Allgemeine Magazine	8,0	8,2	7,6	7,8	9,2	9,4
Reportagen, Dokumentationen	4,9	5,3	8,4	8,7	1,5	1,6
Interview- und Talkformate	3,7	3,5	2,7	2,8	0,0	0,1
Sondersendungen	0,6	0,7	0,3	0,5	0,2	0,1
Sonstige journalistische Formate**	0,2	0,1	0,1	0,3	0,0	0,1
Restliches Programm***	59,6	61,4	56,7	55,8	77,5	77,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(Fortsetzung)

Tabelle 3
Journalistische Informationsformate 2024 und 2025
 Zeitanteil in %*

(Fortsetzung)

	VOX		Sat.1		ProSieben	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Journalistische Information	21,8	23,3	19,0	27,3	16,7	17,6
Nachrichtensendungen	1,2	1,2	1,7	1,7	1,0	1,0
Magazinsendungen	1,5	1,6	11,4	14,0	13,2	14,0
Frühstücksmagazine	–	–	11,1	12,5	0,0	–
Ratgeber- und Servicemagazine	–	–	0,3	1,5	–	–
Boulevardmagazine	–	–	–	–	4,5	4,8
Allgemeine Magazine	1,5	1,6	–	–	8,7	9,2
Reportagen, Dokumentationen	19,1	20,5	5,7	11,5	2,0	1,8
Interview- und Talkformate	0,0	–	0,1	0,1	0,3	0,7
Sondersendungen	–	–	0,1	–	0,1	–
Sonstige journalistische Formate**	0,0	0,0	–	0,0	0,1	0,1
Restliches Programm***	78,2	76,7	81,0	72,7	83,3	82,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Jahresvollerhebung 2024 und 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00 – 3.00 Uhr).

** Ansprachen, Übertragungen etc.

*** Sportsendungen, Unterhaltungssendungen und sonstige Sendungsformate. Außerdem Werbung, Programmpromotion, Sponsorhinweise, Spots und rechnerische Differenz zum 24-Stunden-Tag.

Quelle: GöfaK Medienforschung

(„auto mobil – das VOX Automagazin“, „Die Tuning Profis“) und Tiere („hund-katzemaus“). Bei den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern gehört jeweils ungefähr ein Fünftel des journalistischen Informationsangebots zu den allgemeinen Magazinen, wobei die thematische Spanne ungleich größer ist als bei VOX. Diese reicht von Mittagsmagazinen und Magazinen für die Kinderzielgruppe (etwa „Die Sendung mit der Maus“ und „Wissen macht Ah!“ in Das Erste oder „Löwenzahn“ und „pur +“ im ZDF) bis zu Magazinen mit regionalen Schwerpunkten (z. B. „Europamagazin“ und „Weltspiegel“ in Das Erste oder „Länderspiegel“ und „Auslandsjournal“ im ZDF) oder mit Schwerpunkten in den Themenbereichen Wirtschaft und Politik (z. B. „Monitor“, „Panorama“ und „Plusminus“ in Das Erste oder „Berlin direkt“ und „Frontal“ im ZDF). Den größten Stellenwert innerhalb des Informationsangebots haben die Allgemeinen Magazine bei RTL (42 %) und ProSieben (52 %). Bei RTL handelt es sich vor allem um das Magazin „Punkt 12“, welches allein 28 Prozent der gesamten journalistischen Informationsgebung ausmacht. Im Fall von ProSieben entfallen 40 Prozent der Sendezeit für Information auf die Magazinsendung „Galileo“ – dabei noch nicht eingerechnet sind Magazine wie „Galileo Big Pictures“ oder „Galileo X-Plorer“.

Nachrichtensendungen

Das Erste und ZDF senden täglich zwei Stunden Nachrichten

Im Hinblick auf den Umfang der Nachrichtensendungen sind drei Anbietergruppen auszumachen, die über die Jahre ein stabiles Angebot machen.¹⁰ Die öffentlich-rechtlichen Sender senden an einem durchschnittlichen Tag rund zwei Stunden Nachrichten, RTL liegt als Spitzenreiter der privaten Anbieter bei 50 Minuten und die übrigen drei Sender kommen auf Umfänge von noch nicht einmal einer halben Stunde (Sat.1 24 Minuten, VOX 18 Minuten, ProSieben 15 Minuten). Der unterschiedliche Stellenwert, der den Nachrichten in den jeweiligen Programmen zugemessen wird, lässt sich abseits des Umfangs auch an der Anzahl von Ausgaben innerhalb des gesamten Jahres verdeutlichen. Am unteren Ende des Angebotsspektrums liegt ProSieben, wo über das gesamte Jahr 2025 hinweg neben den Wetternachrichten insgesamt 628 Ausgaben der universellen Nachrichten „newstime“ ausgestrahlt wurden, also im Durchschnitt nicht einmal zwei Ausgaben pro Tag. Am oberen Ende des Angebotspektrums findet sich Das Erste mit allein 4.376 Ausgaben der „Tageschau“. Diese wird über den ganzen Tag verteilt ausgestrahlt und daneben finden sich mit den „Tagesthemen“ und dem „Bericht aus Berlin“ noch Nachrichtenmagazine oder auch Wirtschafts- und Wetternachrichten.

Reportagen und Dokumentationen

Sat.1 und VOX setzen am stärksten auf Reportagen und Dokus

Den Reportagen und Dokumentationen kommt bei RTL und ProSieben mit 23 bzw. 25 Minuten pro Tag nur ein geringer Stellenwert zu und es gibt innerhalb des Angebots kein einzelnes, dominierendes Sendungsformat. Bei Das Erste und vor allem beim ZDF ist der Umfang dieses Formats deutlich größer: Einviertel Stunden bei Das Erste und über zwei Stunden beim ZDF. Vor allem herrscht hier eine große Vielfalt von Sendungen mit einem breiten Themenspektrum von Politik, Wirtschaft, gesellschaftlichen Kontroversen, Geschichte, Prominenz bis hin zu Tieren und Natur.

Sat.1 verdoppelte seinen Anteil

Die größte Bedeutung haben die Reportagen und Dokumentationen bei Sat.1 und VOX: Bei Sat.1 nehmen diese Formate mit einem Umfang von zwei Stunden und 46 Minuten pro Tag 42 Prozent der journalistischen Information ein und sind damit neben den Frühstücksmagazinen (46 %) das beherrschende Informationsformat (vgl. Tabelle 2). Dabei wurde das Angebot an Reportagen und Dokumentationen im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt: Von 6 Prozent im Jahr 2024 auf 12 Prozent im Jahr 2025 (vgl. Tabelle 3). Auf diese Verdoppelung ist auch die auffällige Steigerung des Informationsanteils im Rahmen der Gesamtsendezeit bei Sat.1 maßgeblich zurückzuführen. An dieser Stelle lohnt ein Blick auf die konkreten Sendungen und dabei zeigt sich, dass es vor allem zwei Sendungen sind, die das Angebot prägen: Die Sendung „Lebensretter hautnah – Wenn jede Sekunde zählt“ macht 21 Prozent des gesamten Informationsangebots bei Sat.1 aus und die Sendung „Notruf“ kommt auf einen Anteil von 11 Prozent. Ein knappes Drittel der gesamten Information bzw. drei Viertel der Sendezeit für Reportagen und Dokumentationen besteht also aus zwei Sendungen, in denen Rettungskräfte in ihrem Berufsalltag begleitet werden.

¹⁰ Vgl. Tabelle 3 im vorliegenden Beitrag und Methodendokumentation 2025, Anmerkung 5, Kap. 1, Tabelle 10.

Da Sat.1 im Vormittagsprogramm die Ausstrahlung eines Reality-Formats durch die Sendung „Lebensretter hautnah – Wenn jede Sekunde zählt“ ersetzte, wie Mitte des Jahres 2025 geschehen, erhöhte sich der Informationsanteil im Gesamtprogramm merklich. Noch deutlich größer als bei Sat.1 ist der Stellenwert der Reportagen und Dokumentationen innerhalb des Informationsangebots bei VOX: So stammen 88 Prozent der journalistischen Information aus diesem Format und allein die in der Nacht ausgestrahlte Sendung „Medical Detectives“ macht hierbei einen Anteil von 76 Prozent aus. Es entfallen also drei Viertel des gesamten Informationsangebots auf eine Sendung.

Interview- und Talkformate sowie Sondersendungen

Öffentlich-Rechtliche senden Vielfalt an Interview- und Talkformaten, bei Privaten lediglich ProSieben

Interview- und Talkformate gibt es nahezu ausschließlich bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern (vgl. Tabelle 3). Hierzu gehören zum einen lang etablierte Sendungen wie „Maischberger“, „Caren Miosga“ oder „Presseclub“ in Das Erste und „Markus Lanz“ oder „Maybrit Illner“ im ZDF. Zudem wurde eine Reihe von Sendungen im Zusammenhang mit der Bundestagswahl 2025, wie etwa „Das Duell – Scholz gegen Merz“, „Wahlarena“ oder „Schlussrunde der Spitzenkandidaten 2025“ in Das Erste und „Was nun, ...“ mit Politikern wie Friedrich Merz, Markus Söder oder Robert Habeck im ZDF ausgestrahlt. Bei den Privaten sendete allein ProSieben Talksendungen in erwähnenswertem Umfang und das Angebot wurde im Vergleich zum Jahr 2024 – wenn auch auf sehr niedrigem Niveau – ausgeweitet. Tatsächlich ist diese Ausweitung auf das „Kaminfeuer mit Joko & Klaas“ zurückzuführen – eine Sendung, die Joachim Winterscheidt und Klaas Heußer-Umlauf einmalig aufnahmen, da sie in der Sendung „Joko & Klaas gegen ProSieben“ zuvor gegen den Sender verloren hatten und mit dem Gespräch vor dem Kamin ihre „Wettschuld“ einlösten.

Das Erste, ZDF und RTL nahmen bei Bedarf Sondersendungen ins Programm

Bei den Sondersendungen bietet sich das gleiche Bild wie schon in den Vorjahren: Das Erste und das ZDF reagieren kurzfristig auf besondere Ereignissen, während von den privaten Anbietern allein RTL bereit und auch in der Lage ist, Sondersendungen anzubieten. So strahlte RTL 2025 „RTL aktuell spezial“-Sendungen beispielsweise zum Tod des Papstes Franziskus, zur Wahl des Nachfolgers Leo XIV., zum Gipfel von Trump und Putin in Alaska, der Feuerkatastrophe von Los Angeles, den Anschlägen von Aschaffenburg und Mannheim und zur Bundestagswahl aus. Über all diese Ereignisse wurden auch von den öffentlich-rechtlichen Anbietern in Form von Sondersendungen berichtet. Darüber hinaus finden sich bei Das Erste und im ZDF aber auch Sondersendungen insbesondere zu politischen Ereignissen bzw. Problemlagen. Hierzu gehören beispielsweise in Das Erste „Brennpunkt“-Sendungen zur Einigung auf den Koalitionsvertrag, den Streit um die Migrationspolitik, zur Aufrüstung in Europa oder zur Entwicklung des Ukraine-Krieges. „ZDF spezial“-Sendungen gab es zum Beispiel zur Abstimmung des Bundestags über die neue Schuldenregel, den G7-Gipfel in Kanada oder die Frage, ob sich Europa und die USA am Scheideweg befinden.

Information: Bei Privaten teils hohe Konzentration auf wenige Sendungen, Ö.-R. mit mehr Vielfalt

In den vorangegangenen Ausführungen zu den unterschiedlichen Formaten klang bereits an, dass es bei manchen Anbietern einzelne Sendungen gibt, die das Informationsangebot maßgeblich bestimmen. Abschließend soll diese Konzentration auf wenige Sendungen noch einmal formatübergreifend aufgegriffen werden, da dies Aussagen über die Vielfalt des Informationsangebots auf der programmstrukturellen Ebene erlaubt. Hierbei zeigt sich, dass die journa-

listische Information insbesondere bei VOX, ProSieben und Sat.1 von einigen wenigen Sendungen bestimmt wird (vgl. Tabelle 4). Bei VOX weist die Informationssparte einen Anteil von 23 Prozent an der Gesamtsendezeit auf, je-

Tabelle 4
Die wichtigsten Sendungen der journalistischen Information 2025
 Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL
Platz 1	Morgenmagazin (Frühstücksmagazin) 8,9	Morgenmagazin (Frühstücksmagazin) 8,9	Punkt 12 (Allgem. Magazin) 6,3
Platz 2	Tagesschau (Nachrichten) 5,2	Mittagsmagazin (Allgem. Magazin) 4,8	Punkt 7 (Frühstücksmagazin) 2,4
Platz 3	Mittagsmagazin (Allgem. Magazin) 4,8	Volle Kanne – Service täglich (Ratgebermagazin) 3,9	Punkt 6 (Frühstücksmagazin) 2,1
Platz 1 – 3 Gesamt	18,9	17,6	10,8
Weitere journalistische Information	19,7	26,6	11,9
Journalistische Information Gesamt	38,6	44,2	22,7

(Fortsetzung)

Tabelle 4
Die wichtigsten Sendungen der journalistischen Information 2025
 Zeitanteil in %*

	VOX	Sat.1	ProSieben
Platz 1	Medical Detectives (Reportage/Doku) 17,6	Sat.1-Frühstücksfernsehen (Frühstücksmagazin) 12,5	Galileo (Allgem. Magazin) 7,0
Platz 2	VOX Nachrichten (Nachrichten) 1,2	Lebensretter hautnah (Reportage/Doku) 5,8	Taff (inkl. Weekend) (Boulevardmagazin) 4,8
Platz 3	Snapped – Wenn Frauen töten (Reportage/Doku) 1,0	Notruf (Reportage/Doku) 3,0	:newstime (Nachrichten) 1,0
Platz 1 – 3 Gesamt	19,8	21,3	12,8
Weitere journalistische Information	3,5	6,0	4,8
Journalistische Information Gesamt	23,3	27,3	17,6

* Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00 – 3.00 Uhr).

Quelle: GföAK Medienforschung

doch entfallen davon allein 18 Prozent auf die Dokumentation „Medical Detectives“. Abseits der drei Sendungen „Medical Detectives“, „VOX Nachrichten“ und „Snapped – Wenn Frauen töten“ verbleiben nur noch 3,5 Prozent der Sendezeit eines Tages für andere Informationssendungen.

Bei ProSieben werden knapp drei Viertel des Informationsangebots durch die Magazinsendungen „Galileo“ und „taff“ sowie die Nachrichtensendung „:news-time“ gefüllt. Im Fall von Sat.1 ist 2025 eine deutliche Ausweitung der Informationssparte festzustellen und ihr Anteil an der Gesamtsendezeit betrug in dem Untersuchungsjahr mehr als 27 Prozent – tatsächlich besteht dieses Angebot aber zu mehr als drei Vierteln aus den drei Sendungen „Sat.1 Frühstückfernsehen“, „Lebensretter hautnah“ und „Notruf“. Bei RTL liegt eine deutlich geringere Konzentration vor: Hier machen die drei wichtigsten Sendungen ungefähr die Hälfte der Informationsgebung aus und es verbleiben noch 12 Prozent der Sendezeit eines Tages für andere Informationssendungen. Bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern ist dieser Anteil – und damit die strukturelle Vielfalt – innerhalb der journalistischen Information nochmals höher. So entfallen bei Das Erste noch 20 Prozent und beim ZDF 27 Prozent der Gesamtsendezeit auf Sendungen, die nicht auf den ersten drei Rangplätzen liegen.

Im Anschluss an die Analysen der journalistischen Informationsangebote wird nachfolgend der Blick auf die beiden anderen gewichtigen Programmsparten gerichtet: die non-fiktionale und die fiktionale Unterhaltung.

Formate der non-fiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV

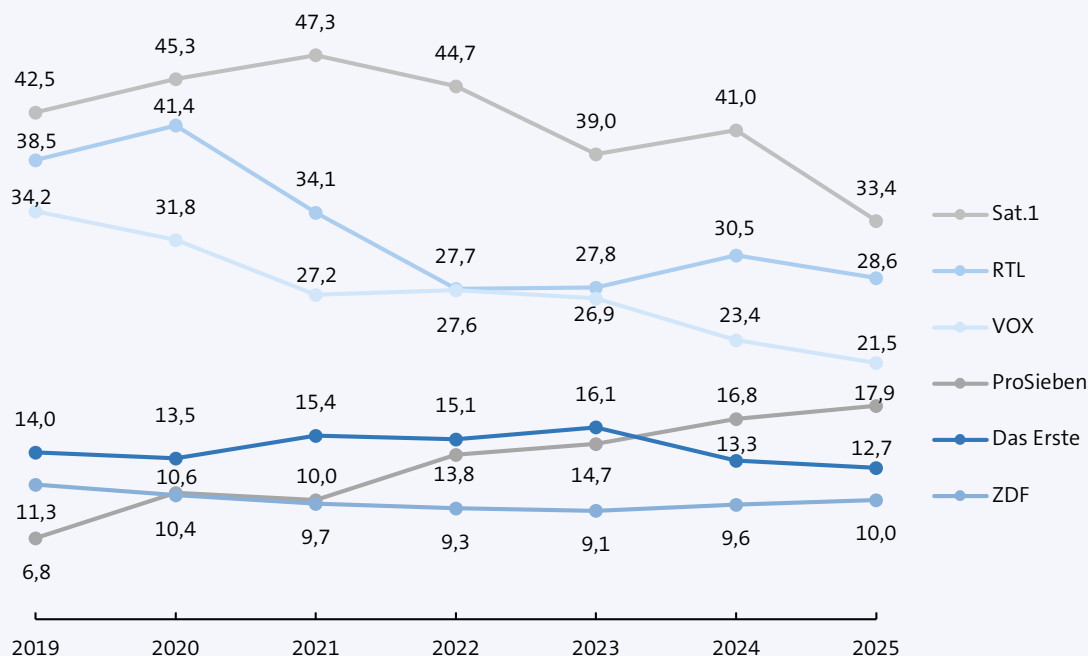
Das Erste und ZDF mit geringen Non-Fiction-Anteilen

Bei Sat.1 und RTL ist die non-fiktionale Unterhaltung die wichtigste Sparte – ihr wird bei beiden Sendern mehr Sendezeit eingeräumt als der journalistischen Information und der fiktionalen Unterhaltung. Im Fall von Sat.1 nimmt die non-fiktionale Unterhaltung, zu der in der ARD-Programmanalyse auch die Formate des Reality-TV gezählt werden, 33 Prozent der Gesamtsendezeit ein, bei RTL sind es 29 Prozent (vgl. Abbildung 2). An einem durchschnittlichen Programmtag entspricht dies acht (Sat.1) bzw. knapp sieben Stunden (RTL) Sendezeit.¹¹ Die anderen privaten Anbieter setzen ihren Schwerpunkt auf die fiktionalen Angebote und kommen bei der non-fiktionalen Unterhaltung auf Anteile von 22 Prozent (VOX) bzw. 18 Prozent (ProSieben).

Beide öffentlich-rechtlichen Sender widmen der non-fiktionalen Unterhaltung mit Anteilen von 13 Prozent (Das Erste) und 10 Prozent (ZDF) von allen Sparten die wenigste Sendezeit. Die Anteile bei Das Erste und dem ZDF sind dabei über die Jahre hinweg recht konstant, wobei Das Erste stets einige Prozentpunkte vor dem ZDF liegt (vgl. Abbildung 6). Die Veränderungen bei den privaten Anbietern sind dagegen stärker ausgeprägt. Zum einen betrifft dies die drei Sender Sat.1, RTL und VOX, die 2019 noch deutlich höhere Werte als die Konkurrenz aufwiesen und seitdem das Angebot an non-fiktionaler Unterhaltung merklich reduziert haben. So lagen die Anteile 2019, verglichen mit 2025, noch um 10 (Sat.1 und RTL) bzw. 12 Prozent (VOX) höher. Zum anderen ist eine Ent-

¹¹ Vgl. Methodendokumentation 2025, Anmerkung 5, Kap. 1, Tabelle 7.

Abbildung 6
 Entwicklung der non-fiktionalen Unterhaltung/Reality-TV 2019 bis 2025
 Zeitanteil in %*



* Jahresvollerhebungen 2019 bis 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: GöfaK Medienforschung

wicklung bei ProSieben festzustellen, das als einziger Anbieter den Umfang der non-fiktionalen Unterhaltung ausgeweitet hat: von 7 Prozent im Jahr 2019 auf die 18 Prozent im Jahr 2025.

Show- und Quizformate häufiger als Reality-TV

Im Rahmen der ARD-Programmanalyse umfasst die Sparte sowohl klassische non-fiktionale Angebote, wie z. B. Show- und Quizformate, Comedy- und Musiksendungen, als auch Formate des Reality-TV. Im Hinblick auf den Umfang der klassischen non-fiktionalen Angebote sind sich die vier Sender RTL, Sat.1, ZDF und Das Erste mit Anteilen zwischen 7 und 10 Prozent recht ähnlich (vgl. Tabelle 5). ProSieben weist mit 13 Prozent einen etwas höheren und VOX mit 3 Prozent einen etwas niedrigeren Wert auf. Über alle Sender hinweg bestimmen dabei die Show- und Quizformate das klassische non-fiktionale Angebot. Erkennbar wird dies vor allem bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern und ProSieben, bei denen die zwei (ProSieben) oder sogar drei umfangreichsten Sendungen (Das Erste und ZDF) Show- und Quizformate sind (vgl. Tabelle 6). Besonders sticht hier die Sendung „Bares für Rares“ beim ZDF heraus, die mit einem Anteil von knapp 5 Prozent an der Gesamtsendezeit bzw. durchschnittlich mehr als einer Stunde am Tag deutlich umfangreicher ist als die übrigen Show- und Quizsendungen.

Tabelle 5
Formate der non-fiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV 2025
 Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Non-fiktionale Unterhaltung	10,3	9,9	7,0	2,5	8,8	13,3
Show- und Quizformate	8,5	8,9	5,8	2,5	6,7	10,6
Satire, Kabarett, Comedy	1,3	0,9	1,2	–	2,1	2,7
Musik	0,1	0,1	–	–	–	–
Sonstiges**	0,4	0,0	0,0	–	0,0	–
Reality-TV	2,4	0,1	21,6	19,0	24,6	4,6
Reality-TV (1): Narrative Formate	2,4	0,1	1,4	12,4	2,3	1,9
Doku-Soap	2,4	0,1	1,4	12,1	2,3	1,9
Coaching	–	–	0,0	0,3	–	–
Reality-TV (2): Performative Formate	0,0	–	2,0	6,6	4,6	2,7
Real-Life-Inszenierung	0,0	–	1,8	6,6	1,4	1,3
Castingshow	–	–	0,2	–	3,2	1,4
Reality-TV (3): Gescriptete Formate	–	–	18,2	–	17,7	–
Gescriptete Gerichtsshow	–	–	10,4	–	–	–
Gescriptete Doku-Soap	–	–	7,8	–	17,7	–
Restliches Programm***	87,3	90,0	71,4	78,5	66,6	82,1
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Jahresvollerhebung 2025. 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, Spots und rechnerische Differenz zum 24-Stunden-Tag.

Quelle: GföfK Medienforschung

**ProSieben: Sendungen
 von Joko und Klaas
 machten 4,4 Prozent
 der täglichen
 Sendezeit aus**

ProSieben konzentriert sich auf den ersten Blick im geringsten Maße nur auf einige wenige Sendungen: Das Showformat „Schlag den Star“ weist hier mit 1,4 Prozent der Gesamtsendezeit den größten Umfang auf und insgesamt entfallen auf die drei wichtigsten Sendungen nur 3,6 Prozent. Auf den zweiten Blick wird aber der Stellenwert von „Joko“ Winterscheidt und Klaas Heufer-Umlauf innerhalb des non-fiktionalen Unterhaltungsangebots deutlich. Neben „Wer stiehlt mir die Show?“ finden sich „Wer stiehlt mir die Show? – Backstage“, „Aushalten: Nicht lachen – Supercut“, „Weihnachten mit Joko und Klaas“, „Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt“ und noch eine Reihe weiterer Sendungen im Programm. Insgesamt nehmen Sendungen mit einem oder beiden der zuvor genannten Protagonisten einen Anteil von 4,4 Prozent der Sendezeit bzw. mehr als einer Stunde an einem durchschnittlichen Tag ein.

Tabelle 6
Die wichtigsten non-fiktionalen Sendungen 2025
 Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL
Platz 1	Gefragt – gejagt (Show- u. Quizformat) 2,5	Bares für Rares (Show- u. Quizformat) 4,7	Der Blaulicht Report (Gescriptete Doku-Soap) 7,6
Platz 2	Wer weiß denn sowas? (Show- u. Quizformat) 2,2	Die Küchenschlacht (Show- u. Quizformat) 1,9	Ulrich Wetzel – Das Strafgericht (Gescriptete Gerichtsshow) 5,3
Platz 3	Meister des Alltags (Show- u. Quizformat) 1,3	ZDF-Fernsehgarten (Show- u. Quizformat) 0,5	Barbara Salesch – Das Strafgericht (Gescriptete Gerichtsshow) 5,0
Platz 1 – 3 Gesamt	6,0	7,1	17,9
Weitere non-fiktionale Sendungen	6,7	2,9	10,7
Non-fiktionale Sendungen Gesamt	12,7	10,0	28,6

(Fortsetzung)

Tabelle 6
Die wichtigsten non-fiktionalen Sendungen 2025
 Zeitanteil in %*

(Fortsetzung)

	VOX	Sat.1	ProSieben
Platz 1	Shopping Queen (Real-Life-Inszenierung) 4,3	Auf Streife – Die Spezialisten (Gescriptete Doku-Soap) 7,6	Schlag den Star (Show- u. Quizformat) 1,4
Platz 2	Das perfekte Dinner (Doku-Soap) 2,7	Klinik am Südring (Gescriptete Doku-Soap) 4,0	Germany's Next Topmodel (Castingshow) 1,2
Platz 3	Zwischen Tüll und Tränen (Doku-Soap) 2,2	Auf Streife (Gescriptete Doku-Soap) 3,9	Wer stiehlt mir die Show? (Show- u. Quizformat) 1,0
Platz 1 – 3 Gesamt	9,2	15,5	3,6
Weitere non-fiktionale Sendungen	12,3	17,9	14,3
Non-fiktionale Sendungen Gesamt	21,5	33,4	17,9

* Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00 – 3.00 Uhr).

Quelle: GöfaK Medienforschung

Reality-TV: Bei Das Erste, ZDF und ProSieben sind einzelne Show- und Quizsendungen innerhalb des non-fiktionalen Angebots auch deshalb so prominent, weil diese Sender gar nicht oder nur geringem Umfang Reality-TV anbieten (ZDF: 0 %, Das Erste: 2 %, ProSieben: 5 %, vgl. Tabelle 5). Anders ist dies bei den übrigen drei Sendern mit Anteilen von 19 Prozent (VOX), 22 Prozent (RTL) und 25 Prozent (Sat.1). Dabei unterscheiden sich diese Sender aber im Hinblick auf die Art der Reality-Formate.¹² Sat.1 setzt vor allem auf gesciptete Doku-Soaps und so gehören auch die drei wichtigsten non-fiktionalen Unterhaltungssendungen dieser Form des Reality-TV an: „Auf Streife – Die Spezialisten“, „Klinik am Südring“ und „Auf Streife“ nehmen 16 Prozent eines durchschnittlichen Sendetages ein (vgl. Tabelle 5). Bei RTL sind es neben den gescipteten Doku-Soaps (z. B. „Der Blaulicht-Report“) gesciptete Gerichtsschows, die das non-fiktionale Angebot dominieren („Ulrich Wetzels – Das Strafgericht“, „Ulrich Wetzels – Das Jugendgericht“, „Barbara Salesch – Das Strafgericht“). Bei VOX bestimmen dagegen neben Doku-Soaps (z. B. „Das perfekte Dinner“, „Zwischen Tüll und Tränen“, „Goodbye Deutschland! Die Auswanderer“) Real-Life-Inszenierungen das non-fiktionale Angebot (z. B. „Shopping Queen“ oder „First Dates – Ein Tisch für zwei“).

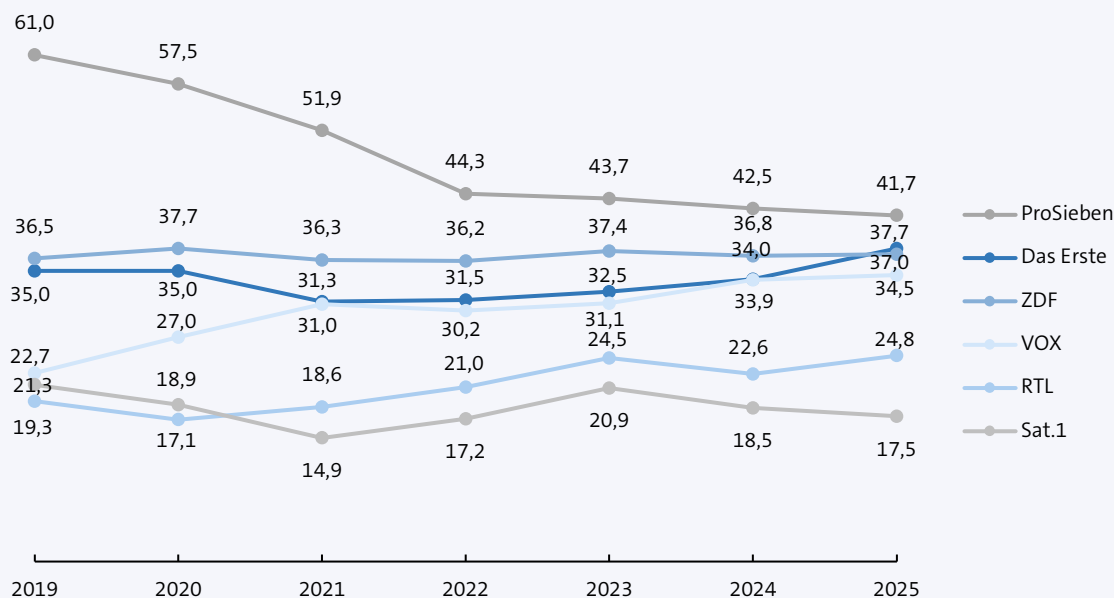
Formate der fiktionalen Unterhaltung

Anteile der fiktionalen Unterhaltung an Gesamtseendezeit der Sender gleichen sich zunehmend an Die beiden Sender mit dem umfangreichsten Angebot an non-fiktionaler Unterhaltung sind zugleich diejenigen mit dem geringsten Anteil an fiktionaler Unterhaltung: Sat.1 füllt 18 Prozent und RTL 25 Prozent der Sendezeit mit Filmen und Serien (vgl. Abbildung 2). Die übrigen Sender liegen mit 35 Prozent (VOX), 37 Prozent (ZDF) und 38 Prozent (Das Erste) deutlich über diesen Werten. Bei ProSieben ist der Anteil am Gesamtsendetag mit 42 Prozent nochmals etwas höher, aber der Unterschied ist nicht mehr so hoch wie noch vor einigen Jahren. So lag der Wert bei ProSieben im Jahr 2019 über der 60-Prozent-Marke und ist seitdem kontinuierlich gesunken. Damit haben sich die Unterschiede zwischen den sechs Sendern im Laufe der letzten Jahre reduziert (vgl. Abbildung 7), sind aber zwischen den beiden Extremen mit etwas über vier Stunden (Sat.1) und zehn Stunden an einem durchschnittlichen Tag (ProSieben) noch immer beträchtlich.

Verhältnis von Filmen zu Serien bei Ö.-R. relativ ausgeglichen, Private mit Fokus auf Serien Innerhalb der fiktionalen Unterhaltung ist bei den Sendern das Verhältnis von Serien zu Filmen unterschiedlich ausgeprägt. Am ausgeglichensten gestaltet sich dieses Verhältnis bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern. Beispielsweise bietet Das Erste an einem durchschnittlichen Tag Serien in einem Umfang von vier Stunden und einer Viertelstunde sowie Filme in einem Umfang von vier Stunden und einer Dreiviertelstunde an (vgl. Abbildung 8). Im ZDF stehen den fünf Stunden Serienangeboten Filme im Umfang von knapp unter vier Stunden gegenüber. Bei den privaten Anbietern sind dagegen klarere Gewichtungen erkennbar: So strahlt Sat.1 vergleichsweise wenig Serien aus – an diese Stelle rücken, wie zuvor gesehen, eher Angebote des Reality-TV. Die übrigen privaten Anbieter haben dagegen deutlich mehr Serien als Filme im Programm. Beispielsweise entfallen auf die zehn Stunden fiktionaler Unterhaltung bei ProSieben drei Viertel auf Serien und nur ein Viertel auf Filme. Bei RTL ist das

¹² Zur Unterscheidung von narrativen, performativen und gescipteten Formaten des Reality-TV vgl. Weiß/Maurer/Beier 2019 (Anmerkung 1).

Abbildung 7
 Entwicklung der fiktionalen Unterhaltung 2019 bis 2025
 Zeitanteil in %*



* Jahresvollerhebungen 2019 bis 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: GöfaK Medienforschung

Verhältnis ähnlich, bei VOX liegt das Schwergewicht sogar noch stärker auf dem Serienangebot.

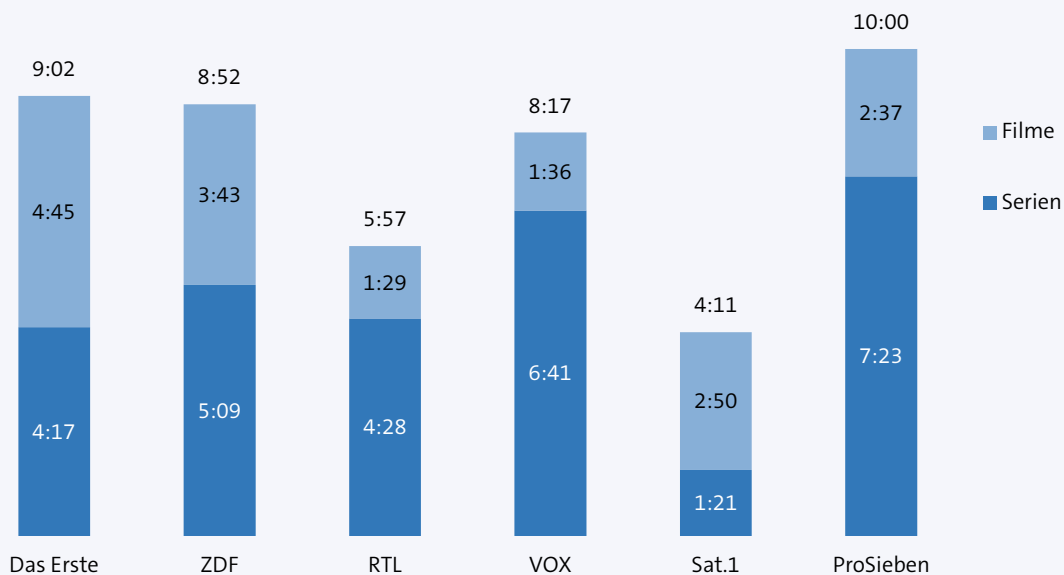
Vielfalt innerhalb des Serienangebots eher gering

Das besonders umfangreiche Serienangebot bei den angesprochenen drei privaten Sendern geht aber nicht zwangsläufig mit einer größeren Vielfalt einher. So besteht bei den Sendern der RTL Group jeweils ungefähr drei Viertel der Sendezeit für Serien nur aus drei Sendungen (vgl. Tabelle 7). Bei beiden Anbietern des Medienunternehmens sind dies die Sendungen „CSI: Den Tätern auf der Spur“ und „CSI: Miami“. Dazu kommt bei RTL noch „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ und bei VOX „Criminal Intent – Verbrechen im Visier“. ProSieben bestreitet mehr als die Hälfte seines Serienangebots mit den drei Sendungen „Die Simpsons“, „Two and a Half Men“ und „The Big Bang Theory“. Der Anteil der drei umfangreichsten Sendungen am Gesamtserienangebot ist im Fall der öffentlich-rechtlichen Anbieter deutlich geringer.

Krimi/Spannung bei ö.-r. Programmen und RTL wichtigstes Genre

Bei Das Erste handelt es sich bei den drei prominentesten Serien um „Tatort“, „Morden im Norden“ und „Rote Rosen“. Beim ZDF sind es „Die Rosenheim-Cops“, „Notruf Hafenkante“ und „Soko Wismar“. Diese Serientitel verdeutlichen ein Merkmal, das kennzeichnend für das gesamte fiktionale Angebot der öffentlich-rechtlichen Programme und der Sender der RTL Group ist: die Bedeutung des Genres „Krimi und sonstige Spannung“ (vgl. Tabelle 8). Besonders ausgeprägt ist dies bei VOX, wo von den 35 Prozent fiktionale Unterhaltung 32 Prozent diesem Genre zuzuordnen sind. Demgegenüber ist bei ProSieben das Genre

Abbildung 8
Formate der fiktionalen Unterhaltung 2025
 Durchschnittlicher Zeitumfang in Std.:Min.*



* Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: GöfaK Medienforschung

Tabelle 7
Die wichtigsten fiktionalen Serien 2025
 Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL
Platz 1	Tatort 1,8	Die Rosenheim-Cops 3,2	CSI: Den Tätern auf der Spur 6,4
Platz 2	Morden im Norden 1,7	Notruf Hafenkante 2,9	CSI: Miami 5,2
Platz 3	Rote Rosen 1,7	Soko Wismar 2,8	Gute Zeiten, Schlechte Zeiten 2,1
Platz 1 – 3 Gesamt	5,2	8,9	13,7
Weitere Serien	12,7	12,6	4,9
Serien Gesamt	17,9	21,5	18,6

(Fortsetzung)

„Komödie und Unterhaltung“ besonders stark vertreten und mit den „Simpsons“ kommt auch das Animationsgenre prominent vor. Bei Sat.1 ist es neben dem Genre „Komödie und Unterhaltung“ das Spannungsgenre.

Tabelle 7
Die wichtigsten fiktionalen Serien 2025
 Zeitanteil in %*

(Fortsetzung)

	VOX	Sat.1	ProSieben
Platz 1	CSI: Miami 7,5	Die Landarztpraxis 1,6	Die Simpsons 5,7
Platz 2	CSI: Den Tätern auf der Spur 6,8	Die Spreewaldklinik 1,4	Two and a Half Men 5,6
Platz 3	Criminal Intent – Verbrechen im Visier 6,4	FBI: Special Crime Unit 0,6	The Big Bang Theory 5,5
Platz 1 – 3 Gesamt	20,7	3,6	16,8
Weitere Serien	7,1	2,1	14,0
Serien Gesamt	27,8	5,7	30,8

* Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00 – 3.00 Uhr).

Quelle: GföaK Medienforschung

Tabelle 8
Genres der fiktionalen Unterhaltung 2025
 Zeitanteil in %*

	Das Erste	ZDF	RTL	VOX	Sat.1	ProSieben
Fiktionale Unterhaltung	37,7	37,0	24,8	34,5	17,5	41,7
Krimi und sonstige Spannung	17,5	21,2	15,2	31,8	7,0	7,4
Komödie und Unterhaltung	11,7	8,3	7,8	2,0	8,1	27,1
Drama, Liebesfilm und Telenovela	8,2	3,9	1,0	0,3	1,2	1,5
Animation	0,2	3,6	0,8	0,3	1,2	5,7
Zeitkritik und sonstiges	0,1	0,0	–	0,1	–	0,0
Restliches Programm**	62,3	63,0	75,2	65,5	82,5	58,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00 – 3.00 Uhr).

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

Quelle: GföaK Medienforschung

**Ö.-r. fiktionale Inhalte
 vor allem Eigen-,
 Auftrags- und
 Koproduktionen,
 Private kaufen
 vorrangig aus USA**

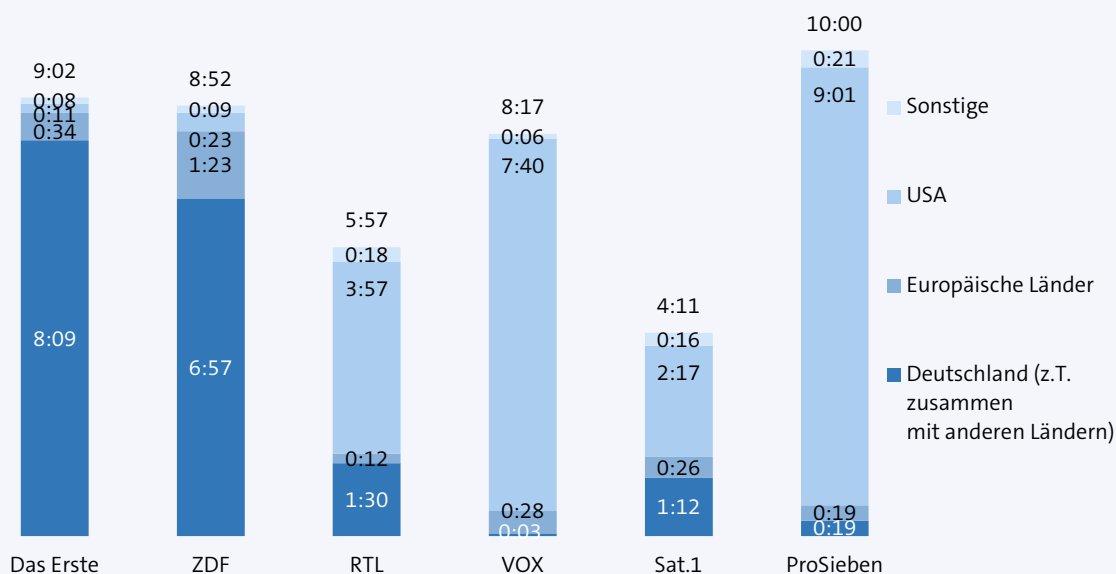
Zugleich veranschaulichen die Serientitel aber noch zwei weitere Merkmale des fiktionalen Angebots insgesamt. Zum einen besteht das fiktionale Angebot der öffentlich-rechtlichen Sender überwiegend aus Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen: Das Erste kommt hier auf einen Anteil von 88 Prozent, das ZDF auf 77 Prozent.¹³ Demgegenüber handelt es sich bei den privaten Anbietern zum Großteil oder sogar nahezu ausschließlich um Kaufproduktionen. Bei

¹³ Vgl. Methodendokumentation 2025, Anmerkung 5, Kap. 1, Tabelle 18.

RTL und Sat.1 wird jeweils ungefähr ein Viertel der fiktionalen Sendezeit mit Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen und dementsprechend drei Viertel mit Kaufproduktionen bestritten. ProSieben bestreitet 98 Prozent und VOX 99 Prozent mit Kaufproduktionen.

Mit den Produktionsformen sind auch die großen Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern im Hinblick auf die Produktionsländer verbunden (vgl. Abbildung 9). Die drei erstplatzierten Serien sind bei Das Erste und dem ZDF deutsche Produktionen und stehen damit stellvertretend für das gesamte fiktionale Angebot. So stammen bei Das Erste acht der insgesamt neun Stunden fiktionaler Unterhaltung aus Deutschland und auf europäische Produktionen entfällt nochmals eine halbe Stunde. Beim ZDF kommen sieben der insgesamt neun Stunden Fiktion aus Deutschland und eineinhalb Stunden darüber hinaus aus Europa. Gänzlich anders verhält es sich bei den privaten Anbietern, bei denen die Produktionen zumeist aus den USA stammen. Besonders ausgeprägt ist dies bei ProSieben, wo neun der insgesamt zehn Stunden fiktionaler Unterhaltung aus den Vereinigten Staaten von Amerika kommen, und bei VOX, wo sich der Anteil der amerikanischen Produktionen auf sieben Stunden und 40 Minuten von insgesamt acht Stunden und 15 Minuten beläuft.

Abbildung 9
Produktionsländer der fiktionalen Unterhaltung 2025
 Durchschnittlicher Zeitumfang in Std.:Min.*



* Jahresvollerhebung 2025. Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3.00-3.00 Uhr).

Quelle: GföfAK Medienforschung

Fazit

Größte Vielfalt bei journalistischer Information nach wie vor bei ö.-r. Programmen

Die ARD-Programmanalyse untersucht auch für das Untersuchungsjahr 2025 das lineare Angebot von Das Erste, ZDF, RTL, VOX, Sat.1 und ProSieben vor dem Hintergrund programmrechtlicher Anforderungen. Dabei bestätigen sich zunächst einmal Befunde zu den strukturellen Programmmerkmalen aus den Vorjahren. Dies betrifft die unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen der Sender, wie den Fokus auf journalistische Information bei Das Erste und dem ZDF, auf fiktionale Unterhaltung bei VOX und ProSieben oder auf die non-fiktionale Unterhaltung bei Sat.1. Im Bereich der journalistischen Information weist das Angebot der öffentlich-rechtlichen Anbieter weiterhin den größten Umfang und auch die größte Vielfalt auf – und dies nicht nur in Bezug auf Formate, sondern auch auf einzelne Sendungen.

Bei Privaten höhere Konzentration auf wenige Sendungen innerhalb der Formate

Dem stehen insbesondere VOX, ProSieben und Sat.1 gegenüber, bei denen das Informationsangebot maßgeblich von nur einigen wenigen Sendungen bestimmt wird. Bei der non-fiktionalen Unterhaltung zeigt sich, dass das Angebot der öffentlich-rechtlichen weiterhin von Show- und Quizformaten geprägt ist. Anders verhält es sich vor allem bei Sat.1, RTL und VOX, bei denen das umfangreiche Angebot an non-fiktionaler Unterhaltung vor allem aus Reality-TV besteht. Auch bei der fiktionalen Unterhaltung zeigen sich erneut die Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und den privaten Anbietern. So weisen die Angebote von Das Erste und ZDF ein ausgeglicheneres Verhältnis von Filmen und Serien, hierbei auch eine größere Vielfalt beim Serienangebot sowie weitaus mehr Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen und Produktionen aus Deutschland und Europa auf.

ProSieben baut non-fiktionales Angebot aus, VOX reduziert

Die Analyse zeigt aber auch Befunde, die von denjenigen der Vorjahre abweichen. Zum einen zeichnen sich hier Entwicklungen bei einzelnen Sendern ab. Hierzu gehört beispielsweise der Ausbau des non-fiktionalen Angebots, einhergehend mit einer Reduzierung der fiktionalen Unterhaltung bei ProSieben – eine gegenteilige Entwicklung ist bei VOX zu sehen. Zum anderen sind Unterschiede zum Vorjahr erkennbar, bei denen jedoch noch nicht von einem Trend gesprochen werden kann.

Einstellung von „ARD-Buffer“ führt zu Unterschreitung der 40-Prozent-Marke bei journalistischer Information

Besondere Aufmerksamkeit verdient hier aus rundfunkrechtlicher Perspektive der Umfang der journalistischen Information bei Das Erste und Sat.1: Das Erste unterschreitet mit 39 Prozent das erste Mal seit Jahren die 40-Prozent-Marke und Sat.1 baut das Informationsangebot bis auf 27 Prozent aus. In beiden Fällen zeigt der nähere Blick auf die Formate und einzelnen Sendungen die Gründe für diese Veränderungen. Im Fall von Das Erste wurde die mittägliche Service- und Ratgebersendung „ARD-Buffer“ aus dem Programm genommen, während das übrige Informationsangebot konstant blieb. Bei Sat.1 ist die auffällige Steigerung des Informationsanteils vor allem auf mehr Reportagen und Dokumentationen zurückzuführen, bei denen Rettungskräfte in ihrem Berufsalltag gefilmt werden. Dies verdeutlicht, dass es unbedingt notwendig ist, nicht allein den Informationsanteil als Leistungsnachweis der Sender heranzuziehen. Vielmehr gilt es sich zu vergegenwärtigen, dass innerhalb des Informationsangebots über Themen berichtet wird, die in unterschiedlichem Maße relevant sind. So ist beispielsweise davon auszugehen, dass bei Das Erste mit dem Wegfall des Ratgeber- und Servicemagazins kein Absinken des Anteils gesellschaftlich relevanter Themen verbunden sein wird.

Auf der anderen Seite ist bei Sat.1 mit der Steigerung des Informationsanteils durch die zuvor genannten Reportagen kein Zuwachs an Beiträgen zu erwarten, die gesellschaftliche oder politische Themen aufgreifen. Belege hierfür lassen sich jedoch allein durch tiefergehende Analysen des journalistischen Informationsangebots gewinnen.