

- > Unter der Fragmentierung des Marktes haben die privaten Sender mehr gelitten als ARD und ZDF
- > ARD erreicht heute wieder mehr Zuschauer als Mitte der 90er Jahre
- > Informationssendungen und Filme tragen gleichermaßen zum Erfolg des Ersten bei

„Es gibt eine Restabilisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“

> Interview mit Dr. Günter Struve, Programmdirektor Das Erste



> Dr. Günter Struve

Geboren: 1941

Studium an der FU Berlin

1964 Mitarbeiter im Büro Willi Brandts
anschließend Leiter des Büros des Regierenden
Bürgermeisters von Berlin

Von 1973 -1977 Sprecher des Berliner Senats,
danach Staatssekretär für kulturelle Angelegenheiten

Von 1982 -1984 Geschäftsführer der Berliner
Synchron Wenzel Lüdecke

1985 - 1992 Programmdirektor Fernsehen des WDR

Seit 1992 Programmdirektor der ARD

Die 20.00 Uhr- „Tagesschau“ im Ersten war auch im ersten Quartal 2008 die meistgesehene Nachrichtensendung in Deutschland. Mit einer durchschnittlichen Zuschauerzahl von 9,34 Millionen liegt die „Tagesschau“ klar vor „heute“, das in ZDF und in 3sat zusammen rund 4,64 Millionen Zuschauer täglich einschalteten, und „RTL Aktuell“ mit 4,23 Millionen Zuschauern. Auch bei den 14-49 Jährigen ist die „Tagesschau“ (1,90 Millionen) führend, gefolgt von „RTL Aktuell“ (1,63 Millionen) und „heute“ (0,60 Millionen). Für Dr. Günter Struve, Programmdirektor Erstes Deutsches Fernsehen, ist es ein Beweis für die Richtigkeit seiner Strategie ,das Informationsangebot im Ersten ständig zu verbessern. „Das garantiert“, so Struve, „die stark bleibende Qualität und Quote des Nachrichtenflaggschiffs der ARD.“ Die neue Konkurrenz durch die „Sat.1 Nachrichten“ sieht Dr. Struve übrigens weiterhin gelassen. Bislang hätten sich die Bemühungen von Sat.1 nicht positiv auf die Akzeptanz der Zuschauerzahlen ausgewirkt. Die Reichweite sei trotz attraktiverer Sendezeit gefallen.

Im September verabschiedet sich der Programmdirektor des Ersten nach 16 Jahren in den Ruhestand. Fragen an Dr. Günter Struve zu Zuschauerquoten, Imagefaktoren, Akzeptanz im Osten, Veränderungen der Fernsehnutzung und die Restabilisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

promedia: Herr Struve, nachdem so manche Kommentatoren nach den Zahlen 2007 einen dauerhaften Rückgang des Fernsehkonsums vorausgesagt haben, haben Sie diese Thesen ins Reich der Legende verwiesen. Das erste Quartal 2008 war eines der zuschauerstärksten. Warum waren Sie sich so sicher, dass die TV-Nutzung nicht zurückgeht?

Struve: Seit dem Jahr 2000 ist der Fernsehkonsum kontinuierlich gestiegen. 2007 hat sich die durchschnittliche Sehdauer pro Tag im Vergleich zum Vorjahr um vier Minuten verringert. Ausschlaggebend dafür war in erster Linie das schöne Wetter im April – so simpel ist das. Im ersten Quartal 2008 lag die durchschnittliche Sehdauer pro Tag bei 227 Minuten. Dies liegt über den durch-

schnittlichen Werten der letzten Jahre, was vor allem daraus resultiert, dass die zuschauerschwachen Monate in diesem Jahr erst noch kommen. Vergleicht man den ersten Quartalswert 2008 mit dem des Vorjahres (229 Minuten), liegt der Fernsehkonsum auf einem ähnlichen Niveau.

promedia: Dennoch erreichen Sie mit dem Ersten tendenziell immer weniger Zuschauer, im ersten Quartal nur einen Marktanteil von 13,3 Prozent. Ist das für einen gebührenbezahlten Sender nicht zu wenig?

Struve: Im ersten Quartal hatte Das Erste einen Marktanteil von 13,3 Prozent, aber wir waren damit immerhin gemeinsam mit dem ZDF Marktführer. Die Dritten hatten kumuliert 13,4 Prozent und damit war die ARD-Familie - ohne 3 SAT, Phoenix und Kinderkanal - mit 26,7 Prozent ohnehin mit Abstand die stärkste Senderfamilie. Von einem Zuschauerschwund kann also nicht die Rede sein.

promedia: Der Marktanteil der öffentlich-rechtlichen Sender sank aber seit 1992, dem Jahr als Sie ARD-Programmdirektor wurden, von ca. 52 Prozent auf etwa 40 Prozent. Lässt sich damit auf Dauer die Gebühr rechtfertigen?

Struve: Aber ja. Und mal andersherum gedacht: Mit entsprechender Programmierung, also mehr leichter Kost, wäre es doch einfach, unseren Marktanteil zu erhöhen – aber wir haben einen Programmauftrag und dem kommen wir gerne nach.

promedia: Doch Sie erhalten Gebühren von der Mehrzahl der erwachsenen Bevölkerung, die Sie jedoch nicht mehr in dem Maß erreichen, wie noch vor Jahren. Sehen Sie nicht eine Gefahr, dass die Gebühren nicht mehr

akzeptiert werden, wenn nicht eine bestimmte Anzahl von Zuschauern regelmäßig Das Erste einschaltet?

Struve: Ja, das stimmt. Der frühere ZDF-Intendant Stolte hat einmal gesagt, wenn das ZDF unter 12,5 Prozent Marktanteil sinkt, dann würde er sehr nachdenklich werden. Ich habe in meinem Leben keine Zahl genannt, sondern drücke es lieber positiv aus. Solange der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit all seinen Angeboten im Durchschnitt ein Drittel erreicht, stellt sich die Legitimationsfrage aus Quotensicht nicht. Hier sehe ich ARD und ZDF und die Kooperationsprogramme als Einheit. Wir liegen bei 26,7 Prozent, das ZDF bei über 13 Prozent, was zusammen mit den kooperierten Angeboten einen Marktanteil von 40 Prozent bedeutet. Wir sind prozentual gegenüber unseren kommerziellen Mitbewerbern deutlich stärker als vor 13 Jahren, als Das Erste auf dem letzten Platz der großen Sender lag. Jetzt ist es vier Jahre hintereinander der meistgesehene Sender, aber Marktführer auf einem immer etwas abgesenkten Niveau. Dafür nehmen 3Sat und ähnliche Angebote leicht und hinter dem Komma zu, so wie wir leicht und hinter dem Komma abnehmen. Das wird mit den Digitalangeboten, wenn sie richtig eingeführt sind, weitergehen.

Und: Solange die vier öffentlich-rechtlichen und privaten Vollprogramme in Deutschland bei über 40 Prozent liegen, dienen sie als gesellschaftspolitische Klammer, die Öffentlich-Rechtlichen deutlich mehr als die Kommerziellen. Im Bereich der Information, wo wir etliche Zuschauer an uns binden, fallen die Kommerziellen durch „freiwillige Selbstbeschränkung“ fast völlig raus.

promedia: Woher resultiert der Verlust an Zuschauern bei der ARD und damit auch ein Rückgang an gesellschaftlichem Einfluss?

Struve: Der Verlust von Zuschauern liegt schlicht und ergreifend in einem rasant wachsenden Angebot: 1992 waren in Deutschland durchschnittlich 15 Sender empfangbar, 2007 waren es durchschnittlich 63. Der Verlust von Zuschauern ist die eine Sache, dass damit ein Verlust von gesellschaftlichem Einfluss einhergeht, bestreite ich: Bei allen Umfragen – und damit sind nicht nur jene gemeint, die im Auftrag der öffentlich-rechtlichen Sender gemacht werden – schneidet Das Erste, wenn es um Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit geht, immer am besten ab.

promedia: Wenn aber die Zahl derer, die die politischen Programme sehen, gering bleibt, stellt sich dann nicht doch die Gefahr des sinkenden gesellschaftlichen Einflusses?

Struve: Das glaube ich nicht. Die meinungsbildenden Zuschauer scharen sich wieder stärker um uns. Da stütze ich mich auf unsere Umfragen, die wir genauso sorgfältig anschauen, wie die täglichen Quoten und Marktanteile. Dort erreichen wir eine Stabilität, die enorm ist. Wir fragen regelmäßig: „Welcher Sender ist der zuverlässigste, welcher der beliebteste, welchen würden Sie wählen, wenn Sie nur einen wählen dürften?“ Das ist natürlich schon ein Hinweis auf gesellschaftliche Bedeutung, wenn dort die Mehrheit der Menschen, selbst etliche Zuschauer, die im täglichen Leben die Kommerziellen bevorzugen, sagen, dass sie Das Erste nehmen würden, gäbe es nur ein Programm. Mittlerweile kommen die Dritten bei dieser Frage auch sehr gut weg. Das ARD-Angebot ist noch höher angesehen, als es eingeschaltet wird, und solange das so ist, sehe ich keinen Verlust an gesellschaftlichem Einfluss.

promedia:

Dann muss es doch möglich sein, den Zuschaueranteil zu erhöhen, wenn die Akzeptanz seit Jahren so hoch ist...

Struve: Das stimmt nicht ganz. 1995 war die Nummer eins bei dieser Frage RTL. Es gibt also eine Restabilisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

promedia: Worauf führen Sie die Restabilisierung zurück?

Struve: Weil unter einer weiteren Fragmentierung des Marktes die Kommerziellen noch mehr gelitten haben als wir. Man kann es auch idealistisch ausdrücken: Weil die Zuschauer erkannt haben, dass Qualität zählt. Aber empirisch nachweisen lässt sich, dass die Kommerziellen bei der Fragmentierung deutlich mehr Federn haben lassen müssen als wir.

promedia: Lassen sich die Verluste im klassischen Fernsehen durch das Internet kompensieren?

Struve: Wir wollen durch das Internet nichts kompensieren: Vielmehr geht es uns darum, nicht von Verbreitungswegen ausgeschlossen zu werden.

Und natürlich wird unser programmbegleitendes Angebot im Internet von jungen Zuschauern genutzt, die mit dem Medium Internet aufgewachsen sind.

promedia: Wäre der Anteil der öffentlich-rechtlichen ohne Konkurrenz zwischen ARD und ZDF schlechter?

Struve: Ich glaube nicht, denn es kommt doch immer auf die Inhalte an.

promedia: War diese Konkurrenz auch nach außen für Sie eigentlich „echt“ oder Teil des Marketings für Das Erste?

Struve: Die ARD schätzt unsere öffentlich-rechtlichen Freunde vom ZDF – echt!

promedia: Das Erste weist einen hohen Anteil an Informationssendungen aus. Begrenzt das dann nicht automatisch Ihre Akzeptanz und Mehrheitsfähigkeit?

Struve: Das sehe ich nicht so: 44 Prozent unseres Programms sind Informationssendungen und 34 Prozent der Zeit, die die Zuschauer mit dem Ersten verbringen, verbringen sie genau mit diesen Informations-

„Die gesellschaftspolitische Bedeutung des Programms hängt weniger vom Marktanteil, sondern sehr stark von Imagefaktoren ab.“

sendungen. Das ist doch sehr viel. Bei unserem fiktionalen Angebot liegt das Verhältnis von Angebot und Nachfrage bei 39 zu 34 Prozent. D.h. Informationssendungen und Filme trugen im I. Quartal 2008 *gleichermaßen* zum Erfolg des Ersten bei.

promedia: Wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk dazu gezwungen würde, sich noch mehr auf Bildung und Information zu konzentrieren, würde das dazu führen, dass Sie weiter Zuschauer verlieren würden?

Struve: Diese Diskussion wurde von der Konkurrenz angestoßen und ist im Sande verlaufen und wird auch nicht funktionieren. Die gesellschaftliche Bedeutung von arte z.B., das in diesem Jahr einen Marktanteil von 0,7 Prozent erreicht, ist riesengroß.

Fragt man Meinungsträger, welchen Sender sie am meisten sehen und am wunderbarsten finden und der ihr Lebensgefühl am ehesten wiedergibt, dann antworten sie: arte. Von denen haben dann wiederum ein Drittel keinen Fernseher, aber es zeigt, dass die gesellschaftspolitische Bedeutung nicht am Marktanteil hängt, sondern tatsächlich sehr stark an Imagefaktoren. Deshalb versuche ich

immer zu vermitteln, dass die Imagefaktoren ungleich wichtiger sind als die konkreten Marktanteile.

promedia: Welche Rolle spielen bei der Zuschauerernutzung eindeutig öffentlich-rechtliche Angebote – oder gibt es diese außerhalb der Informationssendungen gar nicht mehr?

Struve: Aber selbstverständlich gibt es die auch jenseits der Information. Denken Sie an unsere Events im fiktionalen Bereich, zum Beispiel an „Die Frau vom Checkpoint Charlie“, „Contergan“ oder das jüngste Beispiel, der zweiteilige Fernsehfilm „Teufelsbraten“.

Erwähnen will ich auch unsere Reihe „Debüt im Ersten“, die Filme von jungen Autoren und Regisseuren vorstellt, die mit Unterstützung und in enger Zusammenarbeit mit den Debüt-Redakteuren in den Landesrundfunkanstalten entstanden sind. So erfolgreich, dass beispielsweise der letztjährige Eröffnungsfilm von „Debüt im Ersten“ den Deutschen Fernsehpreis gewonnen hat. Originär öffentlich-rechtliche Angebote sind anspruchsvolle Talk-Sendungen, unsere Wissensformate, Kabarett, aber auch Sendungen zu religiösen Fragen und Inhalten.

promedia: 1992 stießen der MDR und der ORB zur ARD. Dass die öffentlich-rechtlichen Sender insgesamt bei den Marktanteilen seitdem verloren haben, liegt doch auch daran, dass die Ostdeutschen in einem starken Maße sehr die privaten Sender bevorzugt haben...

Struve: Anfangs ja, aber auch dort haben RTL und Sat.I Federn lassen müssen. Die neuen

Länder waren deren Hochburgen in den stärksten Jahren. Über unsere Akzeptanz im Osten bin ich längst nicht mehr so unglücklich, wie ich es vor zehn Jahren war. Denn, wenn über alle diese Jahre das MDR-Programm das erfolgreichste deutsche Regionalprogramm überhaupt gewesen ist, dann deutet es darauf hin, dass ein ARD-Angebot im Osten enorm viele Zuschauer ansprechen kann.

Und der MDR und Das Erste sind deutlich stärker als RTL oder Sat.I oder irgendeine andere Familie. Es gibt keine stärkere Programmfamilie als uns – weder im Westen noch im Osten.

Während es die Dritten Programme im Jahre 2008 im Westen relativ schwer haben, liegen sie in den neuen Bundesländer so stabil wie ein Brett. Auch das rbb-Fernsehen kann Zuwächse verzeichnen.

promedia: Hat das etwas mit dem sehr starken Regionalbezug zu tun, der natürlich zwangsläufig im Ersten nicht besteht?

Struve: Der Regionalbezug ist immer stark, auch in Schleswig-Holstein und Baden-Württemberg und Bayern. Aber es ist die andere Ansprache, sowohl in den unterhaltenen als auch in den Informationsformaten. Die Mitarbeiter in Leipzig oder im Schweriner Landesfunkhaus wissen, dass die Bürger dort eher Programme ansehen, bei denen sie einen Mehrwert vermuten, also Informations- oder Serviceprogramme.

Wo sie den Mehrwert nicht vermuten, sondern allgemeine politische Grundsätze, wie in politischen Magazinen, schalten sie nur

ganz schwach ein. „plusminus“ z.B. wird im Osten sehr gut eingeschaltet, weil es sich an Verbraucher richtet.

promedia: Wenn Sie Ihr Programm planen, haben Sie dann im Hinterkopf, dass die Zuschauer in den neuen Ländern mit den Dritten gut bedient sind, so dass Sie westlastiger planen können?

Struve: Wir planen weder für den Westen noch für den Osten, sondern für das Gebiet, in dem die Menschen für uns Gebühren zahlen. Und abgesehen davon, spielen viele unserer Serien im Osten und werden dort auch gedreht: „In aller Freundschaft“ spielt in Leipzig, „Familie Dr. Kleist“ in Eisenach, „Tierärztin Dr. Mertens“ in Leipzig und „Die Stein“, unsere neue Hauptabendserie, die im Sommer startet, in Brandenburg. Der Osten ist mittlerweile in einigen unserer Genres stärker vertreten als der Westen, obwohl seine Bevölkerungszahl und Wirtschaftskraft kleiner sind. Wir haben das Nachmittagsprogramm um ein Ostformat gebaut, nämlich „Elefant, Tiger & Co.“, was jetzt viele nachgemacht haben.

Der Osten kommt bei uns im Programm, auch in den hochattraktiven Krimi-Formaten wie „Polizeiruf 110“ und „Tatort“ gut vor und wird auch von den westlichen Zuschauern durchaus angenommen.

Und mit einzelnen Sendungen erreichen wir im Osten prozentual mehr Zuschauer als im Westen: Jedes Volksmusikfest hat im Osten einen höheren Marktanteil.

promedia: Wie viele weiße Flecken hat Ihr Programm noch für das 2. Halbjahr?

Struve: Keine.

promedia: Welche Programmplätze machen Ihnen gegenwärtig am meisten Kopfzerbrechen?

Struve: Der Vorabend um 18.55 Uhr, der Sendeplatz für unsere Dokumentationen am Montag um 21.00 Uhr und die unterschiedlichen Anfangszeiten der „Tagesthemen“. Das sind drei „Baustellen“, mit denen wir uns intensiv beschäftigen.

promedia: 2008 müsste mit den Sportereignissen ein Top-Jahr für Das Erste werden. Wie lautet Ihre Prognose für die Marktanteile?

Struve: Es wird sicher ein gutes Jahr werden. Richtig darüber freuen werden wir uns, wenn am Neujahrstag 2009 alle Zahlen vorliegen.

promedia: Werden Sie sich diese Zahlen denn auch als Privatmann anschauen?

Struve: Auf jeden Fall, schließlich habe ich fünf Sechstel des Jahres 2008 mitgewirkt. (HH)



Die „Tagesschau“, hier mit Sprecherin Laura Dünnwald, ist nach wie vor die meistgesehene Nachrichtensendung in Deutschland