

Jens Woelke

>>TV-Programmanalyse<<
Fernsehvollprogramme in Österreich 2009

Ergebnisse aus dem Stichprobenbericht Frühjahr 2009

- Wien, 10. Dezember 2009 -



AkadR. Jens Woelke
Westfälische Wilhelms-Universität Münster
IfK - Institut für Kommunikationswissenschaft
Bispinghof 9-14
D-48143 Münster

Tel. +49 251 83-24267
Fax +49 251 83-21310
jens.woelke@uni-muenster.de

1 Theoretischer Bezugsrahmen

- Medienrecht (ORF-G, PrTV-G)
- Kriterien für Programmqualität (strukturelle Vielfalt, inhaltliche Vielfalt, gesellschaftliche Relevanz)
- TV-Finanzierung
- Mediennutzung (Markt- und Zielgruppenanteile der Sender)

2 Gegenstand der TV-Programmanalyse

die TV-Programmanalyse untersucht:

- Aspekte der Medienfinanzierung (Werbung, Sponsoring, Teleshopping)
- strukturelle Vielfalt von Fernsehprogrammen (Programmsparten)
- inhaltliche Vielfalt von Fernsehprogrammen (Themenschwerpunkte in fernsehpublizistischen Sendungen)

in der TV-Programmanalyse 2009 wurden erhoben:

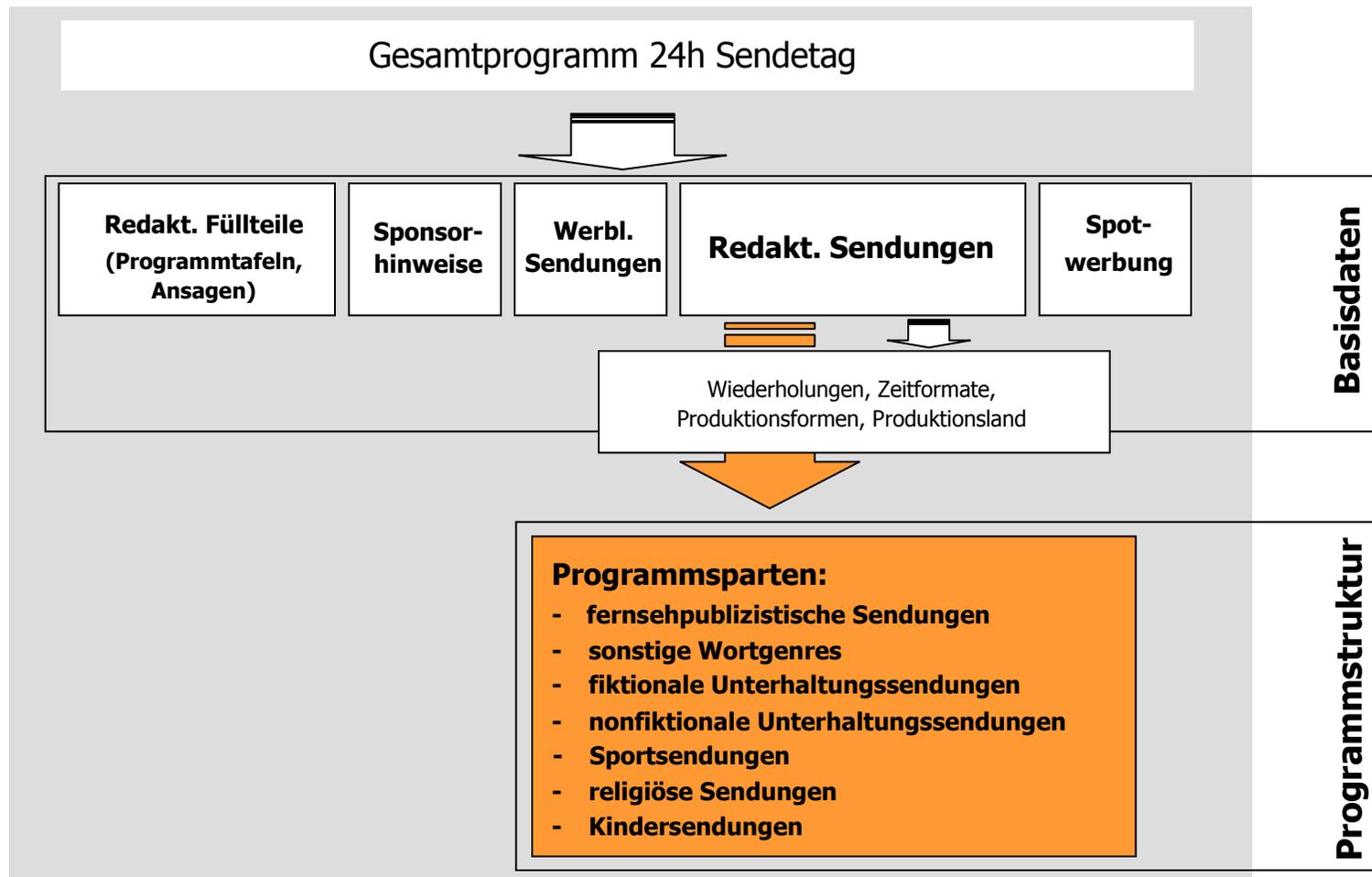
- vier Fernsehvollprogramme in Österreich (ORF1, ORF2, ATV, PULS4)
- in einer Wochenstichprobe (KW 19: Montag, 4. Mai bis Montag, 11. Mai 2009)
- mit jeweils 24h pro Sendetag (03-03 Uhr; lt. AGTT/Teletest)

Vergleichsdaten:

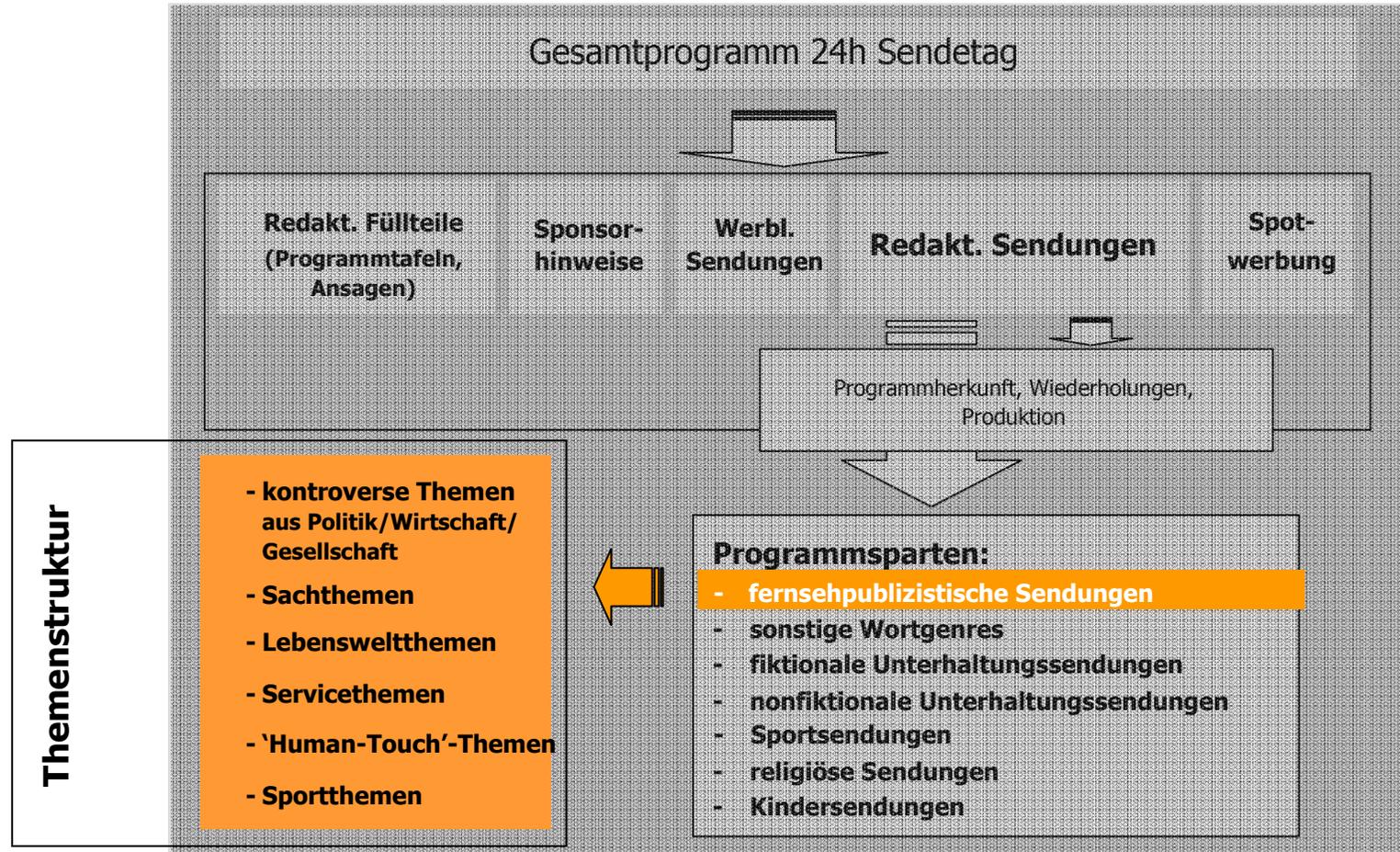
- drei Fernsehvollprogramme aus Österreich (Frühjahr 2006/2007)
- acht Fernsehvollprogramme der BRD (Frühjahr 2009: ARD, ZDF, RTL, SAT.1, Pro7, RTL II, VOX, kabel eins)
- sieben Fernsehvollprogramme der Schweiz (Herbst 2008: SF1, SF zwei, SF info, TSR1, TSR2, TSI 1, TSI 2)

3 Methode der TV-Programmanalyse

Analyseschritt 1: Sendungsanalyse



Analyseschritt 2: Beitragsanalyse



Stichprobenumfang: TV-Programmanalyse (Fj. 2009)

Sendungsanalyse:

Programmelemente	ORF 1	ORF 2	ATV	PULS4	ARD	ZDF
	n=1089	n=978	n=1172	n=1581	n=1023	n=935

Programmelemente	RTL	VOX	RTL II	Sat.1	Pro 7	kabel 1
	n=2012	n=1585	n=1729	n=1969	n=1753	n=1549

Beitragsanalyse:

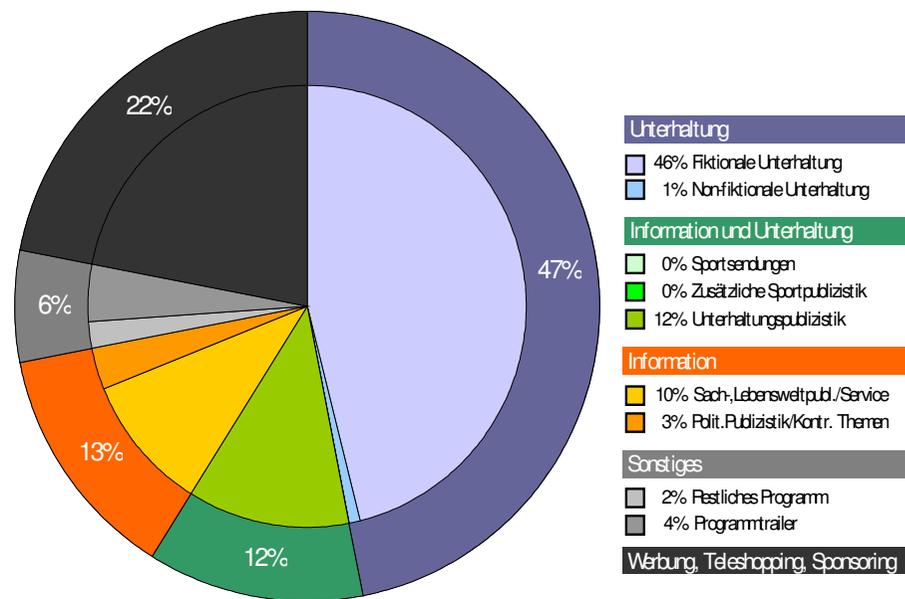
Basiselemente (Std.:Min. pro Sendetag)	ORF 1	ORF 2	ATV	PULS4	ARD	ZDF
fernsehpublizistische Sendungen	0:43	10:42	2:35	6:35	10:37	13:24

Basiselemente (Std.:Min. pro Sendetag)	RTL	VOX	RTL II	Sat.1	Pro 7	kabel 1
fernsehpublizistische Sendungen	10:37	8:23	4:15	5:29	5:09	6:05

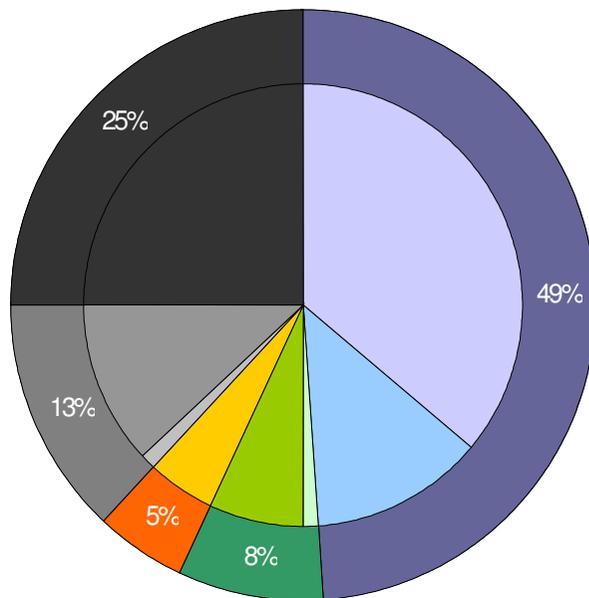
4 Ergebnisse

4.1 Programmprofile

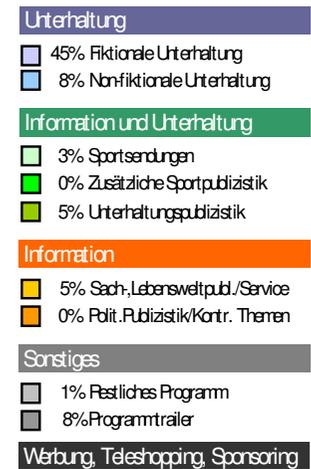
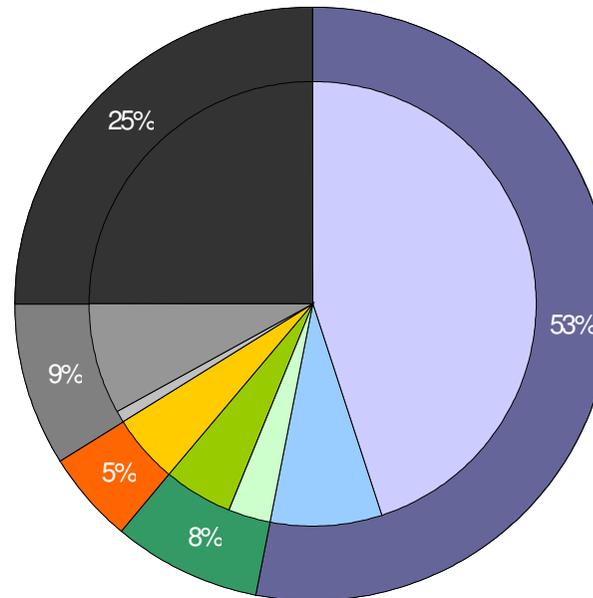
PULS4 2009



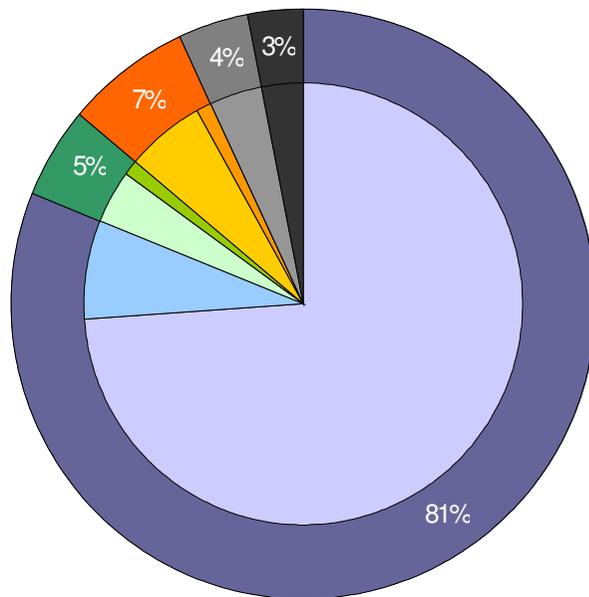
ATV 2007



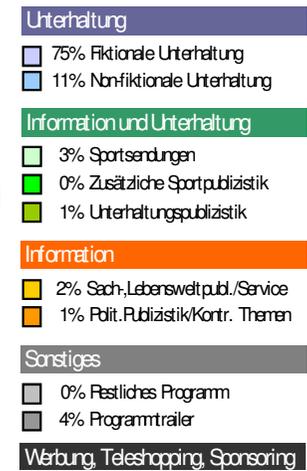
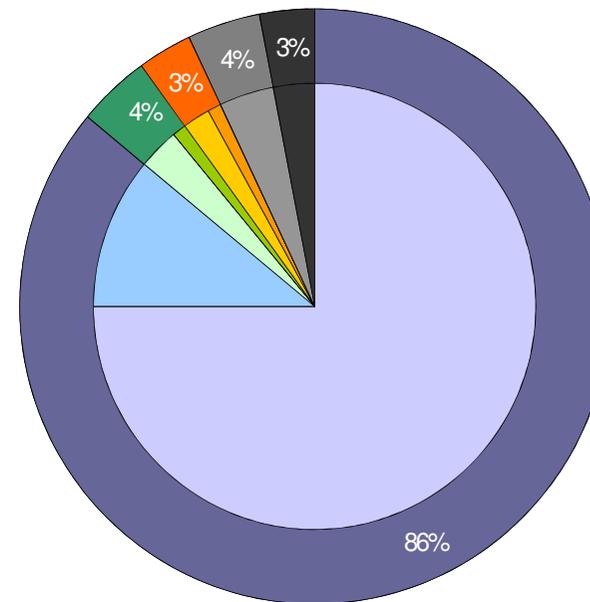
ATV 2009



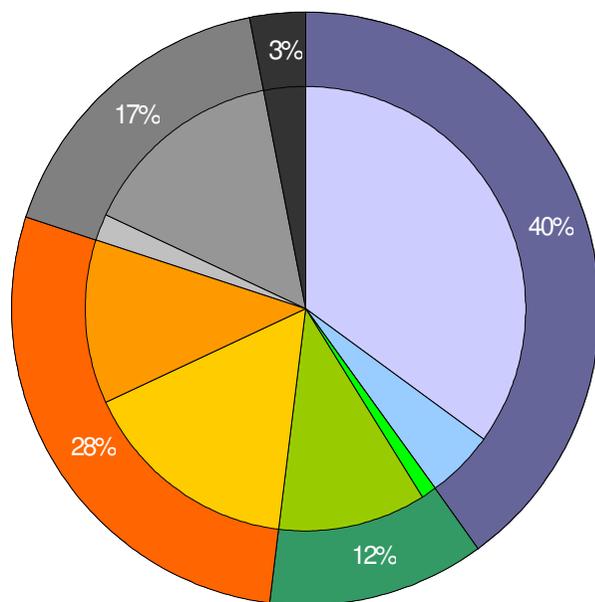
ORF1 2007



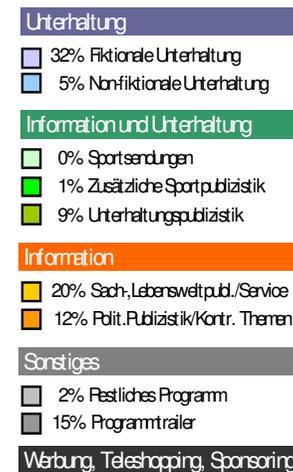
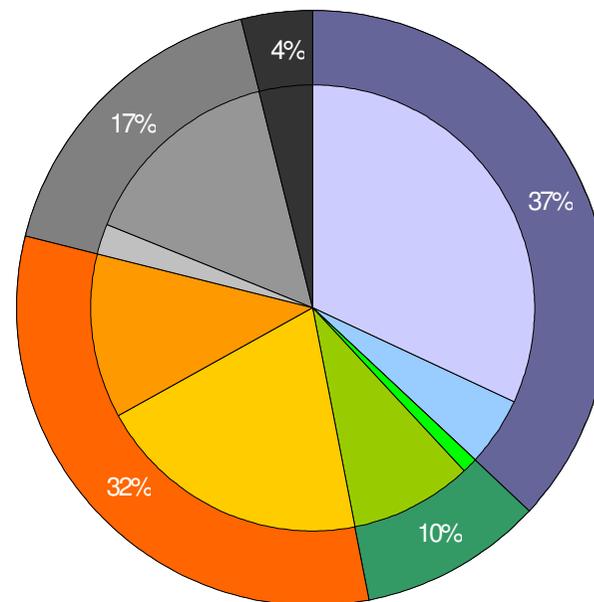
ORF1 2009



ORF2 2007



ORF2 2009



4.2 Programmprofile im länderübergreifenden Vergleich

Öffentl.-rechtl. Fernsehen in Österreich, Deutschland, Schweiz: Programmprofile¹

PROGRAMMBEREICH	A		D		CH						
	ORF1	ORF2	ARD	ZDF	SF1	SF ZWEI	SF INFO	TSR1	TSR2	Tsi1	Tsi2
fiktionale Unterhaltung	75	32	40	32	22	59	0	40	23	34	23
nonfiktionale Unterhaltung	11	5	5	5	11	8	0	2	6	7	3
Information und Unterhaltung ²	4	10	6	11	7	12	31 ³	13	17	8	32 ⁴
Sach- u. Lebenswelt- publizistik / Service	2	20	22	24	25	9	26	11	17	24	19
pol. Publizistik / kontroverse Themen	1	12	20	21	10	3	29	19	23	15	14
Sonstige	4	17	5	6	18	4	11	8	11	8	6
Werbung, Teleshopping, Patronanzhinweise	3	4	1	1	7	5	3	7	3	4	3
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

¹ Basis: 24 Stunden pro Tag (03-03 Uhr). Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Frühjahr 2009 (Österreich, Deutschland) bzw. im Herbst 2008 (Schweiz; vgl. Trebbe u.a. 2008: D9, D14, D16)

² Summe der Anteile von Human-Touch-Themen (Berichte über Prominente, Stars, Sex, Lifestyle, Zeitgeist oder Crime), von Sportthemen sowie von Sportsendungen am Gesamtsendetag bzw. in der Prime Time

³ Anteil Sportsendungen und Sportthemen in fernsehpublizistischen Sendungen am 24-Stunden-Sendetag: 22,0 Prozent

⁴ Anteil Sportsendungen und Sportthemen in fernsehpublizistischen Sendungen am 24-Stunden-Sendetag: 28,4 Prozent

Privat-kommerz. Fernsehen in Österreich und Deutschland: Programmprofile¹

PROGRAMMBEREICH	A		D					
	ATV	PULS4	RTL	VOX	RTL II	SAT.1	PRO7	KABEL 1
Fiktionale Unterhaltung	45	46	27	40	41	45	40	46
Non-fiktionale Unterhaltung	8	1	9	7	14	10	19	6
Information und Unterhaltung ²	8	12	29	5	6	11	14	4
Sach- u. Lebenswelt-publizistik / Service	5	10	9	28	10	9	6,7	20,7
Pol. Publizistik / kontroverse Themen	0,3	3	4	1	1	1	0,3	0,3
Sonstige	8,7	6	8	5	6	8	6	6
Werbung, Teleshopping, Patronanzhinweise	25	22	14	14	22	16	14	17
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

¹ Basis: 24 Stunden pro Tag (03-03 Uhr). Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Frühjahr 2009

4.3 Basisdaten der Sendungsanalyse

Zeitumfang¹ der Basiselemente der Sendungsanalyse

Basiselemente	ORF 1		ORF 2		ATV		PULS4
	2007	2009	2007	2009	2007	2009	2009
Sendungen	22:24	22:21	19:33	19:29	15:02	16:00	17:58
Programmtrailer etc.²	0:51	0:52	3:40	3:40	2:58	2:00	0:51
Programmverbindungen	0:51	0:52	0:45	0:46	0:52	0:46	0:51
Programmüberbrückungen	-	-	2:55	2:54	2:06	1:14	-
Teleshopping	-	-	-	-	2:47	3:00	2:30
Werbung³	0:44	0:47	0:46	0:50	3:10	2:59	2:40
Spotwerbung	0:44	0:47	0:46	0:50	3:10	2:59	2:40
Dauerwerbesendungen ⁴	-	-	-	-	-	-	-
Sponsoring⁵	0:01	0:00	0:01	0:01	0:03	0:01	0:01
Sendungssponsoring	0:01	0:00	0:01	0:01	0:02	0:01	0:01
Sonstiges Sponsoring	0:00	-	0:00	-	0:01	-	-
Gesamt	24:00						

¹in Std.:Min. pro Sendetag (24 Stunden pro Tag von 03-03 Uhr). Stichproben: Je eine Kalenderwoche im Frühjahr 2007 / 2009.

²Programmverbindungen = Trailer und Programmhinweise; Programmüberbrückungen = Videoschleifen, Web-Cams, Wetterbilder etc.

³vgl. §§ 13-16 ORF-G und §§ 34-44 PrTV-G

⁴vgl. § 13 Abs. 5 ORF-G

⁵§17 ORF-G und § 46 PrTV-G

4.4 Programmstrukturen (Sendungsanalyse)

Programmstrukturen (in Prozent¹)

Programmcharakteristik	ORF 1		ORF 2		ATV		PULS4
	2007	2009	2007	2009	2007	2009	2009
Sendungen	93,4	93,1	81,4	81,2	62,6	66,6	74,9
Fernsehpublizistik	5,6	2,9	41,4	44,6	13,1	10,7	27,5
<i>Nachrichtensendungen</i>	2,2	2,1	6,5	6,4	1,4	1,2	3,3
<i>Magazinsendungen</i>	1,8	0,8	15,9	20,3	2,1	3,4	15,6
<i>Reportagen, Dokumentationen</i>	0,8	-	9,1	6,3	7,4	6,1	4,6
<i>Interview- und Talkformate</i>	-	-	8,7	8,5	-	-	3,8
<i>Sondersendungen</i>	-	-	-	-	0,0	-	-
<i>Sonstige Formate</i>	0,8	0,0	1,2	3,1	2,2	-	0,2
Fiktionale Unterhaltung	60,1	62,6	34,5	31,9	34,6	44,8	46,0
Nonfiktionale Unterhaltung	4,3	6,5	5,5	4,6	12,5	8,4	1,4
Sportsendungen	4,2	2,7	-	-	1,3	2,7	-
Kindersendungen	19,2	18,4	-	-	1,1	-	-
<i>Fiktionale Unterhaltung</i>	14,6	12,4	-	-	1,1	-	-
<i>Sonstiges</i>	4,6	6,0	-	-	-	-	-
Religiöse Sendungen	-	-	0,0	0,1	-	-	-
Programmtrailer etc.	3,5	3,6	15,3	15,3	12,4	8,3	3,6
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	3,1	3,3	3,3	3,5	25,0	25,1	21,5
Gesamt	100						

¹Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (03-03 Uhr). Stichprobe: Je eine Kalenderwoche im Frühjahr 2007 / 2009.

4.5 Formate der Fernsehunterhaltung

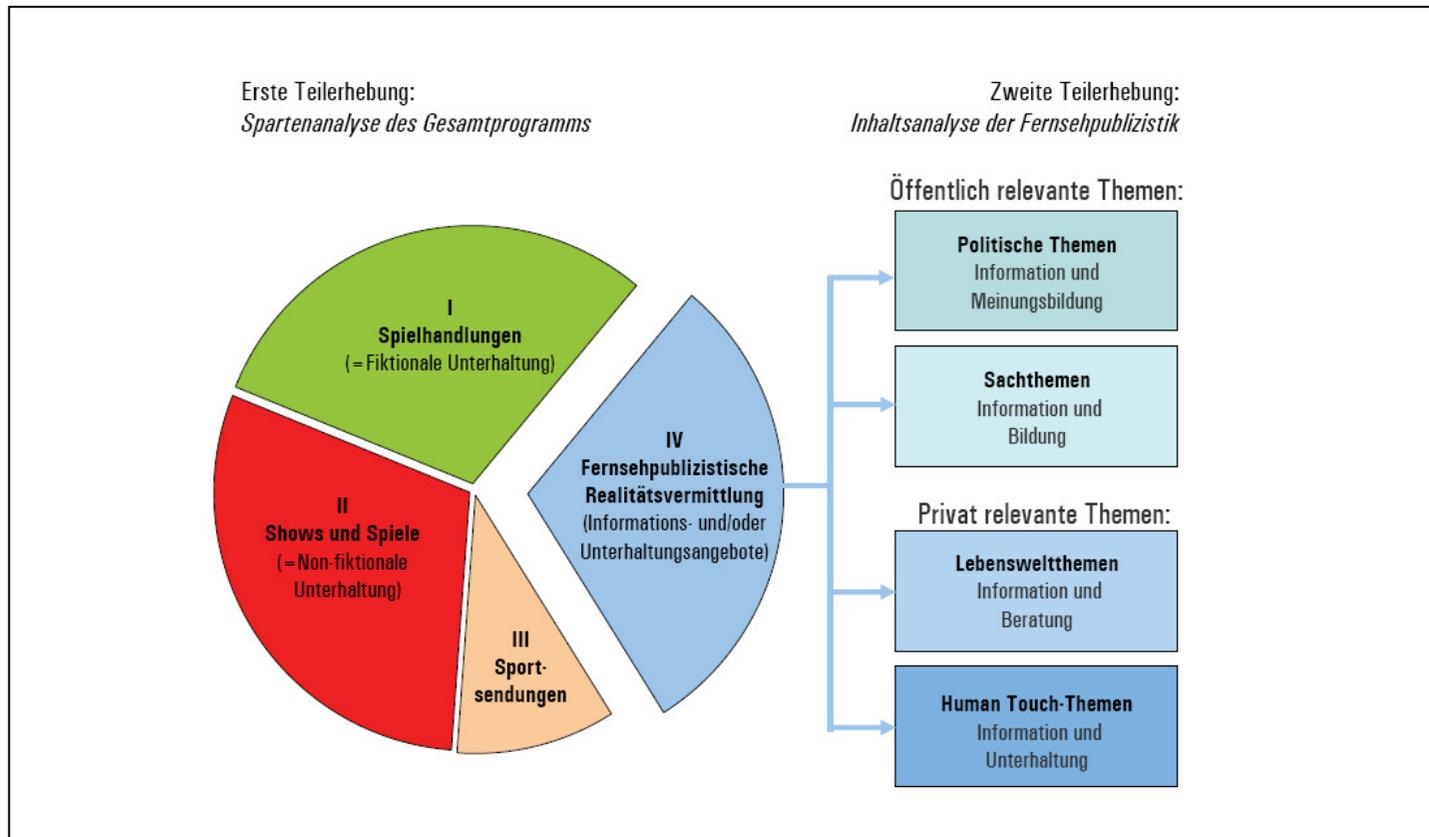
Formate der fiktionalen Fernsehunterhaltung (in Prozent¹)

Programmcharakteristik	ORF 1		ORF 2		ATV		PULS4
	2007	2009	2007	2009	2007	2009	2009
Fiktionale Unterhaltung	74,7	75,0	34,5	31,9	35,7	44,8	46,0
Kinospielfilme	13,6	16,5	13,3	7,4	9,3	15,2	16,7
Fernsehfilme, TV-Movies	4,3	5,7	2,6	5,4	-	-	-
Fernsehserien, Sitcoms, Telenovelas	40,8	39,4	18,6	19,1	25,8	29,6	29,3
Zeichentrick-, Animationsfilme	0,1	-	-	-	-	-	-
Zeichentrick-, Animationsserien	15,9	13,0	-	-	0,6	-	-
Sonstige Animationsformate	-	0,4	-	-	-	-	-
Sonstige Sendungen	18,7	18,1	46,9	49,3	26,9	21,8	28,9
Programmtrailer etc.	3,5	3,6	15,3	15,3	12,4	8,3	3,6
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	3,1	3,3	3,3	3,5	25,0	25,1	21,5
Gesamt	100						

¹einschließlich fiktionaler Programmangebote für Kinder

²Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (03-03 Uhr). Stichprobe: Je eine Kalenderwoche im Frühjahr 2007 / 2009

4.6 Themenstruktur fernsehpublizistischer Sendungen (Beitragsanalyse)



(Quelle: Weiß 2005: 216)

Themenstruktur der Fernsehpublizistik (Fj. 2009)

(in Prozent¹)

Themenbereiche	ORF 1		ORF 2		ATV		PULS4
	2007	2009	2007	2009	2007	2009	2009
Fernsehpublizistik	5,6	2,9	41,4	44,6	13,1	10,7	27,5
Kontroverse Themen	1,4	1,1	12,2	12,2	0,4	0,3	2,7
<i>Politik</i>	<i>1,1</i>	<i>0,7</i>	<i>6,2</i>	<i>7,4</i>	<i>0,4</i>	<i>0,2</i>	<i>1,3</i>
<i>Wirtschaft und Gesellschaft</i>	<i>0,3</i>	<i>0,4</i>	<i>6,0</i>	<i>4,8</i>	<i>0,0</i>	<i>0,1</i>	<i>1,4</i>
Nicht-politische Sachthemen	2,2	0,8	13,2	14,4	2,1	4,3	5,6
<i>Gesellschaft</i>	<i>2,2</i>	<i>0,8</i>	<i>11,0</i>	<i>13,1</i>	<i>1,6</i>	<i>4,3</i>	<i>5,5</i>
<i>Mensch / Welt / Natur</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>2,2</i>	<i>1,3</i>	<i>0,5</i>	-	<i>0,1</i>
Human-Touch-Themen	0,9	0,5	11,2	9,4	7,2	5,2	11,8
<i>Zerstreuungsthemen (Personality etc.)</i>	<i>0,6</i>	<i>0,2</i>	<i>9,8</i>	<i>6,6</i>	<i>6,9</i>	<i>5,0</i>	<i>10,0</i>
<i>Angstthemen (Kriminalität etc.)</i>	<i>0,3</i>	<i>0,3</i>	<i>1,4</i>	<i>2,8</i>	<i>0,3</i>	<i>0,2</i>	<i>1,8</i>
Lebensweltthemen	0,5	0,0	1,6	5,5	2,2	-	4,2
<i>Verbraucherthemen</i>	<i>0,5</i>	<i>0,0</i>	<i>1,6</i>	<i>4,9</i>	<i>2,2</i>	-	<i>3,4</i>
<i>Physis- und Psychethemen</i>	-	-	<i>0,0</i>	<i>0,6</i>	<i>0,0</i>	-	<i>0,8</i>
Sportthemen	0,1	0,1	0,5	0,5	0,3	0,4	0,4
Servicethemen (Wetter etc.)	0,2	0,2	1,0	0,9	0,2	0,1	0,8
Thematisch nicht klassifizierbar ²	0,3	0,2	1,7	1,7	0,7	0,4	2,0
Restliches Programm	94,4	97,1	58,6	55,4	86,9	89,3	72,5
Gesamt	100						

¹Prozentuierungsbasis: 24 Stunden pro Tag (3-3 Uhr). Stichprobe: Eine Kalenderwoche im Frühjahr 2009

Themenstruktur der Fernsehnachrichten (Fj. 2009) (in Prozent¹)

Themenbereiche	ORF 1		ORF 2		ATV		PULS4
	2007	2009	2007	2009	2007	2009	2009
	t=0:31	t=0:31	t=1:34	t=1:33	t=0:20	t=0:17	t=0:48
Kontroverse Themen	46,4	48,3	43,8	50,6	25,8	23,5	19,0
Politik	37,9	31,0	36,4	35,4	24,7	18,8	15,7
Wirtschaft und Gesellschaft	8,5	17,3	7,4	15,2	1,1	4,7	3,3
Nicht-politische Sachthemen	20,2	10,8	19,7	17,7	5,9	5,6	10,3
Gesellschaft	20,1	10,7	18,4	16,9	5,9	5,6	10,3
Mensch / Welt / Natur	0,1	0,1	1,3	0,8	-	-	-
Human-Touch-Themen	16,7	21,4	16,3	12,6	22,4	24,1	46,2
Zerstreuungsthemen (Personality etc.)	2,0	5,6	3,1	3,2	2,7	3,3	9,6
Angstthemen (Kriminalität etc.)	14,7	15,8	13,2	9,4	19,7	20,8	36,6
Lebensweltthemen	-	0,5	0,4	0,0	1,0	-	-
Verbraucherthemen	-	0,5	0,4	0,0	-	-	-
Physis- und Psychethemen	-	-	-	-	1,0	-	-
Sportthemen	3,6	3,2	6,5	6,1	23,4	28,8	7,1
Servicethemen (Wetter etc.)	7,7	8,3	8,3	8,2	15,8	11,4	15,3
Moderationen, Trailer etc.	5,4	7,5	5,0	4,6	5,7	5,6	2,1
Unterhaltungsbeiträge	-	-	-	0,2	-	1,0	-
Gesamt	100						

¹Prozentuierungsbasis: Jeweiliger Zeitumfang der in den Programmen als Nachrichtensendungen klassifizierten Sendungen in Std.:Min. pro Sendetag.

4.7 Prime Time und 24-Stunden-Sendetag

Vergleich¹ 24-Stunden-Sendetag und Prime-Time (18-23h): Programmstruktur (Fj. 2009)

Programmcharakteristik	Österreich				Deutschland							
	ORF 1	ORF 2	ATV	PULS 4	ARD	ZDF	RTL	VOX	RTL II	Sat.1	Pro 7	kabel eins
Sendungen	↘	→	↗	↗	→	→	→	→	→	→	→	→
Fernsehpublizistik	↑	↑	↑	↗	↓	↓	↓	↓	↑	↘	→	↑
<i>Nachrichtensendungen</i>	↑	↑	↑	↓	↗	↑	↑	↓	↑	↑	↑	↓
<i>Magazinsendungen</i>	↑	→	↑	↓	↓	↓	→	↑	↗	↓	↗	↑
<i>Reportagen, Dokumentationen</i>	-	↑	↑	↑	↓	↘	↓	↓	↑	↑	↓	↑
<i>Interview- und Talk-Formate</i>	-	↓	-	↑	↑	↓	↓	-	-	↓	-	-
<i>Sondersendungen</i>	-	-	-	-	↑	↑	↓	-	-	-	-	-
<i>Sonstige Formate</i>	↓	↓	-	↓	↓	↓	-	↓	-	-	↑	-
fiktionale Unterhaltung	→	↓	→	↗	→	↑	→	↓	↓	→	↓	↓
nonfiktionale Unterhaltung	↑	↑	↓	↓	↑	↓	↑	↑	↑	→	↘	↗
Sportsendungen	→	-	↑	-	↑	↑	-	-	-	-	-	-
Kindersendungen	↓	-	-	-	↓	↓	↓	-	↓	↑	↑	↓
religiöse Sendungen	-	↑	-	-	↓	↓	-	-	-	-	-	-
Programmitaile etc.	↑	↓	↓	→	↘	↓	↑	↘	↑	→	↑	↗
Spotwerbung, Teleshopping, Sponsoring	↑	↑	↓	↓	↑	↑	↗	→	↓	↗	↗	↗

¹ Veränderungsindex: ↓ Anteil in Prime Time um mehr als 20 Prozent geringer als in der Gesamtsendezeit; ↘ Anteil in Prime Time zwischen 10 und 20 Prozent geringer als in der Gesamtsendezeit → Anteil in Prime Time unverändert (Abweichung geringer als +/- 10 Prozent); ↗ Anteil in Prime Time zwischen 10 und 20 Prozent höher als in der Gesamtsendezeit; ↑ Anteil in Prime Time um mehr als 20 Prozent höher als in der Gesamtsendezeit; - keine Beobachtungswerte

Vergleich¹ 24-Stunden-Sendetag und Prime-Time (18-23h): Themenstruktur (Fj. 2009)

Themenbereiche	Österreich				Deutschland							
	ORF 1	ORF 2	ATV	PULS4	ARD	ZDF	RTL	VOX	RTL II	Sat.1	PRO7	kabel eins
Fernsehpublizistik	↑	↑	↑	↗	↓	↓	↓	↓	↑	↘	→	↑
Kontroverse Themen	↑	↑	↑	↑	→	↑	↑	↓	↑	↓	↑	↓
<i>Politik</i>	↑	↑	↑	↑	↓	↑	↑	↓	↑	↑	↑	↓
<i>Wirtschaft und Gesellschaft</i>	↑	↑	↑	↑	↑	→	↑	↓	↑	↑	↑	↓
Nicht-politische Sachthemen	↑	↗	↑	↑	↓	↓	→	↓	↑	↑	↑	↗
<i>Gesellschaft</i>	↑	↗	↑	↑	↓	↓	→	↓	↑	↑	↑	↗
<i>Mensch/ Welt/ Natur</i>	↓	↑	-	↑	↑	↓	↓	↑	↓	-	↑	-
Human Touch-Themen	↓	↓	↑	↑	↓	↓	↓	↓	↗	↓	↓	↑
<i>Zerstreungsthemen (Personality etc.)</i>	→	↓	↑	↑	↓	↓	↓	→	↑	↓	↓	↑
<i>Angstthemen (Kriminalität etc.)</i>	↑	→	↑	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↘	↑	↓
Lebenswelthemen	→	↘	-	↓	↓	↓	→	↑	↑	↓	↑	↑
<i>Verbraucherthemen</i>	→	↓	-	↓	↓	↓	↑	↑	↑	↓	↑	↑
<i>Physis- und Psychethemen</i> <i>/Gesundheitsthemen</i>	-	↑	-	↓	↓	↓	↓	↑	↑	↓	↑	↓
Sportthemen	↑	↑	↑	↓	↓	↓	↑	↓	↑	↓	↑	-
Service-themen (Wetter etc.)	↑	↑	↑	↓	↓	↓	↑	↓	↑	↓	→	↓
Thematisch nicht klassifizierbar ²	↑	↑	↑	↘	↓	↓	↓	→	↑	↓	↗	↓
Restliches Programm	→	↓	↓	→	↑	↑	↗	↗	↘	→	→	↘

¹ Veränderungsindex: ↓ Anteil in Prime Time um mehr als 20 Prozent geringer als in der Gesamtsendezeit; ↘ Anteil in Prime Time zwischen 10 und 20 Prozent geringer als in der Gesamtsendezeit → Anteil in Prime Time unverändert (Abweichung geringer als +/- 10 Prozent); ↗ Anteil in Prime Time zwischen 10 und 20 Prozent höher als in der Gesamtsendezeit; ↑ Anteil in Prime Time um mehr als 20 Prozent höher als in der Gesamtsendezeit; - keine Beobachtungswerte

Vergleich¹ 24-Stunden-Sendetag² und Prime-Time³: Programmprofile (Fj. 2009)

PROGRAMMBEREICH	ORF1		ORF2		ATV		PULS4	
	<i>Gesamt- sendezeit</i>	<i>Prime Time</i>	<i>Gesamt- sendezeit</i>	<i>Prime Time</i>	<i>Gesamt- sendezeit</i>	<i>Prime Time</i>	<i>Gesamt- sendezeit</i>	<i>Prime Time</i>
Fiktionale Unterhaltung	75	65	32	12	45	46	46	51
nonfiktionale Unterhaltung	11	8	5	13	8	-	1	0
Information und Unterhaltung ⁴	4	4	10	8	8	17	12	15
Sach- u. Lebensweltpublizistik / Service	2	2	20	25	5	10	10	9
pol. Publizistik / kontroverse Themen	1	2	12	23	0,3	1,2	3	5
Sonstige	4	6	17	7	8,7	6	6	5
Werbung, Teleshopping, Patronanzhinweise	3	13	4	14	25	19	22	15
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100

¹ Stichprobe: eine Kalenderwoche im Frühjahr 2009

² Basis: 24 Stunden pro Tag (03-03 Uhr).

³ Basis: 5 Stunden pro Tag (18-23 Uhr).

⁴ Summe der Anteile von Human-Touch-Themen (Berichte über Prominente, Stars, Sex, Lifestyle, Zeitgeist oder Crime), von Sportthemen sowie von Sportsendungen am Gesamtsendetag bzw. in der Prime Time

5 Fazit

- 2009 mehr Vielfalt im TV als 2007 (auch in der Prime-Time)
- PULS4 als neuer privater Sender bietet vielfältigeres Programm als ATV

- zwischen ORF1 und ORF2 besteht ein funktionales Ergänzungsverhältnis
- ATV entwickelt sich in Richtung eines 'Komplementär'-Angebots zu ORF1

- ORF1 und ORF2 sind die 'Leitsender' des Fernsehens in Österreich
(programmstrukturell: ORF2; Marktanteile: ORF1 und ORF2)

aber: ATV und PULS4 haben mit gesteigerten Marktanteilen und aufgrund ihrer Zuseherstrukturen weiter zunehmende Relevanz für die öffentliche Kommunikation (insbesondere bei E12-49Jahre).

wobei: Relevanz von ATV und PULS4 für die öffentliche Kommunikation ließe sich durch mehr Beiträge über kontroverse pol./wirtschaftl./gesellschaftliche Themen erhöhen.