

Anhang B:

Längerfristige Programmentwicklungen 2006 bis 2009: Basisdaten, Sendungsstruktur und Themenstruktur

Verzeichnis der Tabellen

Basisdaten und Ergebnisse der Sendungsanalyse (Fj. 2006 - Fj.2009)

Anzahl der Programmelemente	Tabelle B1
Zeitumfang der Programmelemente	Tabelle B2
Produktionsländer	Tabelle B3
Programmstruktur / Gesamtsendezeit	Tabelle B4
Programmstruktur / Prime Time	Tabelle B5

Basisdaten und Ergebnisse der Beitragsanalyse (Fj. 2006 – Fj.2009)

Zeitumfang der Basiselemente der Beitragsanalyse	Tabelle B6
Themenstruktur der Fernsehpublizistik / Gesamtsendezeit	Tabelle B7
Themenstruktur der Fernsehpublizistik / Prime Time	Tabelle B8
Themenstruktur der Nachrichtensendungen	Tabelle B9
Themenstruktur der Magazinsendungen, Reportagen und Dokumentationen.....	Tabelle B10
Themenstruktur der Interview- und Talkformate	Tabelle B11

Anzahl der Programmelemente: TV-Sendungen und TV-Clutter
 Österreich: Sendungsanalysen Frühjahr 2006 / 2007 / 2009
 (Fallzahlen in Prozent)¹

Tabelle B1

Programmelemente	ORF 1			ORF 2			ATV		
	2006 n=921	2007 n=1113	2009 n=1089	2006 n=1260	2007 n=1088	2009 n=978	2006 n=1259	2007 n=1580	2009 n=1172
Sendungen	34,5	31,3	34,8	26,2	27,7	31,0	31,3	25,7	34,6
Programmtrailer etc.	49,2	54,4	52,3	58,0	52,7	46,7	38,8	40,4	29,6
Sendungspromotion	35,9	45,4	45,2	29,6	34,5	30,4	26,3	26,2	25,9
Senderpromotion	6,5	5,7	5,4	13,7	6,4	7,9	2,8	5,8	1,0
Crosspromotion	2,4	0,8	0,3	2,6	3,0	2,0	-	-	-
Merchandising	0,1	0,6	-	1,2	2,9	0,1	-	0,7	-
Glücksspiele/Lotterien	1,2	1,1	0,4	1,5	1,7	1,0	1,9	0,8	-
Social Advertising	3,1	0,8	1,0	3,7	1,8	2,8	-	1,8	-
Programmüberbrückungen	-	-	-	5,7	2,4	2,5	7,8	5,1	2,7
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	16,3	14,3	12,9	15,8	19,6	22,3	29,9	33,9	35,8
Spotwerbung	12,8	10,8	11,3	8,1	12,5	17,0	24,3	19,4	29,7
Teleshopping	-	-	-	-	-	-	1,5	5,0	0,6
Patronanzhinweise/Sendungssponsoring	2,5	1,9	1,6	6,7	5,8	5,3	2,8	6,9	5,5
Sonstiges Sponsoring	1,0	1,6	-	1,0	1,3	-	1,3	2,6	-
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

¹ Prozentuierungsbasis: Anzahl der in den Stichproben ermittelten Programmelemente. Stichproben: Je eine Kalenderwoche im Frühjahr 2006 / 2007 / 2009.

Zeitungsfang der Programmelemente: TV-Sendungen und TV-Clutter
 Österreich: Sendungsanalyse Frühjahr 2006 / 2007 / 2009
 (in Prozent)¹

Tabelle B2

Programmelemente	ORF 1			ORF 2			ATV		
	2006	2007	2009	2006	2007	2009	2006	2007	2009
Sendungen	93,4	93,4	93,1	80,7	81,4	81,2	62,2	62,6	66,6
Programmtrailer etc.	2,8	3,5	3,6	15,8	15,3	15,3	14,4	12,4	8,3
Sendungspromotion	2,2	3,0	3,1	2,6	2,3	2,4	2,3	2,5	2,7
Senderpromotion	0,3	0,4	0,5	0,6	0,4	0,5	0,4	0,8	0,5
Crosspromotion	0,1	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	-	-	-
Merchandising	0,0	0,0	-	0,1	0,1	0,0	-	0,1	-
Glücksspiele/Lotterien	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	-
Social Advertising	0,1	0,1	0,0	0,2	0,1	0,1	-	0,2	-
Programmüberbrückungen	-	-	-	12,1	12,1	12,1	11,5	8,7	5,1
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	3,8	3,1	3,3	3,5	3,3	3,5	23,4	25,0	25,1
Spotwerbung	3,8	3,1	3,3	3,4	3,2	3,5	13,5	13,2	12,5
Teleshopping	-	-	-	-	-	-	9,9	11,6	12,5
Patronanzhinweise / Sendungssponsoring	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
Sonstiges Sponsoring	0,0	0,0	-	0,0	0,0	-	0,0	0,1	-
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

¹ Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3:00 – 3:00 Uhr). Stichproben: Je eine Kalenderwoche im Frühjahr 2006 / 2007 / 2009.

Produktionsländer
 Österreich: Sendungsanalyse Frühjahr 2006 / 2007 / 2009
 (in Prozent)¹

Tabelle B3

Produktionscharakteristik	ORF 1			ORF 2			ATV		
	2006	2007	2009	2006	2007	2009	2006	2007	2009
Erstsendungen	63,9	64,9	68,7	54,3	52,9	54,7	48,9	45,7	42,8
Europäische Produktionen	23,7	29,9	28,9	48,3	44,6	51,7	26,5	20,5	18,9
<i>Österreich²</i>	<i>12,6</i>	<i>18,5</i>	<i>19,2</i>	<i>40,1</i>	<i>34,4</i>	<i>42,4</i>	<i>24,4</i>	<i>19,3</i>	<i>16,7</i>
<i>Sonstige europäische Länder³</i>	<i>11,1</i>	<i>11,4</i>	<i>9,7</i>	<i>8,2</i>	<i>10,2</i>	<i>9,3</i>	<i>2,1</i>	<i>1,2</i>	<i>2,2</i>
Produktionen außerhalb Europas	40,2	35,0	39,8	6,0	8,3	3,0	22,4	25,2	23,9
<i>USA⁴</i>	<i>38,2</i>	<i>34,8</i>	<i>39,1</i>	<i>6,0</i>	<i>8,3</i>	<i>3,0</i>	<i>21,2</i>	<i>23,9</i>	<i>23,5</i>
<i>Sonstige Länder</i>	<i>2,0</i>	<i>0,2</i>	<i>0,7</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>1,2</i>	<i>1,3</i>	<i>0,4</i>
Kurzfristige Wiederholungen	29,5	28,5	24,4	26,4	28,5	26,5	13,3	16,9	23,8
Europäische Produktionen	6,5	5,8	11,1	24,1	25,7	26,1	1,6	6,5	7,2
Produktionen außerhalb Europas	23,0	22,7	13,3	2,3	2,8	0,4	11,7	10,4	16,6
Programmtrailer etc.	2,8	3,5	3,6	15,8	15,3	15,3	14,4	12,4	8,3
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	3,8	3,1	3,3	3,5	3,3	3,5	23,4	25,0	25,1
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3:00 – 3:00 Uhr). Stichproben: Je eine Kalenderwoche im Frühjahr 2006 / 2007 / 2009.

2 Alle Produktions- und Kooperationsformen mit österreichischer Beteiligung.

3 Alle Produktions- und Kooperationsformen mit Beteiligung eines europäischen Landes – unter Ausschluss der Produktions- und Kooperationsformen mit österreichischer Beteiligung.

4 Alle Produktions- und Kooperationsformen mit Beteiligung der USA – unter Ausschluss der Produktions- und Kooperationsformen mit Beteiligung eines europäischen Landes.

Programmstruktur / Gesamtsendezeit
 Österreich: Sendungsanalyse Frühjahr 2006 / 2007 / 2009
 (in Prozent)¹

Tabelle B4

Programmcharakteristik	ORF 1			ORF 2			ATV		
	2006	2007	2009	2006	2007	2009	2006	2007	2009
Sendungen	93,4	93,4	93,1	80,7	81,4	81,2	62,2	62,6	66,6
Fernsehpublizistik	3,3	5,6	2,9	46,2	41,4	44,6	5,2	13,1	10,7
<i>Nachrichtensendungen</i>	2,4	2,2	2,1	8,0	6,5	6,4	1,2	1,4	1,2
<i>Magazinsendungen</i>	0,2	1,8	0,8	10,4	15,9	20,3	1,4	2,1	3,4
<i>Reportagen, Dokumentationen</i>	0,7	0,8	-	9,8	9,1	6,3	2,6	7,4	6,1
<i>Interview- und Talkformate</i>	-	-	-	8,5	8,7	8,5	-	-	-
<i>Sondersendungen</i>	-	-	-	-	-	-	-	0,0	-
<i>Sonstige Formate</i>	-	0,8	0,0	9,5	1,2	3,1	-	2,2	-
Fiktionale Unterhaltung	65,6	60,1	62,6	27,8	34,5	31,9	32,0	34,6	44,8
Nonfiktionale Unterhaltung	4,3	4,3	6,5	6,0	5,5	4,6	20,2	12,5	8,4
Sportsendungen	0,8	4,2	2,7	-	-	-	2,8	1,3	2,7
Kindersendungen	19,4	19,2	18,4	-	-	-	2,0	1,1	-
<i>Fiktionale Unterhaltung</i>	14,1	14,6	12,4	-	-	-	2,0	1,1	-
<i>Sonstiges</i>	5,3	4,6	6,0	-	-	-	-	-	-
Religiöse Sendungen	-	-	-	0,7	0,0	0,1	-	-	-
Programmtrailer etc.	2,8	3,5	3,6	15,8	15,3	15,3	14,4	12,4	8,3
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	3,8	3,1	3,3	3,5	3,3	3,5	23,4	25,0	25,1
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3:00 – 3:00 Uhr). Stichproben: Je eine Kalenderwoche im Frühjahr 2006 / 2007 / 2009.

Programmstruktur / Prime Time
 Österreich: Sendungsanalyse Frühjahr 2006 / 2007 / 2009
 (in Prozent)¹

Tabelle B5

Programmcharakteristik	ORF 1			ORF 2			ATV		
	2006	2007	2009	2006	2007	2009	2006	2007	2009
Sendungen	83,5	83,6	82,0	80,2	81,2	81,1	75,2	75,1	75,9
Fernsehpublizistik	11,1	13,7	5,6	55,7	54,5	56,6	22,3	36,1	25,8
<i>Nachrichtensendungen</i>	9,9	3,5	4,5	20,9	21,7	20,9	5,8	5,2	5,4
<i>Magazinsendungen</i>	1,2	8,4	1,1	11,3	12,3	19,7	6,6	10,0	8,1
<i>Reportagen, Dokumentationen</i>	-	-	-	9,6	10,5	10,1	9,9	15,6	12,3
<i>Interview- und Talkformate</i>	-	-	-	5,1	7,0	5,0	-	-	-
<i>Sondersendungen</i>	-	-	-	-	-	-	-	0,0	-
<i>Sonstige Formate</i>	-	1,8	-	8,8	3,0	0,9	-	5,3	-
Fiktionale Unterhaltung	61,4	56,7	65,3	11,6	14,0	11,8	37,6	33,8	46,4
Nonfiktionale Unterhaltung	8,5	10,0	8,3	12,7	12,5	12,5	10,4	4,8	-
Sportsendungen	2,5	3,2	2,8	-	-	-	4,9	0,4	3,7
Kindersendungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Religiöse Sendungen	-	-	-	0,2	0,2	0,2	-	-	-
Programmtrailer etc.	4,0	4,2	5,1	5,8	5,5	4,9	5,2	5,7	4,7
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	12,5	12,2	12,9	14,0	13,3	14,0	19,6	19,2	19,4
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 5 Stunden pro Tag (18:00 – 23:00 Uhr). Stichproben: Je eine Kalenderwoche im Frühjahr 2006 / 2007 / 2009.

Zeitungsfang der Basiselemente der Beitragsanalyse
 Österreich: Beitragsanalyse Frühjahr 2006 / 2007 / 2009
 (in Std.:Min. pro Sendetag)¹

Tabelle B6

Basiselemente	ORF 1			ORF 2			ATV		
	2006	2007	2009	2006	2007	2009	2006	2007	2009
Fernsehpublizistik	0:48	1:20	0:43	11:05	9:56	10:42	1:15	3:08	2:35
Themenbeiträge ²	0:47	1:16	0:40	10:33	9:32	10:17	1:11	2:59	2:28
Moderationen, Trailer etc. ³	0:01	0:03	0:03	0:23	0:23	0:23	0:04	0:09	0:06
Unterhaltungsbeiträge ⁴	-	0:01	-	0:09	0:01	0:02	0:00	-	0:01
Sonstige Sendungen	21:37	21:05	21:38	8:17	9:37	8:47	13:40	11:54	13:25
Programmtrailer etc.	0:40	0:51	0:52	3:48	3:40	3:40	3:28	2:58	2:00
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	0:55	0:45	0:47	0:50	0:47	0:51	5:37	6:00	6:00
Gesamt	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00

- 1 Berechnungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3:00 – 3:00 Uhr). Stichproben: Je eine Kalenderwoche im Frühjahr 2006 / 2007 / 2009.
- 2 Die Untersuchungseinheiten der Beitragsanalyse sind *thematisch unterscheidbare Beiträge*. Ihre Festlegung erfolgt anhand einer in 11 Themenbereiche gegliederten Klassifikationsvariablen.
- 3 In den untersuchten Sendungen integrierte Aussagen, Einspielungen etc., die eine Übersicht über die Sendung bzw. Teile der Sendung geben.
- 4 In den untersuchten Sendungen integrierte Gewinnspiele, Filmausschnitte, Sketche, Musik etc.

Themenstruktur der Fernsehpublizistik / Gesamtsendezeit
 Österreich: Beitragsanalyse Frühjahr 2006 / 2007 / 2009
 (in Prozent)¹

Tabelle B7

Themenbereiche	ORF 1			ORF 2			ATV		
	2006	2007	2009	2006	2007	2009	2006	2007	2009
Fernsehpublizistik	3,3	5,6	2,9	46,2	41,4	44,6	5,2	13,1	10,7
Kontroverse Themen	0,9	1,4	1,1	9,6	12,2	12,2	0,2	0,4	0,3
<i>Politik</i>	0,5	1,1	0,7	3,5	6,2	7,4	0,1	0,4	0,2
<i>Wirtschaft und Gesellschaft</i>	0,4	0,3	0,4	6,1	6,0	4,8	0,1	0,0	0,1
Nicht-politische Sachthemen	0,7	2,2	0,8	18,1	13,2	14,4	2,1	2,1	4,3
<i>Gesellschaft</i>	0,6	2,2	0,8	15,6	11,0	13,1	2,1	1,6	4,3
<i>Mensch / Welt / Natur</i>	0,1	0,0	0,0	2,5	2,2	1,3	-	0,5	-
Human-Touch-Themen	0,9	0,9	0,5	11,0	11,2	9,4	1,6	7,2	5,2
<i>Zerstreuungsthemen (Personality etc.)</i>	0,5	0,6	0,2	7,8	9,8	6,6	1,4	6,9	5,0
<i>Angstthemen (Kriminalität etc.)</i>	0,4	0,3	0,3	3,2	1,4	2,8	0,2	0,3	0,2
Lebensweltthemen	0,0	0,5	0,0	3,6	1,6	5,5	0,5	2,2	-
<i>Verbraucherthemen</i>	0,0	0,5	0,0	2,4	1,6	4,9	0,0	2,2	-
<i>Physis- und Psychethemen</i>	-	-	-	1,2	0,0	0,6	0,5	0,0	-
Sport	0,5	0,1	0,1	0,2	0,5	0,5	0,3	0,3	0,4
Servicethemen (Wetter etc.)	0,2	0,2	0,2	1,4	1,0	0,9	0,2	0,2	0,1
Thematisch nicht klassifizierbar ²	0,1	0,3	0,2	2,3	1,7	1,7	0,3	0,7	0,4
Restliches Programm	96,7	94,4	97,1	53,8	58,6	55,4	94,8	86,9	89,3
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

- 1 Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3:00 – 3:00 Uhr). Stichproben: Je eine Kalenderwoche im Frühjahr 2006 / 2007 / 2009.
- 2 Summe der nicht-themenspezifischen Moderations- und Unterhaltungsbeiträge.

Themenstruktur der Fernsehpublizistik / Prime Time
 Österreich: Beitragsanalyse Frühjahr 2006 / 2007 / 2009
 (in Prozent)¹

Tabelle B8

Themenbereiche	ORF 1			ORF 2			ATV		
	2006	2007	2009	2006	2007	2009	2006	2007	2009
Fernsehpublizistik	11,1	13,7	5,6	55,7	54,5	56,6	22,3	36,1	25,8
Kontroverse Themen	3,9	3,3	1,8	16,2	22,2	22,9	1,1	1,3	1,2
<i>Politik</i>	1,9	2,8	1,2	5,4	12,5	15,6	0,7	1,3	1,0
<i>Wirtschaft und Gesellschaft</i>	2,0	0,5	0,6	10,8	9,7	7,3	0,4	-	0,2
Nicht-politische Sachthemen	2,3	5,4	1,5	19,3	14,3	17,1	9,5	8,4	9,4
<i>Gesellschaft</i>	2,0	5,3	1,5	14,8	10,0	14,7	9,5	6,1	9,4
<i>Mensch / Welt / Natur</i>	0,3	0,1	-	4,5	4,3	2,4	-	2,3	-
Human-Touch-Themen	1,5	3,4	0,9	11,3	9,3	5,9	5,7	17,1	11,5
<i>Zerstreuungsthemen (Personality etc.)</i>	0,1	2,9	0,2	4,6	6,9	3,0	4,7	16,2	10,5
<i>Angstthemen (Kriminalität etc.)</i>	1,4	0,5	0,7	6,7	2,4	2,9	1,0	0,9	1,0
Lebensweltthemen	0,0	0,1	0,0	2,9	2,2	4,7	2,3	5,5	-
<i>Verbraucherthemen</i>	0,0	0,1	0,0	2,2	2,2	3,7	0,1	5,4	-
<i>Physis- und Psychethemen</i>	-	-	-	0,7	-	1,0	2,2	0,1	-
Sport	2,1	0,3	0,3	0,5	2,0	1,9	1,6	1,5	1,7
Servicethemen (Wetter etc.)	0,9	0,5	0,6	3,3	1,7	1,8	0,8	0,5	0,7
Thematisch nicht klassifizierbar ²	0,4	0,7	0,5	2,2	2,8	2,3	1,3	1,8	1,3
Restliches Programm	88,9	86,3	94,4	44,3	45,5	43,4	77,7	63,9	74,2
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1 Prozentuierungsbasis: 5 Stunden pro Tag (18:00-23:00 Uhr). Stichproben: Je eine Kalenderwoche im Frühjahr 2006 / 2007 / 2009.

2 Summe der nicht-themenspezifischen Moderations- und Unterhaltungsbeiträge (vgl. [Tabelle 23](#), Anmerkungen 3 und 4).

Themenstruktur der Nachrichtensendungen
 Österreich: Beitragsanalyse Frühjahr 2006 / 2007 / 2009
 (in Prozent)¹

Tabelle B9

Themenbereiche	ORF 1			ORF 2			ATV		
	2006 t=0:35	2007 t=0:31	2009 t=0:31	2006 t=1:55	2007 t=1:34	2009 t=1:33	2006 t=0:17	2007 t=0:20	2009 t=0:17
Kontroverse Themen	38,3	46,4	48,3	45,1	43,8	50,6	19,3	25,8	23,5
Politik	19,9	37,9	31,0	26,4	36,4	35,4	13,0	24,7	18,8
Wirtschaft und Gesellschaft	18,4	8,5	17,3	18,7	7,4	15,2	6,3	1,1	4,7
Nicht-politische Sachthemen	11,9	20,2	10,8	16,1	19,7	17,7	12,3	5,9	5,6
Gesellschaft	11,9	20,1	10,7	16,0	18,4	16,9	12,3	5,9	5,6
Mensch / Welt / Natur	-	0,1	0,1	0,1	1,3	0,8	-	-	-
Human-Touch-Themen	16,0	16,7	21,4	19,8	16,3	12,6	17,7	22,4	24,1
Zerstreuungsthemen (Personality etc.)	0,8	2,0	5,6	1,1	3,1	3,2	1,5	2,7	3,3
Angstthemen (Kriminalität etc.)	15,2	14,7	15,8	18,7	13,2	9,4	16,2	19,7	20,8
Lebensweltthemen	0,3	-	0,5	0,4	0,4	0,0	1,5	1,0	-
Verbraucherthemen	0,3	-	0,5	0,1	0,4	0,0	1,5	-	-
Physis- und Psychethemen	-	-	-	0,3	-	-	-	1,0	-
Sport	21,1	3,6	3,2	1,6	6,5	6,1	28,2	23,4	28,8
Servicethemen (Wetter etc.)	9,3	7,7	8,3	12,5	8,3	8,2	14,1	15,8	11,4
Moderationen, Trailer etc.	3,1	5,4	7,5	4,5	5,0	4,6	6,3	5,7	5,6
Unterhaltungsbeiträge	-	-	-	-	-	0,2	0,6	-	1,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

¹ Prozentuierungsbasis: Jeweiliger Zeitumfang der in den Programmen als *Nachrichtensendungen* klassifizierten Sendungen in Stunden : Minuten pro Sendetag.

Themenstruktur der Magazinsendungen, Reportagen und Dokumentationen
 Österreich: Beitragsanalyse Frühjahr 2006 / 2007 / 2009
 (in Prozent)¹

Tabelle B10

Themenbereiche	ORF 1			ORF 2			ATV		
	2006 t=0:14	2007 t=0:37	2009 t=0:11	2006 t=4:51	2007 t=5:59	2009 t=6:23	2006 t=0:58	2007 t=2:17	2009 t=2:17
Kontroverse Themen	-	15,4	4,8	17,0	23,1	20,3	-	-	-
Politik	-	11,5	-	4,1	5,4	14,7	-	-	-
Wirtschaft und Gesellschaft	-	3,9	4,8	12,9	17,7	5,6	-	-	-
Nicht-politische Sachthemen	47,9	66,2	80,8	65,4	46,3	46,1	49,2	21,5	44,2
Gesellschaft	40,2	65,5	80,8	54,0	37,6	41,7	49,2	16,5	44,2
Mensch / Welt / Natur	7,7	0,7	-	11,4	8,7	4,4	-	5,0	-
Human-Touch-Themen	50,4	14,2	9,7	7,3	18,7	18,3	34,1	72,5	51,6
Zerstreuungsthemen (Personality etc.)	50,4	14,1	9,7	6,0	16,4	10,7	34,1	72,5	51,6
Angstthemen (Kriminalität etc.)	-	0,1	-	1,3	2,3	7,6	-	-	-
Lebensweltthemen	-	1,4	-	5,8	6,4	10,5	11,4	0,3	-
Verbraucherthemen	-	1,4	-	5,7	6,2	8,4	-	0,3	-
Physis- und Psychethemen	-	-	-	0,1	0,2	2,1	11,4	0,0	-
Sportthemen	-	-	2,0	0,4	0,3	0,5	-	-	-
Servicethemen (Wetter etc.)	-	-	-	0,3	1,2	0,9	0,1	-	-
Moderationen, Trailer etc.	-	2,8	2,7	3,1	3,7	2,9	5,2	5,7	3,9
Unterhaltungsbeiträge	-	-	-	0,7	0,3	0,5	-	-	0,3
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

¹ Prozentuierungsbasis: Jeweiliger Zeitumfang der in den Programmen als *Nachrichtensendungen* klassifizierten Sendungen in Stunden : Minuten pro Sendetag.

Themenstruktur der Interview- und Talkformate
 Österreich: Beitragsanalyse Frühjahr 2006 / 2007 / 2009
 (in Prozent)¹

Tabelle B11

Themenbereiche	ORF 1			ORF 2			ATV		
	2006 t=0:00	2007 t=0:00	2009 t=0:00	2006 t=2:02	2007 t=2:05	2009 t=2:02	2006 t=0:00	2007 t=0:00	2009 t=0:00
Kontroverse Themen	-	-	-	20,7	30,9	42,3	-	-	-
Politik	-	-	-	6,0	20,8	14,6	-	-	-
Wirtschaft und Gesellschaft	-	-	-	14,7	10,1	27,7	-	-	-
Nicht-politische Sachthemen	-	-	-	6,6	3,0	11,1	-	-	-
Gesellschaft	-	-	-	6,6	3,0	11,1	-	-	-
Mensch / Welt / Natur	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Human-Touch-Themen	-	-	-	65,9	62,7	42,9	-	-	-
Zerstreuungsthemen (Personality etc.)	-	-	-	65,9	62,7	40,7	-	-	-
Angstthemen (Kriminalität etc.)	-	-	-	-	-	2,2	-	-	-
Lebensweltthemen	-	-	-	3,0	-	-	-	-	-
Servicethemen (Wetter etc.)	-	-	-	0,2	0,2	-	-	-	-
Moderationen, Trailer etc.	-	-	-	3,6	3,0	3,6	-	-	-
Unterhaltungsbeiträge	-	-	-	-	0,2	0,1	-	-	-
Gesamt	-	-	-	100	100	100	-	-	-

¹ Prozentuierungsbasis: Jeweiliger Zeitumfang der in den Programmen als *Nachrichtensendungen* klassifizierten Sendungen in Stunden : Minuten pro Sendetag.