

Jens Woelke*

>>TV-Programmanalyse<<
Analyse der Programmleistungen
der landesweiten Fernsehvollprogramme in
Österreich
Analyse Frühjahr 2007

Wien, 10. April 2008

*Universität Salzburg – Fachbereich Kommunikationswissenschaft

1 Theoretischer Bezugsrahmen

- Medienrechtl. Diskurs: Vielfalt und Qualität/Quantität von Programmangeboten
- zwei Vielfaltsebenen (strukturelle und inhaltliche Vielfalt)
- Programmökonomie (Werbe vs. Werbe- und Gebührenfinanzierung)
- Vielfalt im Kontext von Mediennutzung (Markt- und Zielgruppenanteile)

2 Gegenstand der TV-Programmanalyse

Die RTR-TV-Programmanalyse (vgl. Woelke 2007) untersucht:

- Aspekte der Programmökonomie (Werbung, Sponsoring, Teleshopping)
- strukturelle Vielfalt von Sendungen (Programmsparten)
- inhaltliche Vielfalt (Themenschwerpunkte) der fernsehpublizistischen Sendungen ("Informationssendungen")

in der RTR-TV-Programmanalyse wurden erhoben:

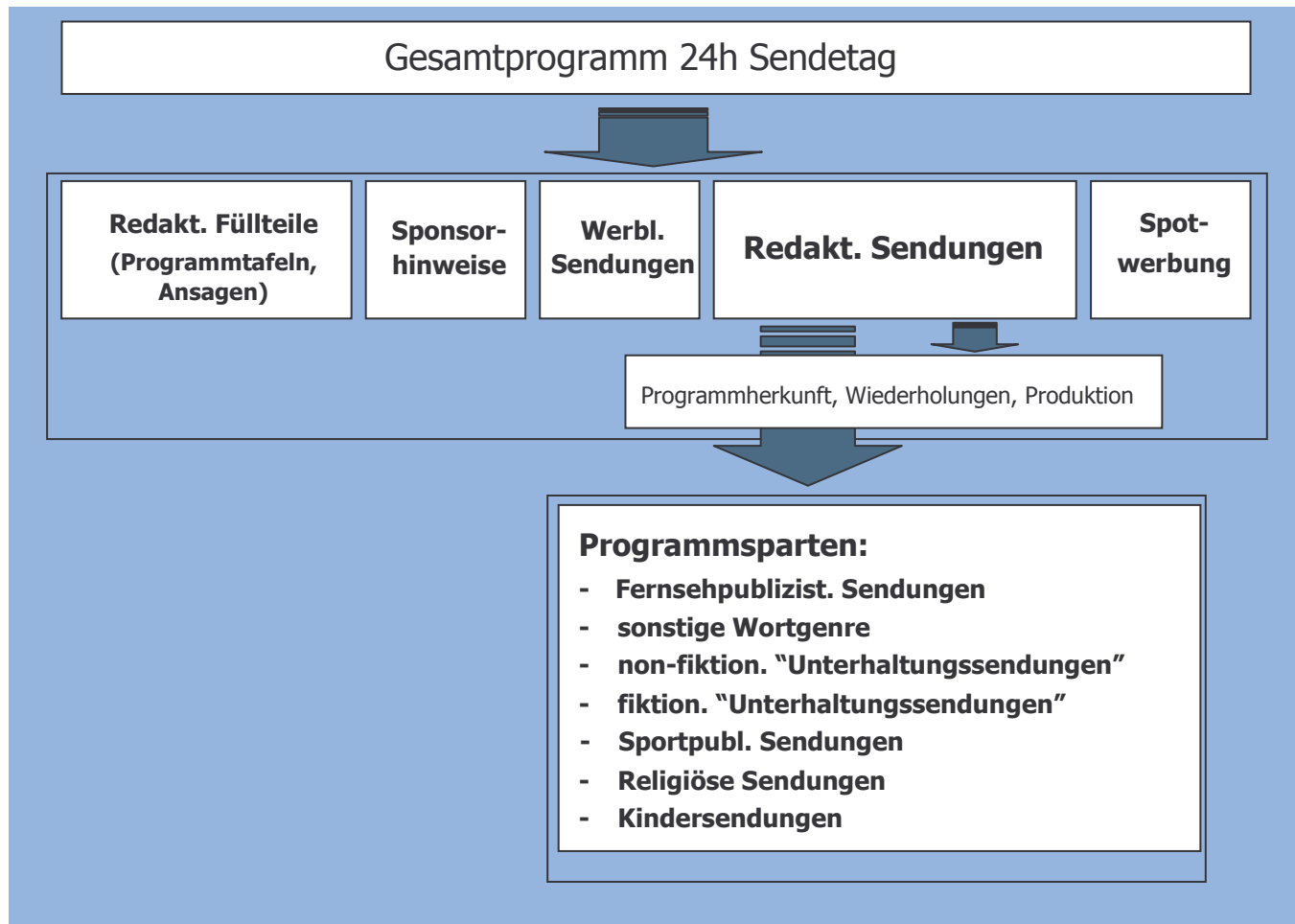
- lizenzierte Vollprogramme in Österreich (ORF1, ORF2, ATV)
- in einer Wochenstichprobe (KW 16: Mo, 16. April'07 bis Montag, 23. April'07)
- mit jeweils 24h Sendetag (3:00h - 3:00h; lt. AGTT / GfK)

Vergleichsdaten aufgrund der Kooperation mit ALM- / BAKOM-Studie:

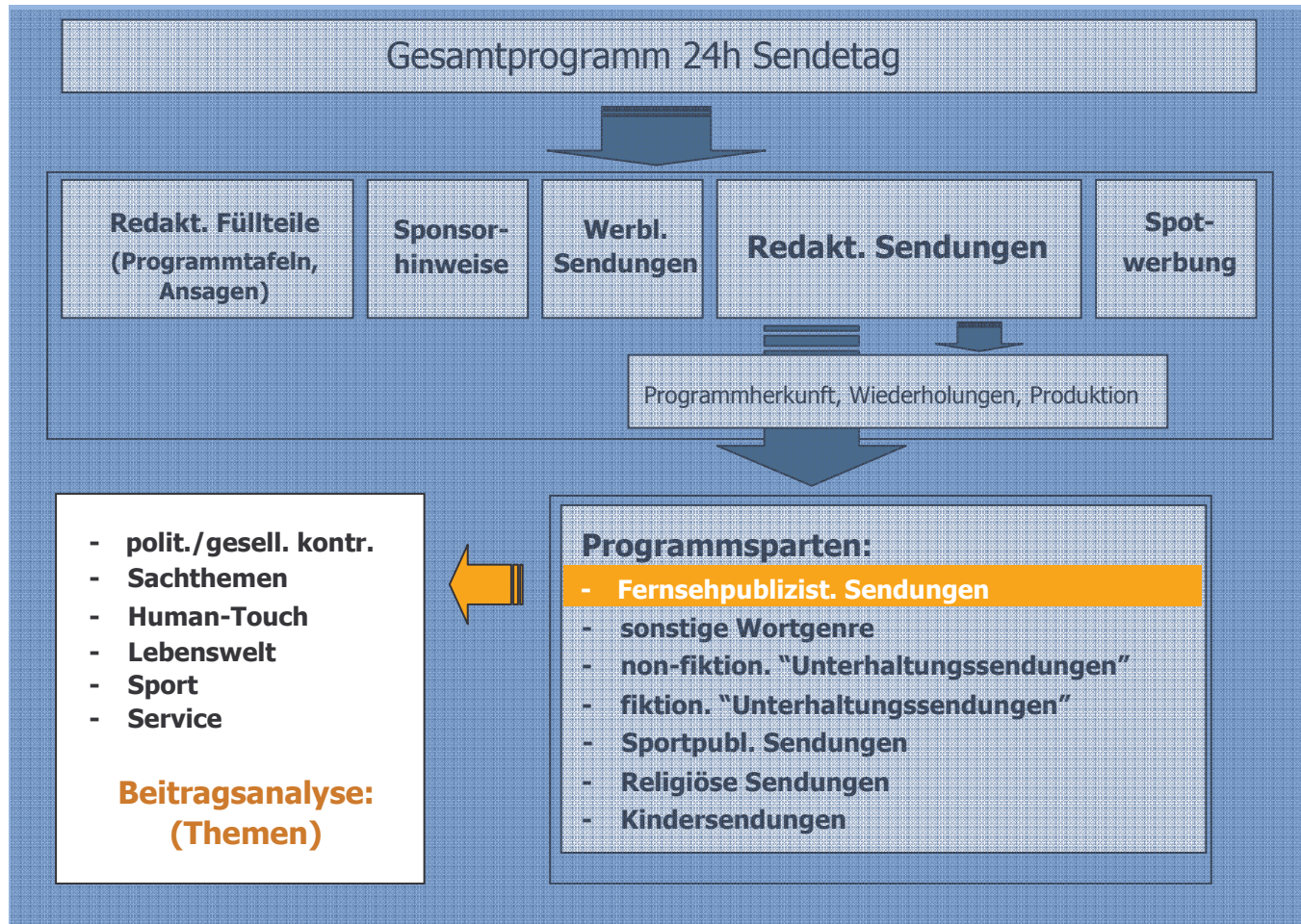
- 1 lizenziertes Vollprogramm der Schweiz (SF1)
- 8 Vollprogramme aus der BRD (ARD, ZDF, RTL, SAT.1, Pro7, RTL2, Vox, Kabel1)
- Daten des Vorjahres (für Österreich, Schweiz) sowie ab 1998 (für D-Vollprogramme)

3 Methode der TV-Programmanalyse

Analyseschritt 1: Sendungsanalyse



Analyseschritt 2: Beitragsanalyse



Stichprobenumfang: TV-Programmanalyse 2007

Sendungsanalyse:

Programmelemente	ORF 1	ORF 2	ATV+	SF1	ARD	ZDF
	n=1113	n=1088	n=1580	n=1259	n=1082	n=951

Programmelemente	RTL	VOX	RTL II	Sat.1	Pro 7	kabel 1
	n=2012	n=1613	n=1848	n=1828	n=1852	n=1694

Beitragsanalyse:

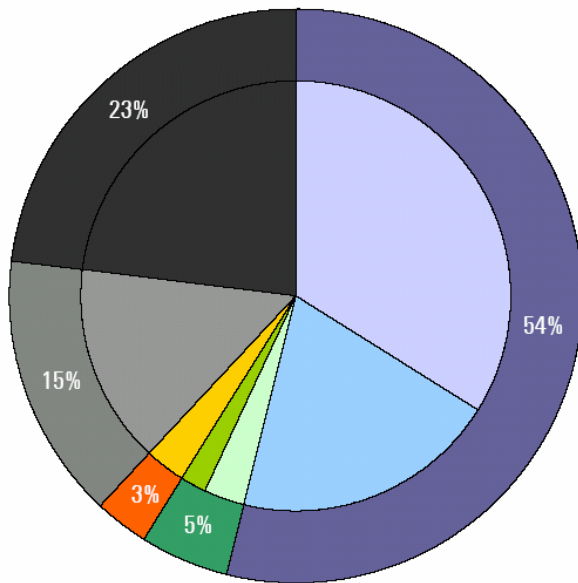
Basiselemente (Std:min pro Sendetag)	ORF 1	ORF 2	ATV+	SF1	ARD	ZDF
Fernsehpublizistik	1:20	9:56	3:08	10:52	10:37	13:42

Basiselemente (Std:min pro Sendetag)	RTL	VOX	RTL II	Sat.1	Pro 7	kabel 1
Fernsehpublizistik	9:30	7:00	3:34	9:06	6:11	2:56

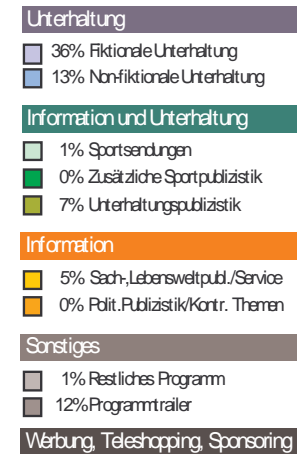
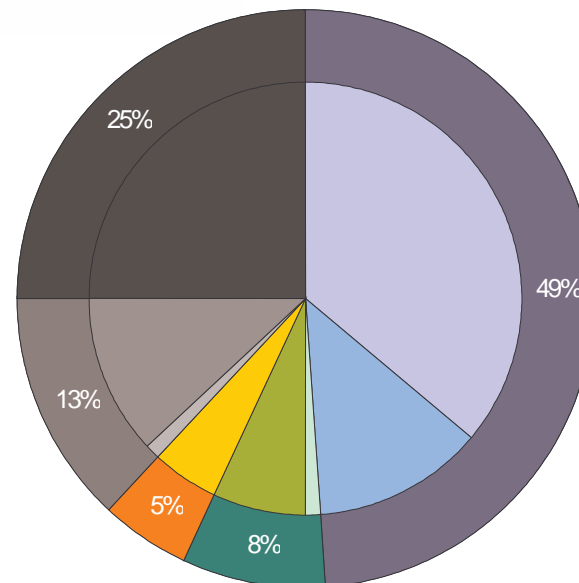
4 Ergebnisse

4.1 Programmprofile

ATV 2006

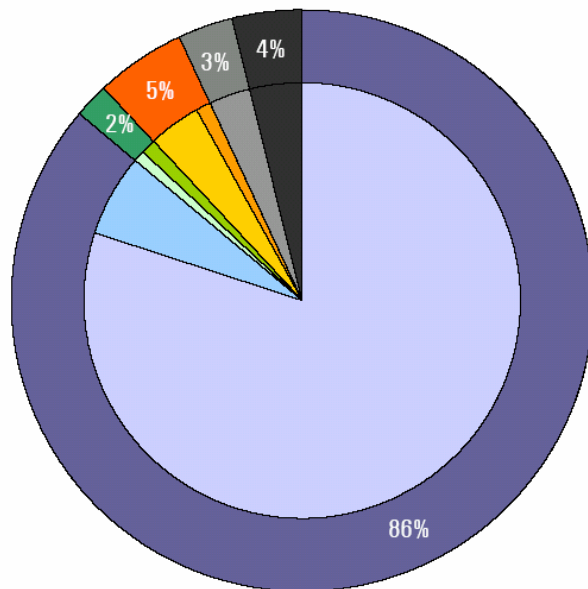


ATV 2007

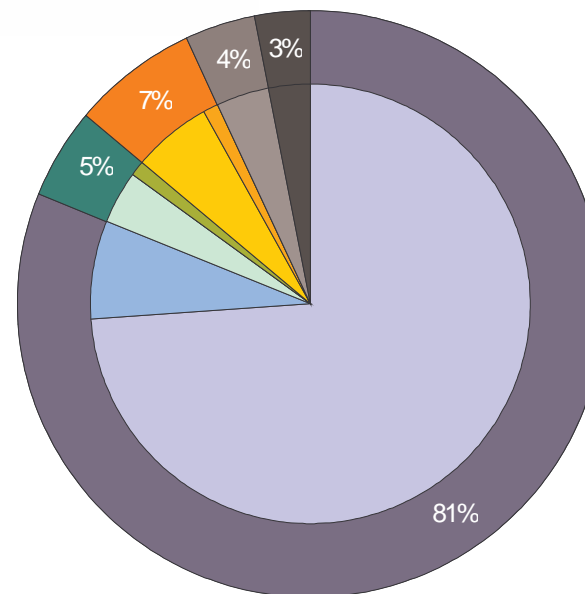


W o e l k e >> TV-Programmanalyse 2007<<

ORF1 2006



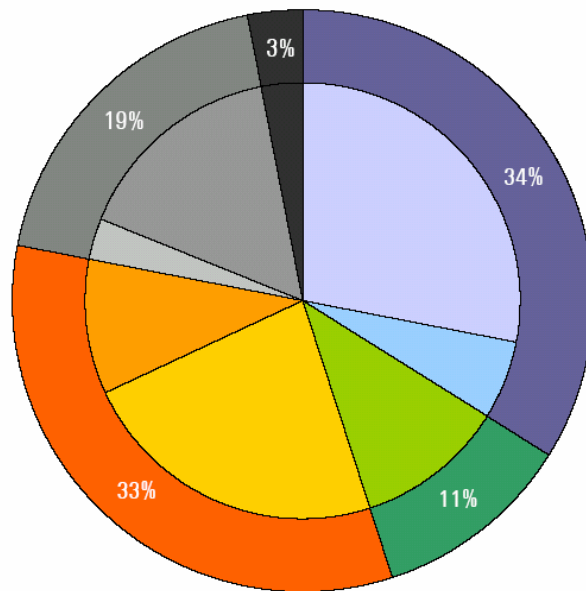
ORF1 2007



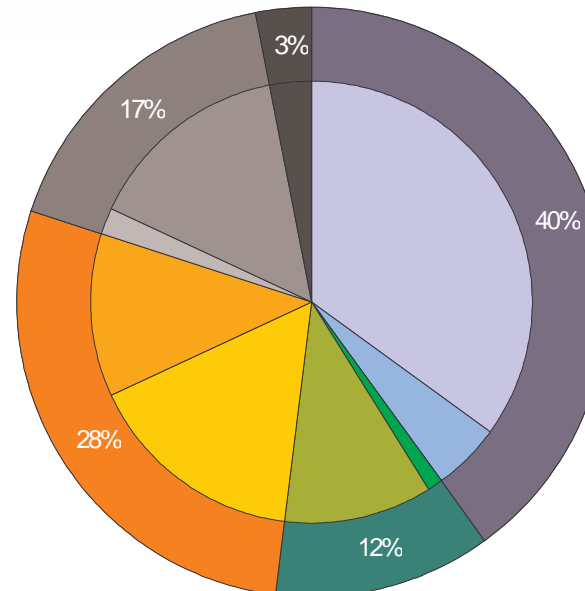
- Unterhaltung**
 - 74% Fiktionale Unterhaltung
 - 7% Nonfiktionale Unterhaltung
- Information und Unterhaltung**
 - 4% Sportsendungen
 - 0% Zusätzliche Sportpublizistik
 - 1% Unterhaltungspublizistik
- Information**
 - 6% Sach-, Lebensweltpubl./Service
 - 1% Polit. Publizistik/Kontr. Themen
- Sonstiges**
 - 0% Restliches Programm
 - 4% Programmtrailer
- Werbung, Teleshopping, Sponsoring**

W o e l k e >> TV-Programmanalyse 2007<<

ORF2 2006



ORF2 2007



- Unterhaltung**
 - 35% Fiktionale Unterhaltung
 - 5% Nonfiktionale Unterhaltung
- Information und Unterhaltung**
 - 0% Sportsendungen
 - 1% Zusätzliche Sportpublizistik
 - 11% Unterhaltungspublizistik
- Information**
 - 16% Sach-, Lebensweltpubl./Service
 - 12% Polit. Publizistik/Kontr. Themen
- Sonstiges**
 - 2% Restliches Programm
 - 15% Programmtrailer
- Werbung, Teleshopping, Sponsoring

4.2 Basisdaten der Sendungsanalyse

Zeitumfang der Basiselemente der Sendungsanalyse¹

Basiselemente	ORF 1		ORF 2		ATV	
	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07
Sendungen	22:25	22:25	19:22	19:33	14:52	15:02
Programmtrailer etc.²	0:40	0:51	3:48	3:40	3:28	2:58
Programmverbindungen	0:40	0:51	0:54	0:45	0:42	0:52
Programmüberbrückungen	-	-	2:54	2:55	2:46	2:06
Teleshopping	-	-	-	-	2:22	2:47
Werbung³	0:55	0:44	0:49	0:46	3:17	3:11
Spotwerbung	0:53	0:44	0:48	0:46	3:14	3:11
Spotwerbung (nicht in Berechnung Werbehöchstzeit) ⁴	0:02	-	0:01	-	-	-
Dauerwerbesendungen ⁵	-	-	-	-	0:03	-
Sponsoring⁶	0:00	0:00	0:01	0:01	0:01	0:02
Sendungssponsoring	0:00	0:00	0:01	0:01	0:01	0:01
Sonstiges Sponsoring	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:01
Gesamt	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00	24:00

¹in Std.:Min. pro Sendetag

²Programmverbindungen = Trailer und Programhinweise; Programmüberbrückungen = Videoschleifen, Web-Cams, Wetterbilder etc.

³vgl. §§ 13-16 ORF-G und §§ 34-44 PrTV-G

⁴vgl. § 13 Abs. 5 ORF-G

⁵ab Tab. „Anzahl der Programmelemente“ werden Dauerwerbesendungen den nicht-werblichen Sendungen zugeordnet

⁶§17 ORF-G und § 46 PrTV-G

Anzahl der Programmelemente: TV-Sendungen und TV-Clutter

(Fallzahlen in Prozent¹)

Programmelemente	ORF 1		ORF 2		ATV	
	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07
	n=921	n=1113	n=1260	n=1088	n=1259	n=1580
Sendungen²	34,5	31,3	26,2	27,7	31,3	25,7
Programmtrailer etc.	49,2	54,4	58,0	52,7	38,8	40,4
Sendungspromotion	35,9	45,4	29,6	34,5	26,3	26,2
Senderpromotion	6,5	5,7	13,7	6,4	2,8	5,8
Crosspromotion	2,4	0,8	2,6	3,0	-	-
Merchandising	0,1	0,6	1,2	2,9	-	0,7
Glücksspiele/Lotterien	1,2	1,1	1,5	1,7	1,9	0,8
Social Advertising	3,1	0,8	3,7	1,8	-	1,8
Programmüberbrückungen	-	-	5,7	2,4	7,8	5,1
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	16,3	14,3	15,8	19,6	29,9	33,9
Spotwerbung	12,8	10,8	8,1	12,5	24,3	19,4
Teleshopping	-	-	-	-	1,5	5,0
Sendungssponsoring	2,5	1,9	6,7	5,8	2,8	6,9
Sonstiges Sponsoring	1,0	1,6	1,0	1,3	1,3	2,6
Gesamt	100	100	100	100	100	100

¹Prozentuierungsbasis: Anzahl der in den Stichproben ermittelten Programmelemente

²ab hier inkl. Dauerwerbesendungen

Programmherkunft

(in Prozent¹)

Produktionscharakteristik	ORF 1		ORF 2		ATV	
	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07
Erstsendungen	63,9	66,0	54,5	53,1	48,9	45,7
Europäische Produktionen	23,7	29,9	48,5	44,8	26,5	20,5
<i>Österreich²</i>	<i>12,6</i>	<i>18,5</i>	<i>40,3</i>	<i>34,6</i>	<i>24,4</i>	<i>19,3</i>
<i>Sonstige europäische Länder³</i>	<i>11,1</i>	<i>11,4</i>	<i>8,2</i>	<i>10,2</i>	<i>2,1</i>	<i>1,2</i>
Produktionen außerhalb Europas	40,2	36,1	6,0	8,3	22,4	25,2
<i>USA⁴</i>	<i>38,2</i>	<i>35,9</i>	<i>6,0</i>	<i>8,3</i>	<i>21,2</i>	<i>23,9</i>
<i>Sonstige Länder</i>	<i>2,0</i>	<i>0,2</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>1,2</i>	<i>1,3</i>
Kurzfristige Wiederholungen	29,5	27,4	26,2	28,3	13,3	16,9
Europäische Produktionen	6,5	5,8	23,8	25,5	1,6	6,5
Produktionen außerhalb Europas	23,0	21,6	2,4	2,8	11,7	10,4
Programmtrailer etc.	2,8	3,5	15,8	15,3	14,4	12,4
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	3,8	3,1	3,5	3,3	23,4	25,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100

¹Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3-3 Uhr)

²alle Produktions- und Kooperationsformen mit österreichischer Beteiligung

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

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

4.3 Programmstrukturen

Programmstrukturen 2007 (in Prozent¹)

Programmcharakteristik	ORF 1		ORF 2		ATV	
	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07
Sendungen	93,4	93,4	80,7	81,4	62,2	62,6
Fernsehpublizistik	3,3	5,6	46,2	41,4	5,2	13,1
<i>Nachrichtensendungen</i>	2,4	2,2	8,0	6,5	1,2	1,4
<i>Magazinsendungen</i>	0,2	1,8	10,4	15,9	1,4	2,1
<i>Reportagen, Dokumentationen</i>	0,7	0,8	9,8	9,1	2,6	7,4
<i>Interview- und Talkformate</i>	-	-	8,5	8,7	-	-
<i>Sonstige Formate</i>	-	0,8	9,5	1,2	-	2,2
Fiktionale Unterhaltung	65,6	59,8	27,8	34,5	32,0	34,6
Nonfiktionale Unterhaltung	4,3	4,6	6,0	5,5	20,2	12,5
Sportsendungen	0,8	4,2	-	-	2,8	1,3
Kindersendungen	19,4	19,2	-	-	2,0	1,1
<i>Fiktionale Unterhaltung</i>	14,1	14,6	-	-	2,0	1,1
<i>Sonstiges</i>	5,3	4,6	-	-	-	-
Religiöse Sendungen	-	-	0,7	0,0	-	-
Programmtrailer etc.	2,8	3,5	15,8	15,3	14,4	12,4
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	3,8	3,1	3,5	3,3	23,4	25,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100

¹Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3-3 Uhr)

Programmstrukturen (Ländervergleich)

(in Prozent¹)

Programmcharakteristik	ORF 1	ORF 2	ATV	SF 1	ARD	ZDF	RTL	VOX	RTL II	Sat.1	Pro7	kabel 1
Sendungen	93,4	81,4	62,6	77,0	94,1	95,5	74,0	72,7	73,0	76,2	78,0	74,4
Fernsehpublizistik	5,6	41,4	13,1	45,3	44,2	57,1	39,6	29,1	14,8	37,9	25,8	12,2
<i>Nachrichtensendungen</i>	2,2	6,5	1,4	6,3	9,8	9,6	4,4	1,2	1,5	3,9	0,7	0,8
<i>Magazinsendungen</i>	1,8	15,9	2,1	9,6	21,5	24,3	12,6	5,6	2,4	14,2	10,9	4,9
<i>Reportagen, Dokumentationen</i>	0,8	9,1	7,4	14,0	7,6	10,6	9,2	21,2	10,4	2,0	13,6	6,5
<i>Interview- und Talkformate</i>	-	8,7	-	9,0	2,8	5,7	6,3	-	-	8,3	-	-
<i>Schulfernsehen</i>	-	-	-	2,8	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Sonstige Formate</i>	0,8	1,2	2,2	3,6	2,5	6,9	7,1	1,1	0,5	9,5	0,6	-
Fiktionale Unterhaltung	59,8	34,5	34,6	18,8	39,6	26,8	28,2	36,3	35,7	24,8	28,7	49,2
Nonfiktionale Unterhaltung	4,6	5,5	12,5	11,3	2,0	4,1	5,0	6,7	14,2	12,4	20,7	7,3
Sportsendungen	4,2	-	1,3	1,0	1,2	1,1	-	-	-	-	-	-
Kindersendungen	19,2	-	1,1	0,1	7,1	5,8	1,2	-	8,3	0,9	2,8	5,7
<i>Fiktionale Unterhaltung</i>	14,6	-	1,1	0,1	3,6	2,6	1,2	-	7,8	0,9	2,8	5,5
<i>Sonstiges</i>	4,6	-	-	0,0	3,5	3,2	-	-	0,5	-	-	0,2
Religiöse Sendungen	-	0,0	-	0,5	0,0	0,6	-	0,6	-	0,2	-	-
Programmuntrailer etc.	3,5	15,3	12,4	17,6	4,2	3,2	5,2	5,5	5,1	5,3	5,9	5,4
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	3,1	3,3	25,0	5,4	1,7	1,3	20,8	21,8	21,9	18,5	16,1	20,2
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

¹Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3-3 Uhr)

Formate des Kinderprogramms

(in Prozent¹)

Programmcharakteristik	ORF 1		ORF 2		ATV	
	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07
Kinderprogramm	19,4	19,2	-	-	2,0	1,1
Fiktionale Unterhaltung	14,1	14,6	-	-	2,0	1,1
<i>Fernsehfilme und Fernsehserien</i>	0,8	0,7	-	-	-	0,5
<i>Zeichentrick- und Animationsformate</i>	13,3	13,9	-	-	2,0	0,6
Nonfiktionale Unterhaltung	2,0	2,0	-	-	-	-
Information und Infotainment	3,3	2,6	-	-	-	-
Sonstige Sendungen	74,0	74,2	80,7	81,4	60,2	61,5
Programmtrailer etc.	2,8	3,5	15,8	15,3	14,4	12,4
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	3,8	3,1	3,5	3,3	23,4	25,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100

¹Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3-3 Uhr)

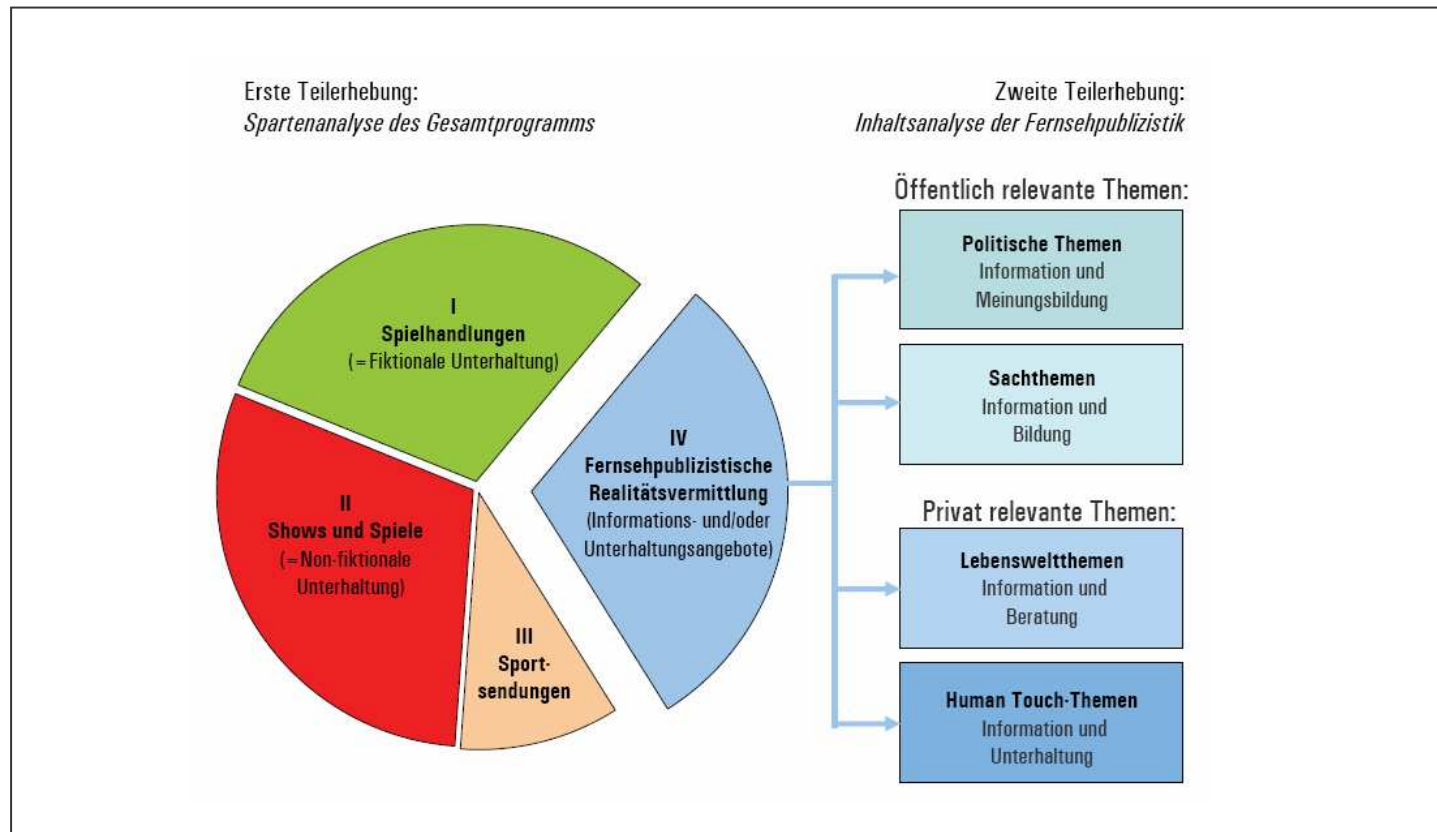
4.4 Formate der Fernsehunterhaltung

Formate der non-fiktionalen Fernsehunterhaltung
(in Prozent¹)

Programmcharakteristik	ORF 1		ORF 2		ATV	
	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07
Nonfiktionale Unterhaltung	4,3	4,6	6,0	5,5	20,2	12,5
Shows	4,2	3,9	6,0	4,2	20,2	12,5
<i>Quiz-, Unterhaltungs-Shows</i>	2,7	1,9	6,0	4,2	3,1	-
<i>Kommerzielle Shows</i>	-	-	-	-	0,3	-
<i>Call-In-Quiz, Astro-Shows</i>	-	-	-	-	14,9	10,4
<i>Late-Night-, Comedy-, Satire-Shows</i>	1,0	1,4	-	-	0,5	-
<i>”Versteckte Kamera“- , Pannen-Shows</i>	0,2	-	-	-	-	-
<i>Reality-Shows</i>	-	-	-	-	1,4	2,1
<i>Sonstige nonfiktionale Unterhaltung</i>	0,3	0,6	-	-	-	-
Musiksendungen	-	0,6	-	-	-	-
<i>Musik-Übertragungen</i>	-	0,6	-	-	-	-
Sonstige Wortgenres	0,1	0,1	-	1,3	-	-
<i>Kabarett, Satire</i>	0,1	-	-	-	-	-
<i>Boulevardtheater</i>	-	0,1	-	-	-	-
<i>Preisverleihung</i>	-	-	-	1,3	-	-
Sonstige Sendungen	89,1	88,8	74,7	75,9	42,0	50,1
Programmtrailer etc.	2,8	3,5	15,8	15,3	14,4	12,4
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	3,8	3,1	3,5	3,3	23,4	25,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100

¹Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3-3 Uhr)

4.5 Themenstruktur fernsehpublizistischer Sendungen (Beitragsanalyse)



(Quelle: Weiß 2005: 216)

Themenstruktur der Fernsehpublizistik

(in Prozent¹)

Themenbereiche	ORF 1		ORF 2		ATV	
	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07	Fj.06	Fj.07
Fernsehpublizistik	3,3	5,6	46,2	41,4	5,2	13,1
Kontroverse Themen	0,9	1,4	9,6	12,2	0,2	0,4
<i>Politik</i>	0,5	1,1	3,5	6,2	0,1	0,4
<i>Wirtschaft und Gesellschaft</i>	0,4	0,3	6,1	6,0	0,1	0,0
Nicht-politische Sachthemen	0,7	2,2	18,1	13,2	2,1	2,1
<i>Gesellschaft</i>	0,6	2,2	15,6	11,0	2,1	1,6
<i>Mensch / Welt / Natur</i>	0,1	0,0	2,5	2,2	-	0,5
Human-Touch-Themen	0,9	0,9	11,0	11,2	1,6	7,2
<i>Zerstreuungsthemen (Personality etc.)</i>	0,5	0,6	7,8	9,8	1,4	6,9
<i>Angstthemen (Kriminalität etc.)</i>	0,4	0,3	3,2	1,4	0,2	0,3
Lebensweltthemen	0,0	0,5	3,6	1,6	0,5	2,2
<i>Verbraucherthemen</i>	0,0	0,5	2,4	1,6	0,0	2,2
<i>Physis- und Psychethemen</i>	-	-	1,2	0,0	0,5	0,0
Sport	0,5	0,1	0,2	0,5	0,3	0,3
Servicethemen (Wetter etc.)	0,2	0,2	1,4	1,0	0,2	0,2
Thematisch nicht klassifizierbar ²	0,1	0,3	2,3	1,7	0,3	0,7
Restliches Programm	96,7	94,4	53,8	58,6	94,8	86,9
Gesamt	100	100	100	100	100	100

¹Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3-3 Uhr)

4.6 Informationen nachts? 24-Stunden-Sendetag und Prime Time

Vergleich¹ 24-Stunden-Sendetag und Prime-Time (18-23h) : Programmstruktur

Programmcharakteristik	ORF 1	ORF 2	ATV+	SF1	ARD	ZDF	RTL	VOX	RTL II	Sat.1	Pro 7	kabel eins
Sendungen	↓	→	↓	→	→	→	→	↑	→	→	→	→
Fernsehpublizistik	↑	↑	↑	↑	↓	↓	↓	↑	↑	↓	↓	↑
<i>Nachrichtensendungen</i>	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↓	↑	↑	↑	↓
<i>Magazinsendungen</i>	↑	↓	↑	↑	↓	↓	↑	↑	↑	↓	↑	↑
<i>Reportagen, Dokumentationen</i>	↓	↑	↑	→	↓	→	↓	→	↓	↑	↓	↑
<i>Interview- und Talk-Formate</i>	-	↓	-	↓	↑	↓	↓	-	-	↓	-	-
<i>Sondersendungen</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Schulfernsehen</i>	-	-	-	↓	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Sonstige Formate</i>	↑	↑	↑	↑	↓	↓	↓	↑	↓	↓	↓	-
Fiktionale Unterhaltung	→	↓	→	↓	↑	↑	↑	↓	→	↑	↑	↓
Non-fiktionale Unterhaltung	↑	↑	↓	↑	↑	↑	↑	↑	↑	→	↓	↑
Sportsendungen	↓	-	↓	↑	↑	↓	-	-	-	-	-	-
Kindersendungen	↓	-	-	↓	↓	↓	↓	-	↓	↓	↑	↓
Religiöse Sendungen	-	↑	-	↓	↑	↓	-	↓	-	↓	-	-
Programmtailer etc.	↑	↓	↓	↓	↓	→	→	↓	↑	→	→	↑
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	↑	↑	↓	↑	↑	↑	↓	↓	↓	→	→	→

¹Veränderungsindex: ↓ Anteil in Prime Time um mindestens 10 Prozent geringer; → Anteil in Prime Time unverändert;

↑ Anteil in Prime Time um mindestens 10 Prozent höher als bei Gesamtsehzeit; - keine Beobachtungswerte

Vergleich¹ 24-Stunden-Sendetag und Prime-Time (18-23h): Themenstruktur

Themenbereiche	ORF 1	ORF 2	ATV+	SF1	ARD	ZDF	RTL	VOX	RTL II	Sat.1	Pro 7	kabel eins
Fernsehpublizistik	↑	↑	↑	↗	↓	↘	↘	↗	↗	↓	↘	↑
Kontroverse Themen	↑	↑	↑	↑	↗	↗	↗	↓	↑	↗	↘	↓
<i>Politik</i>	↑	↑	↑	↑	↗	↗	↗	↓	↑	↗	↘	↓
<i>Wirtschaft und Gesellschaft</i>	↑	↑	↓	↗	↘	↗	↑	↓	↑	↑	→	↓
Nicht-politische Sachthemen	↑	↗	↑	↘	↓	↓	↑	↘	↗	↓	↑	↑
<i>Gesellschaft</i>	↑	↘	↑	↘	↓	↓	↑	↘	↑	↓	↑	↑
<i>Mensch / Welt / Natur</i>	↑	↑	↑	↘	↑	↓	↓	↓	↓	↓	↑	↑
Human Touch-Themen	↑	↘	↑	↑	↓	↘	↓	↑	↓	↓	↓	↓
<i>Zerstreuungsthemen (Personality etc.)</i>	↑	↓	↑	↑	↓	↓	↓	↑	↗	↓	↓	↓
<i>Angstthemen (Kriminalität etc.)</i>	↑	↑	↑	↑	↓	↗	↓	↗	↓	↓	↓	↓
Lebenswelthemen	↓	↑	↑	↘	↓	↓	↘	↑	↑	↓	↓	↑
<i>Verbraucherthemen</i>	↓	↑	↑	→	↓	↓	↘	↑	↑	↓	↓	↑
<i>Physis- und Psychethemen</i>	-	↓	↑	↓	↓	↓	↓	↑	↓	↓	↑	-
Sport	↑	↑	↑	↗	↓	↓	↑	↓	↑	↑	↑	-
Servicethemen (Wetter etc.)	↑	↑	↑	↑	↘	↘	↗	↓	↑	↘	↑	↓
Thematisch nicht klassifizierbar	↑	↑	↑	↑	↓	↓	↘	↑	↑	↓	↓	↑
Restliches Programm	↘	↘	↘	↓	↗	↑	↗	↘	↘	↑	↗	↘

¹Veränderungsindex: ↓ Anteil in Prime Time deutlich geringer (Verringerung um mehr als 30%); ↘ Anteil in Prime Time geringer (Verringerung um bis zu 30%); → Anteil in Prime Time gegenüber Gesamtsendetag unverändert; ↗ Anteil in Prime Time höher als in Gesamtsendezeit (Erhöhung um bis zu 30%); ↑ Anteil in Prime Time deutlich (Steigerung um mehr als 30%) höher als in Gesamtsendezeit; – keine Beobachtungswerte

Vergleich¹ 24-Stunden-Sendetag² und Prime-Time³: Programmprofile

PROGRAMMBEREICH	ORF1		ORF2		ATV	
	Gesamt-sendezeit	Prime Time	Gesamt-sendezeit	Prime Time	Gesamt-sendezeit	Prime Time
Fiktionale Unterhaltung	74	57	35	14	36	34
Non-fiktionale Unterhaltung	7	10	5	13	12,5	5
Information und Unterhaltung ⁴	5	7	12	11,5	8	18,5
Sach- u. Lebensweltpublizistik / Service	6	6	16	18	5	14
Pol. Publizistik / kontroverse Themen	1	3	12	22	0,5 ⁵	1,5
Sonstige	4	5	17	8,5	13	8
Werbung, Teleshopping, Patronanzhinweise	3	12	3	13	25	19
Gesamt	100	100	100	100	100	100

¹Stichprobe: eine Kalenderwoche im Frühjahr 2007

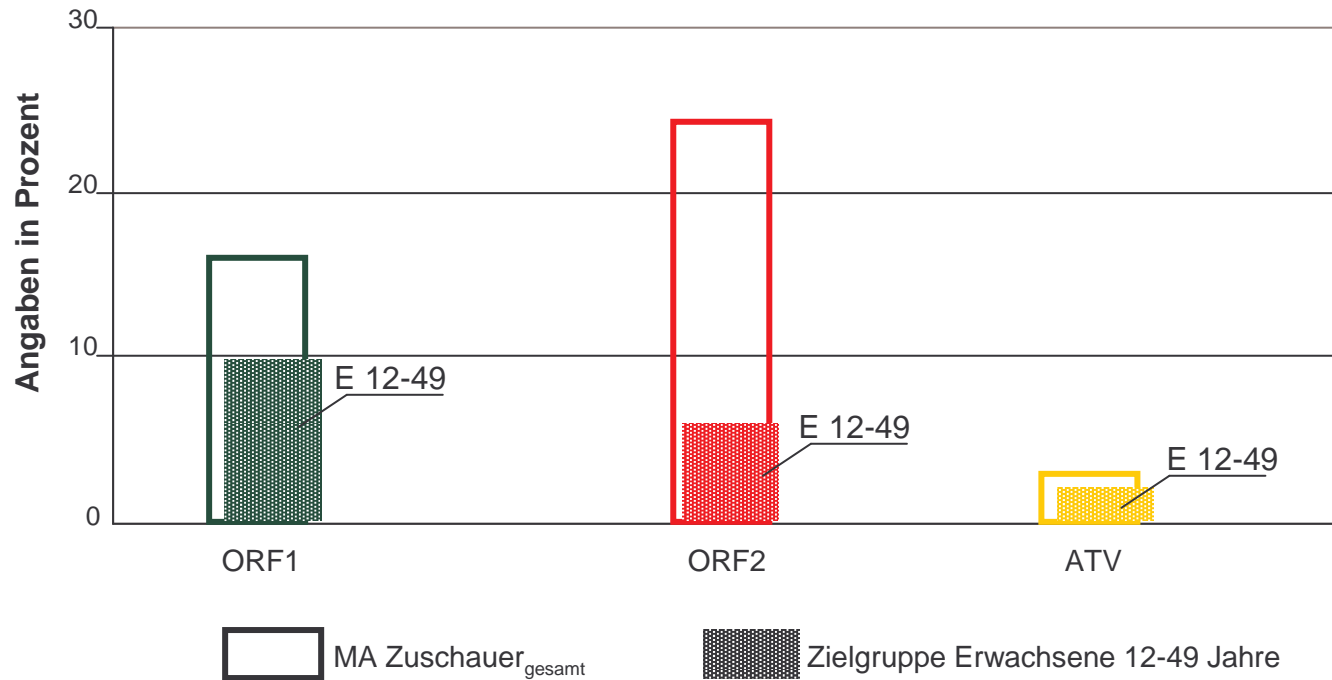
²Basis: 24 Stunden pro Tag (03 bis 03 Uhr)

³Basis: 5 Stunden pro Tag (18 bis 23 Uhr)

⁴Summe aus dem Umfang von Human-Touch-Themen (Berichte über Prominente, Stars, Sex, Lifestyle, Zeitgeist oder Crime), von Sportthemen sowie von Sportsendungen

Exkurs: Programmnutzung

Abb. 1: Marktanteile 2007 / Zielgruppenanteile 2007



5 Fazit

- Vielfalt im TV ist fast nirgendwo in EU so groß wie in Österreich
- alle drei Vollprogramme erhöhen den Anteil der Informationsangebote in der Prime Time
- zwischen ORF1 und ORF2 besteht ein funktionales Ergänzungsverhältnis
aber: altersgruppenspezifisch differenzierte Senderwahl verhindert Wirksamwerden funktionaler Ergänzung zwischen ORF1 und ORF2, Ergänzungsbedarf bei Beiträgen zu Verbraucherthemen
- ATV hat aufgrund seiner Zuseherstruktur weiter an Relevanz für die öffentliche Kommunikation der Altersgruppe der 12-49jährigen ZuschauerInnen gewonnen
aber: ATV könnte Chance, einen relevanten gesellschaftlichen Beitrag zur öffentlichen Kommunikation jüngerer Zuschauergruppen zu leisten besser nutzen durch mehr kontroverse und pol. Beiträge