

Nachrichten gehörten von Beginn an zu den festen Programmbestandteilen des (deutschen) Fernsehens. Das audio-visuelle Medium folgte damit dem Vorbild des Radios, von dem es auch andere Formen übernahm bzw. auf seine medialen Eigenschaften hin adaptierte. Als am ersten Weihnachtsfeiertag 1952 der Nordwestdeutsche Rundfunk (NWDR) von Hamburg aus ein Fernsehversuchsprogramm auszustrahlen begann, startete am Tag darauf auch die *Tagesschau*, wenngleich nur unter Verwendung von Filmmaterial der Kino-Wochenschau (vgl. Straßner 1982; Röhl 1992; Ludes 1994; Matzen und Radler 2009). Und als knapp zwei Jahre später, am 1. November 1954, die in der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) vereinigten Sender auf Dauer ihr gemeinsames Fernsehprogramm begannen, hatte sich die *Tagesschau* in dieser Form gewissermaßen schon fest etabliert.

Die Sendung erhielt ihren Sendeplatz um 20.00 Uhr und wurde geradezu zu einer Institution des deutschen Fernsehens. Bis heute hat sie diesen Sendeplatz (und die Dauer von 15 min) bewahrt. Im Laufe der Jahrzehnte erlebte die *Tagesschau* zwar einige Veränderungen, die vor allem durch den Wandel der Fernsehetechnik bedingt waren und eine erforderlich werdende Modernisierung des Designs nach sich zogen. Dennoch gilt die Sendung in ihrer Erscheinungsform immer noch als „konservativ“, denn sie hat an bestimmten Darstellungsmodi weitgehend festgehalten. Im Laufe der Jahre traten aber zusätzliche „Ausgaben“ während des Tages sowie eine „Spätausgabe“ hinzu. Letztere wurde am 2. Januar 1978 durch die *Tages-themen*-Sendung ersetzt.

Am 1. April 1963 nahm nach einer längeren Vorlaufzeit, die durch den rundfunkpolitischen Streit zwischen der Bundesregierung und den Bundesländern bedingt gewesen war, das Zweite Deutsche Fernsehen seine Sendungen auf. Auch das ZDF verfügte von Beginn an mit *heute* über eine eigene Nachrichtensendung. Wie die neue Fernsehanstalt überhaupt, musste sich auch die *heute*-Sendung erst gegen die etablierte Konkurrenz durchsetzen (vgl. Ludes 1994, 24 ff.). Auf diesem Weg

wechselten wiederholt Sendezeitpunkt und Sendedauer: von anfänglich 19.30 Uhr auf 19.45 Uhr (von 1969 bis 1973). Seit 1973 hat *heute* einen festen Sendeplatz um 19.00 Uhr. Zudem versuchte man sich im ZDF in der Präsentation von der *Tageschau* abzusetzen. Das Format wurde mehrfach verändert, schon 1965 und zuletzt am 17. Juli 2009 mit der Inbetriebnahme eines eigens für die Sendung neu gebauten Studios.

Mit dem 1. Januar 1984 begann in der Bundesrepublik Deutschland die Etablierung des dualen Rundfunksystems. Bis dahin hatte aus primär technischen und finanziellen Gründen ein öffentlich-rechtliches Monopol bestanden. Dessen Ende war jedoch gekommen, als durch Kabel und Satellit neue Übertragungswege zur Verfügung standen und die Limitierung der terrestrischen Frequenzen außer Kraft setzten. Die Möglichkeit zu einem Strukturwandel des Rundfunks bereitete auch die zuvor restriktive Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts. Dieses zog Konsequenzen aus den technischen Veränderungen. Infolgedessen traten seit 1984 auch private Programmanbieter auf, deren Zahl sich in mehreren Wellen erhöhte (vgl. Wilke 2009). Zu den ersten von ihnen gehörten RTL (ursprünglich RTLplus) und Sat.1, die schon 1984 Lizenzen erhielten und als Vollanbieter die Hauptkonkurrenten von ARD und ZDF wurden. Weil die privaten Sender zu ihrer Finanzierung ganz auf Werbung angewiesen sind und hohe Einschaltquoten erzielen müssen, haben sie neue, möglichst publikumsattraktive Sendeformate zu entwickeln gesucht, wovon übrigens die öffentlich-rechtlichen Programme keineswegs unberührt blieben. So kam es zu einer viel diskutierten, von den einen behaupteten, von den anderen bestrittenen, Konvergenz der Fernsehsysteme.

Jedenfalls führten die großen Vollprogramme auch Nachrichtensendungen ein: *RTL 7 vor 7* (um 18.53) und *RTL-Spiel/RTL Aktuell/Bilder des Tages* (um 19.35 Uhr). Die in dem Verbund Aktuelles Presse-Fernsehen (APF) zusammengeschlossenen Zeitungsverleger veranstalteten die tägliche Nachrichtensendung *APF-Blick* (18.30 Uhr). Aus APF ging Sat.1 hervor, dessen Nachrichtensendung fortan *Sat.1 Blick* hieß. Mehrfach wechselte später der Name der Sendung (*Sat.1 Newsmagazin*, *Guten Abend Deutschland*, *Sat.1-News*, *Sat.1 Nachrichten*). Die Nachrichtensendungen der beiden Privatsender hatten es schwer, Zuschauer von der *Tagesschau* oder von *heute* auf sich zu ziehen. Noch 1992 sahen im Durchschnitt 8,4 Mio. Zuschauer die *Tagesschau* (Marktanteil: 41 %), 6,9 Mio. *heute* (Marktanteil: 42 %), aber nur 1,8 Mio. *RTL Aktuell* (Marktanteil: 12 %) und 1,2 Mio. *Sat.1 News* (Marktanteil: 8 %) (vgl. Bartel 1997). Die seitdem bis zum Zeitpunkt unserer Untersuchung eingetretene Entwicklung dokumentiert Abb. 2.1.

Die *Tagesschau* konnte ihre Reichweite über zwei Jahrzehnte hinweg mit gewissen Schwankungen halten und hatte 2009 im Jahresdurchschnitt noch ebenso viele Zuschauer wie 1992. Deutlich abgenommen hat hingegen die Reichweite von *heute*.

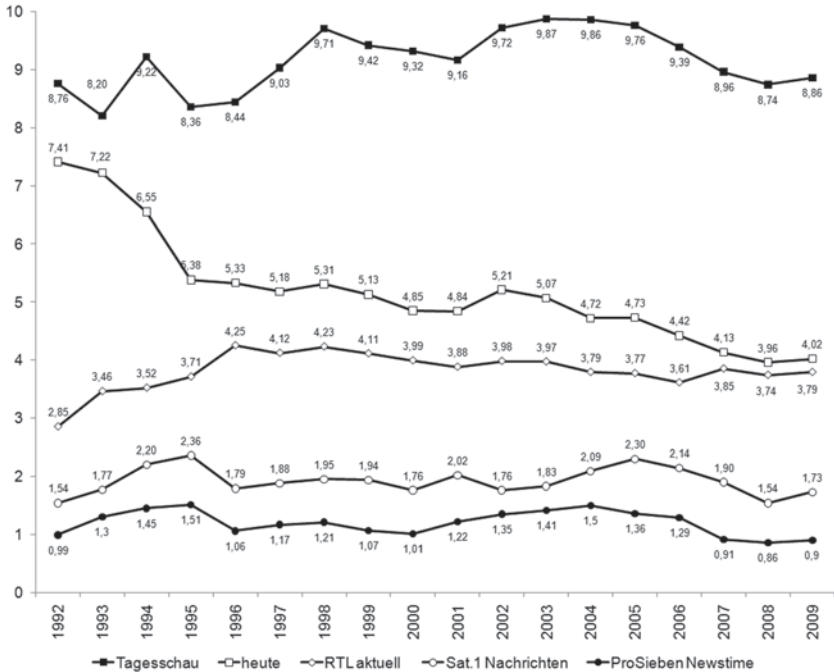


Abb. 2.1 Durchschnittliche Reichweiten der Fernsehnews in Deutschland (Zuschauer in Mio.). (Quelle: © AGF/GfK, TV-Scope, bis 2000 Fernsehpanel (D), ab 2001 Fernsehpanel (D + EU))

Die Reichweite der ZDF-Sendung sank von im Jahresdurchschnitt 7,42 Mio. Zuschauern (1992) auf 4,02 Mio. (2009). Mit der allgemeinen Reichweite des Senders RTL in den neunziger Jahren stieg auch die Reichweite seiner Nachrichtensendung an und erreichte 1996 mit 4,25 Mio. einen Höhepunkt. Danach blieben die Einschaltquoten relativ stabil bzw. nahmen wieder ab, wenn auch nur mäßig. Immerhin beansprucht man bei *RTL Aktuell*, die *heute*-Sendung bei den 14- bis 49jährigen, also bei der für den Sender eigentlich werberelevanten Zielgruppe, überholt zu haben. Auch Sat.1 konnte in den neunziger Jahren mehr Reichweite erzielen, blieb aber immer hinter RTL zurück. Das trifft gerade auch auf die Hauptnachrichtensendung des Anbieters zu, die zwischen 2,36 Mio. (1985) und 1,54 Mio. (2008) schwankte. Generell war die Zuschauerschaft der Fernsehnews in Deutschland rückläufig. Schalteten 1992 noch 21,55 Mio. Zuschauer eine der zuvor genannten Sendungen ein, so waren es 2009 nur noch 19,25 Mio. Dieser „Schwund“ hat offensichtlich das ZDF am stärksten getroffen. Im Jahr 2011 über-

traf *RTL Aktuell* im Jahresdurchschnitt sogar zum ersten Mal die Reichweite der *heute*-Sendung (3,91 vs. 3,72 Mio. Zuschauer, Marktanteile: 18,4% vs. 16,4%).

Außer Betracht bleibt hier, dass auch der ursprünglich selbstständige Sender ProSieben (wie auch seinerzeit Tele 5) eine eigene Nachrichtensendung besitzt (bzw. besaß). Sie war jedoch immer diejenige mit der geringsten Zuschauerzahl von den fünf Sendern. Nicht weiter berücksichtigt wird hier auch, dass sich der Wettbewerb im Nachrichtenfernsehen durch das Hinzutreten von Spartenkanälen – ntv und N24 – veränderte. Während ntv (zu RTL gehörig) bereits 1992 startete, schuf sich die ProSiebenSat.1 Media AG mit N24 im Jahr 2000 einen eigenen Nachrichtenkanal. Neben diesem produziert das Unternehmen auch die Nachrichtensendungen für die zur Senderfamilie gehörigen Programme Sat.1, ProSieben und Kabel 1. Das ist auch noch der Fall, nachdem N24 im Juni 2010 verkauft wurde. Seitdem befindet sich die Sendung im Besitz der N24 Media GmbH (zu den Veränderungen der deutschen Nachrichtenkanäle vgl. Reinemann und Fawzi 2010).

Bei den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern gehören die Nachrichtensendungen zum Programmauftrag, der Information (und dazu Unterhaltung und Bildung) umfasst. In diesem Sektor beanspruchen die Sender daher auch eine besondere Kompetenz. Weniger zwingend erscheint dies bei den privaten Anbietern, von denen auch nicht alle solche Sendungen im Programm haben. Andererseits haben Vollprogramme mit der Lizenz auch Verpflichtungen übernommen, die z. B. in der Formel des „Grundstandards“ ihren Ausdruck finden, den das Bundesverfassungsgericht in seinem vierten Rundfunkurteil von 1986 geprägt hat.

Dass sich dergleichen nicht von selbst versteht, hat die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten, die für die Lizenzierung der privaten Anbieter zuständig sind, zum Anlass genommen für ein im März 2010 veröffentlichtes Positionspapier „Nachrichtensendungen im privaten Rundfunk“. Alarmiert zeigte sich die DLM, weil Programmanalysen teilweise eine Halbierung der Sendezeiten für herkömmliche Nachrichten in den privaten Programmen belegten (vgl. ALM-Jahrbuch 2008, S. 65 f). Zudem wurde eine Entpolitisierung der Nachrichten beklagt. Gegen diesen Trend machte die DLM mit ihrem Papier Front, auch deshalb weil jüngere Zuschauer Fernsehnachrichtensendungen inzwischen hauptsächlich im privaten Fernsehen nutzen (DLM 2010, S. 2):

Sowohl die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts als auch der Rundfunkstaatsvertrag legen [...] je auf ihre Weise fest, dass es nicht in das Belieben privater Vollprogrammveranstalter gestellt ist, Nachrichtensendungen, die den ‚harten Kern‘ von Informationsprogrammen bilden, entweder anzubieten, oder einfach auf sie zu verzichten, oder in wirtschaftlich schwierigen Zeiten die Budgets teilweise sogar über die Einnahmeausfälle hinaus zu kürzen. Vielmehr gilt: Informationen über das aktu-

elle Zeitgeschehen und seine Hintergründe sind ein Wesensmerkmal von Rundfunk, zumal von Vollprogrammen, das nicht zur freien Disposition steht.

Die Direktorenkonferenz bekundete ihre Absicht, die „Rechtslage in Form einer Selbstverpflichtung der Veranstalter“ (ebd. 4) zu konkretisieren. Dies könne durch eine nach § 333 i. V. m. § 25 RSTV mögliche Richtlinie geschehen. Dabei handle es sich um eine Ausgestaltung der Rahmenbedingungen, die nicht in die Inhalte eingreife.

Mit ihrer Kritik und der angekündigten Regulierung kam die DLM bei den privaten Anbietern allerdings nicht gut an. Bei RTL sah man sich damit auch gar nicht gemeint, zumal bei *RTL Aktuell* die Überzeugung herrscht, dass eine Nachrichtensendung zur „Marke“ des eigenen Senders dazu gehört. Auch Thomas Ebeling, der Vorstandsvorsitzende der ProSiebenSat.1. Media AG, erklärte, noch bevor er N24 verkaufte, dass es „[n]atürlich ... auch künftig Nachrichten bei Sat. 1, Pro Sieben und Kabel 1 geben“ (SZ vom 27.11.2009) werde. Allerdings bekannte er auch: „Nachrichten sind für uns als Gruppe in jedem Fall ein Zuschussgeschäft. ... Nachrichten sind vielleicht für das Image bei Politikern wichtig, aber nicht unbedingt bei allen Zuschauern.“ (ebd.) Und der Verband der privaten Rundfunk- und Telekommunikationsanbieter verwahrte sich gegen die „Drohszenarien“ und sah sich in die „medienpolitische Steinzeit“ der 1980er Jahre zurückversetzt (FAZ vom 3.3.2010).



<http://www.springer.com/978-3-531-18771-6>

Fernsehwelten

Auslandsnachrichten im deutschen Fernsehen

Quandt, T.; Wilke, J.; Heimprecht, C.; von Pape, T.

2014, VI, 159 S. 9 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-531-18771-6