

Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehnachrichten

→ Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht

Von Camille Zubayr* und Stefan Geese*

Wie haben sich Nachfrage und Qualität der TV-Nachrichten aus Zuschauersicht entwickelt?

Nachrichten gehören zum Grundinventar tagesaktueller Medien. Gründe dafür sind nicht nur im traditionellen Selbstverständnis der Medienproduzenten als (Ver-)Mittler der Realität zu sehen, sondern auch in den Interessenlagen der Rezipienten. Medienübergreifend werden Nachrichten von den Nutzern zu den wichtigsten Inhalten gezählt. Im Folgenden soll skizziert werden, wie sich die Nachfrage nach Nachrichten im Medium Fernsehen entwickelt hat und welche Angebote dort am häufigsten rezipiert werden. Außerdem soll die Frage der Programmqualität aus Zuschauerperspektive beantwortet werden, also: Wer bietet die besten Nachrichtensendungen, und welche Kriterien sind für das Publikum dabei entscheidend? Dafür werden einerseits die Daten der kontinuierlichen telemetrischen Fernsehforschung der AGF/GfK herangezogen, andererseits die Ergebnisse einer repräsentativen persönlichen Befragung (ARD-Trend), die im Herbst 2008 bei rund 3 000 Personen durchgeführt wurde.

Bereits in früheren Jahren wurden Einstellungen und Urteile zu Nachrichtensendungen im Fernsehen erhoben und die Ergebnisse in dieser Zeitschrift publiziert. (1) An diese Darstellungen soll angeknüpft werden, wodurch sich in der Gesamtschau ein Längsschnitt zur Nachrichtennutzung und -bewertung im Fernsehen ergibt.

Wenn man die Zuschauer bittet, eine Einschätzung über den Stellenwert von Nachrichtensendungen in ihrem persönlichen Fernsehalltag abzugeben, dann zeigt sich:

1. Nachrichten sind für das Publikum unverändert die wichtigsten Inhalte im Fernsehen

So geben fast 90 Prozent der Befragten an, dass sie Fernsehnachrichten „sehr gern“ oder „gern“ sehen. Das ist der mit Abstand höchste Wert aller abgefragten Genres (vgl. Abbildung 1). Fiktionale Formate – zum Beispiel Krimiserien oder Kino- und Fernsehfilme – sind hingegen nur für zwei Drittel des Publikums wichtige Bestandteile des Fernsehprogramms, andere Genres polarisieren noch stärker. So bekundet hinsichtlich Sportsendungen, die regelmäßig zu den am meisten nachgefragten Programmen zählen, nur die Hälfte der Bürger, sie „sehr gern“ oder „gern“ zu sehen.

Für die große Mehrheit der Bevölkerung ist die aktuelle Information also eine wichtige und unersetzliche Funktion des Mediums Fernsehen. Dieser Befund ist auch in der langfristigen Perspektive vergleichsweise stabil. Stets hielten ungefähr neun von zehn Fernsehzuschauern Nachrichtensendungen für elementare Bestandteile des Programmangebots. Gegenüber den in der Vergangenheit erreichten Relevanzniveaus fällt der im Jahr 2008 erhobene Wert zwar ein wenig ab, der Rückgang bewegt sich aber in moderatem Rahmen und wurde in dieser Form auch früher schon beobachtet. (2)

Das in der Befragung bekundete Interesse an aktueller Information schlägt sich auch im tatsächlichen Verhalten der Zuschauer nieder:

2. Täglich informieren sich fast 33 Millionen Bürger in einer der Nachrichtensendungen im deutschen Fernsehen

Das heißt, dass jeder zweite Bürger (ab 14 Jahren) täglich die Fernsehnachrichten zur persönlichen Information nutzt (vgl. Tabelle 1). Nun schaltet aber nicht jeder tagtäglich sein Fernsehgerät ein. Stellt man also in Rechnung, dass etwa 30 Prozent der Bürger an einem durchschnittlichen Tag aus verschiedenen Gründen auf den Fernsehkonsum verzichten, dann sind es fast drei Viertel der fernsehenden Personen, die sich auch eine Nachrichtensendung anschauen. Da es zwischen verschiedenen soziodemografischen Gruppen deutliche Unterschiede in der Höhe des Fernsehkonsums wie auch den präferierten Inhalten gibt (3), ist es keine Überraschung, dass sich diese Unterschiede auch bei der Nachrichtennutzung zeigen. Auffällig ist die Differenz zwischen den Generationen: Nur für ein Viertel der unter 30-Jährigen gehört die Rezeption einer Nachrichtensendung zum Alltag, in der Gruppe der ab 65-Jährigen sind es hingegen drei Viertel. Und auch wenn man berücksichtigt, dass sich gerade die Jüngeren häufiger mal einen Tag „fernsehfrei“ nehmen und allein aus diesem Grund eine geringere Wahrscheinlichkeit der Nachrichtennutzung besteht: Es ist auch weniger als die Hälfte der fernsehenden Jüngeren, zu deren Fernsehmenü eine Nachrichtensendung zählt. Dass auch Menschen, die ein Desinteresse an politischen und gesellschaftlichen Themen bekunden, die Nachrichten eher zurückhaltend nutzen, kann ebenfalls nicht überraschen.

Setzt man diese Messwerte zu jenen von vor vier Jahren in Beziehung, dann fällt ein Rückgang des täglichen Nachrichtenpublikums auf, der in allen betrachteten Gruppen zum Tragen kommt. Für die hier relevante Grundgesamtheit – Erwachsene ab 14 Jahren – werden immerhin 2,4 Millionen täglicher Seher weniger registriert. Hier aber von der massenhaften Abkehr des Publikums von den Fernsehnachrichten zu sprechen, wäre vorschnell, denn bezogen auf die tatsächlichen Fernsehzuschauer bleibt zwar ein Rückgang zu konstatieren von 73,3 Prozent der täglichen Zuschauer auf 72,1 Prozent – sein Ausmaß ist jedoch moderat.

Richtet man den Blick vom Kreis der täglichen Nachrichtenkonsumenten auf das konsumierte Nachrichtenvolumen, dann ergibt sich:

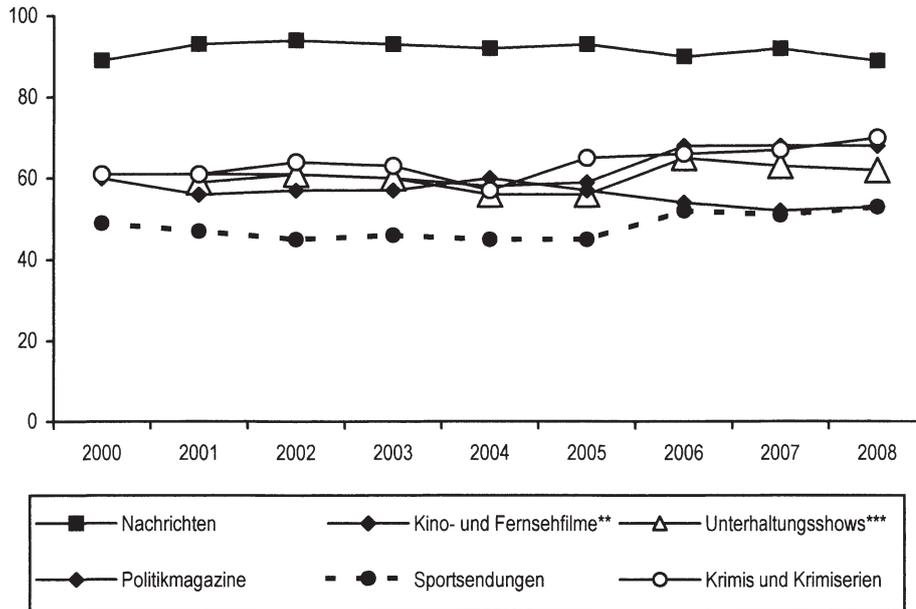
Bedeutung aktueller Information in langfristiger Perspektive stabil

Nutzung von Fernsehnachrichten abhängig von Alter der Zuschauer und politischem Interesse

Moderater Rückgang des täglichen Nachrichtenpublikums

* Medienforschung Programmdirektion Das Erste, München;

Abb. 1 Interesse an ausgewählten Programmkategorien im Fernsehen von 2000 bis 2008
 "Sagen Sie mir zu jeder Sendungsart, ob Sie diese besonders gern, gern oder weniger gern sehen"
 Zusammengefasste Werte für "besonders gern" und "gern", in %



* bis 2005 andere Fragestellung "Sagen Sie mir zu jeder Sendungsart, ob diese für Sie persönlich sehr wichtig, wichtig oder weniger wichtig ist."
 ** zusammengefasster Wert der Einzelvorgaben "deutsche Kino- und Fernsehfilme" und "amerikanische Kino- und Fernsehfilme", 1999 nicht abgefragt.
 *** 1999 nicht abgefragt.

Quelle: ARD/ZDF-Trend 2000-2008.

① Kumulierte Reichweiten der Fernsehnachrichten* an einem Durchschnittstag 2008

	Alter				Politisches Interesse		
	ab 14 J.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	gering	mittel	hoch
in Millionen	32,71	3,43	9,53	19,76	4,75	14,77	13,16
in Prozent aller Personen	49,90	25,00	42,30	67,50	38,20	48,40	58,50
in Prozent der täglichen Fernsehzuschauer	72,10	46,80	59,10	82,90	58,20	67,00	77,40

* Folgende Sender wurden berücksichtigt: Das Erste, ZDF, Dritte Programme, 3sat, Phoenix, RTL, Sat.1, ProSieben, RTL II, kabel eins, VOX, n-tv und N24.

Quelle: AGF/GfK, Fernsehpanel (D+EU), Kumulation Methode Seher; eigene Berechnungen.

3. Jeder Bürger sieht sich täglich 12 Minuten Nachrichten im Fernsehen an

Hier sind wiederum auch all jene eingeschlossen, die gar nicht fernsehen. Bezieht man nur jene Personen in die Betrachtung ein, die ihr Fernsehgerät eingeschaltet hatten, dann beläuft sich die mit Fernsehnachrichten verbrachte tägliche Zeit auf 16 Minuten. Natürlich zeigt auch dieser Indikator die bekannten und bereits angedeuteten Unterschiede im Nutzungsverhalten zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen an. Vereinfacht kann gesagt werden: Je älter und je stärker am politischen Geschehen interessiert, desto höher der Nachrichtenkonsum. Personen unter 30 Jahren nutzen die klassischen Informationsangebote stark unterdurchschnittlich, sie kommen täglich nur auf 4 Minuten

Nachrichten, wer älter als 50 Jahre alt ist, schaltet dagegen für 19 Minuten täglich Nachrichtensendungen ein.

Als etwas überraschend und ein gängiges Klischee konterkarierend mag es auf den ersten Blick erscheinen, dass Frauen den Fernsehnachrichten mehr Zeit widmen, als Männer: 12 Minuten auf Seiten des weiblichen Publikums stehen 11 Minuten seitens der Männer gegenüber. Nun könnte man einwenden, dass Frauen mehr und häufiger fernsehen als Männer. Allerdings: Wenn man das

Kein Unterschied im Nachrichtenkonsum von Frauen und Männern

② **Tägliche Dauer des Nachrichtenkonsums* an einem Durchschnittstag 2008**

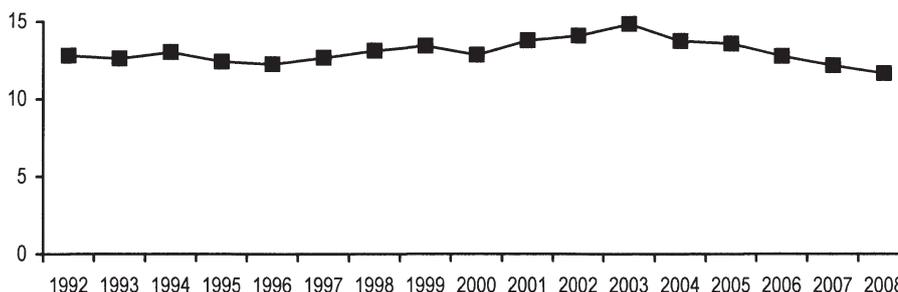
	Alter				Frauen	Männer	Nachrichtenkonsum in Min.		
	ab 14 J.	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.			gering	mittel	hoch
auf Basis aller Personen	12	4	7	19	12	11	7	11	16
auf Basis der täglichen Fernsehzuschauer	16	7	10	23	16	16	11	15	21

* Folgende Sender wurden berücksichtigt: Das Erste, ZDF, Dritte Programme, 3sat, Phoenix, RTL, Sat.1, ProSieben RTL II, kabel eins, VOX, n-tv und N24.

Quelle: AGF/GfK, Fernsehpanel (D+EU), eigene Berechnungen.

Abb 2 Zeitaufwand für die Fernsehnachrichten* 1992 bis 2008

Jahresdurchschnittswerte, Zuschauer ab 14 Jahren
Sendedauer pro Tag, in Min



* Folgende Sender wurden berücksichtigt: Das Erste, ZDF, Dritte Programme, 3sat, Phoenix, RTL, Sat.1, ProSieben, RTL II, kabel eins, VOX, n-tv und N24.

Quelle: AGF/GfK; bis 2004 Fernsehpanel (D), ab 2005 Fernsehpanel (D+EU); eigene Berechnungen.

grundsätzlich höhere Fernsehvolumen der Frauen als Faktor ausschließt, dann ergibt sich zwischen den Geschlechtern praktisch kein Unterschied im Nachrichtenkonsum, Frauen wie Männer wenden – wenn sie denn fernsehen – täglich 16 Minuten für Nachrichtensendungen auf (vgl. Tabelle 2).

Die 12 Minuten, die von den Bürgern täglich mit Nachrichtenangeboten verbracht wurden, liegen etwa 2 Minuten unter der Nutzungsdauer des Jahres 2004. Der vor vier Jahren konstatierte grundsätzliche Anstieg in der Nutzung der Fernsehnachrichten hat sich also nicht fortgesetzt. Vielmehr ist in den vergangenen Jahren ein allmähliches Absinken zu beobachten, das auch dann noch – wenngleich in abgeschwächter Form – zu beobachten ist, wenn man die leicht zurückgehende allgemeine Fernsehnutzung entsprechend berücksichtigt. Nachrichtensendungen im Fernsehen entfalten also seit einigen Jahren keine so große Zugkraft mehr (vgl. Abbildung 2).

Nachlassendes politisches Interesse wirkt sich auf Nachrichtennutzung aus

Über die Ursachen kann hier nicht abschließend geurteilt werden, einen möglichen Grund stellt jedoch das grundsätzliche Interesse der Bevölkerung am politischen und gesellschaftlichen Geschehen dar. Im ARD-Trend wird es regelmäßig mit der Fragestellung „Wie stark interessieren Sie sich persönlich für die aktuellen Ereignisse aus der Politik und dem öffentlichen Leben?“ ermittelt. Für die

vergangenen Jahre lässt sich hier eine fallende Tendenz erkennen, die sich allerdings im Jahr 2008 nicht fortsetzt. Zur Feldzeit der Befragung (November 2008) wurden jedoch das Übergreifen der bis dahin eher abstrakten Banken- und Finanzkrise auf die Realwirtschaft und die möglichen Reaktionen der Exekutive intensiv diskutiert, was wiederum das Antwortverhalten maßgeblich beeinflusst haben könnte. Sieht man von diesem Ausnahmefall einmal ab, dann erscheint es durchaus plausibel, wenn bei nachlassendem Interesse am politischen und gesellschaftlichen Alltag auch den Chronisten des Geschehens nicht mehr in früherer Intensität gefolgt wird (vgl. Abbildung 3).

Wenn man den Nachrichtenkonsum der Bürger daraufhin untersucht, bei welchen Anbietern sie ihre Informationen rezipiert haben, dann ergibt sich:

4. Die Nachrichten der öffentlich-rechtlichen Programme werden vom Publikum bevorzugt eingeschaltet

73 Prozent der täglich von den Zuschauern mit Fernsehnachrichten verbrachten Zeit entfallen auf Angebote im Ersten, im ZDF, bei den Dritten Programmen, 3sat oder Phoenix, 27 Prozent auf jene der Privatsender (RTL, Sat.1, ProSieben, VOX, kabel eins, RTL II, n-tv und N24). Die Verteilung zwischen den beiden Sendesystemen ist damit seit 1996 praktisch unverändert – die Präferenz zugunsten der öffentlich-rechtlichen Informationsformate manifest. Der zuvor beschriebene Rückgang der täglichen Nutzungsdauer für Nachrichtensendungen

erstreckt sich also in gleichem Ausmaß auf die Angebote beider Sendersysteme (vgl. Tabelle 3).

„Tagesschau“ meistgesehene Nachrichten- sendung

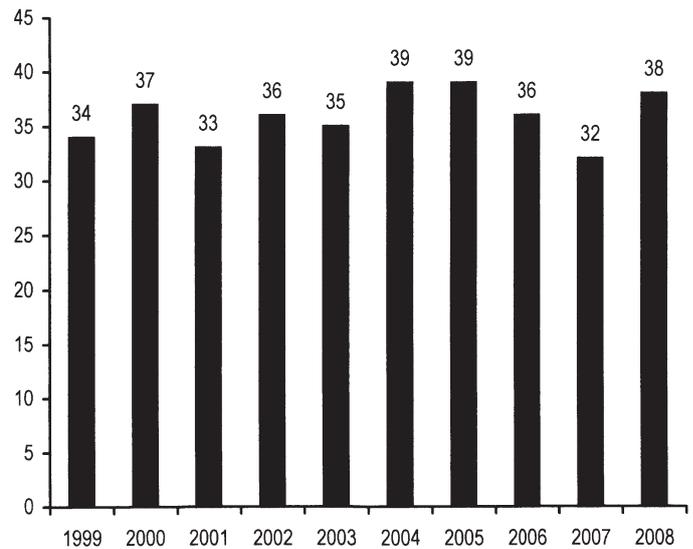
Den gewichtigsten Beitrag im Konzert der Nachrichtensendungen leistet dabei die „Tagesschau“. Mit ihrer Hauptausgabe um 20.00 Uhr erreicht sie seit Jahren das weitaus größte Publikum aller Nachrichtenangebote. Die Sendung, die nicht nur im Ersten Programm, sondern zeitgleich auch in einigen Dritten Programmen sowie bei 3sat und Phoenix ausgestrahlt wird, hatte im Jahr 2008 durchschnittlich 8,74 Millionen Zuschauer und damit mehr als doppelt so viele wie die auf den Rängen zwei und drei folgenden Sendungen „heute“ (19.00 Uhr im ZDF und bei 3sat) und „RTL aktuell“ (18.45 Uhr). Die „heute“-Sendung wurde im Schnitt von 3,96 Millionen Zuschauern verfolgt, die Nachrichten bei RTL fanden ein Publikum von 3,74 Millionen Zuschauern. Die weiteren Nachrichtenangebote sind – unter dem Aspekt Zuschauerzahl und damit der publizistischen Relevanz – von wesentlich geringerer Bedeutung: Die „Sat.1 Nachrichten“, seit März 2008 unter neuem Namen und mit neuem Sendeplatz am Start (20.00 Uhr, zuvor als „Sat.1 News“ mit Sendebeginn 18.30 Uhr) wurden von 1,54 Millionen Zuschauern eingeschaltet, das Nachrichtenangebot von ProSieben, die Sendung „Newstime“ (in gegenläufiger Entwicklung zu Sat.1 im Januar 2007 von 20.00 Uhr auf den frühesten Beginn aller Hauptnachrichtensendungen bei den großen Sendern, 18.00 Uhr, vorverlegt) wurde von weniger als einer Million Zuschauer (0,86 Millionen) genutzt (vgl. Tabelle 4).

Auch die Informationsangebote der kleineren kommerziellen Programme, VOX, kabel eins und RTL II vereinen überschaubare Publika: Die „RTL II News“ (20.00 Uhr) fanden 0,82 Millionen Zuschauer, die „kabel eins news“ (bis September 2007 als „K1 Nachrichten“ um 17.05 Uhr gezeigt, seitdem als Nachmittagsprogramm um 16.10 Uhr ausgestrahlt) 0,35 Millionen und die „Vox Nachrichten“ schließlich, die im Juni 2007 vom Vorabend auf einen Sendeplatz nach Mitternacht verlegt wurden und am Wochenende gar keine Ausgaben mehr senden, sahen im Durchschnitt 0,47 Millionen.

Die besondere Position der akzeptanzstärksten Nachrichtensendungen „Tagesschau“, „heute“ und „RTL aktuell“ zeigt sich übrigens nicht nur anhand der absoluten Zuschauerzahl, sondern auch an de-

Abb. 3 Politisches Interesse in der Bevölkerung

Zusammengefasste Anteile für „ziemlich starkes“ und „sehr starkes“ Interesse Anteil politisch Interessierter in %



Quelle: ARD/(ZDF)-Trend 1999-2008.

③ Anteil am Nachrichtenkonsum nach Senderfamilien

Jahresdurchschnittswerte, Zuschauer ab 14 Jahren, Angaben in %

	1992	1996	2000	2004	2008
Öffentlich-rechtliche Sender ¹⁾	85	72	75	73	73
Privatsender ²⁾	17	28	25	27	27

1) Zusammengefasste Werte für Das Erste, ZDF, Dritte Programme, 3sat und ab 2004 auch Phoenix.

2) Zusammengefasste Werte für RTL, Sat.1, ProSieben, RTL II, VOX, kabel eins, n-tv und ab 2004 auch N24.

Quelle: AGF/GfK; bis 2004 Fernsehpanel (D), 2008 Fernsehpanel (D+EU); eigene Berechnungen.

ren relativem Gewicht: Alle drei Nachrichtensendungen sind zu ihrer jeweiligen Sendezeit die meistgesehenen Angebote auf dem Fernsehmarkt. Sie vermögen sich also gegen die Vielzahl konkurrierender – zumeist unterhaltender – Sendungen in den anderen Programmen durchzusetzen, fungieren als Programmanker und sind programmprägende Elemente für die jeweiligen Sender.

④ Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile der Fernsehnews im Jahr 2008

	Zuschauer ab 3 Jahren		Zuschauer 14 bis 49 Jahre	
	in Mio	Marktanteil in %	in Mio	Marktanteil in %
Tagesschau*, 20.00 Uhr	8,74	32,0	1,7	17,1
heute**, 19.00 Uhr	3,96	18,0	0,5	6,4
RTL aktuell, 18.45 Uhr	3,74	18,2	1,5	19,0
Sat.1 Nachrichten, 20.00 Uhr***	1,54	6,4	0,6	6,9
ProSieben Newstime, 18.00 Uhr	0,86	5,4	0,7	10,9

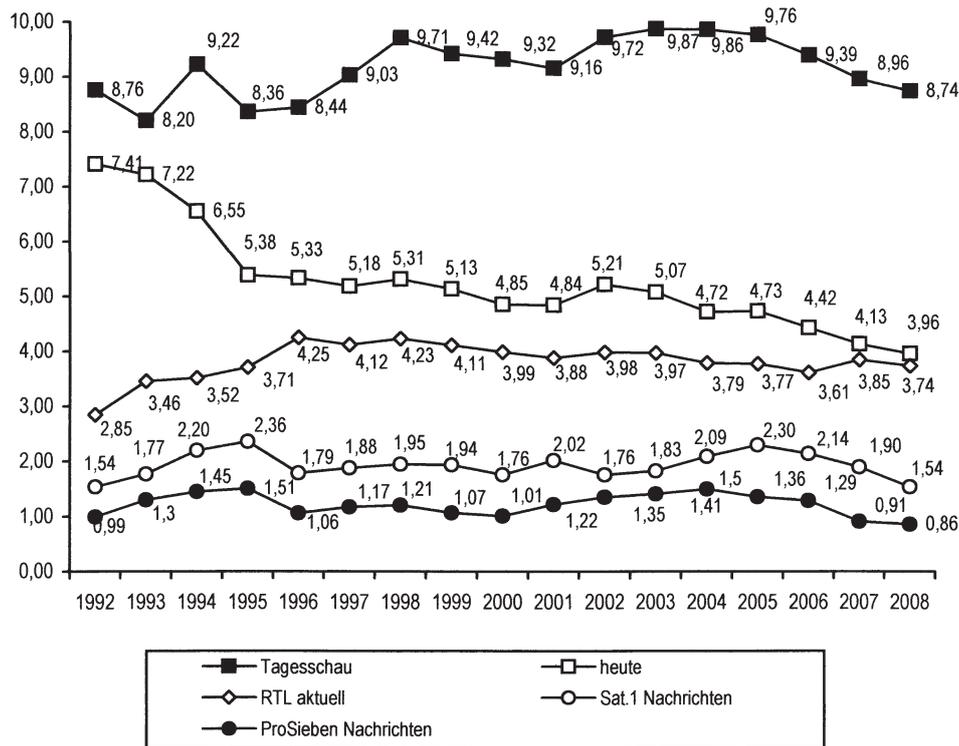
* Einschließlich Dritte Programme, 3sat und Phoenix.

** Einschließlich 3sat.

*** bis 17.3.2008 18.30 Uhr.

Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel (D+EU).

Abb. 4 Durchschnittliche Reichweiten der Fernsehnachrichten
Zuschauer in Mio



Quelle: AGF/GfK, pc#tv, bis 2000 Fernsehpanel (D), ab 2001 Fernsehpanel (D+EU).

Jüngere Zuschauer haben – wie gesehen – nicht nur ein geringeres Interesse an Nachrichten als Ältere, sie sehen auch grundsätzlich seltener und weniger fern und wenn, dann gehört eine Nachrichtensendung nicht so häufig zum Repertoire. Eine Gemeinsamkeit mit den älteren Generationen besteht dennoch:

5. Auch bei Personen, die jünger als 50 Jahre sind, ist die „Tagesschau“ die bevorzugte Nachrichtensendung 1,73 Millionen von ihnen gehörten 2008 täglich zum Publikum der ältesten Nachrichtensendung im deutschen Fernsehen. In dieser Zuschauergruppe liegt „RTL aktuell“ auf dem zweiten Rang der Nutzungsrangfolge (1,45 Millionen Zuschauer), mit großem Abstand zu „Newstime“ (ProSieben, 0,66 Millionen), „Sat.1 Nachrichten“ (0,61 Millionen), „RTL II News“ (0,61 Millionen) und der „heute“-Sendung (0,51 Millionen).

Zum täglichen Angebot an Fernsehnachrichten gehören natürlich auch die Sendungen der darauf spezialisierten Spartenprogramme n-tv und N24. Dass sie hier nur der Vollständigkeit halber erwähnt werden, ist weniger darauf zurückzuführen, dass – wie Untersuchungen gezeigt haben (4) – genuine Nachrichtensendungen in diesen Sendern inzwischen nur noch einen vergleichsweise geringen Teil des Programmangebotes darstellen, sondern dem eher verhaltenen Zuschauerinteresse geschuldet. Nachrichtensendungen bei n-tv und N24 erreichen

nur selten mehr als 100 000 Zuschauer, verglichen mit den Publika der großen Hauptprogramme also ein überschaubarer Zuschauerkreis.

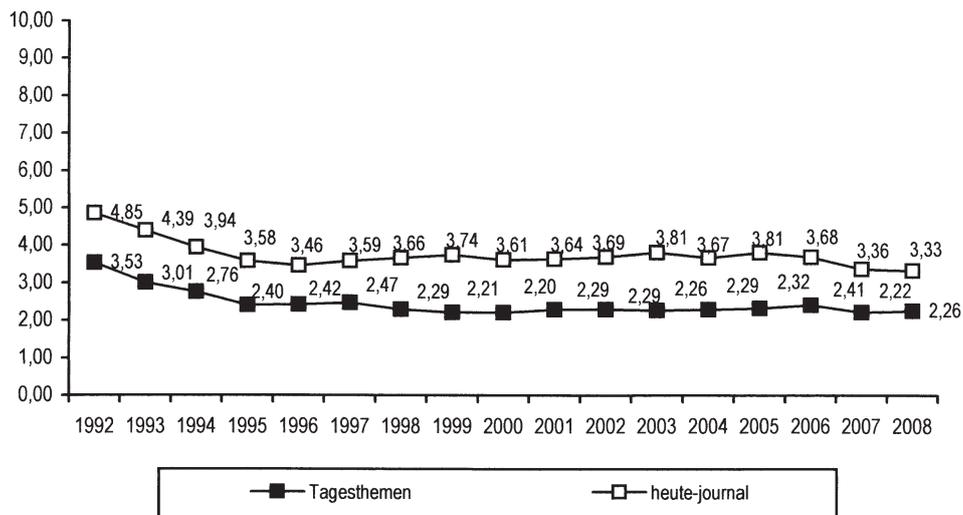
Das bei der Gesamtreichweite aller Nachrichtenformate angesprochene rückläufige Interesse der Zuschauer schlägt sich auch auf der Ebene der Einzelsendungen nieder. Keine einzige Hauptnachrichtensendung erreichte im Jahr 2008 das quantitative Zuschauer-niveau des Vorjahres. An der Reihenfolge der Sendungen in der Zuschauer-gunst änderte sich jedoch nichts. Der langfristige Vergleich zeigt vielmehr, dass die Rangfolge der Nutzungshäufigkeit seit 1992 unverändert ist, lediglich die Abstände zwischen den Sendungen waren in diesem Zeitrahmen Veränderungen unterworfen (vgl. Abbildung 4).

Im Unterschied zu den Hauptnachrichtensendungen, die sich den tagesaktuellen Meldungen mit einer der kurzen Sendungsdauer angemessenen Prägnanz widmen, können sich die Nachrichtenmagazine ausführlicher und hintergründiger mit den Themen beschäftigen, die zudem nicht ausschließlich der tagesaktuellen Agenda entnommen sind. Diese Sendungsform bieten ausschließlich die öffentlich-rechtlichen Programme an, namentlich das „heute-journal“ im ZDF (21.45 Uhr) und die „Tagesthemen“ im Ersten (22.15 Uhr). Für die intensive journalistische Aufarbeitung des Tagesgeschehens interessierten sich im vergangenen Jahr beim „heute-journal“ durchschnittlich 3,33 Millionen Zuschauer und bei den „Tagesthemen“

Rangfolge der Sendungen in der Zuschauer-gunst seit 1992 unverändert

Stabile Zuschauerzahlen bei den Nachrichtenmagazinen von ARD und ZDF

Abb. 5 Durchschnittliche Reichweiten der Nachrichtenmagazine
Zschauer in Mio



Quelle: AGF/GfK, pc#tv, bis 2000 Fernsehpanel (D), ab 2001 Fernsehpanel (D+EU).

2,26 Millionen Zschauer. Im langfristigen Vergleich sind die Zschauerzahlen der beiden Nachrichtenmagazine übrighs deutlich geringeren Zschauerschwankungen unterworfen als die Hauptnachrichtensendungen, was dafür spricht, dass der von ihnen angesprochene Personenkreis relativ stabil und von zyklischen Wellen des allgemeinen Informationsinteresses weniger abhängig ist (vgl. Abbildung 5).

Resonanz von Nachtmagazinen nimmt tenden- ziell zu

Abschließend sollen noch kurz jene Informationsformate betrachtet werden, die gegen Ende des normalen Sendetages – also nach Mitternacht – zur Ausstrahlung kommen und die einen der Tageszeit und der Rezeptionssituation entsprechenden, etwas lockereren Präsentationsstil verwenden: die Nachtmagazine. Nachdem Sat.1 im August 2007 sein Format „Sat.1 News – Die Nacht“ eingestellt hat, besteht das Angebot derzeit nur noch aus drei Sendungen: dem „Nachtmagazin“ im Ersten (ca. 0.15 Uhr), „heute nacht“ im ZDF (ca. 0.00 Uhr) und dem „RTL Nachtjournal“ (0.00 Uhr). Allen gemeinsam ist die Tatsache, dass sie nur von Montag bis Freitag produziert werden, den etwas anderen Nachrichtenlagen und den Rezeptionsgewohnheiten des Publikums am Wochenende auf diese Weise Rechnung tragend.

Der späten Stunde gemäß fallen die Zschauerzahlen dieser Sendungen deutlich geringer aus, als sie für die Hauptnachrichten oder die Nachrichtenmagazine gemessen werden: Die zschauerstärkste Sendung bietet RTL an, 1,27 Millionen Zschauer informierten sich im Vorjahr im Durchschnitt im „RTL Nachtjournal“. Das ZDF-Format „heute nacht“ hatte 0,77 Millionen Zschauer, dem „Nachtmagazin“ im Ersten folgten im Schnitt 0,60 Millionen Informationsinteressierte. Ein Blick auf die Zschauerakzeptanz in der langfristigen Perspektive zeigt, dass die Resonanz tendenziell zunimmt – was gewiss auch mit der gestiegenen Fernsehnutzung in

den späten Abend- bzw. frühen Nachtstunden zusammenhängt (vgl. Abbildung 6).

Bis hierher wurden die telemetrischen Messwerte der kontinuierlichen Zschauerforschung herangezogen, um den quantitativen Zuspruch des Fernsehpublikums zu den verschiedenen Angeboten an Fernsehnews zu bilanzieren. Bei dieser Art der Betrachtung bleiben jedoch alle inhaltlichen Dimensionen außer Acht. Welche spezifischen Qualitäten die Informationsangebote der Sender oder die einzelnen Nachrichtensendungen in den Augen der Zschauer besitzen, dieser Frage kann man sich mittels einer Befragung nähern. In der Folge sollen die Ergebnisse aus der repräsentativen mündlich-persönlichen Befragung ARD-Trend, die im November 2008 bei 3 067 Personen vom Institut TNS Infratest durchgeführt wurde, darüber Aufschluss verschaffen, welche qualitativen Urteile die Bürger über das Nachrichtenangebot im Fernsehen fällen.

Um sich ein Bild davon zu machen, welche Vorstellungen das Fernsehpublikum von der Informationsleistung der einzelnen Sender hat, wurden alle an Fernsehnews interessierten Zschauer zunächst gefragt, welcher Sender ihrer Meinung nach die besten Nachrichten anbietet. Hier stand noch nicht eine spezifische Sendung, sondern das gesamte Angebot im Vordergrund. Bringt man die auf die Sender entfallenen Nennungen in eine Rangfolge, zeigt sich:

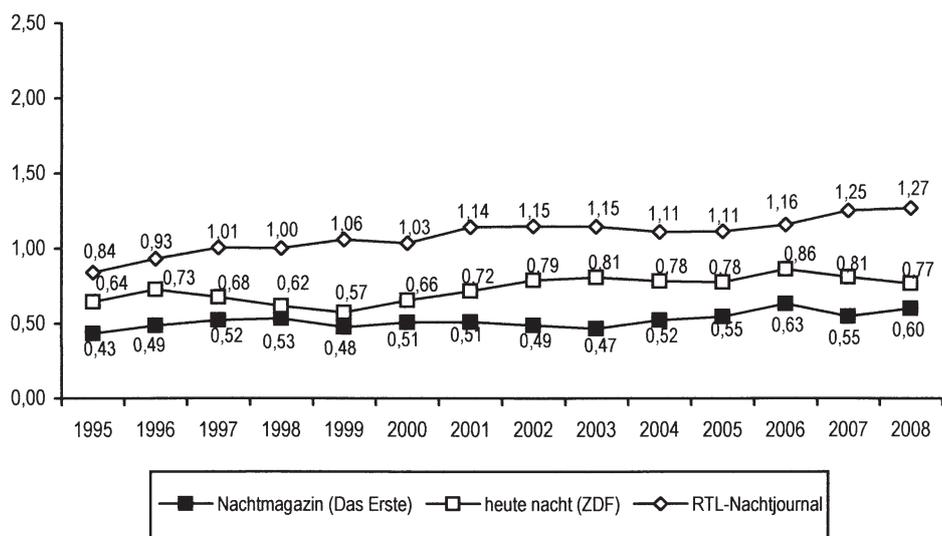
6. Das Erste gilt als das Programm mit den besten Nachrichten

Insgesamt 57 Prozent, also die Mehrheit des Nachrichtenpublikums, attestierten dem ARD-Gemeinschaftsprogramm das beste Nachrichtenangebot. Die zweithöchste Kompetenz auf diesem Gebiet

Befragung zur Bewertung der Nachrichten

57 % schreiben dem Ersten die höchste Nachrichtenkompetenz zu

Abb. 6 Durchschnittliche Reichweiten der Nachtmagazine
Zuschauer in Mio



Quelle: AGF/GfK, pc#tv, bis 2000 Fernsehpanel (D), ab 2001 Fernsehpanel (D+EU).

⑤ **Nachrichtenkompetenz der Fernsehprogramme aus der Sicht der Zuschauer**

Zuschauer mit Interesse an Nachrichten im Fernsehen; Mehrfachnennungen möglich; Angaben in %

	Deutschland			Geschlecht		Alter		Politisches Interesse		
	Gesamt	West	Ost	weiblich	männlich	14-49 J.	ab 50 J.	gering	mittel	hoch
Das Erste	57	60	47	57	57	43	71	32	55	69
ZDF	42	45	30	41	43	32	51	22	39	52
Dritte	15	13	24	16	14	8	22	14	14	16
RTL	25	23	35	27	23	34	16	37	29	17
Sat.1	9	8	10	9	9	11	6	13	11	5
n-tv	6	6	5	3	8	8	4	4	5	7
ProSieben	5	5	6	4	7	10	1	8	6	4
N24	5	6	5	8	2	8	3	6	4	7

Quelle: ARD-Trend, Winter 2008.

wird dem ZDF zugebilligt, das von 42 Prozent genannt wurde, und ein Viertel der Befragten ist der Meinung, RTL verfüge über die besten Nachrichtensendungen. Berücksichtigt man außerdem die auf die Dritten Programme entfallenen Nennungen in Höhe von 15 Prozent, wird der von den Zuschauern wahrgenommene Kompetenzvorsprung der öffentlich-rechtlichen gegenüber den privaten Sendern offensichtlich. Alle weiteren (privaten) Sender – sowohl die Vollprogramme Sat.1 und ProSieben als auch die Spartensender n-tv und N24 – blieben unterhalb der 10-Prozent-Marke (vgl. Tabelle 5).

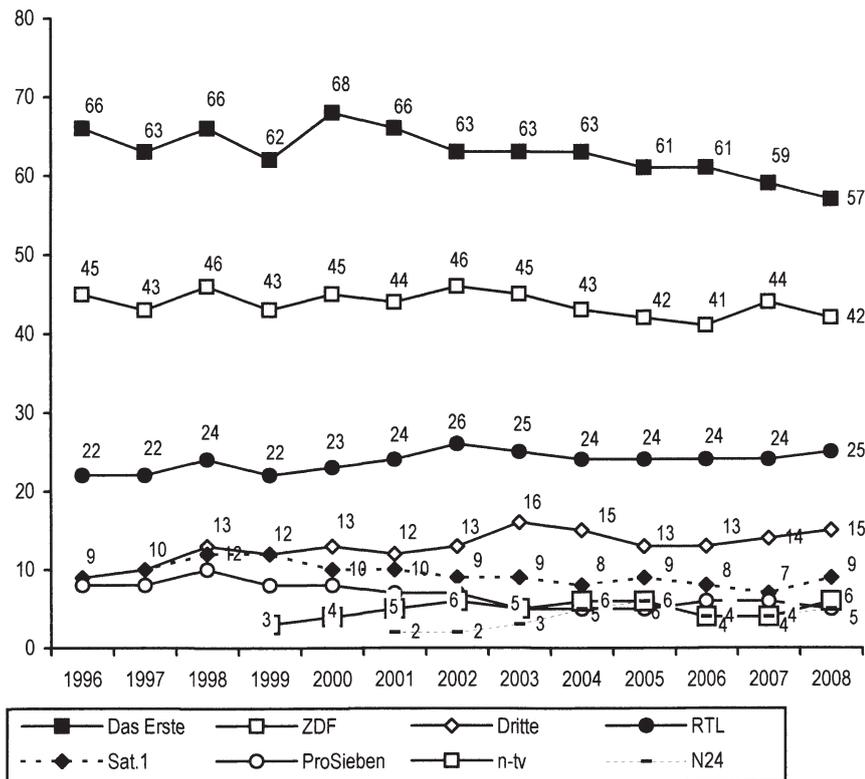
Über diese Kompetenzrangfolge herrscht in fast allen Bevölkerungsgruppen Konsens: In beiden Landesteilen, bei männlichen und weiblichen Zuschauern sowie beim jüngeren und älteren Publikum erhält Das Erste die jeweils positivsten Kompetenzbewertungen. Abweichungen der weiteren Rangfolge sind beim ostdeutschen Publikum und den 14- bis 49-jährigen Zuschauern zu beobachten: Beide

Gruppen beurteilen das Nachrichtenangebot von RTL etwas besser als das des ZDF. Eine noch größere Abweichung vom Meinungsbild der Gesamtbevölkerung weisen solche Zuschauer aus, die ein nur geringes Interesse am politischen Geschehen aufweisen. Hier wird insgesamt RTL als bester Vermittler des aktuellen Geschehens eingestuft – noch vor dem Ersten und dem ZDF. Wer sich hingegen der politischen Ereignislage aufgeschlossen zeigt, präferiert in sehr deutlichem Maße die beiden öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme.

Weil die Frage nach der Nachrichtenkompetenz nicht nur alle vier Jahre, sondern jährlich in den ARD-Trend-Befragungen eingesetzt wird, liegt eine kontinuierliche Messreihe über mittlerweile 13 Jahre vor, die Meinungsverschiebungen in der Bevölkerung gut dokumentieren kann. Allerdings hat sich an der beschriebenen Kompetenzrangfolge im Verlauf dieses Zeitraums nichts geändert – zumindest was die drei meistgenannten Sender angeht. Stets wird die Informationsleistung des Ersten am besten bewertet, vor der des ZDF und RTL (vgl.

Urteile über Nachrichtenkompetenz seit Jahren stabil

Abb. 7 Nachrichtenkompetenz der Fernsehprogramme aus Sicht der Zuschauer
Anteil in %



Quellen: ARD/(ZDF)-Trend, Winterwellen 1996-2008.

Abbildung 7). Auffällig ist dennoch die leicht rückläufige Entwicklung der Anteilswerte für Das Erste. Während sich der Anteil der Befragten, die das ZDF oder RTL nennen, zwischen 1996 und 2008 nur um 3 Prozentpunkte veränderte – also in einem Variationsbereich liegt, der inhaltliche Interpretationen nicht zulässt –, verlor Das Erste immerhin 9 Prozentpunkte. Diese Veränderung ist zwar auch nicht als dramatisch einzustufen, entspricht aber einem stabilen Trend. Unabhängig davon, welche inhaltlichen Aspekte zu dieser Entwicklung beigetragen haben, fällt auf, dass im selben Zeitraum die Nachrichtenkompetenz der Dritten Programme in ähnlichem Ausmaß zunahm. Hierbei ist zu beachten, dass die 20.00-Uhr-Ausgabe der „Tagesschau“ seit Mitte der 1990er Jahre wesentlich häufiger zeitgleich in den Dritten Programmen ausgestrahlt wird. Inzwischen verfolgen rund 40 Prozent der „Tagesschau“-Zuschauer die Sendung nicht im Ersten, sondern in den Dritten Programmen bzw. bei Phoenix oder 3sat. Daher kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich als Ergebnis der größeren Sendeverteilung der „Tagesschau“ auch die Kompetenzzuschreibungen entsprechend ausgedehnter verteilen.

Was die beiden Nachrichtenspartensender angeht, haben sich die Anteilswerte zu Beginn des Jahrzehnts sukzessive verbessert, spätestens seit dem Jahr 2005 setzte sich diese Entwicklung aber nicht fort und seitdem bleiben es zwischen 4 und

6 Prozent der Befragten, die n-tv bzw. N24 als beste Nachrichtenanbieter einstufen.

Zur Erinnerung: Diese Bewertungen beziehen sich nominell auf das ganze Nachrichtenangebot eines Senders, sind also zwangsläufig von sehr pauschaler Natur. Und weil diese Fragen allen nachrichteninteressierten Zuschauern gestellt wurden – unabhängig von Art und Umfang ihres Nachrichtenkonsums –, ist es sehr wahrscheinlich, dass auch das generelle Ansehen bzw. Image der Sender bei der Urteilsfindung Eingang fand. Um spezifischere Qualitätsurteile, die auf der Auseinandersetzung mit konkreten Sendungen basieren, in Erfahrung zu bringen, wurden daher in einem zweiten Schritt die einzelnen Nachrichtenformate anhand einer Reihe von verschiedenen Dimensionen bewertet, allerdings nur von Zuschauern, die zum Publikumskreis der jeweiligen Sendung gehören. Da dieses aufwändigere Verfahren eine Untersuchung aller angebotenen Nachrichtensendungen nicht zulässt, beschränkte sich die Umfrage – wie schon in den letzten Jahren – auf die Hauptnachrichtensendungen der großen Vollprogramme. Zum einen weisen diese Angebote, wie oben erwähnt, die höchsten Sehbeteiligungswerte auf und sind daher zumindest in quantitativer Hinsicht am relevantesten. Zum

Bewertung der einzelnen Nachrichtenformate in den großen Vollprogrammen

⑥ **Gesamtbewertung ausgewählter Nachrichtensendungen**

Zuschauer, die die jeweilige Sendung mindestens einmal in zwei Wochen sehen
 Notenskala von 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht); Noten 1 und 2, in %

	Deutschland			Geschlecht		Alter		Politisches Interesse		
	Gesamt	West	Ost	weiblich	männlich	14-49 J.	ab 50 J.	gering	mittel	hoch
Tagesschau	85,3	85,9	82,5	87,5	83,1	78,9	90,0	74,6	83,3	90,0
heute	81,9	82,5	78,6	84,1	79,6	74,4	86,6	75,5	77,6	87,0
RTL aktuell	74,9	73,7	78,4	74,6	75,3	78,4	69,4	77,4	77,6	68,6
Sat.1 Nachrichten	59,6	58,6	62,4	60,5	58,6	60,7	58,6	62,1	63,7	50,2
ProSieben Newstime	57,2	60,5	47,8	54,6	59,2	58,6	48,0	56,1	58,4	56,2

Quelle: ARD-Trend, Winter 2008.

anderen ist nur bei den Hauptnachrichtensendungen ein Vergleich zwischen allen Vollprogrammen möglich – längere Magazinsendungen oder Nacht Ausgaben werden nicht von allen Sendern angeboten.

Selektiert man die Publika der fünf großen Hauptnachrichtensendungen und bittet sie um ein Gesamturteil zu „ihrer“ Sendung, bestätigt sich das Meinungsbild der vergangenen Jahre:

7. Die „Tagesschau“ bleibt aus Zuschauersicht die qualitativ beste Nachrichtensendung

Jedenfalls äußern sich die „Tagesschau“-Zuschauer am zufriedensten. 85 Prozent bewerteten die ARD-Nachrichtensendung als „sehr gut“ oder „gut“ (vgl. Tabelle 6). Mit knappem Abstand – 82 Prozent der Nennungen – erhielt die „heute“-Sendung des ZDF das zweitbeste Urteil. „RTL aktuell“ erhielt von 75 Prozent seiner Zuschauer die beiden Bestnoten und erreicht so den dritten Rang, gefolgt von den „Sat.1-Nachrichten“ (60%) und der „Newstime“ bei ProSieben (57%). Eine Differenzierung der Urteile nach demografischen Klassen macht deutlich, dass die hohe Wertschätzung für die „Tagesschau“ von vielen unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen getragen wird. Unabhängig vom Alter, von der Herkunft oder dem Geschlecht der Zuschauer wird die ARD-Sendung stets als beste Nachrichtensendung eingestuft. Umgekehrt werden in allen Altersgruppen die Sendungen von Sat.1 und ProSieben am zurückhaltendsten bewertet. Allerdings ist auch festzustellen, dass das Votum der jüngeren Zuschauer am stärksten von der Gesamtlinie abweicht. Wer jünger als 50 Jahre ist, beurteilt „RTL aktuell“ nur unwesentlich schlechter als die „Tagesschau“. Ebenfalls entgegen der bevölkerungsweiten Ansicht erhält „RTL aktuell“ in dieser Altersgruppe ein besseres Urteil als die „heute“-Sendung.

Wertschätzung für „Tagesschau“ steigt mit politischem Interesse

Der deutlichste Zusammenhang mit der Sendungsbewertung geht jedoch – ähnlich wie bei der generellen Nachrichtenkompetenz – vom politischen Interesse der Zuschauer aus. Auf einen einfachen Nenner gebracht, steigt mit dem Interesse am poli-

tischen Geschehen auch die Wertschätzung für die „Tagesschau“. In den Zuschauerkreisen, die sich in durchschnittlichem oder hohem Maße für Politisches interessieren, wird jeweils die „Tagesschau“ als beste Sendung beurteilt. Der politisch desinteressierte Teil der Bevölkerung schätzt hingegen „RTL aktuell“ am meisten und an zweiter Stelle – also noch vor der „Tagesschau“ – die „heute“-Sendung.

Im Verlauf der letzten 15 Jahre haben sich die generellen Bewertungsunterschiede zwischen den fünf Nachrichtensendungen kaum verändert. Was die Rangfolge der Angebote angeht, fiel das Ergebnis zu allen vier Messzeitpunkten sogar identisch aus. Die größte Veränderung zwischen 1996 und 2008 betrifft die Bewertung von „RTL aktuell“: Diese entwickelt sich positiv, aber nur im Ausmaß von 5 Prozentpunkten. Damit bleibt die beliebteste Nachrichtensendung der Privatsender nach wie vor im Qualitätsurteil hinter der „Tagesschau“ und „heute“ zurück. Die „Tagesschau“ büßte im Langzeitvergleich 4 Prozentpunkte ein – deutlich weniger als das Erste Programm in Bezug auf die generelle Nachrichtenkompetenz (vgl. Abbildung 8).

Um die Gründe für das Zustandekommen der Zuschauerurteile in Erfahrung zu bringen, wurden die Befragten gebeten, die Sendungen zusätzlich anhand von zehn vorgelegten Kriterien zu bewerten. Diese sollten dabei verschiedene Qualitätsdimensionen, die für Nachrichtensendungen von Relevanz sind, repräsentieren. Dazu zählten die Kompetenz, Objektivität und Zuverlässigkeit der Sendung genauso wie die Verständlichkeit und die Machart. Vor allem anhand der Bewertungsunterschiede werden die Gründe für die Bevorzugung bestimmter Sendungen deutlich:

8. Die öffentlich-rechtlichen Nachrichten werden vor allem für ihre Objektivität, Kompetenz und Zuverlässigkeit geschätzt

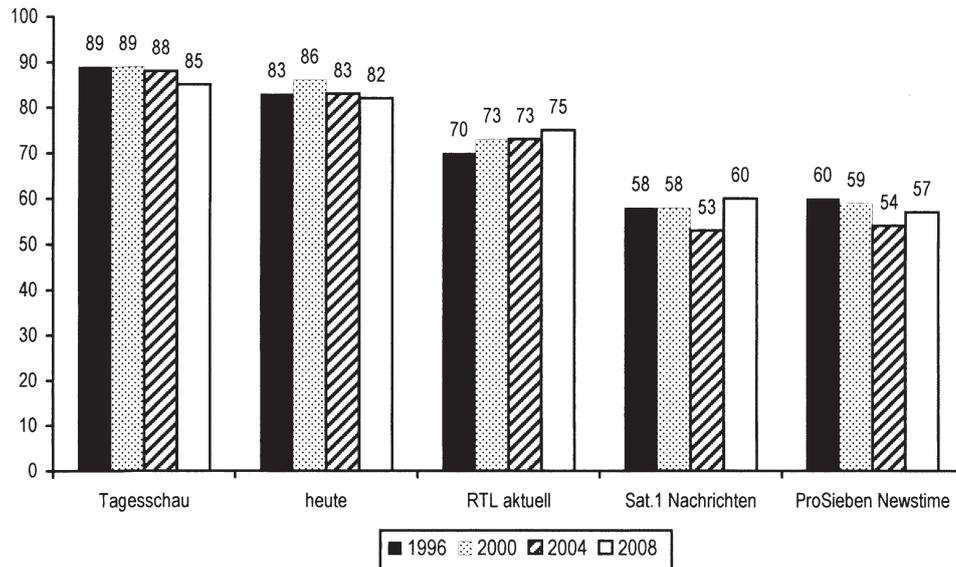
Den deutlichsten Unterschied zwischen den Nachrichtenangeboten machen die Zuschauer an der Objektivität der Berichterstattung fest. 73 bzw. 70 Prozent der Zuschauer sind der Auffassung, dass „Tagesschau“ und „heute“ „klar zwischen Nachricht und Meinung“ trennen, so der Wortlaut der vorgelegten Aussage. Bei den drei Sendungen der Privatsender sind es bestenfalls 49 Prozent ihrer Zuschauer, die zu dieser Überzeugung gelangen. Um-

Analyse der Qualitätsdimensionen von Nachrichtensendungen

„Tagesschau“ und „heute“ gelten als sehr objektiv

Abb. 8 Gesamtbewertung ausgewählter Fernsehnews 1996 bis 2008

Notenskala von 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht); Noten 1 und 2, in %



Quellen: ARD/(ZDF)-Trend, Winterwellen 1996, 2000, 2004 und 2008.

gekehrt ausgedrückt, kommt die Mehrheit der Zuschauer dieser Sendungen, zu dem Schluss, dass diese Kernanforderung an die Nachrichtenübermittlung hier nicht erfüllt wird. Ähnliches gilt für die Aussage „Gibt die Dinge so wieder, wie sie wirklich sind“: 81 bzw. 77 Prozent der Zuschauer attestieren dies den beiden öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen. Die Zustimmungswerte bei den Privatsendern liegen hier zwischen 46 und 60 Prozent. Das Meinungsbild des Nachrichtenpublikums erweist sich hier als außerordentlich stabil – die Bewertungsdifferenzen haben sich in den letzten Jahren kaum verändert. Eine Ausnahme bildet lediglich das Format „RTL aktuell“, das hinsichtlich der Wahrheitstreue derzeit deutlich besser eingestuft wird als früher (vgl. Abbildung 9).

Höhere Kompetenz der Journalisten ö.-r. Nachrichtensendungen.

Der zweite Hauptgrund für die Bevorzugung der öffentlich-rechtlichen Nachrichten ist der bessere Eindruck von der Kompetenz der Journalisten. Jedenfalls kommen mindestens vier Fünftel der „Tagesschau-“ und „heute“-Zuschauer zu dem Urteil, diese Sendungen haben „sachkundige Reporter und Korrespondenten“. Den Sendungen von Sat.1 und ProSieben bescheinigt dies nur jeder Zweite. Mit einem Zustimmungswert von 67 Prozent kann sich „RTL aktuell“ in dieser Hinsicht positiv unterscheiden (vgl. Abbildung 10).

Der dritte für die Bewertungsunterschiede verantwortliche Grund ist das Vertrauen in die Zuverlässigkeit der übermittelten Informationen. Dieses Vertrauen sprachen deutlich über 80 Prozent der Befragten den beiden öffentlich-rechtlichen Sendungen aus. Die Zuschauer der Privatsendungen äußerten sich hier deutlich reservierter, wenngleich

alle drei untersuchten Formate in den letzten Jahren spürbar an Vertrauen gewonnen haben.

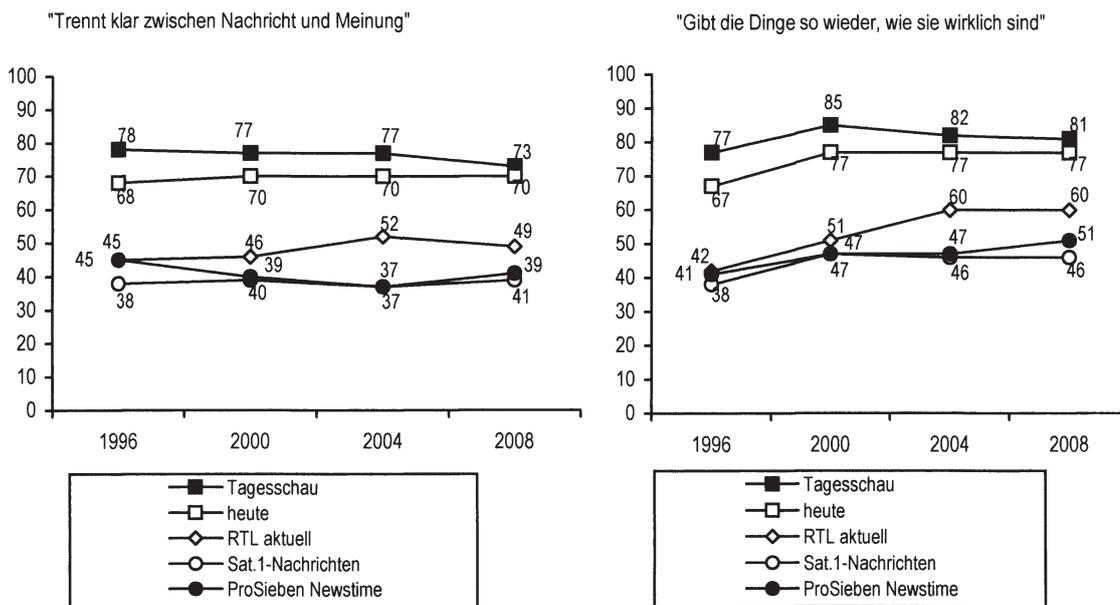
Auch die Kritikfähigkeit der Nachrichtenangebote wird unterschiedlich beurteilt: Rund zwei Drittel halten „Tagesschau“ und „heute“ für Sendungen, die kritisch sind und – wie es in der Originalaussage heißt – „die Dinge hinterfragen“. Eine knappe Mehrheit billigt dies auch „RTL aktuell“ zu, wohingegen die Zustimmungswerte in dieser Frage für die Nachrichten bei Sat.1 und ProSieben unter 40 Prozent liegen. Entsprechend ähnlich wurde der Nutzen der Sendungen für die persönliche Meinungsbildung eingeschätzt. ARD und ZDF bieten nach Maßgabe ihrer Zuschauer auch im Jahr 2008 die beste Orientierung hierfür (vgl. Abbildung 11).

Insgesamt am wenigsten auszusetzen hatte das Nachrichtenpublikum am Themenangebot der Sendungen: Zwar blieb auch hier die bekannte Präferenzreihenfolge erhalten, aber bei keiner der fünf Hauptnachrichtenausgaben entstand mehrheitlich der Eindruck, dass man Wichtiges verpasst; jede liefert nach Angaben ihrer Zuschauer einen „vollständigen Überblick über alle wichtigsten Tagesereignisse“. Hierbei ist jedoch zu beachten: Über das, was man für wichtig erachtet, gehen die Meinungen auseinander. Nur über die Wettervorhersage sind sich alle einig – diese sollte in keiner Nachrichtensendung fehlen. Darüber hinaus legen die Zuschauer der öffentlich-rechtlichen Sendungen mehr Wert darauf, über das politische Geschehen informiert zu werden, als das Publikum der priva-

Meinungen über „das Wichtigste“ in Nachrichtensendungen differieren

Abb. 9 Detailbewertung ausgewählter Nachrichtensendungen

6-stufige Skala von "stimme voll und ganz zu" bis "stimme überhaupt nicht zu"; Top Boxes, in %

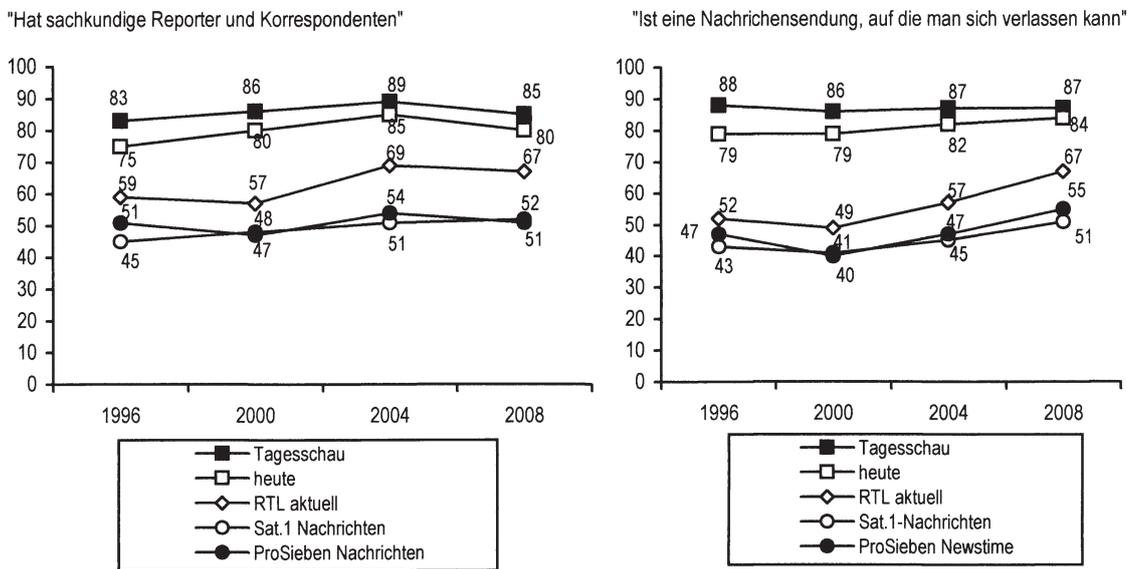


Basis: Zuschauer, die die jeweilige Sendung mindestens einmal in zwei Wochen sehen.

Quelle: ARD/(ZDF)-Trend, Winterwellen 1996-2008.

Abb. 10 Detailbewertung ausgewählter Nachrichtensendungen

6-stufige Skala von "stimme voll und ganz zu" bis "stimme überhaupt nicht zu"; Top Boxes, in %

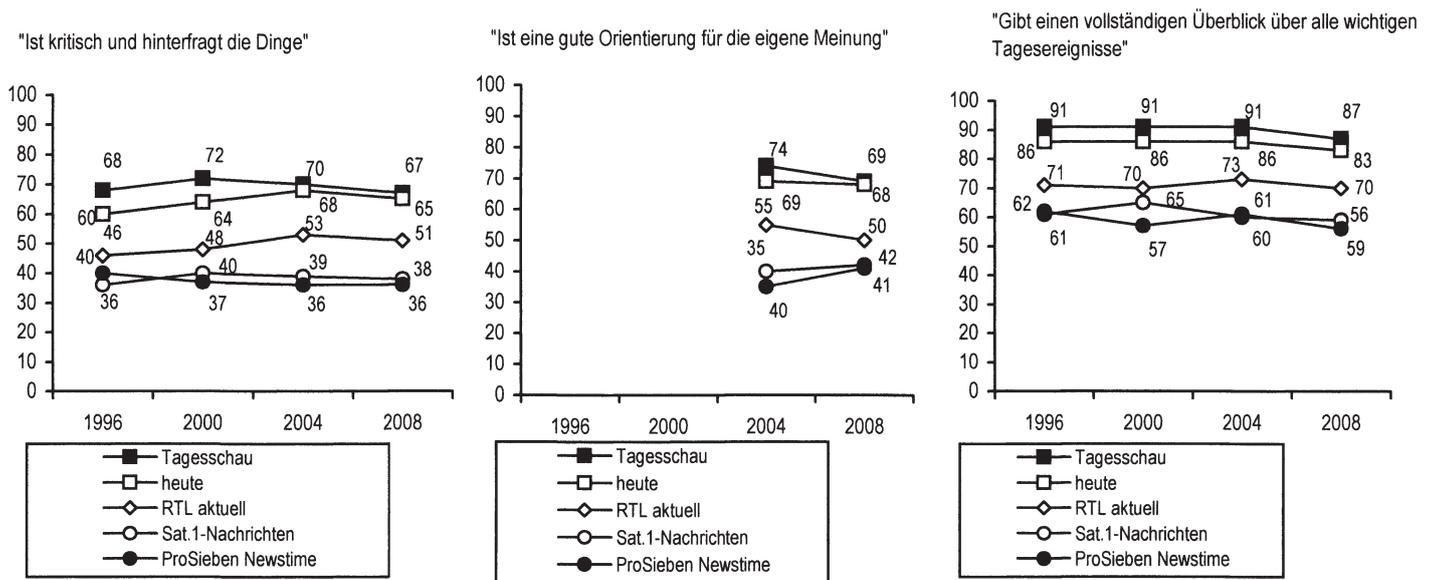


Basis: Zuschauer, die die jeweilige Sendung mindestens einmal in zwei Wochen sehen.

Quelle: ARD/(ZDF)-Trend, Winterwellen 1996-2008.

Abb. 11 Detailbewertung ausgewählter Nachrichtensendungen

6-stufige Skala von "stimme voll und ganz zu" bis "stimme überhaupt nicht zu"; Top Boxes, in %



Basis: Zuschauer, die die jeweilige Sendung mindestens einmal in zwei Wochen sehen.

Quelle: ARD/(ZDF)-Trend, Winterwellen 1996-2008.

ten Nachrichtensendungen. Umgekehrt bekunden die „Privatnachrichten“-Zuschauer ein höheres Interesse an Meldungen über Kriminalität, Verkehrsunfälle und Prominente (vgl. Tabelle 7). Entsprechend unterschiedlich sind die fünf untersuchten Sendungen auch inhaltlich ausgerichtet, wie zahlreiche Inhaltsanalysen belegen. (5)

„Tagesschau“ und „heute“ sind am verständlichsten

Ein weiteres zentrales Kriterium zur Bewertung von Nachrichtensendungen ist die Verständlichkeit der Informationsvermittlung. „Tagesschau“ und „heute“ schneiden auch hier mit Zustimmungswerten um 80 Prozent am besten ab, werden also am verständlichsten wahrgenommen. Anzumerken ist, dass das Nachrichtenpublikum in dieser Hinsicht die geringsten Unterschiede zu den Privatsendungen ausmacht. Vor allem „RTL aktuell“ hebt sich hier hervor und bleibt, was die Zustimmungswerte angeht, nur 10 Prozentpunkte zurück (vgl. Abbildung 12).

Lediglich in Fragen der Aufmachung können private Nachrichtensendungen punkten

Besser als „Tagesschau“ und „heute“ wird „RTL aktuell“ – aber auch die beiden anderen privaten Sendungen – in Fragen der Aufmachung bewertet. Sie werden – wie schon in den vergangenen Jahren – insgesamt moderner wahrgenommen. In Zahlen ausgedrückt, macht „RTL aktuell“ auf 69 Prozent seines Publikums einen „lockeren und frischen“ Eindruck. Für die „Tagesschau“ können das nur 39 Prozent ihrer Nutzer bestätigen. Umgekehrt wird die „Tagesschau“ am häufigsten als „etwas steif und trocken“ wahrgenommen – deutlich stärker als noch als vor acht Jahren. Aber damals wie heute spielen diese Aspekte bei der Gesamtbeurteilung der Nachrichtensendungen eine nur geringe Rolle.

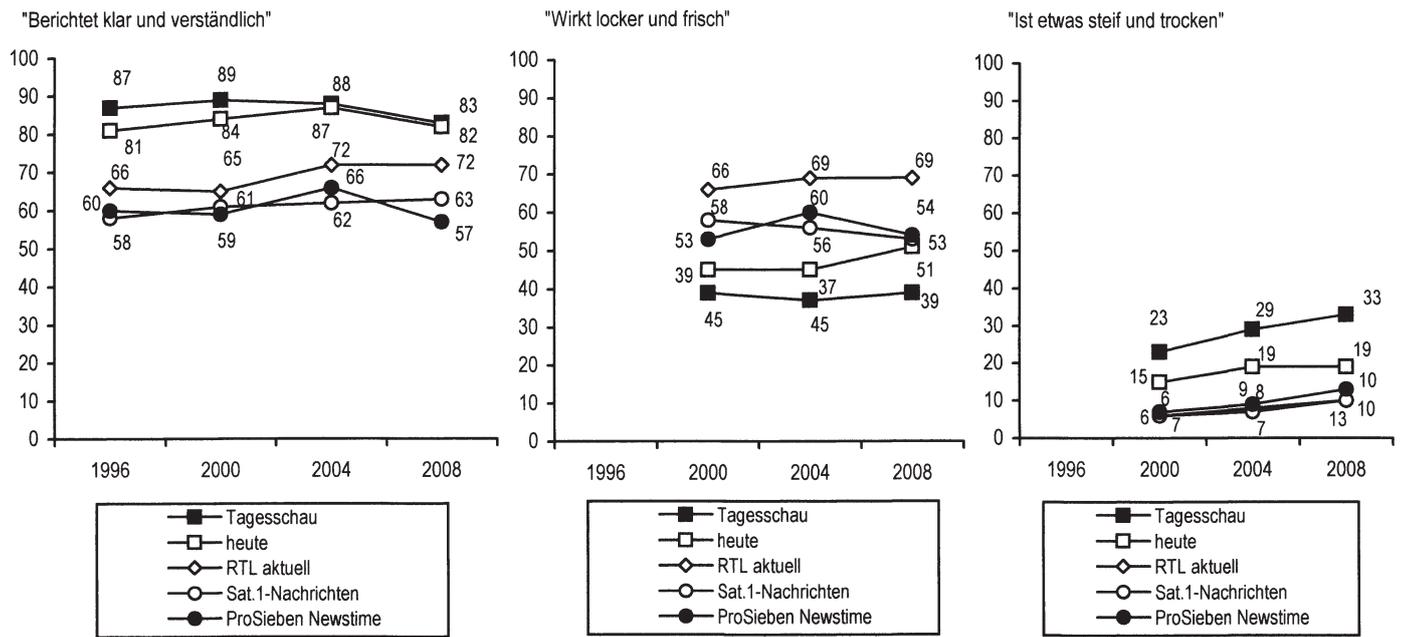
⑦ Themeninteresse des Nachrichtenpublikums

Angaben für „sehr“ und „weitgehend interessiert“, in %

	Nachrichtenpublikum von „Tagesschau“ und „heute“	Nachrichtenpublikum von „RTL aktuell“, „Sat.1 Nachrichten“ und „Pro7 Newstime“
Wetter	84	81
Politik in Deutschland	83	63
Politik in Ihrem Bundesland	78	58
Gesundheit	75	68
Sozialpolitik	72	58
Umweltschutz	71	59
Politik in Ihrem Wohnort	71	53
Naturkatastrophen	70	74
Politik außerhalb Deutschlands	70	48
Wirtschaft	66	49
Technik und Wissenschaft	55	52
Sport	54	53
Kriminalität/ Gerichtsprozesse	42	56
Verkehrsunfälle	37	49
Prominentenberichte	27	35

Quelle: ARD-Trend, Winter 2008.

Abb. 12 Detailbewertung ausgewählter Nachrichtensendungen
 6-stufige Skala von "stimme voll und ganz zu" bis "stimme überhaupt nicht zu"; Top Boxes, in %



Basis: Zuschauer, die die jeweilige Sendung mindestens einmal in zwei Wochen sehen.

Quelle: ARD/(ZDF)-Trend, Winterwellen 1996-2008.

„Tagesschau“ ist mit Abstand glaubwürdigste Nachrichtensendung

Anders verhält es sich mit der Glaubwürdigkeit der Fernschnachrichtensendungen. Diese nimmt nach wie vor eine Schlüsselstellung im Qualitätsurteil ein, determiniert also die Gesamtbewertung in entscheidendem Maße. Ein weiterer Beleg hierfür ist das Antwortverhalten der Bundesbürger auf eine zugespitzt formulierte Frage, mit der die Befragten in die projektive Situation einer widersprüchlichen Nachrichtenlage gebracht wurden. Im genauen Wortlaut hieß die Frage: „Nehmen wir einmal an, ein und dasselbe Ereignis würde in den verschiedenen Nachrichtensendungen verschieden oder sogar widersprüchlich dargestellt. Welcher Nachrichtensendung würden Sie am ehesten glauben?“ 44 Prozent, also fast jeder zweite Bundesbürger, entschieden sich hier für die „Tagesschau“ und bescheinigten ihr damit eine Ausnahmestellung, die durch die geringeren Anteilswerte der Konkurrenzsendungen noch deutlicher wird. Der „heute“-Sendung würden nämlich im Zweifelsfall 18 Prozent am ehesten glauben, und auf „RTL aktuell“ entfielen 15 Prozent der Nennungen – wohlgermerkt aller Befragten, nicht nur der sendungsspezifischen Publika (vgl. Abbildung 13). Alle anderen Nachrichtensendungen wurden nur von jeweils weniger als 5 Prozent der Bevölkerung genannt, spielen in diesem Kontext also keine bedeutende Rolle. Dieses Vertrauen in die „Tagesschau“ stammt aus den unterschiedlichsten Bevölkerungskreisen: Jüngere und ältere, ostdeutsche und westdeutsche sowie männliche und weibliche Zuschauer antworteten stets zu-

gunsten der „Tagesschau“ – wenngleich die Anteilswerte durchaus variieren. Erwartungsgemäß fallen sie beim jüngeren und beim ostdeutschen Publikum unterdurchschnittlich aus. Noch niedriger sind die Zustimmungswerte bei solchen Zuschauern, die sich für das politische Leben kaum interessieren: Inzwischen würden sie sich im Zweifelsfall stärker auf „RTL aktuell“ verlassen (vgl. Tabelle 8).

Mit insgesamt 5 Prozent ist die Gruppe derjenigen, die über den Kreis der reichweitenstärksten Nachrichtensendungen hinausgehen, unverändert geblieben. Hier wurden hauptsächlich deutsche und englischsprachige Nachrichtenspartensender genannt. Gleich geblieben ist mit 8 Prozent der Nennungen auch die Gruppe, die sich bei widersprüchlicher Nachrichtenlage vom Fernsehen abwendet und stattdessen andere Mediengattungen heranziehen würde – vor dem Hintergrund deutlicher Zuwachsraten beim Zugang zum Internet und dem dort eingesetzten Zeitaufwand ein vielleicht etwas überraschendes Ergebnis. Tatsächlich kommt hier ein Phänomen zum Tragen, das auf eine funktionelle Differenzierung der verschiedenen Mediengattungen hinweist:

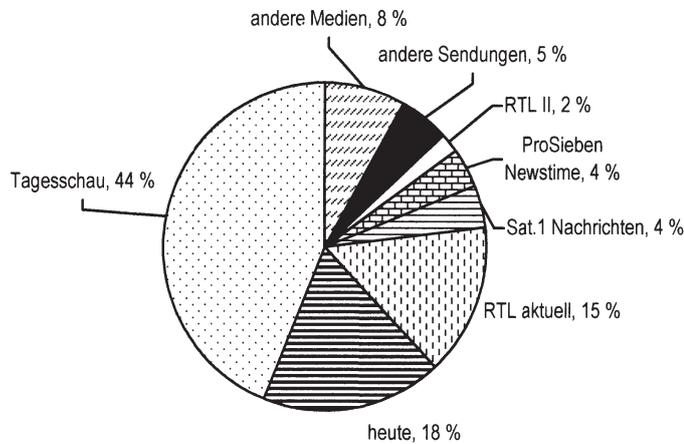
9. Das Fernsehen ist für die Bevölkerung – auch im Internetzeitalter – die wichtigste Quelle für tagesaktuelle Informationen

In der Studie wurden – nicht vor allen Detailfragen zu den referierten Nachrichtensendungen – die Befragten um Auskunft zu ihrer generellen Nachrichtennutzung gebeten. Dabei wurde für die vier wesentlichen Mediengattungen, Fernsehen, Radio, Tageszeitung und Internet, gefragt, wie häufig diese

88% informieren sich „häufig/sehr häufig“ im Fernsehen

Abb. 13 Bewertung der Glaubwürdigkeit ausgewählter Nachrichtensendungen

Frage: „Nehmen wir einmal an, ein und dasselbe Ereignis würde in den verschiedenen Nachrichtensendungen verschieden oder sogar widersprüchlich dargestellt. Welcher Nachrichtensendung würden Sie am ehesten glauben?“
Angaben in %



Quelle: ARD-Trend, Winterwelle 2008.

⑧ Bewertung der Glaubwürdigkeit ausgewählter Nachrichtensendungen

Frage: „Nehmen wir einmal an, ein und dasselbe Ereignis würde in den verschiedenen Nachrichtensendungen verschieden oder sogar widersprüchlich dargestellt. Welcher Nachrichtensendung würden Sie am ehesten glauben?“; Angaben in %

	Deutschland			Geschlecht		Alter		Politisches Interesse		
	Gesamt	West	Ost	weiblich	männlich	14-49 J.	ab 50 J.	gering	mittel	hoch
Tagesschau	43,9	45,3	38,5	45,3	42,4	33,0	56,9	18,7	46,3	55,6
heute	17,8	18,5	14,7	17,1	18,5	15,3	20,7	13,5	16,7	21,3
RTL aktuell	15,1	12,2	26,3	17,1	12,9	20,8	8,1	28,1	14,8	8,0
Sat.1 Nachrichten	4,3	4,2	4,7	4,4	4,2	5,7	2,7	7,4	4,3	2,6
ProSieben Newstime	4,1	4,2	3,7	3,1	5,2	7,2	0,4	8,8	3,9	1,6
RTL II News	1,6	2,0	0,1	2,0	1,2	2,8	0,3	3,8	1,5	0,6
andere Nachrichten- sendungen	5,2	4,9	6,1	3,1	7,4	6,5	3,5	8,0	4,3	4,5
andere Medien	8,0	8,7	5,9	7,9	8,2	8,7	7,4	11,7	8,2	5,8

Quelle: ARD-Trend, Winter 2008.

jeweils genutzt werden, um sich über das Tagesgeschehen zu informieren. Im Ergebnis bestätigt sich die aus anderen Studien bekannte Vorrangstellung des Fernsehens: 88 Prozent gaben an, sich „häufig“ oder „sehr häufig“ im Fernsehen zu informieren. Die zweithäufigste tagesaktuelle Informationsquelle sind Tageszeitungen (62%), und der Hörfunk wurde von 58 Prozent – also ebenfalls noch mehrheitlich – genannt. Das Internet hingegen wurde nur von 15 Prozent genannt. Insofern setzt nur eine Minderheit der Bevölkerung das Internet zum Nachrichtenkonsum ein (vgl. Tabelle 9).

Nun kann man einwenden, dass die bloße Häufigkeit der Nutzung nur wenig mit der persönlich empfundenen Bedeutung der verschiedenen Medien zu tun hat. Außerdem muss berücksichtigt werden, dass noch nicht jeder in Deutschland einen Onlinezugang hat. Aus diesem Grund wurden Anschluss-

fragen zur Wichtigkeit der jeweiligen Mediengattungen gestellt, die nur an diejenigen gerichtet wurden, die zum Nutzerkreis zählen. Allerdings verändert sich der generelle Befund nicht: Auf die Frage „(...) wie wichtig Ihnen das Medium Fernsehen ist, um sich über das Tagesgeschehen zu informieren“ antworteten 90 Prozent der Fernsehzuschauer mit „sehr wichtig“ oder „wichtig“ – der höchste Anteilswert aller vier Mediengattungen. Die Zeitungsleser und Radiohörer stuften die diesbezügliche Bedeutung „ihrer“ Medien mit 76 bzw. 72 Prozent etwas geringer ein. Von deutlich geringerem Belang ist jedoch das Internet. Nur jeder zweite Internetnutzer bescheinigt dem Internet, für das eigene Informationsverhalten zum tagesaktuel-

Internet nimmt keine vergleichbar zentrale Position ein

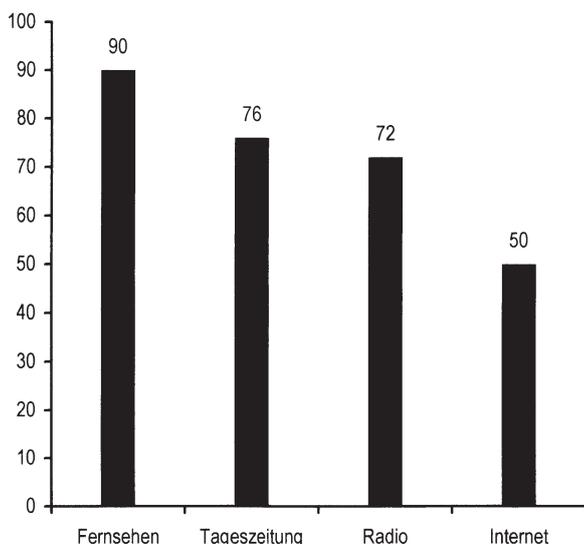
⑨ **Nutzungshäufigkeit der Medien zur Information über das Tagesgeschehen**

Anteile für „häufige“ und „sehr häufige“, Nutzung in %

	Deutschland			Geschlecht		Alter	
	Gesamt	West	Ost	weiblich	männlich	14–49 J.	ab 50 J.
Fernsehen	88,0	88,3	86,7	86,6	89,5	81,7	95,3
Tageszeitung	61,9	63,2	56,5	62,1	61,6	47,6	78,6
Radio	58,1	57,8	59,4	56,7	59,6	53,4	63,5
Internet	15,2	16,4	10,4	10,2	20,6	22,1	7,0

Quelle: ARD-Trend, Winter 2008.

Abb. 14 Bedeutung der Medien als Informationsquellen über das Tagesgeschehen
Zusammengefasste Angaben für "wichtig" und "sehr wichtig" in, %



Basis: Befragte, die die jeweiligen Medien nutzen, um sich über das Tagesgeschehen zu informieren.

Quelle: ARD-Trend, Winterwelle 2008.

len Geschehen wichtig zu sein (vgl. Abbildung 14). Das jüngste der vier Medien erfüllt in erster Linie offenbar andere Zwecke, wie auch die Ergebnisberichte der regelmäßig durchgeführten ARD/ZDF-Onlinestudien deutlich machen. (6) Der Bedeutungsvorsprung des Fernsehens bei der Informationsbeschaffung wird im Übrigen auch von jüngeren Menschen geäußert (vgl. Tabelle 10). Dass sich die oben referierten Ergebnisse zur Glaubwürdigkeit der Fernsehnachrichten als einigermaßen stabil erweisen und andere Mediengattungen, wie zum Beispiel das Internet, in den letzten Jahren hier kaum profitieren können, hängt also nicht zwingend damit zusammen, dass das Internet noch nicht bevölkerungsweit genutzt wird. Vielmehr nimmt in der Wahrnehmung der Nutzer das Internetangebot an tagesaktuellen Informationen neben den vielen anderen Anwendungs- und Nutzungsmöglichkeiten keine mit den anderen Medien vergleichbare zentrale Position ein. Ferner ist zu vermuten, dass in der Vielfalt an Informationen im Internet auch weniger seriöse Anbieter zu finden sind, was der Glaubwürdigkeit des Mediums gewiss nicht zuträglich ist.

⑩ **Bedeutung der Medien als Informationsquellen über das Tagesgeschehen**

Frage: „Wir haben ja gerade über die Häufigkeit, mit der Sie sich in verschiedenen Medien über das Tagesgeschehen informieren, gesprochen, und jetzt möchte ich wissen, wie wichtig Ihnen die verschiedenen Medien dafür sind“; Zusammengefasste Angaben für „wichtig“ und „sehr wichtig“, in %

	Deutschland			Geschlecht		Alter	
	Gesamt	West	Ost	weiblich	männlich	14–49 J.	ab 50 J.
Fernsehen	90,4	90,0	91,9	89,9	90,9	86,7	94,7
Tageszeitung	76,4	77,9	70,8	77,1	75,7	66,7	86,7
Radio	71,9	71,8	71,8	70,0	73,9	67,7	76,7
Internet	50,4	50,3	51,0	40,1	58,0	54,1	38,6

Basis: Befragte, die die jeweiligen Medien nutzen, um sich über das Tagesgeschehen zu informieren.

Quelle: ARD-Trend, Winter 2008.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Darschin, Wolfgang/Imme Horn: Die Informationsqualität der Fernsehnews aus Zuschauersicht. Ausgewählte Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehprogramme. In: Media Perspektiven 5/1997, S. 269-275; Darschin, Wolfgang/Camille Zubayr: Die Informationsqualität der Fernsehnews aus Zuschauersicht. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehprogramme. In: Media Perspektiven 5/2001, S. 238-246; Zubayr, Camille/Stefan Geese: Die Informationsqualität der Fernsehnews aus Zuschauersicht. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehnews. In: Media Perspektiven 4/2005, S. 152-162.
- 2) Im Jahr 2006 wurde die Fragestellung in der Untersuchung ARD-Trend verändert. Während zuvor nach der persönlichen Relevanz der Programmkategorien gefragt wurde („wie wichtig sind Ihnen ...“), steht seitdem die subjektiv empfundene Gratifikation im Mittelpunkt („Wie gern sehen Sie ...“). Für einige Genres zeigen sich hier (erwartbare) Effekte: Während für Formate der Informationsvermittlung (beispielhaft: politische Magazine) die (sozial erwünschte) Relevanz die Sehfreude übersteigt, lassen sich für unterhaltende Programme (Fiction, Sport) gegenläufige Tendenzen beobachten.
- 3) Vgl. Zubayr, Camille/Heinz Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2008. In: Media Perspektiven 5/2009, S. 98-112.
- 4) Vgl. Krüger, Udo Michael: Programmprofile von n-tv und N24. Entwicklung und Positionierung der beiden privaten Nachrichtkanäle im deutschen Fernsehmarkt. In: Media Perspektiven 1/2008, S. 2-14.
- 5) Vgl. Krüger, Udo Michael: Fernsehnews bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. InfoMonitor 2008. In: Media Perspektiven 2/2009, S. 73-94.
- 6) Vgl. Eimeren, Birgit van/Beate Frees: Internetverbreitung: Größter Zuwachs bei Silver-Surfern. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. In: Media Perspektiven 7/2008, S. 330-344.

