

Bernd Vehlow  
**Qualität von Spätnachrichten-Sendungen**

## Reihe ANGEWANDTE MEDIENFORSCHUNG

- Band 1: Hans-Bernd Brosius, Andreas Fahr: **Werbewirkung im Fernsehen**
- Band 2: Hans-Bernd Brosius, Andreas Fahr, Camille Zubayr (Hrsg.): **Meinung, Meinungsvielfalt, Meinungsrelevanz.** Interdisziplinäre Perspektiven
- Band 3: Camille Zubayr: **Der treue Zuschauer?** Zur Programmbindung im deutschen Fernsehen
- Band 4: Wolfgang Donsbach (Hrsg.): **Public Relations in Theorie und Praxis**
- Band 5: Helmut Scherer, Hans-Bernd Brosius: **Zielgruppen, Publikumssegmente, Nutzergruppen**
- Band 6: Florian Breunig: **Marktchancen des digitalen Fernsehens**
- Band 7: Andreas Kindel: **Erinnern von Radionachrichten**  
Eine empirische Studie über die Selektionsleistung der Hörer von Radio-Nachrichten
- Band 8: Stefan Weiler: **Die neue Mediengeneration**  
Eine empirische Studie über die Entwicklung von Medienpräferenzen
- Band 9: Andreas Fahr, Camille Zubayr: **Fernsehbeziehungen: Vorbild oder Trugbild für Jugendliche?**
- Band 10: Andreas Weiß: **Wer sieht sich das nur an?** Dem Zuschauer von Daily-Talkshows auf der Spur
- Band 11: Alexander von Engelhardt: **Werbewirkungsmessung**
- Band 12: Uwe Hasebrink, Patrick Rössler (Hrsg.): **Publikumsbindungen  
Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration**
- Band 13: Julia Spanier: **Werbewirkungsforschung und Mediaentscheidung**
- Band 14: Silvia Knobloch: **Schicksal spielen**  
Interaktive Unterhaltung aus persönlichkeitspsychologischer und handlungstheoretischer Sicht
- Band 15: Raphael Rossmann: **Werbeflucht per Knopfdruck**
- Band 16: Gabriele Fischer: **Fernsehmotive und Fernsehkonsum von Kindern**  
Eine qualitative Untersuchung zum Fernsehalltag von Kindern im Alter von 8 bis 11 Jahren
- Band 17: Patrick Rössler, Uwe Hasebrink, Michael Jäckel (Hrsg.): **Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung**
- Band 18: Volker Gehrau: **Fernsehgenres und Fernsehgattungen**
- Band 19: Andreas Fahr: **Katastrophale Nachrichten?** Analyse der Qualität von Fernsehnachrichten
- Band 20: Christian Schneiderbauer (Hrsg.): **Daily Talkshows unter der Lupe.** Wissenschaftliche Beiträge aus Forschung und Praxis
- Band 21: Annette Brandl: **Webangebote und ihre Klassifikation**
- Band 22: Constanze Roßmann: **Die heile Welt des Fernsehens**  
Eine Studie zur Kultivierung durch Krankenhausserien
- Band 23: Patrick Rössler, Susanne Kubisch, Volker Gehrau (Hrsg.): **Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung**
- Band 24: Nicole Klöveckorn: **Sehen wir, was wir wollen?**
- Band 25: Elke Kronewald: **Big Brother in Deutschland - Grand Hermano in Spanien**
- Band 26: Daniela Schlütz: **Bildschirmspiele und ihre Faszination**
- Band 27: Jella Hoffmann: **Verbrechensbezogene TV-Genres aus der Sicht der Zuschauer**
- Band 28: Veronika Karnowski: **Von den Simpsons zur Rundschau**  
Wie sich Fernsehnutzung im Laufe des Lebens verändert
- Band 29: Nikolaus Schmitt-Walter: **Online-Medien als funktionale Alternative?**
- Band 30: Jeannine Simon: **Wirkungen von Daily Soaps auf Jugendliche**
- Band 31: Daniela Kühnert: **Sportfernsehen & Fernsehsport**
- Band 32: Torsten Maurer: **Fernsehnachrichten und Nachrichtenqualität**
- Band 33: Simone Rödder: **Das Buch des Leben in der Presse**
- Band 34: Reimar Zeh: **Kanzlerkandidaten im Fernsehen**
- Band 35: Michael Jäckel, Hans-Bernd Brosius (Hrsg.): **Nach dem Feuerwerk: 20 Jahre duales Fernsehen in Deutschland**
- Band 36: Christian Böringer: **Programmwerbung durch Trailer**


**ANGEWANDTE MEDIENFORSCHUNG**

Schriftenreihe für die Kommunikationswissenschaft

Band 37

Bernd Vehlow

**Qualität von  
Spätnachrichten-Sendungen**

  
Verlag Reinhard Fischer  
M Ü N C H E N

Redaktion der Reihe  
ANGEWANDTE MEDIENFORSCHUNG:

Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius  
Institut für Kommunikationswissenschaft  
und Medienforschung  
Universität München  
Oettingenstr. 67  
80538 München

ISBN 3-88927-396-3

© Verlag Reinhard Fischer 2006, Weltistr. 34, 81477 München

**[www.Verlag-Reinhard-Fischer.de](http://www.Verlag-Reinhard-Fischer.de)**

Ohne Genehmigung des Verlages ist es nicht gestattet, Seiten auf irgendeine Weise  
zu vervielfältigen. Genehmigungen erteilt der Verlag auf Anfrage.

Druck und Bindung: dokupoint, Magdeburg

---

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b>	<b>7</b>
<b>2. Fernseh-Nachrichten</b>	<b>9</b>
2.1 Nachrichten-Konzepte und Hauptnachrichten-Sendungen.....	9
2.2 Spätnachrichten-Sendungen .....	12
2.2.1 Entstehung der Spätnachrichten-Sendungen .....	12
2.2.2 Ausrichtung der Spätnachrichten-Sendungen .....	14
2.2.3 Hintergrund der Einführung von Spätnachrichten-Sendungen .	16
2.2.4 Zuschauer-Akzeptanz von Spätnachrichten-Sendungen .....	16
2.3 Zusammenfassung.....	19
<b>3. Qualität im Journalismus</b>	<b>20</b>
3.1 Qualitätssicherung.....	21
3.2 Qualität aus Sicht des Publikums .....	23
<b>4. Qualitätskonzept nach Schatz und Schulz</b>	<b>25</b>
4.1 Vielfalt.....	25
4.1.1 Strukturelle Vielfalt.....	26
4.1.2 Inhaltliche Vielfalt.....	28
4.2 Relevanz.....	30
4.3 Professionalität.....	37
4.3.1 Inhaltliche Professionalität.....	37
4.3.2 Formale Professionalität.....	40
4.4 Akzeptanz.....	42
4.5 Rechtmäßigkeit.....	43
4.6 Zusammenfassung.....	45
<b>5. Forschungsfragen</b>	<b>47</b>
<b>6. Methodisches Vorgehen</b>	<b>50</b>
6.1 Operationalisierung .....	50
6.2 Aufbau des Codebuches .....	53
6.3 Stichprobenziehung.....	55
6.4 Pretest.....	58
6.5 Datenerhebung .....	60
6.6 Reliabilität und Validität .....	60
6.6.1 Intracoder-Reliabilität .....	60
6.6.2 Validität.....	63
<b>7. Ergebnisse</b>	<b>64</b>
7.1 Qualitätsdimension Vielfalt.....	64
7.1.1 Themenvielfalt .....	64

---

7.1.1.1	Themenvielfalt .....	64
7.1.1.2	Vielfalt von Einzelthemen.....	69
7.1.1.3	Weitere Aspekte der Themenvielfalt.....	72
7.1.2	Vielfalt der Akteure.....	77
7.1.3	Vielfalt der Gestaltung .....	84
7.1.4	Zwischenfazit: Vielfalt.....	88
7.2	Qualitätsdimension Relevanz .....	89
7.2.1	Bestimmung der Relevanz .....	89
7.2.2	Berücksichtigung der Relevanz.....	90
7.2.3	Umfang der Berichterstattung über relevante Themen.....	92
7.2.4	Länge der Beiträge zu relevanten Themen.....	96
7.2.5	Platzierung der Beiträge zu relevanten Themen.....	97
7.2.6	Konsonanz der Berichterstattung .....	101
7.3	Qualitätsdimension Professionalität .....	105
7.3.1	Inhaltliche Professionalität / Objektivität.....	105
7.3.1.1	Vollständigkeit und Richtigkeit der Berichterstattung ...	105
7.3.1.2	Qualität der Recherche .....	110
7.3.1.3	Aktualität der Beiträge .....	115
7.3.1.4	Neutrale Berichterstattung.....	117
7.3.1.5	Quellentransparenz.....	123
7.3.1.6	Hintergrund-Informationen / Kontext-Erläuterung .....	126
7.3.1.7	Zwischenfazit: inhaltliche Professionalität .....	128
7.3.2	Formale Professionalität der Nachrichtensendungen .....	128
7.3.2.1	Plausibilität der Beiträge .....	129
7.3.2.2	Verständlichkeit der Moderation.....	131
7.3.2.3	Grafische Aufbereitung der Beiträge .....	136
7.3.2.4	Geben Text und Bild den gleichen Inhalt wieder? .....	139
7.3.2.5	Formale Fehlleistungen .....	140
7.3.2.6	Zwischenfazit: Formale Professionalität .....	141
7.3.3	Mehrfachverwertung von Beiträgen.....	142
<b>8.</b>	<b>Diskussion und Ausblick</b> .....	<b>146</b>
8.1	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	146
8.2	Interpretation .....	149
8.3	Kritik und Ausblick .....	152
<b>9.</b>	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>155</b>
<b>10.</b>	<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>162</b>
<b>11.</b>	<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>162</b>
<b>12.</b>	<b>Codebuch</b> .....	<b>C1</b>

# 1. Einleitung

„Redaktionsschluss 00:28 Uhr“ – das schreibt die *Welt kompakt* am 14. September 2004 deutlich sichtbar in ihren Titel. Die modern gestaltete Tageszeitung im Tabloid-Format unterstreicht so ihren Anspruch auf Aktualität. Denn die Leser sollen am Morgen alle wichtigen Ereignisse des Vortages präsentiert bekommen. Dazu gehören auch die Geschehnisse des späten Abends. Der Redaktionsschluss der *Welt kompakt* passt sich dem Tagesgeschehen an und variiert, je nachdem was am Abend noch Wichtiges in der Welt passiert - allerdings liegt er immer nach Mitternacht.

Aktualität nach Mitternacht ist auch das, was einige deutsche Fernsehsender ihrem Publikum bieten wollen. Die Zuschauer sollen vor dem Schlafengehen noch einmal über alles Wichtige vom Tage informiert und auf den neuesten Stand der Geschehnisse gebracht werden. Zu diesem Zweck hat der Kölner Sender RTL zu Beginn des Jahres 1994 ein Nachrichten-Format gestartet, das es in der deutschen Fernsehlandschaft bis dahin nicht gab: eine ausführliche Nachrichten-Sendung um Mitternacht. Auf den überraschenden Erfolg des *RTL Nachtjournals*, so der Titel der ersten deutschen Spätnachrichten-Sendung, reagierten bald auch die öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF und führten ebenfalls Spätnachrichten ein. Nachdem auch Sat.1 im Jahr 2001 nachzog, haben nun die vier wichtigsten deutschen Fernsehsender Spätnachrichten-Sendungen im Programm – um eine Uhrzeit, zu der bei der Konkurrenz hauptsächlich alte Serien oder Spielfilme, Wiederholungen des Tagesprogramms und jede Menge Erotik-Clips zu sehen sind. Insofern kann alleine schon das Angebot einer Nachrichten-Sendung nach Mitternacht als Insel der Qualität im nächtlichen TV-Programm angesehen werden.

Qualität ist auch das Stichwort, das im Folgenden in den Mittelpunkt gerückt werden soll. Zwar gibt es eine ganze Reihe von Untersuchungen und Studien zu den Nachrichten-Sendungen im deutschen Fernsehen (z.B. Weiß/Trebbe, 1994; Krüger, 1997; Brosius/Zubayr/Fahr, 1999; Wolling, 2002; Krüger/Zapf-Schramm, 2003). Der Blick richtet sich dabei jedoch meist auf die Sendungen mit den höchsten Zuschauerquoten. Das sind die Hauptnachrichten-Sendungen wie die *Tagesschau* und *heute* von ARD und ZDF sowie die Sendungen der Privaten, allen voran *Sat.1 18:30* und *RTL aktuell*. Andere Nachrichtenformate werden dagegen nur selten betrachtet.

Zehn Jahre nach der Einführung der Spätnachrichten ist es Zeit, auch diese Sendungen einmal in den Fokus der Wissenschaft zu rücken. Mögliche Fragen zu den Nachrichten am späten Abend gibt es viele: Worüber berichten Spätnachrichten-Sendungen? Wie gut informieren sie ihre Zuschauer? Sind sie eine Alternative zu den Hauptnachrichten? Aber vor allem eine Frage drängt sich auf: Wie gut oder wie schlecht ist die Qualität der Spätnachrichten-Sendungen?

Die vorliegende wissenschaftliche Arbeit untersucht die Qualität der verschiedenen Spätnachrichten-Sendungen im deutschen Fernsehen. Das Ziel ist dabei, Qualitätsunterschiede zwischen den unterschiedlichen Spätnachrichten herauszufinden. Auch die Frage, ob die Qualität der Spätnachrichten mit der in den Hauptsendungen verglichen werden kann, ist von zentraler Bedeutung.

Um diese Fragen beantworten zu können, sollen in einem ersten Schritt die verschiedenen Sendungen in ihrer Entwicklung und Konzeption porträtiert werden. Ausgangspunkte der Untersuchung sind dabei die unterschiedlichen Nachrichten-Konzepte der Fernsehsender (Kapitel 2). Im Anschluss an einen kurzen Überblick zur kommunikationswissenschaftlichen Qualitätsdiskussion in Kapitel 3 werden Kriterien gesucht, die zur Bewertung der Qualität von Nachrichten-Sendungen geeignet sind. Im Zentrum steht hier das von Schatz und Schulz (1992) entwickelte Konzept zur normativen Bewertung der Qualität von Fernsehprogrammen (Kapitel 4). Im folgenden Kapitel 5 werden Forschungsfragen aufgestellt, anhand derer die Qualität von Spätnachrichten-Sendungen überprüft und mit den Hauptnachrichten verglichen werden soll.

Der empirische Teil beginnt mit der Entwicklung eines Codebuchs für eine Inhaltsanalyse der Spätnachrichten-Sendungen. Zudem wird die Durchführung dieser Inhaltsanalyse erläutert (Kapitel 6). Die Beantwortung der Forschungsfragen anhand der Auswertung der Inhaltsanalyse bildet die Grundlage der Qualitätsbewertung. Diese werden in Kapitel 7 ausführlich präsentiert. Die wichtigsten Befunde werden in einer abschließenden Zusammenfassung der Ergebnisse noch einmal erläutert und interpretiert. In Kapitel 8 schließt die Arbeit mit einer kritischen Würdigung der Untersuchung sowie einem Ausblick auf weitere mögliche Forschungsfelder in diesem Zusammenhang.