

Programmanalyse der türkischsprachigen Fernsehsender Dügün TV, Kanal Avrupa und TürkShow

im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

Kurzfassung

Medien Institut, Mai 2011

Dr. Andreas Vlašić
Ina Hohenegger

Über das Medien Institut

Das Medien Institut steht seit 1992 für effiziente Forschung am Schnittpunkt zwischen wissenschaftlicher und angewandter Kommunikations- und Marktforschung. Kompetente Wissenschaftler arbeiten mit erfahrenen Praktikern eng zusammen, um neueste Forschungsergebnisse kontinuierlich in die Praxis zu integrieren und somit die Effektivität und Effizienz von Kommunikation noch genauer zu erfassen.

Zum Leistungsspektrum des Medien Institut Ludwigshafen gehören alle Formen der evaluativen und strategischen Kommunikationsforschung, etwa Analysen zur Werbewirkung, Medienresonanz, Kundenzufriedenheit oder Event-Evaluationen.

Kontakt:
Medien Institut
Rheinuferstraße 9
67061 Ludwigshafen am Rhein
Tel.: +49 (0) 621 - 52 67 44
Fax: +49 (0) 621 - 52 67 45

0 Executive Summary

- Für die türkischsprachigen Fernsehsender Dügün TV, Kanal Avrupa und TürkShow wurde eine Programmanalyse durchgeführt, Basis der quantitativen Inhaltsanalyse war jeweils eine vollständige künstliche Programmwoche.
- Alle Sender legen ihren Schwerpunkt auf unterhaltende Formate, Kanal Avrupa und TürkShow haben darüber hinaus einen nennenswerten Anteil an Fernsehpublizistik in ihrem redaktionellen Programm.
- Im Mittelpunkt der redaktionellen Berichterstattung stehen Themen des gesellschaftlichen Lebens (Kirche und Religion, Darstellung einzelner Unternehmen, Traditionen und Bräuche), ein zweiter Themenschwerpunkt liegt bei Gesundheitsthemen, lediglich Kanal Avrupa beschäftigt sich nennenswert mit politischen Themen.
- Das redaktionelle Programm hat zumeist keinen (erkennbaren) aktuellen Anlass, als Akteure treten am häufigsten Privatpersonen und Journalisten auf.
- Dezidierte Nachrichtensendungen finden sich - in einem geringen Umfang - lediglich bei TürkShow (Übernahmen von DW-TV).
- Im Bereich der Unterhaltung ist eine klare Fokussierung auf non-fiktionale Unterhaltung festzustellen, fiktionale Unterhaltung spielt bei allen drei Programmen keine wichtige Rolle.
 - Bei Dügün TV nehmen Übertragungen von Hochzeiten oder Familienfesten sowie Call-In-Formate großen Raum ein.
 - Die non-fiktionale Unterhaltung bei TürkShow besteht vor allem aus Unterhaltungsshow und Call-In-Formaten, sowie Musiksendungen.
 - Kanal Avrupa sendet zur Unterhaltung hauptsächlich Musiksendungen.

1 Hintergrund und Forschungsgegenstand

Der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) obliegt als Lizenzgeberin für eine Reihe von privatwirtschaftlichen Fernsehprogrammen die Kontrolle der Einhaltung spezifischer Programmanforderungen, die mit der Lizenzierung verbunden sind. Zu den von der LfM lizenzierten Programmen zählen neben deutschsprachigen Programmen auch solche Fernsehsender, die ihre Programminhalte (vollständig oder überwiegend) in nicht-deutscher Sprache ausstrahlen. Selbstverständlich unterliegen auch diese Sender spezifischen Programmanforderungen und müssen im Hinblick auf deren Erfüllung evaluiert werden. Gegenstand des vorliegenden Forschungsprojekts ist daher eine Analyse des Programms von drei türkischsprachigen Fernsehsendern: Dügün TV, Kanal Avrupa und TürkShow. Zum einen gilt es zu überprüfen, inwiefern die an die Lizenzierung geknüpften Anforderungen durch die Programme erfüllt werden, zum anderen soll die Struktur der Programme abgebildet werden, um auf diese Weise das Angebot transparenter und mit anderen Programmen vergleichbar zu machen.

Betrachtet man die Mediennutzung der Migranten in Deutschland, so wird deutlich, dass der Auftrag zur Programmkontrolle auch eine gesellschaftliche Dimension hat: Die Fernsehnutzung in Deutschland lebender Migranten liegt auf einem ähnlich hohen Niveau wie bei der Residenzbevölkerung (Reichweite pro Tag Migranten: 83 Prozent, Reichweite pro Tag Deutsche: 89 Prozent). Dabei haben insbesondere türkischsprachige Medien für türkische Migranten eine hohe Relevanz. Der Studie „Migranten und Medien 2007“ der ARD/ZDF Medienkommission zufolge sind im engsten Relevant Set (Top 5-Sender) türkischer Migranten neben ProSieben mit Euro D, ATV, ShowTV und TGRT vier türkischsprachige Sender zu finden. Die für die Analyse ausgewählten Sender lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Dügün TV mit Sitz in Köln wurde am 01. April 2006 erstmals ausgestrahlt. Empfangbar ist der Sender via DVB-S (Türksat 3A), Veranstalterin ist die TeleBazar Marketing GmbH unter Geschäftsführer Mehmet Çoban. Die Lizenzierung durch die LfM erfolgte im März 2006 für die Dauer von 4 Jahren. Das Programm des Senders konzentriert sich auf die Themen Hochzeit, Ehe, Familie und Partnerschaft. Ein wesentliches Programmelement ist die Live-Übertragung von Hochzeitsfeiern aus Deutschland bzw. der Türkei.
- Kanal Avrupa mit Sitz in Duisburg ist seit dem 10. Januar 2005 auf Sendung. Das Programm wurde im Jahr 2005 für eine Dauer von 8 Jahren durch die LfM zugelassen. Empfangbar ist der Sender via DVB-S (Türksat 2A) und DVB-C (Unitymedia), Veranstalterin des Programms ist die Kanal Avrupa Media GmbH unter den Geschäftsführern Ali Osman Akbas und Ali Pasa Akbas. Das Programm des Senders, der nach Angaben der ALM

(vgl. ALM 2010b) 620.000 Haushalte in Deutschland erreicht, besteht vorrangig aus Dokumentationen und Informationssendungen sowie unterhaltenden Formaten. Der Fokus des Senders liegt auf Musiksendungen (Videoclips türkischer Musiker) und Talkshows.

- TürkShow wurde erstmals am 01. Juni 2005 vom Sendersitz Köln ausgestrahlt. Die Lizenzierung durch die LfM erfolgte im Jahr 2005 für die Dauer von 5 Jahren. Seit 2009 ist das Programm nicht mehr über Satellit, sondern nur noch via Kabel (in den Netzen von wilhelm.tel (Hamburg) und Unitymedia (NRW + Hessen)) zu empfangen. Veranstalterin des Senders ist die Sonfilm Marketing Film&TV GmbH unter Geschäftsführerin Güler Balaban. Im Programm von TürkShow dominieren die Themen Zeitgeschehen, Politik, Kultur, Gesellschaft und Sport.

Die Stichprobe der vorliegenden Untersuchung umfasst für jeden der drei Sender jeweils eine komplette Programmwoche. Um den Einfluss saisonaler Ereignisse zu minimieren, wurden künstliche Wochen gebildet. Die Aufnahmen der einzelnen Stichprobentage umfassen jeweils die gesamten 24 Stunden eines Sendetages (00:00:00 Uhr bis 00:00:00 Uhr).

1.1 Analysekonzept

Die Analyse umfasst vier Teilanalysen (vgl. Abbildung 1):

1. Die *Programmstrukturanalyse* untersucht die strukturelle Vielfalt des Programms der Sender (hier insbesondere informierende vs. unterhaltende Programmelemente).
2. Die *Programminhaltsanalyse* beleuchtet die inhaltliche Vielfalt des ausgestrahlten Programms.
3. Problematische Inhalte und vermittelte Metabotschaften zum Zusammenleben von Deutschen und Migranten werden in der *Programmproblemanalyse* ermittelt.
4. Die Einhaltung werberechtlicher Vorschriften wird abschließend in der *Programmwerbeanalyse* überprüft.

Abbildung 1: Analysekonzept



Die Teilanalysen beziehen sich auf unterschiedliche Ebenen: Die Programmstrukturanalyse erfolgt auf Basis der analysierten Sendungen (erste Ebene), alle weiteren Teilanalysen erfolgen auf Ebene der einzelnen Programmelemente bzw. Beiträge (zweite Ebene). Die Analysen der zweiten Ebene berücksichtigen ausschließlich solche Beiträge, bei denen eine weitere inhaltliche Analyse sinnvoll und möglich ist, d. h. redaktionelle Sendungen, Werbesendungen mit redaktionellem Inhalt sowie Werbespots.

Im Folgenden werden zentrale Befunde der *Programmstrukturanalyse* sowie der *Programminhaltsanalyse* dargestellt.

2 Ergebnisse

2.1 Programmstrukturanalyse

Die Programmstrukturanalyse unterscheidet auf einer aggregierten Ebene vier Programmgruppen: Redaktionelle Sendungen, Programmtrailer, Werbung und Sponsoring.

Die Analyse der täglichen Sendezeiten zeigt, dass die Programme der analysierten Sender überwiegend mit redaktionellen Sendungen (mindestens 80 Prozent) gefüllt werden (vgl. Abbildungen 2-4). Den zweitgrößten Raum nimmt mit rund einem Zehntel der Sendezeit die Werbung ein. Werbliche Inhalte treten formal gesehen ausschließlich in Form von Spotwerbung auf, dezidierte Teleshopping-Fenster oder (Dauer-) Werbesendungen finden sich auf keinem der drei Sender.¹

Betrachtet man die einzelnen Elemente der Programmgruppen detaillierter, so zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Programmen: Bei Dügün TV wird rund die Hälfte (50,1 Prozent) der redaktionellen Sendungen gesponsert (vgl. Abbildung 2). Den größten Anteil dieser gesponserten Sendungen bilden - die für den Sender charakteristischen - Hochzeitsübertragungen sowie weitere Sendungen zum Thema Ehe und Heirat. Darüber hinaus werden auch einzelne Magazinsendungen und Talk-Sendungen finanziell unterstützt. Bei den übrigen beiden Sendern liegt der Anteil gesponserter Sendungen deutlich niedriger: Kanal Avrupa bestreitet rund ein Drittel der Gesamtsendezeit mit unterstützten Musiksendungen, Serien oder Talk-Sendungen (vgl. Abbildung 3), TürkShow nur ein gutes Achtel (vgl. Abbildung 4).

Auch hinsichtlich der Spotwerbung finden sich unterschiedliche Profile bei den drei untersuchten Sendern. Dügün TV (8,8 Prozent) und TürkShow (7,4 Prozent) strahlen zum Großteil einzelne Teleshopping-Spots aus (vgl. Abbildung 2 und 4). Demgegenüber findet sich bei Kanal Avrupa überwiegend „klassische“ Spotwerbung (8,0 Prozent) und deutlich seltener Teleshopping-Spots (3,5 Prozent).

Als Programmüberbrückungen fungieren bei allen drei Sendern Trailerschleifen, Programmtafeln oder Programmtrailer. Programmverbindungen, wie Sendungs-/Sender-Promotion, Merchandising, Promotion von dritter Seite und Lotterien sind kein bzw. nur ein marginaler Bestandteil der Sendezeit. 0,5 Prozent bzw. 0,4 Prozent der Sendezeit der Sender Dügün TV (vgl. Abbildung 2) und Kanal

¹ Einen relativ großen Anteil im Programm der Sender haben *Teleshopping-Spots*, sie werden unter der Kategorie „Spotwerbung“ ausgewiesen.

Avrupa (vgl. Abbildung 3) werden mit Sponsorhinweisen gefüllt, der Sender TürkShow verwendet dafür 0,3 Prozent der Sendezeit (vgl. Abbildung 4).

Die Abbildungen 2-4 visualisieren die Programmstruktur nochmals für jeden Sender im Detail.

Abbildung 2: Programmstruktur Dügün TV

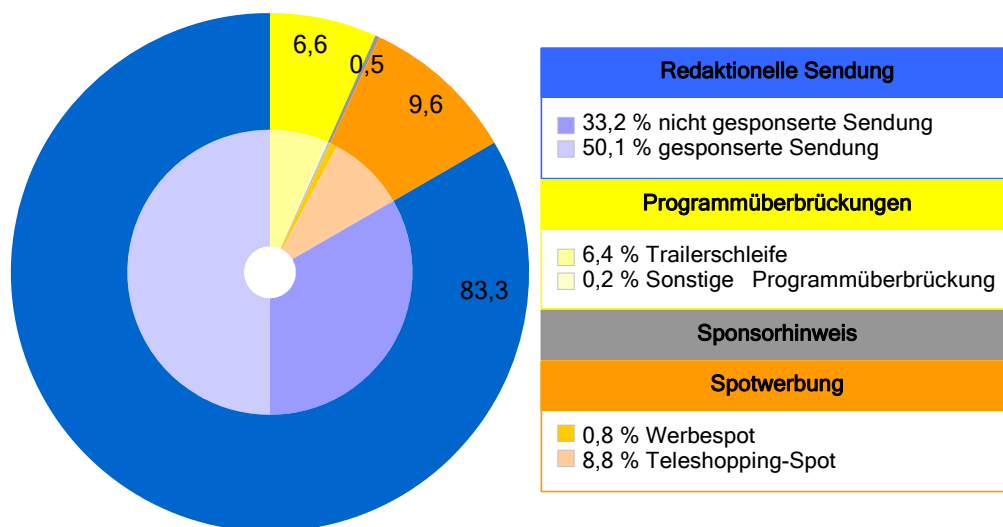


Abbildung 3: Programmstruktur Kanal Avrupa

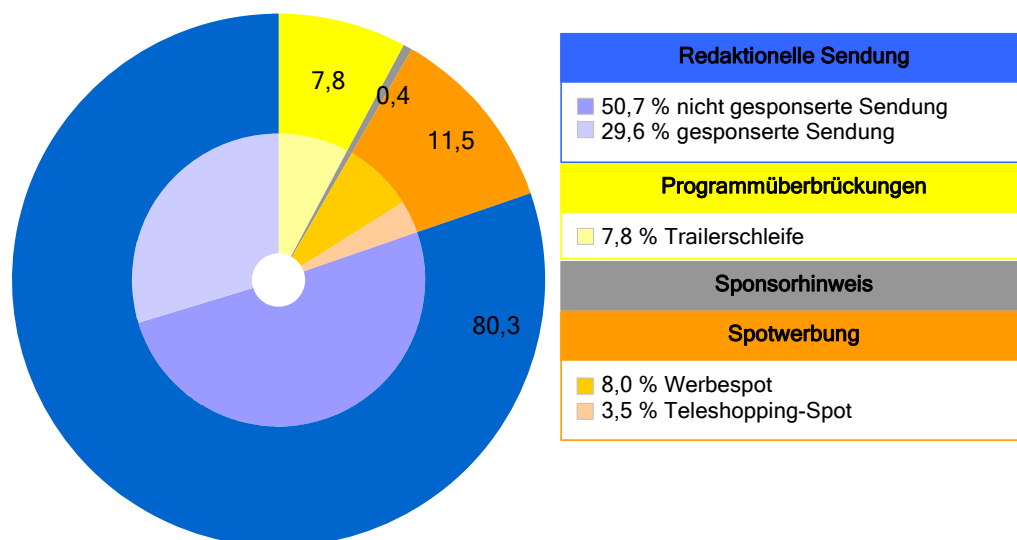
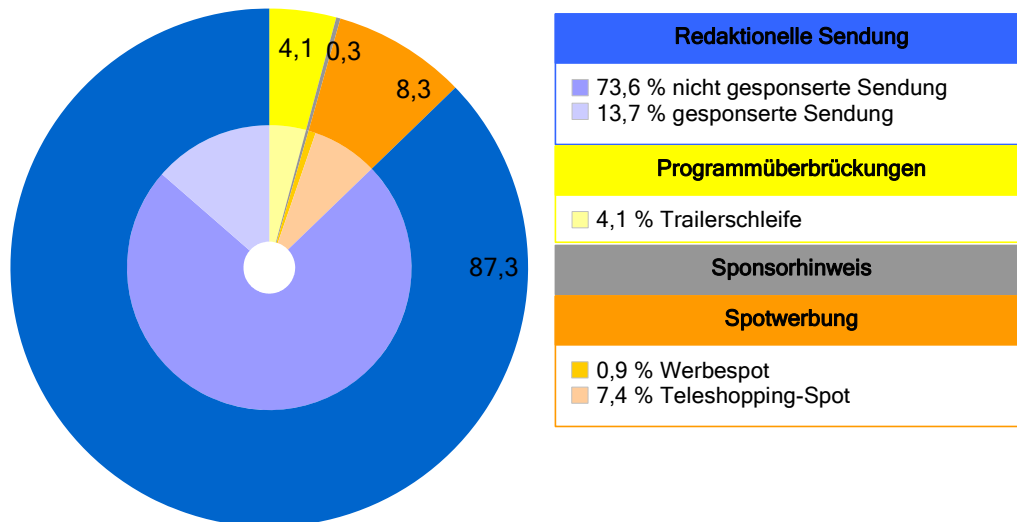


Abbildung 4: Programmstruktur TürkShow



Im Folgenden soll die Programmstruktur aller drei Sender nochmals aus der Perspektive der Unterscheidung zwischen primär informierenden vs. unterhaltenden Programmelementen betrachtet werden. Die Analyse zeigt, dass hier stellenweise deutliche Unterschiede zwischen den Sendern erkennbar werden. So lassen sich im Programm des Senders Dügün TV nur wenige Formate identifizieren, die dem Bereich der Fernsehpublizistik zuzuordnen sind, insgesamt summieren sie sich auf lediglich 2,3 Prozent der gesamten Sendezeit (vgl. Tabelle 1). Dagegen wird mit 81,0 Prozent der überwiegende Anteil des Programms durch Unterhaltungssendungen gefüllt. Dügün TV lässt sich aus dieser Perspektive als Unterhaltungssender ohne ausgeprägten Informationsanspruch charakterisieren. Ein deutlich höherer Anteil an Fernsehpublizistik findet sich in den beiden übrigen Sendern: Im Programm von TürkShow summieren sich fernsehpublizistische Formate auf 22,0 Prozent, bei Kanal Avrupa machen sie rund 30 Prozent der Sendezeit aus.

Tabelle 1: Programmstruktur: Basiselemente (in Prozent)

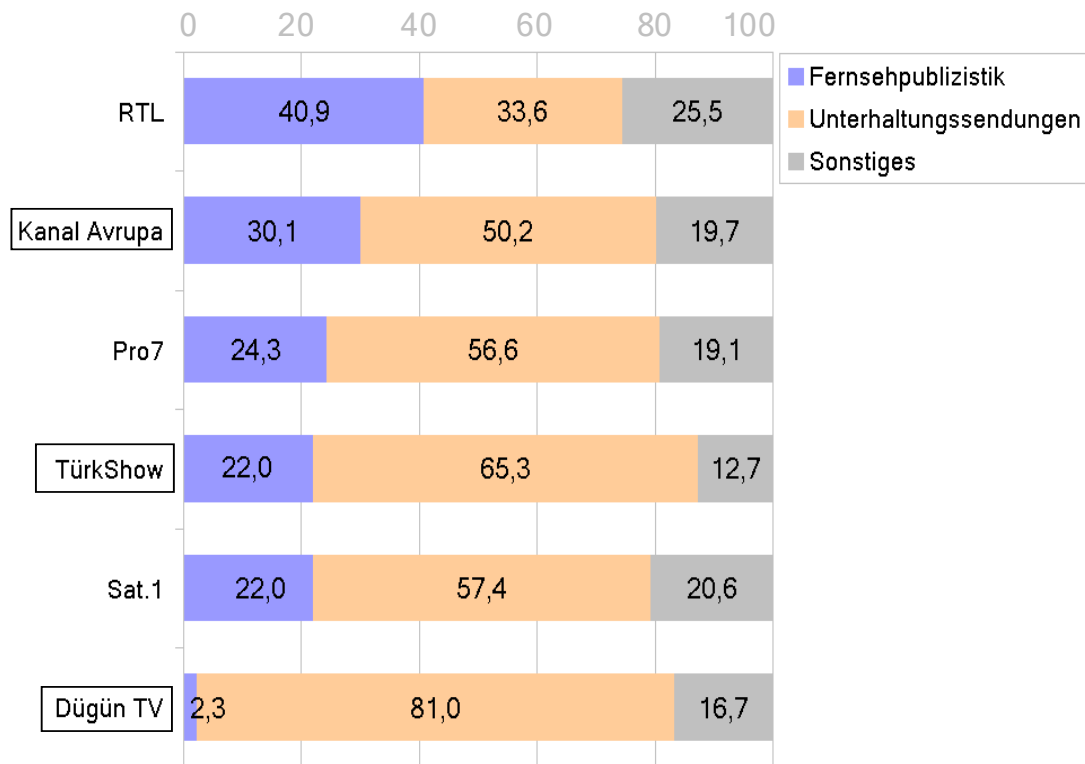
	Dügün TV	Kanal Avrupa	TürkShow
Fernsehpublizistische Sendung	2,3	30,1	22,0
Unterhaltungssendung	81,0	50,2	65,3
Programmtrailer etc. ²	6,6	7,8	4,1
Werbung und Sponsoring	10,1	11,9	8,6
GESAMT	100,0	100,0	100,0

Basis: 24 Stunden pro Tag (0-0 Uhr)

In der Gesamtschau lässt sich festhalten, dass im Programm der drei analysierten Sender unterhaltende Formate deutlich überwiegen. Dies ist für private Fernsehvollprogramme nicht untypisch. Vergleicht man die Befunde zum Anteil der Fernsehpublizistik im Programm der türkischsprachigen Sender mit den Ergebnissen zu ihren deutschsprachigen Pendanten (wie etwa Sat.1, ProSieben oder RTL), so zeigt sich, dass der Anteil der Fernsehpublizistik bei den Sendern Kanal Avrupa und TürkShow im Rahmen des Üblichen liegt (vgl. ALM 2010a:231). Lediglich die deutliche Fokussierung von Dügün TV auf unterhaltende Sendungen fällt hier aus dem Rahmen (vgl. Abbildung 5).

² *Programmtrailer*: Programmüberbrückungen und Programmverbindungen

Abbildung 5: Programmstruktur: Vergleich mit deutschen Privatsendern (in Prozent)



Quelle: ALM 2010a:231, eigene Darstellung

2.2 Programminhaltsanalyse

Im Folgenden werden nun die Inhalte der Programme eingehender betrachtet. Die Programminhaltsanalyse basiert auf allen analysierten redaktionellen Sendungen. Betrachtet man die Themenstruktur der redaktionellen Sendungen, so zeigt sich, dass alle drei Sender einen Schwerpunkt auf nicht-politische Sachthemen legen (vgl. Tabelle 2). Hierzu gehören insbesondere Themen, die das gesellschaftliche Leben betreffen, bspw. Kirche und Religion, Berichterstattung über einzelne Unternehmen, wissenschaftliche Forschung oder Traditionen und Bräuche. Im Vergleich zeigen sich die Sender Kanal Avrupa und TürkShow thematisch deutlich vielfältiger als das - vergleichsweise monothematisch fokussierte - Programm von Dügün TV. Diese thematische Schwerpunktsetzung von Dügün TV korrespondiert offensichtlich mit der Konzentration auf das Thema Hochzeit/Partnerschaft.

Obwohl die Berichterstattung über Themen des gesellschaftlichen Lebens auch bei Kanal Avrupa und TürkShow einen großen Teil der redaktionellen Sendungen prägt, findet sich - insbesondere bei Kanal Avrupa - immerhin ein nennenswerter Anteil von Beiträgen mit politischem Inhalt. Im Vergleich zu Dügün TV und TürkShow bringt Kanal Avrupa am häufigsten Berichte über kontroverse Themen (16,2 Prozent), bspw. die bevorstehende Wahlen in NRW, die Krise des Euro oder den türkisch-armenischen Konflikt. Der Anteil der kontroversen bzw. politischen Themen bei Kanal Avrupa liegt um gut ein Dreifaches höher als bei TürkShow, obgleich TürkShow der einzige Sender mit einer dezidierten Nachrichtensendung ist.³

Einen weiteren thematischen Fokus legen Dügün TV und TürkShow auf Lebensweltthemen - insbesondere Gesundheitsthemen - die jeweils rund ein Fünftel ihrer Sendezeit einnehmen. Hierunter fallen Astro-Sendungen, in denen zumeist Beziehungsprobleme (bspw. Trennung, Babywunsch etc.) und Familienprobleme (bspw. Sorge mit Kindern, Zukunftsdeutung für Familienmitglieder) thematisiert werden. Weitere häufige Themen sind Gesundheit (bspw. Zukunftsdeutung zu aktuellen oder künftigen Krankheiten) und Karriere (bspw. Berufschancen, Geldsorgen, Universität, Beruf allgemein).

³ Diese ist eine Produktion des Nachrichtensenders Deutsche Welle („DW-TV“) und wird in das Programm von TürkShow übernommen.

Tabelle 2: Programminhaltsanalyse: Themenstruktur Gesamt (in Prozent)

	Dügün TV	Kanal Avrupa	TürkShow
REDAKTIONELLE SENDUNGEN	83,3	80,3	87,3
Kontroverse Themen	0,4	16,2	4,7
Politik	-	14,8	3,9
Wirtschaft	-	0,9	0,7
Gesellschaft	0,4	0,5	0,1
Nicht-politische Sachthemen	63,8	59,8	57,7
Gesellschaftliches Leben	63,8	58,9	57,7
Mensch, Welt, Natur	-	0,9	-
Human-Touch-Themen	-	0,5	1,8
Zerstreuungsthemen	-	0,5	0,8
Angstthemen	-	-	1,0
Lebensweltthemen	19,1	3,8	22,6
Verbrauchertemen	0,6	3,8	3,0
Gesundheitsthemen	18,5	-	19,6
Sport	-	-	0,5
Servicethemen	-	-	-
RESTLICHES PROGRAMM	16,7	19,7	12,7
GESAMT	100,0	100,0	100,0

Basis: 24 Stunden pro Tag (0-0 Uhr)

Auch hinsichtlich des Länderbezugs der redaktionellen Sendungen finden sich unterschiedliche Gewichtungen (vgl. Tabelle 3). So bezieht sich die redaktionelle Berichterstattung des Senders Dügün TV mehrheitlich auf die Türkei und andere europäische Länder (45,1 Prozent) sowie auf Deutschland und die Türkei (16,3 Prozent); andere Länder bzw. das internationale Ausland sind hier nicht relevant (vgl. Tabelle 3). Dies ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass der überwiegende Teil der Sendezeit mit Hochzeits- bzw. Beschneidungsfeiern von privaten Personen aus Deutschland, Türkei und anderen europäischen Ländern gefüllt wird. Der Schwerpunkt der Berichterstattung des Senders Kanal Avrupa liegt auf Themen, die Deutschland und die Türkei (17,3 Prozent) sowie ausschließlich die Türkei (14,8 Prozent) betreffen, häufig allerdings wird kein Bezug zu einem bestimmten Land hergestellt (40,4 Prozent). TürkShow schließlich richtet seine Themen vorwiegend an Deutschland und der Türkei

(27,5 Prozent) oder anderen europäischen Ländern (12,2 Prozent) aus. In der thematischen Ausrichtung spielt Deutschland (als Land der Residenzgesellschaft) somit durchaus eine Rolle, wenngleich keine dominierende.

Tabelle 3: Programminhaltsanalyse: Themenstruktur - Länderbezug (in Prozent)

	Dügün TV	Kanal Avrupa	TürkShow
REDAKTIONELLE SENDUNGEN	83,3	80,3	87,3
Deutschland und Türkei	16,3	17,3	27,5
Deutschland	-	4,0	9,0
Deutschland und europäische Länder	-	0,1	-
Türkei	-	14,8	3,2
Türkei und europäische Länder	45,1	3,1	12,2
europäische/s Land/ Länder	-	-	0,2
internationales Ausland	-	0,6	2,4
kein Länderbezug	21,9	40,4	32,8
RESTLICHES PROGRAMM	16,7	19,7	12,7
GESAMT	100,0	100,0	100,0

Basis: 24 Stunden pro Tag (0-0 Uhr)

Betrachtet man die in der redaktionellen Berichterstattung auftretenden Akteure, so zeigt sich ebenfalls die deutliche thematische Ausrichtung an Themen des gesellschaftlichen Lebens bzw. Alltagsthemen: Überwiegend finden sich bei allen drei Sendern Einzel- bzw. Privatpersonen (vgl. Tabelle 4), bspw. Hochzeitspaare und ihre Gäste, Anrufer in Sendungen etc. Bei Dügün TV fallen nahezu alle auftretenden Personen (94,2 Prozent) in diese Kategorie, bei Kanal Avrupa und TürkShow treten neben Einzelpersonen (jeweils rund die Hälfte aller Akteure) zu einem wesentlichen Teil Moderatoren - vorwiegend in Talk- und Musik-Sendungen - auf.

Tabelle 4: Programminhaltsanalyse: Akteure im Beitrag (Fallzahl in Prozent)

	Dügün TV	Kanal Avrupa	TürkShow
Einzelpersonen	94,2	50,5	56,0
Journalisten/ Moderatoren	5,4	29,6	33,7
Politik	0,4	6,6	3,6
Wissenschaft	-	4,6	2,0
Kirchen und Religionsgemeinschaften	-	3,8	1,5
Unternehmen	-	2,7	0,7
Wirtschaft	-	2,0	0,4
Unpolitische Verbände	-	0,2	0,3
Bildungseinrichtungen	-	-	1,1
Sport	-	-	0,4
Internationale Organisation	-	-	0,2
Sonstige	-	-	0,1
GESAMT	100,0	100,0	100,0

Basis: Alle Nennungen Dügün TV (N=958), Kanal Avrupa (N=713), TürkShow (N=1.048)

3 Zusammenfassung

Ziel des vorliegenden Forschungsprojekts war eine Analyse des Programms der drei türkischsprachigen Fernsehsender Dügün TV, Kanal Avrupa und TürkShow, um zum einen die Programmstruktur der Sender transparent abzubilden, zum anderen die Einhaltung der an die Lizenzierung geknüpften Anforderungen zu überprüfen. Hierzu wurde eine quantitative Inhaltsanalyse auf Basis einer vollständigen künstlichen Programmwoche durchgeführt. Das für die Analyse entwickelte Codebuch orientierte sich weitgehend an dem von Weiß und Trebbe für die ALM-Programmanalysen entwickelten Analyseschema, um auf diese Weise eine Vergleichbarkeit zu bisherigen Programmanalysen zu gewährleisten.

Die *Programmstrukturanalyse* zeigte, dass alle drei Sender ihren Schwerpunkt auf unterhaltende Formate legen. Kanal Avrupa und TürkShow haben darüber hinaus in ihrem redaktionellen Programm einen nennenswerten Anteil an Fernsehpublizistik (der im Übrigen mit deutschen privatwirtschaftlichen Programmen vergleichbar ist), bei Dügün TV ist dies nicht der Fall. Dezierte Nachrichtensendungen finden sich - in einem geringen Umfang - lediglich bei TürkShow, wobei diese Übernahmen von DW-TV sind. Bei Kanal Avrupa besteht das fernsehpublizistische Programm vor allem aus Talk-Sendungen, Dokumentationen/Reportagen und (Live-)Übertragungen.

Auch im Hinblick auf die Unterhaltung ist eine klare Fokussierung festzustellen: Dügün TV bestreitet den Hauptteil seiner Sendezeit mit non-fiktionaler Unterhaltung, i. d. R. sind das Übertragungen von Hochzeiten oder Familienfesten sowie Call-In-Formate. Die non-fiktionale Unterhaltung von TürkShow bilden vorrangig Unterhaltungsshows und Call-In-Formate, darüber hinaus haben Musiksendungen (bspw. Clip-Show oder die Cevdet Genc Show) einen wichtigen Anteil am Programm. Das unterhaltende Programm von Kanal Avrupa schließlich besteht hauptsächlich aus Musiksendungen (Clip-Show sowie Live-Übertragungen von Konzerten). Fiktionale Unterhaltung spielt bei allen drei Programmen keine wichtige Rolle.

In der *Programminhaltsanalyse* fand sich ebenfalls eine deutliche Konzentration der redaktionellen Berichterstattung. Im Mittelpunkt stehen Themen des gesellschaftlichen Lebens wie etwa Kirche und Religion, Darstellung einzelner Unternehmen oder Traditionen und Bräuche. Ein zweiter Themenschwerpunkt liegt bei Gesundheitsthemen, lediglich Kanal Avrupa beschäftigt sich nennenswert mit politischen Themen. Entsprechend dieser Gewichtung hat das redaktionelle Programm zumeist keinen (erkennbaren) aktuellen Anlass, als Akteure treten am häufigsten Privatpersonen und Journalisten auf.

4 Literatur

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) (2010a): ALM Programmbericht. Fernsehen in Deutschland 2009. Programmforschung und Programmdiskurs. Berlin, Vistas.

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) (2010b): Datenbank TV-Programme/TV-Veranstalter in Deutschland. Online:
<http://www.alm.de/programmveranstalter/index.php>

ARD/ZDF Medienkommission (2007): Migranten und Medien 2007. Ergebnisse einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF Medienkommission 2007. Online:
http://www.unternehmen.zdf.de/fileadmin/files/Download_Dokumente/DD_Das_ZDF/Veranstaltungsdokumente/Migranten_und_Medien_2007_-_Handout_neu.pdf